



Benemérita Universidad Autónoma de Puebla  
Facultad de Arquitectura

La evolución de los signos alfanuméricos y de puntuación como  
lenguaje emocional

“Tesis presentada como requisito para obtener el título  
de Licenciatura en Diseño Gráfico”

Presentan:

Hernández Magaña Darwin  
López Ramírez Ivonne  
Muñoz Ramírez Raymundo  
Rodríguez Flores Osmayra Guadalupe

Directora: Mtra. Alma Patricia Huerta Martínez  
Asesor: Mtro. Obed Meza Romero  
Asesora: Dra. Lucila Arellano Vázquez

*Agosto 2015*

LA EVOLUCIÓN DE LOS SIGNOS

ALFANUMÉRICOS  
Y DE  
PUNTUACIÓN

COMO LENGUAJE EMOCIONAL



Mi más profundo y sincero agradecimiento: a Dios, quien me ha dado el privilegio de vivir, a mis padres que han sabido guiarme, a mi hermano por ser la persona con la que he compartido tantas cosas; y finalmente, quiero agradecer a todos mis amigos y personas importantes que con su presencia han dejado una huella imborrable en mi ser. Gracias por todo su apoyo.



Gracias a mis queridos amigos y a mi hermosa familia por preocuparse, apoyarme y compartir momentos divertidos, pero en especial a mis padres que hicieron lo posible para que yo pudiera lograr mis sueños, por motivarme y darme la mano en los buenos y malos momentos. Muchas gracias, los quiero.



A mi familia por el apoyo constante e incondicional, por la confianza y la paciencia para lograr esta meta. A mi conciencia, y a mis amigos fuente de alegrías y comprensión, pero sobre todo a mi Carlitos, por ser mi motivación, mi vida y mi amor. ¡Mil Gracias!



Gracias a esas personas importantes en mi vida, que siempre estuvieron listas para brindarme toda su ayuda, ahora me toca regresar un poquito de todo lo inmenso que me han otorgado. Con todo mi cariño ésta tesis se las dedico a ustedes.

# Introducción

Situación actual.	11
Justificación.	15
Objetivo General.	21
Objetivos Específicos.	22
Hipótesis.	23

# Capítulo 1

Evolución de la comunicación y el lenguaje.	27
El lenguaje visual como vehículo de la comunicación.	31
Primeros protolenguajes: lenguaje fonético/gestual.	35
La escritura: el fenómeno que determinó el rumbo de la humanidad.	39
Ante la simplicidad del trazo y la complejidad del concepto.	40
Mesopotamia: una conquista cultural.	43
Egipto y el predominio de la imagen.	45

Las runas: un código místico.	47
China: una escritura independiente.	48
El Alfabeto romano: evolución hasta nuestros días.	51
Signos ortográficos.	52
Signos de puntuación.	55
Signos auxiliares.	57
Signos monetarios.	58
Signos numerales.	59
Los sumerios y babilonios.	59
Los egipcios.	60
Los chinos.	60

## Capítulo 2

Desarrollo de la tecnología como medio de comunicación.	65
La evolución de los medios de comunicación y sus necesidades.	67
El surgimiento de la computadora.	70
Inicios del internet como medio de comunicación.	73
Características de los medios de comunicación virtuales.	76

Inicios de las Redes sociales y su trascendencia.	77
El Chat: conversaciones en tiempo real.	77
IRC Internet Relay Chat.	78
ICQ "I seek you".	80
Windows MSN messenger.	81
Las redes sociales.	83
Historia y evolución de los símbolos emocionales.	87
Inicios de los emoticones.	87
Códigos que representan emociones.	89
Comunicación gráfica gestual: códigos emocionales.	91
El emoticón y los códigos alfanuméricos: semejanzas y diferencias.	93
Percepción: forma, color y posición.	98
Anatomía de los códigos alfanuméricos.	103
Símbolos emocionales con diversidad cultural.	109
Occidentales vs orientales.	112
Prácticas sociales.	112
Estilo occidental.	113
Estilo oriental.	114
Estilo coreano.	116

## Capítulo 3

Análisis del uso de signos alfanuméricos y de puntuación como recurso gráfico.	117
Análisis por áreas de diseño.	119
Cartel.	119
Diseño Editorial.	126
Fotografía.	134
Marca.	139

## Capítulo 4

Metodología.	147
Metodología híbrida.	147
Planteamiento del diseño.	148
Proceso creativo del objeto de diseño (libro).	149
Maquetación (Diseño Editorial).	150

## Conclusiones Generales

164

## Glosario

166

## Referencias

Bibliografía.	173
Hemerografía.	174
Iconografía.	174
Electrónicas.	175

# INTRODUCCIÓN

**E**l hombre se ha caracterizado por su habilidad de comunicarse con los demás seres vivos, y para ello ha buscado la manera de transmitir mensajes, dando como consecuencia un proceso evolutivo en la comunicación, que va desde los pictogramas prehistóricos hasta la creación de nuevas formas de comunicar mediante nuevos medios virtuales.

En este documento se presenta una recopilación de información acerca de la evolución de los signos alfanuméricos y de puntuación como lenguaje emocional, partiendo desde las civilizaciones antiguas, las cuales dieron origen a la evolución de la escritura.

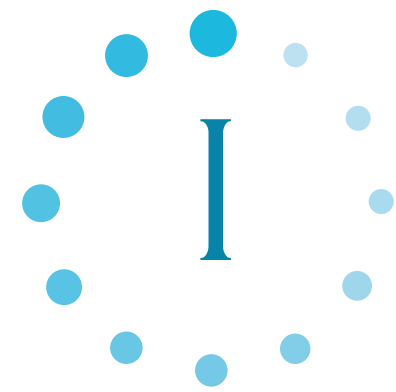
Al analizar una a una las aportaciones de estas civilizaciones, se podrá observar que la característica más sobresaliente de las mismas es la simplicidad de los trazos y la abstracción de las formas, lo que dio como resultado la evolución y el desarrollo del alfabeto, así como también de los signos ortográficos, signos numerales, signos auxiliares y los signos monetarios.

Estos signos son de gran importancia dentro de la comunicación actual, y esto es gracias a un parteaguas que se dio mediante los medios virtuales. Debido a que hoy en día el internet es el nuevo medio de comunicación de masas por excelencia, las relaciones han dejado ser personales para convertirse en relaciones virtuales o despersonalizadas, trayendo consigo la utilización de las redes sociales como principal medio de comunicación.

Dichas redes sociales se han convertido en parte de la vida diaria de las personas, pues se trata del medio de comunicación más usado en todo el planeta, gracias a la inmediatez y al fácil acceso de los mismos. Y es ahí donde surge la necesidad de transmitir mensajes efectivos, en los cuales las emociones o gestos pasan a ser de suma importancia, al dar el tono adecuado dentro de una conversación, y para esto es indispensable hacerlo de manera rápida y sencilla.

Por esta razón el motivo de la investigación se basa en la utilización de los signos alfanuméricos y de puntuación como un lenguaje emocional, en el cual los signos lingüísticos se transforman en signos icónicos de fácil pregnancia, como soluciones creativas para representar emociones.

Esta investigación aportará como resultado un documento bibliográfico especializado en el área de diseño gráfico, donde se plantea la acuñación de un término especializado en la jerga del diseñador, para nombrar a estos signos emocionales representados únicamente con los signos alfanuméricos y de puntuación.



Situación actual



## SITUACIÓN ACTUAL

**A**ctualmente, se vive en un mundo globalizado donde las personas comparten toda clase de información al navegar en internet, los usuarios pueden saber lo que sucede en otros lugares facilitando así el intercambio de información de manera rápida. Gran parte de esa comunicación se debe al uso de las nuevas tecnologías digitales: Smartphones, internet, televisión, computadoras, tablets, entre otras.

Es aquí, en medio de estas tecnologías donde surgen las llamadas redes sociales, este término se ha convertido en una expresión del lenguaje común, pero su significado es aún más amplio:

Una red social puede definirse como una estructura social integrada por personas, organizaciones o entidades que se encuentran conectadas entre sí por una o varios tipos de relaciones o intereses comunes. Ahora bien, a partir de los últimos años este concepto ha sufrido algunos cambios; ya que se utilizó para referirse a aquellos sitios de Internet que promueven las comunidades virtuales de acuerdo a los intereses que cada usuario posee. Myspace y Facebook son dos de las redes sociales más importantes que existen hoy en día en el mundo; reúnen a millones de usuarios y les brindan la oportunidad intercambiar mensa-

jes y archivos con otros miembros de la red. (Definición ABC 2013: párr 1 y 2 [en línea]).

Debido a las necesidades de comunicación que se presentan con el uso de las redes sociales, se han empleado códigos por medio de los signos alfanuméricos y de puntuación como una herramienta de expresión. Esto propicia una acelerada velocidad de respuesta en las conversaciones, el mínimo uso de palabras en un mensaje, la facilidad de no escribir una palabra completa, distorsionándola para ahorrar espacio y la misma despersonalización del usuario al momento de reflejar gestos y emociones; han dado como resultado el empleo de los ideogramas llamados: emoticones (Del ingl. emotion, emoción, e icon, icono, infl. por el esp. icono) (Consultado en Real Academia Española [en línea]) (ver figura 1).

.l. >\_< ㄣㄣ! :D :)  
 X\_X :( @\_@ :3  
 'o' '~' ' '-  
 o\_o .o. .u.

Fig. 1 Ejemplo de algunos emoticones que se pueden encontrar en las llamadas Redes Sociales. (Fuente: Imagen de autor\*)

Los emoticones pueden definirse como “símbolo[s] gráfico[s] que se utiliza[n] en las comunicaciones a través del correo electrónico y sirve[n] para expresar el estado de ánimo del remitente” (RAE [en línea]). Como dato histórico, la agencia Mercadiez menciona que “El primer emoticón fue creado en 1979 por Kevin Mackenzie -). Tres años más tarde Scott E. Fahlman propuso como norma :)” (2013 [en línea]). A partir de ese momento surgió la necesidad de representar tonos de broma y seriedad mediante una forma escrita. Hoy en día, los emoticones tienen diferentes significados y a través de éstos, se pueden expresar infinidad de sentimientos, tales como: sorpresa, risa, aburrimiento, diversión, sarcasmo, enojo, entre otros.

Sea cual sea el caso, se puede notar que el resultado en esta forma de comunicación resume una idea de mayor amplitud a la mínima representación; es decir que, se tratan de conceptos abstractos que son llevados a una forma bidimensional; figuras, signos o símbolos que sintetizan un pensamiento o una emoción.

Como datos relacionados, se cita un artículo del periódico Reporte Yucatán (2013), en dónde se muestra información estadística sobre el uso de internet y las redes sociales

en México:

La Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI) que fue fundada en 1999; nos dice que en México hay 45.1 millones de internautas en México hasta finales del 2012 que pasan alrededor de 5.10 horas diarias navegando en Internet. En orden, las computadoras de escritorio, las laptops, los smarthphones y las tablets son los principales medios para acceder a Internet. Tanto las computadoras de escritorio como las laptops son usadas con mayor frecuencia de las 7 de la mañana a las 3 de la tarde, que es cuando la mayoría de los internautas están en el trabajo. Los smarthphones son usados desde las 6 de la mañana hasta la (sic) 6 de la tarde activamente.

A partir de las 6 de la tarde hasta las 3 de la madrugada el uso de las tablets ha empezado a crecer, ya que es cuando la gente llega a casa y sigue conectado a Internet usando cada vez más una Tablet. Los smarthphones no sólo son el dispositivo con acceso a internet que más se usa en el día a día, sino que se han compenetrado de tal forma que el 78.7% duerme cerca de ellos, el 75.5% los lleva al cine y el 56.2% los lleva al baño.

Las actividades que más realizan en Internet los usuarios son: 87% correo electrónico, 84% buscar información, 80% están en redes sociales, aunque 93% tienen acceso a ellas. Del 80% que están en redes sociales, el 37% tiene más de 5 años en las redes, donde la red social con mayor porcentaje de uso es, como en el resto del mundo, Facebook con 95% en México. Le siguen Youtube con un 60% y Twitter con 56% (ver tabla 1). El 90.3% de los internautas de redes sociales tienen de 18 a 29 años, el 43.2% tiene de 30 a 49 años y el 35.6% tienen 50 años ó (sic) más. Como podemos observar las redes sociales han dejado de pertenecer a los jóvenes (ver tabla 2).



Tabla 1 Redes Sociales con mayor presencia en México. IA

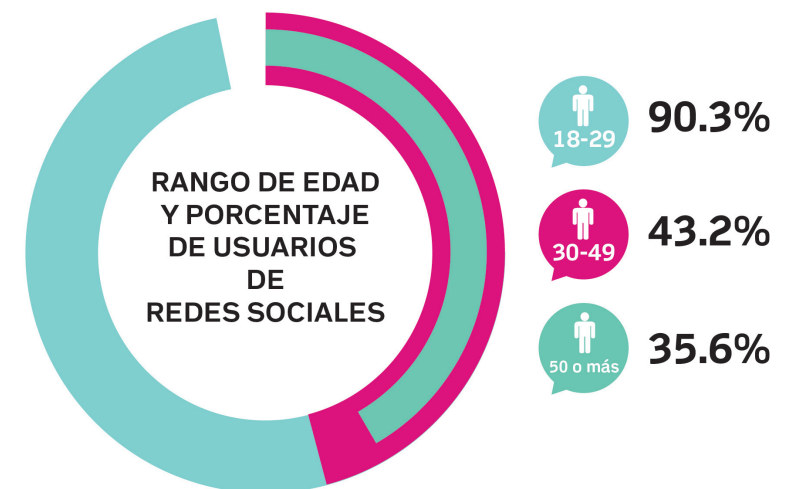


Tabla 2 Rango de edad y porcentaje de usuarios de Redes Sociales. IA

\*Elaborado por los autores de esta investigación, En lo sucesivo se indicará sólo como (IA).

Hablando de otras redes sociales es interesante saber que Google+, aunque no está entre las principales, ha crecido un 52%. Es decir, de los 45.1 millones de internautas, el 18% tiene una cuenta en esta red. Y de todas las redes sociales, Facebook es la red más reconocida tanto por los internautas como por la gente fuera de la red. Al 60% que está en Facebook le agrada la publicidad que se despliega en ella. Finalmente, los motivos que tienen los 45.1 millones que están en Internet para no usar las redes sociales son: el 44% teme por su seguridad; 38% carece de interés para abrir una cuenta. (Alpuche, 2013: párr 3-11 [en línea]).

Como se puede observar en los datos presentados; la actividad en internet y el uso de Redes Sociales puede comenzar desde las 6 a.m. y durar hasta las 3 a.m. del día siguiente. Lo que da a entender que prácticamente a cualquier hora del día habrá usuarios que utilicen estos medios de comunicación.

Además, se observa que se ha desarrollado una codependencia hacia estos gadgets (herramientas o artefactos) digitales, tanto que prácticamente se incluye su uso en la mayoría de las actividades cotidianas. Si bien el uso del internet es cada vez más frecuente en las personas, esto se debe a una necesidad de comunicación, búsqueda de información y momentos de esparcimiento y ocio.

Entre las principales Redes Sociales que existen, los mexicanos están más acostumbrados y familiarizados con el Facebook, debido, probablemente, a la multitud de opciones que la misma ofrece (desde conversaciones en tiempo real, hasta juegos interactivos). Y es precisamente en esta red social, en donde se hace más latente el uso de emoticones.

Es interesante observar el rango de edades en las personas que utilizan estos medios de

comunicación; liderando el uso y participación en redes sociales se encuentra un sector joven-adulto, seguido por adultos propiamente dicho, llegando incluso a personas de la tercera edad. Comprobando que el uso de las mismas no es privativo de un sector en específico; y es evidente que así mismo es conocida la influencia que dichas redes ejercen sobre los adolescentes.

Otros datos, son los que se encuentran en una publicación electrónica de la revista Merca 2.0 (2013); donde, entre los diez datos mencionados en el artículo, se destacan en negritas los que se consideran oportunos para el desarrollo de esta investigación:

- 1) Cuando de sexo se trata, todo el mundo quiere enterarse. En las redes sociales los links sobre el tema son compartidos 90% más veces que cualquier otro.
- 2) En Facebook, el 57% de los usuarios son del sexo femenino.
- 3) Las mujeres pasan un promedio de dos horas más que los hombres en las redes sociales en sus computadoras, y tres horas más en aparatos móviles.
- 4) En promedio, el 20% del tiempo que una persona destinan a la computadora, es en una red social.
- 5) Al 85% de las mujeres les molestan sus amigos en las redes.
- 6) 30% de los usuarios en Twitter tienen un ingreso de más de 100 mil dólares.
- 7) Después de comentar en una red social, en un 76% de los casos, las persona (sic) reportan sentirse satisfechas y contentas.
- 8) África tiene más de 37 millones de usuarios en Facebook.
- 9) Pinterest ha crecido 1,047% en solamente un año.
- 10) Al 25% de los usuarios en Facebook no les importa controlar su privacidad. (Sánchez, 2013: párr 3-12 [en línea])

De acuerdo a los datos presentados, se puede distinguir un sector en particular dentro del universo de usuarios en las redes sociales: las mujeres; ya que al ser más expresivas y emocionales que los hombres, son las que tienden a utilizar mayoritariamente estos recursos de comunicación gráfica (emoticones); esto no significa que los hombres no los utilicen, mejor dicho, no hacen un uso excesivo de ellos (ver figura 2).

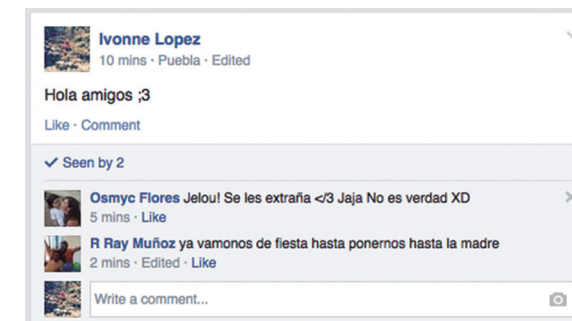


Fig. 2 Aquí se puede observar el uso práctico que se le da a estos emoticones y los usuarios que mayormente los utilizan: las mujeres. IA

Esta comunicación gráfica llega a trascender e impactar debido a la facilidad y cobertura que ofrecen las redes sociales; es decir, Nos encontramos ante el minimalismo de la comunicación emocional en su máxima expresión. Tomando como referencia al cartelista ruso Vladimir Chaika, "principal representante del minimalismo ruso... y [que] se distingue como creador de excelentes carteles sociales con un mínimo de elementos." (11ª BICM vigésimo aniversario;68) (ver figura 3).



Fig. 3 Exposición de carteles de Vladimir Chaika para la 11ª BICM. Centro cultural "La monja", Facultad de Arquitectura de la BUAP. IA

El diseñador gráfico contemporáneo está familiarizado con el uso de estos ideogramas, ya que los emplea como apoyo en el desarrollo de su profesión. Debido a la fácil interpretación y pregnancia que generan se observa que éstos, lejos de perjudicar el resultado gráfico, llegan a ser un beneficio; pues un gran sector de la sociedad se encuentra familiarizado con ellos. Entre algunos ejemplos se encuentran los siguientes (ver figuras 4-7)



Fig. 4 Düsseldorf. "Es la capital y la segunda ciudad más grande del estado de Rhine-Westphalia, y la séptima ciudad más grande en Alemania". Imagen descargada de (Brands of the World



Fig. 5 Portada de la revista i-D. Imagen descargada de designscene.net



Fig. 6 Cider: marca de sidra enlatada. Imagen descargada de lovelypackage.com



Fig. 7 Yogen früz: empresa dedicada a la venta de helados a nivel mundial. Imagen descargada de yogenfruz.brandstandards.ca/logo/downloads/yogenfruz/YogenFruzLogo\_Horiz\_Tag\_CMYK\_FA.jpg

Ahora bien, al observar el uso de estos ideogramas en aplicaciones, como apoyo para una comunicación efectiva, se llega a un punto importante de tratar, pues al ser utilizados y conocidos generalmente como emoticones, y teniendo en cuenta que este término es estandarizado al uso de ciertas imágenes figurativas con características comunes (de color amarillo, de forma circular, ojos y boca) además de que hace referencia a un medio de comunicación virtual; se infiere que, al ser utilizados en diversas áreas de la comunicación dentro del diseño gráfico, se genera cierto interés dentro del lenguaje del diseñador para poder denominarlos.

Es ahí donde radica la problemática de la falta de información acerca de los signos de puntuación y su transformación en ideogramas, así como también un término especializado para éstos en el área de diseño gráfico. Llegando de este modo a una pregunta de gran importancia para esta investigación:

● **¿Cuál ha sido la evolución del uso de los signos alfanuméricos y de puntuación hasta transformarse en ideogramas que representen emociones dentro del lenguaje gráfico actual?**

## JUSTIFICACIÓN

El proyecto aportará un conocimiento de gran valía para los diseñadores, pues está enfocado en el ideograma y la importancia que éste tiene para el diseñador gráfico actual; ya que existen lenguajes o sistemas de comunicaciones basados en este tipo de trazos simples,

los cuales a través del convencionalismo en su uso se mantienen vigentes, tal es el caso de la escritura china o de las runas utilizadas en el norte de Europa, así como también del alfabeto grecolatino.

Debido a la limitación de comunicación gestual y expresiva en los medios de comunicación virtual y la necesidad de transmitir respuestas cortas e inmediatas, se ha generado un nuevo lenguaje de expresión global. Todo lenguaje tiene un origen base o raíz, por lo que se establecerá cómo y cuándo este tipo de lenguaje a partir de los signos alfanuméricos y de puntuación forma parte de un modelo ideográfico, lo que facilitará la comprensión de su utilidad contemporánea.

Se entiende que el área de estudio del diseñador está muy en contacto con la tecnología, y es importante proporcionar información sobre las nuevas tendencias que existen en cuestión de comunicación visual, por lo que esta tesis deberá de hacer uso del lenguaje ideográfico que expresa el mundo en el cual se desarrolla. Y valerse del mismo.

A pesar de la atemporalidad de la información, ya que sí bien la tecnología avanza vertiginosamente; esto no es relevante en cuanto al uso de los signos de puntuación, pues por lo visto el estilo de vida diaria motivará su utilidad por su eficacia y brevedad, lo que favorecerá su utilidad para el diseño gráfico.

Al rescatar el uso de estas formas expresivas, se generará un apoyo bibliográfico para los diseñadores; pues se trata de un lenguaje muy utilizado y con el cual mucha gente ya está familiarizada, la clasificación de los recursos visuales posibilitará su comprensión y nominación dentro de la conceptualización de estos recursos.

Como diseñadores gráficos es importante reconocer el origen y la evolución de estos signos, ya que se integrarían con mayor sustentabilidad al campo de la comunicación gráfica para expresar emociones de una manera breve y eficaz, interpretando así una idea compleja de una forma simple.

Además, este proyecto planteará la posibilidad de que el diseñador gráfico contemporáneo analice y valore el uso de ideogramas o trazos simples, en la representación de soluciones gráficas, lo que permitirá que amplíe su perspectiva en relación a su quehacer diario como profesionalista.

Finalmente, la elaboración de este proyecto permitirá que sus investigadores demuestren y compartan el conocimiento adquirido durante su instrucción académica profesional, aportando información valiosa, especializada y documentada que será importante para futuras generaciones de diseñadores gráficos.

## OBJETIVO GENERAL

- Compilar cuál ha sido la evolución de los signos alfanuméricos y de puntuación hasta transformarse en un lenguaje basado en ideogramas para difundir un nuevo término.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS

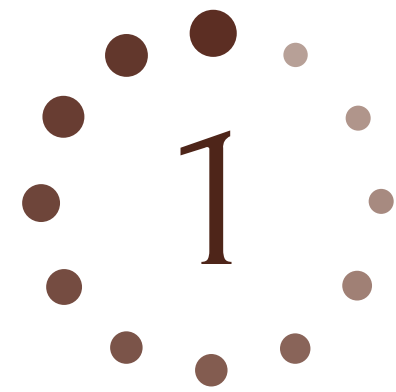
- Definir el concepto de ideograma y reconocer sus antecedentes históricos en las diferentes culturas para documentar la evolución que han tenido.
- Explorar cuál ha sido la aportación de las culturas antiguas en la escritura.
- Señalar la influencia que ejercen las redes sociales en la difusión y uso de códigos que generan ideogramas para constituir un lenguaje breve y eficaz.
- Comparar las semejanzas además de las diferencias que existe entre los emoticones y los signos alfanuméricos y de puntuación como generadores de un lenguaje emocional.
- Clasificar las formas de representación de emociones mediante los signos alfanuméricos y de puntuación en las culturas de oriente y occidente.
- Analizar sintáctica y semánticamente el uso de los signos alfanuméricos y de puntuación como lenguaje emocional en 4 áreas del diseño gráfico a nivel internacional.
- Presentar la compilación de los signos alfanuméricos y de puntuación como un término para denotarlo al momento de aplicarlo nuevo lenguaje emocional para demostrar que se puede considerar como un nuevo sistema de comunicación.
- Generar un propuesta de diseño editorial en el cual se exponga la dualidad entre lo análogo y lo digital mediante el uso de expresiones

faciales e ideogramas que representan emociones.

- Proponer un término especializado para referirse en la jerga del diseño gráfico al uso de diversas combinaciones de los signos alfanuméricos y de puntuación que en la actualidad representan emociones.

## HIPÓTESIS

- Al compilar la evolución de los signos alfanuméricos y de puntuación se generaría un documento bibliográfico en el cual se evidenciaría la necesidad de una nueva clasificación específica del lenguaje, basada en los ideogramas que representan emociones para su aplicación en el diseño gráfico.



## Evolución de la comunicación y lenguaje



## EVOLUCIÓN DE LA COMUNICACIÓN Y EL LENGUAJE

Para conocer y entender la forma en que nos comunicamos actualmente de manera visual es imperante hablar de los primeros seres humanos; a medida que iban evolucionando su forma de comunicación cambió, porque sus necesidades se sustituyeron por otras más complejas. Si bien, a estas alturas el hombre se considera como un ser racional e individual, es precisamente el conjunto de interacciones entre individuos lo que lo llevó a ser un ente social. Dichas interacciones pueden ser rápidas y frecuentes en la medida en que las nuevas tecnologías lo permiten. Se sabe que con la llegada de estos nuevos gadgets, la comunicación se ha visto alterada, debido a que puede llegar a omitir la interacción física, es decir, ya no es necesario hacer un contacto visual para poder iniciar la comunicación. Ahora bien, otro punto que se tiene que tomar en cuenta es que los códigos lingüísticos; la manera en cómo se ordenan las ideas para formar palabras; también han sido alteradas a la par de esta evolución, ejemplo de ello es que ahora se suelen omitir letras en una palabra así como también los signos de puntuación, pero hay una alteración muy interesante, que es hacer uso de estos signos de puntuación y alfanuméricos para representar emociones, pues al no tener un contacto visual, el hombre necesita una manera de poder representar emociones a la otra persona, pues es más difícil saber cómo es que está expresando el mensaje. A pesar de todas estas alteraciones el sistema de comunicación ha seguido la misma

línea. A continuación se muestran los inicios de este proceso comunicativo y de todos los elementos que son parte de ella.

Desde los orígenes de la humanidad, el hombre ha tenido la necesidad de comunicarse; ya sea de manera oral o visual, aunque en un principio fue a base de sonidos. A medida que el hombre fue evolucionando, notó que las mímicas y los gruñidos no eran suficientes; pues el ser parte de una manada la convivencia grupal lo orilló a transmitir mensajes de manera más eficaz, lo que facilitaba realizar trabajos de mayor exigencia aportando beneficios para todos los integrantes de los grupos de su misma especie; con esto, el ser humano pudo conocerse a sí mismo, conocer su entorno y relacionarse con los demás, obteniendo como resultado un constante intercambio de ideas y pensamientos, es decir, un sistema de comunicación.

Dominique Wolton (2005) define a la comunicación como una experiencia antropológica fundamental, dando a entender que se da de forma directa; es decir, entre dos o tres individuos (cara a cara) o de manera colectiva dentro de una sociedad. Él menciona que la sociedad no existe sin comunicación, pues ésta une a los individuos, los organiza y los agrupa con el fin de solucionar problemas comunes. Así mismo, en el libro *Lengua y Comunicación* (2003) se menciona que si el hombre es un ser cambiante y la

comunicación es un acto **intrínseco** al ser humano mediante el cual socializa, entonces la comunicación está en continuo movimiento y es un acto del ser humano hacia el exterior con el que satisface necesidades sociales. Es evidente que la comunicación existe gracias a la convivencia entre dos o más individuos, mediante un intercambio de pensamientos, ideas y sentimientos. Flora Davis menciona al respecto:

La comunicación” —dijo Birdwhistell— “no es como una emisora; y una receptora. Es una negociación entre dos personas, un acto creativo. No se mide por el hecho de que el otro entiende exactamente lo que uno dice, sino porque él también contribuye con su parte; ambos participan en la acción. Luego, cuando se comunican realmente, estarán actuando e interactuando en un sistema hermosamente integrado (Flora Davis, s.f.:12)

Un sistema de comunicación es parte importante del hombre; siendo éste un ser puramente sociable que tiene la necesidad de expresar ideas y sentimientos. A lo largo de la evolución, ha ido desarrollado distintos tipos de comunicación, ya sean naturales (que son los innatos en él) o artificiales, refiriéndose a tecnologías; en las cuales no siempre es necesario estar presente para iniciar la comunicación, debido a que su finalidad es transmitir un mensaje.

Para entender mejor el proceso de la comunicación, se debe tener en cuenta que ésta tiene diferentes partes que se unen para formarla; en el libro Lengua y Comunicación (2003) dice que existen elementos interdependientes en el proceso de la comunicación; emisor, codificación y el mensaje, este último es aquel que comunica y está compuesto por signos. “Los sistemas de signos que emplea el hombre para comunicarse, son, como ya se

dijo, bastante numerosos y se conocen con el nombre de lenguajes” (Adriana Cabrera & Nenenka Pelayo, 2001:8).

Por otro lado Dondi (1992) menciona que el lenguaje es un medio de almacenamiento y es un vehículo para el intercambio de ideas, además es un medio para que la mente pueda conceptualizar. Con esto se puede entender que el hombre no es un ser que se basa completamente en sus instintos, sino que tiene un proceso de entendimiento para poder conceptualizar los objetos, los que primeramente debieron tener un referente antes de darle una nomenclatura y de esa manera poder comunicar.

A lo largo de esta evolución en el proceso de comunicación, el hombre al estar tan conectado a sus sentidos, creó diferentes tipos de lenguajes como el verbal y el escrito, uno de ellos fue el que lo caracterizó y lo distinguió de las demás especies de seres vivos; Guerra dice que “El lenguaje verbal o lengua es el elemento que distingue al hombre de los demás seres de la naturaleza; el uso de éste, supone una previa elaboración de signos” (2000:14). En este punto es donde el hombre ya tiene la intención de comunicar sus ideas por medio de sonidos que ya formaban palabras, con un propósito específico o particular, requiriendo también de darle un nombre a las cosas que estaban a su alrededor.

Ahora bien, aquí es donde se debe entender que lengua y lenguaje son dos cosas muy distintas, mientras que el lenguaje, como ya se dijo, es una característica propia del ser humano, “La lengua sólo se hace concreta a través de actos lingüísticos, es decir, en la realización del habla”. (Adriana Cabrera & Nenenka Pelayo, 2001:8).

Se puede entender por lengua a las distintas formas de expresión, que necesariamente deben ser orales o escritas y que están compuestas por signos lingüísticos. Por otra parte Perini en una entrevista dice que la lengua es un sistema programado en nuestro cerebro y que establece esquemas que forman nuestra comprensión del mundo y que también son códigos que pueden ser representados de manera perceptible a los sentidos.

Podría decirse que la lengua es la que dice como estructurar una idea, para después poderla comunicar, es decir, marca el orden que deben de llevar los códigos para formar una idea o pensamiento, como lo menciona Perini en su entrevista:

El sistema en cuestión es extremadamente complejo: comprende reglas (de pronunciación, de formación de palabras, de formación de frases, de relación de las formas con los significados), ítems léxicos (palabras y morfemas, con sus propiedades gramaticales y sus significados), expresiones idiomáticas (como meter la pata y oveja negra) y clichés (como quedarse mudo y llover a cántaros). (Mario A. Perini, Entrevista [En línea])

Con lo anterior se comprende que la lengua no acepta cambios pero puede llegar a tener ciertas modificaciones en su fisonomía (hablado o escrito) dependiendo de la época y los avances que se den en cada una de ellas, además está muy ligada a la cultura en la que se encuentre; al momento de referirse a que no acepta modificaciones es que hay ciertas palabras que no pueden cambiar, ya que al quitarle o agregarle algún elemento perdería totalmente su significado; también hay que decir que tiene caducidad, es decir, llega un punto en que deja de usarse para ser sustituida por otro. Kisteva también menciona esto:

Vemos entonces que, como lo observó Ferdinand de Saussure, <<tomado en su conjunto, el lenguaje es multiforme y heteróclito; a caballo en diferentes dominios, a la vez físico, filosófico y psíquico, pertenece además al dominio individual y al dominio social; no se deja clasificar en ninguna de las categorías de los hechos humanos, porque no se sabe cómo desembrollar su unidad>> (Julia Kristeva, 1999:16 [en línea])

Dicho esto, se habla de una evolución a la cual el ser humano se adapta, sin embargo el entendimiento de un lenguaje no se pierde, la esencia de comunicarse permanece a pesar de las alteraciones que sufran las distintas lenguas, donde el pensamiento forma parte importante de todo este proceso comunicativo. Julia Kristeva (1999) menciona que el lenguaje es la realización y realidad del pensamiento, con esto se puede deducir que el lenguaje no existiría sin pensamiento ni tampoco una sociedad, pues considera que es un elemento propio de la comunicación social.

Paralelo al desarrollo de la lengua el hombre fue desarrollando una acción que significó un gran avance en el sistema comunicativo llegando a mejorar la interacción humana. Meggs (2004) nos dice que “El habla (la capacidad de hacer sonidos con el fin de comunicarse) fue una habilidad desarrollada por la especie humana en el largo camino evolutivo desde sus arcaicos comienzos”. Con esto se entiende que la lengua y el habla son factores que dependen mucho de ellos para realizar correctamente sus funciones; “La lengua sólo se hace concreta a través de actos lingüísticos, es decir, en la realización del habla” (Adriana & Nenek Pelayo:8 [en línea]). Estos mismos autores mencionan que el habla se produce como resultado de la lengua y es un sistema que está constituido por signos y reglas para poder estructurarlos.

El ser humano, a lo largo de su evolución y el avance en su comunicación, ha desarrollado infinidad de lenguas, pues, como se dijo anteriormente, éstas van cambiando dependiendo de la zona geográfica, también existen tipos de lenguas específicos para cada sector socioeconómico; *“En otros términos, cada lengua articula a su modo tanto los enunciados como los significantes”* (André Martinet, 1974:26 [en línea]). También se puede decir que el habla es otro factor importante para la alteración de la lengua.

En este punto es donde se puede hacer una comparación, el uso de gadgets, gracias a ellos (o quizá, por culpa de ellos) la lengua a sufrido innovadoras alteraciones, debido a la influencia y su a gran aceptación por las personas que los utilizan, ha logrado agregar nuevos vocablos y también poder distorsionarlos sin que pierdan su sentido, cabe aclarar que en muchos casos esto se ve como un deterioro en la lengua. Otros que también reciben este tipo de alteraciones son los signos de puntuación y alfanuméricos, porque si bien ya tienen un uso claro y específico, éste se ha ido modificando, pues ahora se usan como representaciones de emociones y su estructura no va de acuerdo con las reglas que se han planteado desde sus orígenes.

Como se mencionó anteriormente el ser humano desarrolló distintos tipos de lenguajes, de acuerdo a las necesidades que fue y va teniendo; a continuación se menciona uno de los lenguajes que fue evolucionando a la par del desarrollo humano el cual está muy conectado con uno de sus sentidos; la vista.

## EL LENGUAJE VISUAL COMO VEHÍCULO DE LA COMUNICACIÓN

En el transcurso de la evolución del lenguaje, se encuentra la comunicación visual, pues al incursionar de manera gradual en la forma de transmitir mensajes (como una necesidad primordial), trajo consigo necesidades de plasmar de forma permanente lo que sucedía desde los orígenes de la humanidad.

Como explica Philip B. Meggs, desde el periodo paleolítico hasta el periodo neolítico, algunos pueblos primitivos de África y Europa, pintaban cavernas, como las de Lascaux en el sur de Francia, caracterizadas por su gama de colores como el negro, amarillo y marrón, encontrando algunos dibujos de animales en algunas de las cuevas que habían servido de refugio para ellos (ver figura 1). Sin embargo él menciona que:

No fueron éstos los comienzos del arte como ahora conocemos, sino los inicios de la comunicación visual, porque estas primeras pinturas fueron hechas para la sobrevivencia y creadas con fines prácticos y ritualistas (...) posiblemente las usaron en ritos mágicos organizados para lograr el éxito en la cacería, también es posible que fueran auxiliares didácticos para instruir a los jóvenes en la cacería como esfuerzo de cooperación en grupo. (Meggs, 1991:16)

Las principales muestras de comunicación visual, se basan en su mayoría en la transmisión de conocimientos con el fin de perseverar sus experiencias, principalmente de la caza, así como instructivos para futuras generaciones,



Fig. 1 Pictograma de las cuevas de Lascaux, como ejemplo de comunicación visual. Imagen descargada de UOC.edu

entendiéndose que ya existía el razonamiento como complemento importante de preservación, pues se trataba de algo que probablemente se fue dando paulatinamente como una necesidad, pensando en que traería algún tipo de beneficio para ellos.

El comienzo de la comunicación visual constituye la transformación de un sistema en el que se representaba lo que se veía de manera práctica, recreando imágenes mentales y desarrollando la creatividad al elegir los materiales a utilizar; además de una representación de sus experiencias en la vida diaria de manera sencilla, abstracta y de fácil interpretación. Todo esto se fue enriqueciendo gracias a la experiencia que los individuos iban tomando en cada circunstancia, lo cual traía consigo de forma paralela, ampliar su lenguaje y su capacidad de comunicarse y de pensamiento.

El lenguaje visual tiene la capacidad de ser un vehículo importante para la comunicación, dado que es capaz de difundir el conocimiento con mayor eficacia, brindando al hombre la posibilidad de expresar y transmitir de forma objetiva lo que le acontece y lo que sabe. Se puede caracterizar por ser universal e internacional, entendiéndose con esto que no hay límites de fronteras o de idiomas, pues puede ser comprendido por todo tipo de personas, sin importar su grado de alfabetización. Entendiéndose que de forma natural, el poder ver una imagen comunicativa puede informar un hecho o idea de manera más amplia y profunda, en donde el espectador juega un papel importante al percibir una imagen y comprenderla.

El ver, abarca un amplio campo dentro de las funciones, actitudes, actividades y procesos tales como: mirar, comprender, observar, reconocer, entre otras.

Dondis (1992) menciona que en el proceso de ver los mecanismos **fisiológicos** son automáticos en el sistema nervioso humano y para esto se requiere de poca energía al ver. Este hecho trae consigo numerosas cantidades de información, sin embargo causa poca sorpresa en las personas al tratarse de algo natural y sencillo, sin necesidad de emplear más a fondo las capacidades para ver y visualizar, aceptándolas como funciones naturales de todo organismo vivo.

Tomando en cuenta lo anterior, se comprende que por el hecho de contar con la vista de forma innata, se puede llegar a la visualización entendiéndola como la capacidad de crear imágenes mentales, pues al adquirir la información que se toma al ver, se puede recrear una escena imaginándola casi de forma fotográfica, (y esto sólo con la mente), gracias al sentido de la vista. Acto importante

de todo individuo al momento de comunicarse y al igual debe desarrollar de forma gradual la percepción de los signos que envía y recibe.

Dichos signos están constituidos por cualquier cosa que permita estimular el recuerdo sobre algo, englobando de este modo un significante y un significado. Guerra (1987) explica que el significante puede ser un acto percibido mediante alguno de los sentidos, sabor, olor, sonido, una imagen o una textura, que de algún modo motiva a la mente para visualizar una imagen o sensación sobre lo que se remite, en cuanto se percibe el estímulo se representan objetos reales, lo cual da como resultado una asociación mental, que vendría siendo el significado, implicando una **codificación** además de la comprensión de lo que se le presenta. Ambos mantienen una interdependencia debido a la vinculación que existe entre el contenido y la expresión.

Es por eso que al momento de transmitir mensajes de manera figurativa, se evoca la experiencia adquirida a lo largo del conocimiento de las cosas que se encuentran alrededor, un desarrollo adecuado de la conciencia hacia lo que percibimos traerá como resultado un intercambio eficaz de comunicación, entendible y convencional de lo que se plasma.

Las novelas gráficas y del mismo modo los carteles son un ejemplo inminente de este tipo de comunicación visual, pues por medio de sólo imágenes logran contar una historia, atrayendo al espectador mediante escenas que se codifican e interpretan sin necesidad de texto que la acompañe, se trata de una interacción del individuo mismo, donde ve, analiza, codifica y comprende lo que se representa, pues las imágenes hablan por sí mismas, trayendo consigo la **denotación** y **connotación** de las ideas.

Shaun Tan, en su libro “Emigrantes” ilustra sin palabras, una novela gráfica silenciosa. A través de una serie de imágenes conectadas, provocando en el lector la percepción visual de lo que representa, dicha novela hace uso del surrealismo como escenario en el transcurso de la historia, y aún cuando se trata de cosas que probablemente el cerebro y la experiencia no reconozcan, no evitará la comprensión y el capturar emociones al leerla silenciosamente (ver figura 2).

Con esto se llega a la conclusión de que la comunicación visual logra su objetivo de transmitir mensajes de manera efectiva por medio de la vista, llegando al grado de conmover al lector mediante la lectura en silencio que se manifiesta, llevándolo a sentir y vivir lo que los personajes transmiten únicamente mediante imágenes, desarrollando la imaginación y del mismo modo interpretando el siguiente nivel de comunicación: se habla del lenguaje gestual, parte importante dentro de la comunicación no verbal. Pues va de la mano del lenguaje visual, al interpretar por medio de la vista los movimientos corporales que se presentan y que forman parte del proceso comunicativo. Donde la vista y la interpretación se unen para comprender las señales que son enviadas, dando un significado al código que se transmite, y de este modo, se tiene un lenguaje estandarizado en el que una señal, un gesto o una mueca indican y significan una idea.

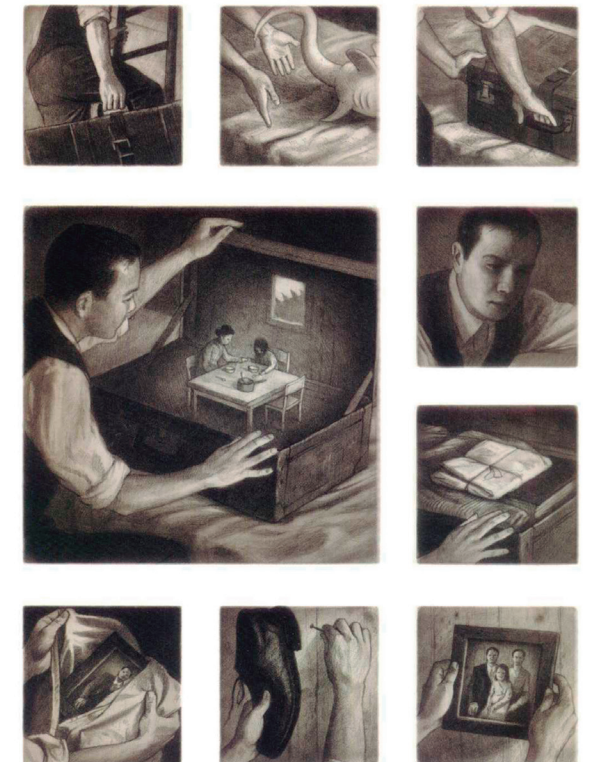


Fig. 2 Ejemplo de comunicación visual mediante la novela gráfica Emigrantes de Shaun Tan. Imagen descargada de flickr.com

## PRIMEROS PROTOLENGUAJES: LENGUAJE FONÉTICO/GESTUAL

Para poder comprender la importancia del lenguaje no verbal, hay que profundizar en el tema de la comunicación gestual, el cual se hace presente desde los inicios de la evolución humana, se puede llegar a la conclusión de que desde un inicio pudo haber existido un tipo de lenguaje en base a un entendimiento recíproco, que probablemente pudo haber durado miles de años en desarrollarse, el cual consistía en gestos, gruñidos o ruidos como los principales instrumentos para poder transmitir mensajes de forma visual y auditiva. Se habla de un sistema no verbal que surge de la necesidad de transmitir ideas de forma inmediata y que en su momento pudo funcionar eficazmente como apoyo a la comunicación.

En todas las especies animales, (incluyendo al hombre) se comunican al emitir y recibir señales mediante el uso de los sentidos, la vista, el oído, el olfato, el tacto y el gusto. Razón por la cual Frutiguer menciona que muy probablemente el habla en su forma primitiva consistía en transmitir no solamente ruidos, sino toda una variedad de gestos, contactos, olfateos, entre otros. Frutiguer (2005)

Es posible que desde el momento de nacer, se presenten involuntariamente gestos y sonidos para comunicarse, el rostro juega un papel importante, debido a que puede mostrar infinidad de emociones apoyándose de las expresiones faciales, pues éstas permiten interpretar sensaciones que se reflejan de manera espontánea, así como las señas realizadas con el resto del cuerpo. De esta forma, se dio una comunicación no verbal, en la cual se

podía transmitir el mensaje por medio de la visión, y el entendimiento paulatino de lo que significaba cada expresión dentro de un grupo, el individuo podía transmitir la idea sobre lo que pensaba o sentía en ese momento, lo cual facilitaba la interpretación de las emociones debido a la interacción que se daba por convencionalismo a su alrededor.

Queda claro entonces que las expresiones faciales, existen desde el nacimiento del individuo, debido a que se trata de algo natural y hasta cierto punto involuntario, ya que por medio de ellas se podía informar sin necesidad de palabras cuando algo sucedía, favoreciendo a la convivencia grupal, para que los otros miembros de sus grupos lo supieran. Un ejemplo en la actualidad, del lenguaje mediante gestos o señales es el que utilizan las personas con alguna discapacidad para ver, oír o hablar debido a que el principal medio de comunicación e interpretación son las manos, pasando al plano de la vista para identificar y decodificar el mensaje, haciendo uso del cuerpo y basándose en un sistema estandarizado de señales (ver figura 3).

De este modo, no se llega a una ambigüedad que pueda afectar la interpretación del mensaje dentro del contexto en el que se presente, pues si bien la esencia de este lenguaje de signos puede ser conocido y aprendido alrededor del mundo, no se trata de algo universal, pues como la mayoría de los lenguajes varía dependiendo del lugar donde se encuentre la persona.

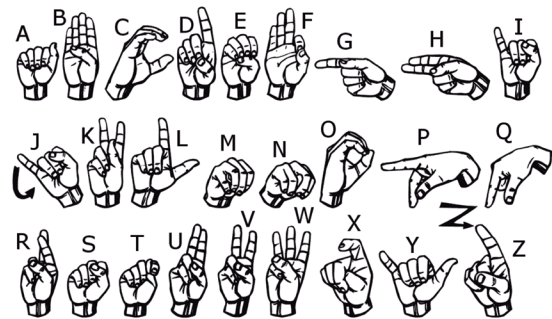


Fig. 3 Lenguaje de Signos utilizado por personas sordomudas. Imagen descargada de sanpablo-narino.gov.co

Un estudio de lingüística en España, hace la siguiente cita, “*Las diferentes investigaciones muestran que las lenguas de signos contienen los mismos principios de construcción que las lenguas orales, ya que poseen un léxico, una gramática, símbolos convencionales y un sistema de normas que regulan el uso de los símbolos*”. (Tendencias y líneas de investigación en adquisición de segundas lenguas, s.f.:12 [en línea])

Entendiendo de este modo que al momento de comunicarse mediante este lenguaje existe un proceso de entendimiento, en el que la organización motora, la percepción y la representación en la memoria, juegan un papel importante, pues requiere destreza al momento de realizar diferentes posiciones en las manos que transmitan un significado, asimismo el individuo receptor debe estar familiarizado con lo que se manifiesta, de este modo podrá comprender y percibirá de manera adecuada el mensaje, por último, al hablar de la representación de la memoria, se puede relacionar con el hecho de la facilidad de guardar signos mentalmente, de esta forma cuando sean representados o bien interpretados podrá hacerse de manera memorizada.

Como se sabe, hay muchas formas de hacer presente la comunicación, en algunas de ellas

sin necesidad de una lengua hablada, otras usando como apoyo importante las señales que emite el cuerpo al momento de hablar, las cuales aún cuando parecieran no tener mayor relevancia, también dicen mucho de lo que se piensa y se siente al momento de mantener una conversación, y es increíble que las personas sean capaces de enviar y recibir mensajes no-verbales sin darse cuenta, rescatando la posibilidad de que algunas palabras sean representadas mediante los movimientos del cuerpo, indicando que se trata de una característica incluye todos los sentidos del hombre.

Llegando a un punto importante, se habla del intercambio básico y sensitivo que existe entre las personas acerca de lo que transmite su cuerpo en conjunto, señalando como punto importante: la comunicación mediante el rostro; la cual es imprescindible en el expresiones, las cuales se reflejan al momento de transmitir una idea o sentimiento, como un lenguaje importante. Al respecto Charles Darwin en 1872 en su libro “*The Expresión of the Emotions*”, en el cual llevó a cabo comparaciones faciales entre mamíferos y el hombre, con lo que determinó que se trataba de expresiones humanas primarias, que podían remontarse hasta algún acto primitivo. (Davis, 2013 párr. 3 [En línea])

Lo cual implica que desde el principio de los tiempos se han presentado este tipo de representaciones gestuales mediante el rostro, desde antes que existiera la palabra hablada, llegando hasta las representaciones en cine de las películas mudas, como Charles Chaplin y los hermanos Marx, quienes transmitían su humor mediante este tipo de lenguaje silencioso.

Como menciona Borg “*Los gestos y expresiones del lenguaje corporal comunican de forma silenciosa sentimientos y emociones que transmiten un pensamiento*” (2008:26).

Haciendo referencia a que en este medio de comunicación puede llegar a revelar más que la simple palabra hablada, y que al mismo tiempo, logra sensibilizar al receptor con el mensaje.

Pero también es en esta fase donde interviene otro punto de importancia para la comunicación, que vendría siendo la unión o resultado de estos primeros **protolenguajes**: la comunicación escrita.

Se trata de lo que fue un parteaguas en la evolución del hombre, en la forma de trascender en el tiempo, pues al tratarse de un sistema que abarcaba un significante y un significado como se mencionaba en el lenguaje visual, también tiene relación con la interpretación que se lleva a cabo en el gestual, pues como se ha mencionado, se requiere de la memorización de lo que cada signo representa relacionándose con su significado y de este modo hacer la unión de signos para dar a entender una idea.

Dicha evolución se comienza muy probablemente desde los inicios del lenguaje visual pues si bien era una forma de dejar escritos mediante pictografías, éstas fueron modificándose y simplificándose hasta el grado de parecer casi letras, dando como resultado el inicio del lenguaje escrito.

## LA ESCRITURA: EL FENÓMENO QUE DETERMINÓ EL RUMBO DE LA HUMANIDAD

El ser humano siempre ha vivido en constante interacción y comunicación con sus semejantes, esto ha sido desde que se concibe y se percibe como tal: como un ser pensante. En todos lados se pueden observar las manifestaciones gráficas y los registros que el hombre va dejando a lo largo de su historia; ya sea por una cuestión de comunicación formal o de expresiones artísticas, el hombre es un ser creativo, creador y sobre todo: modificador de su entorno.

Los comunicadores gráficos se encuentran íntimamente ligados a aspectos visuales, en donde ponen al servicio de su ejercicio el uso de los sentidos. En la actualidad se presentan constantes avances tecnológicos, en este punto se apunta a un hecho social y cultural que ha sido propio de cada civilización a través de los siglos: sus formas de comunicación, y especialmente aquellas que están estrechamente vinculadas con la escritura (entendiéndose como la capacidad de realizar trazos sobre un soporte, sin que necesariamente tenga que ver con letras).

En ese sentido, toma gran relevancia e interés el estudio de las civilizaciones antiguas y sus formas de escritura, lo que encierran y sobre todo, las aportaciones que han heredado a los nuevos sistemas de comunicación gráficos actuales, particularmente al que hace uso de signos ortográficos, de puntuación y alfanuméricos para representar emociones.

Como lo menciona la Doctora Millán, “*Los sistemas de escritura han ido cambiando y evolucionando, avanzando hasta el desarrollo de un conjunto de signos abstractos con significado: el alfabeto. A través de él las sociedades han expresado su saber científico, su arte, sus sentimientos, etc.*” (2006:5)

Entendiendo entonces que cada civilización ha tenido como base un conjunto de signos particulares para comunicarse, además de un código específico para descifrarlos, interpretarlos y transmitirlos de manera efectiva. Por ejemplo, en la actualidad se reconoce un código lingüístico (hablando del idioma español) y los signos que conforman el alfabeto, aún así, se puede observar un fenómeno interesante en cuanto al uso distinto y particular que se le ha dado a estos signos, dejando a un lado la función gramatical por atender una necesidad visual, es decir: “*se utilizan nuevos códigos adaptados volviendo al símbolo como representación del mensaje, reduciendo al máximo la idea con un lenguaje icónico que sustituye al alfabeto*” (Millán, 2006:2). Siendo así, se debe prestar atención al hecho de que el código es el que se transforma, aunque los signos mantienen su forma y estructura: una letra seguirá siendo una letra, o un signo ortográfico seguirá siendo un signo ortográfico; lo que cambiará es el uso y la función que se le da a dicho elemento.

Como ya se ha mencionado en otros apartados, las nuevas tecnologías de difusión masiva han propiciado y/o aprovechado los medios disponibles para la transmisión de dichos mensajes; la misma autora hace referencia al decir que:

Con el [teléfono] móvil y los nuevos usos se retoma el uso del mensaje escrito, multiplicándose esta forma de comunicación sobre todo entre las nuevas generaciones, [...] incidiendo ello en la generalización e importancia de esta forma de comunicarse que no es más que una vuelta a la escritura y en algunos aspectos a la escritura más primitiva, que transmite ideas a través de elementos icónicos. (Millán, 2006:2)

Analizando esto, se llega al punto en donde se entiende que: todo aquello que el hombre considera novedoso o actual; es tan sólo un eco, un reflejo de los orígenes de aquello que ha utilizado desde el principio y que ha sabido adaptar de acuerdo a sus necesidades. Si se presta atención a la historia universal, se deduce que el proceso evolutivo es algo cíclico: el individuo se redescubre, se reinventa y avanza. En este rumbo; las formas de expresión, la comunicación gráfica y aún la misma escritura no son ajenas a este proceso.

Resulta controversial al intentar definir si se trata de un avance o un retroceso en los procesos y las formas de comunicación, debido a que no puede ni debe cuadrarse a conceptos ambiguos e interpretativos, más bien se deben aprovechar y utilizar aquellos elementos que contribuyan a un enriquecimiento de la cultura visual.

Ahora bien, ¿De dónde se debe partir si es que se desea entender y comprender el fenómeno social que representa el uso de signos alfanuméricos y de puntuación para la representación de emociones?

La lógica apuntaría a una era tecnológica-digital, y si bien es cierto, ese será un tema de análisis posterior; sin embargo, es relevante y necesario descubrir las influencias y características que los sistemas de escritura primitiva ejercen en un código gráfico actual. Entonces, atendiendo a elementos conceptuales, a las formas y estructuras gráficas de los signos alfanuméricos y de puntuación, es pertinente retomar un análisis de las formas de escritura de las civilizaciones antiguas, pues como se verá en el siguiente apartado, existen relaciones primitivas-contemporáneas que resultan interesantes de analizar.

## ANTE LA SIMPLICIDAD DEL TRAZO Y LA COMPLEJIDAD DEL CONCEPTO

1.4.1

Anteriormente, se mencionó que el ser humano depende totalmente de sus sentidos, los utiliza y los aprovecha en beneficio de sus necesidades. Es por ello que cuando el hombre combinó su capacidad de observación, sus habilidades manuales y su razonamiento, surgió la escritura; tal como lo apunta Millán en la siguiente cita:

La comunicación social es algo inherente a todos los grupos humanos: desde los simples gestos y el sonido, pasando por la expresión facial y el habla, siguiendo por el arte, la música, la danza y otras formas, hasta llegar a lo escrito y más tarde [a lo] impreso, todas son manifestaciones de esa necesidad humana de comunicarse con los demás, [fenómeno observado] desde la escritura de los pueblos primitivos, basada más en códigos icónicos que pretendían representar las ideas y los

objetos, hasta el desarrollo del alfabeto, donde ya se representan los sonidos. (Millán, 2006:8)

En primera instancia, los sistemas de comunicación primitivos encontraron condiciones favorables para su desarrollo, comenzando por el aprovechamiento de los elementos morfológicos inherentes al ser humano (el uso de sus manos, dedos, entre otros); comprendiendo que el proceso de aprendizaje en la mayoría de los hombres cumple un cierto esquema o estructura, por ejemplo: al nacer, el individuo empieza a imitar sonidos, siendo éste el primer paso que da inicio al complejo proceso del aprendizaje. Al no contar con la habilidad desarrollada para realizar trazos, no se puede hablar de una escritura tal cual; sin embargo, conforme el individuo va creciendo amplía sus habilidades al grado de llegar a ser más complejas, desarrollando la capacidad de recurrir a elementos gráficos.

Es así como al principio, en los orígenes de una humanidad en vías de desarrollo, el hombre siguió justamente el mismo proceso comunicativo que sigue un recién nacido hasta que llega a una edad adulta. Si bien todas las cosas tienen un inicio, la escritura misma puede dar cuenta de ello; ya que al principio, sus formas de representación eran muy diferentes a lo que se conoce actualmente. De hecho, surge a partir de trazos simples, burdos y sencillos llamados **pictogramas** (ver figura 4). A esto se refiere Moorhouse:

En la escritura pictográfica se hace hincapié en el dibujo, y estamos muy lejos de un sistema que pueda compararse a la escritura tal como la conocemos. Ésta es la etapa a la que se le da el nombre de pictográfica – ideográfica, que deriva su nombre de los signos que se utilizan en ella: pictogramas e ideogramas. (Moorhouse, 1978: 25-26)

### Pictogramas primitivos

Norteamericano	Chino	Egipcio	Babilonio

Fig. 4 Representación de un pez en diversos pictogramas. La línea inferior muestra las últimas formas más convencionales. Moorhouse (1978) Imagen descargada de [historiadelaescritura.blogspot](http://historiadelaescritura.blogspot)

Si se parte del concepto básico de que todo trazo por muy complejo que parezca, tiene un origen simple; se puede decir que: en el principio solo existía el punto y la línea, y después fue creado todo lo demás. Esa es la esencia de los signos pictográficos, trazos que en sus cualidades estructurales son simples, pero que su concepción lleva un proceso complejo, y más que complejo se tendrá que decir interpretativo. Por ejemplo, Moorhouse dice que: “Un pictograma puede definirse como un signo separado que significa el objeto representado, [además de que] la escritura pictográfica surgió por un proceso de análisis y abstracción” (1978:26).

El autor Philip B. Meggs refuerza este concepto al definirlo de manera sencilla, clara y concisa diciendo que “los pictogramas son pinturas elementales o bosquejos que representan las cosas descritas” (2000:5). En este sentido, al abstraer imágenes de su entorno (es decir el llevarlas a su mínima representación gráfica) se puede hablar de un proceso cognitivo por parte del ser humano en donde pone en funcionamiento su intelecto.

Para el individuo esto significó un avance en su forma de comunicación, aunque no era suficiente para la transmisión efectiva de sus

mensajes; pues como se mencionó, a la par de sus adelantos tecnológicos y a su reciente y elaborada estructura social, sus necesidades de transmitir mensajes claros y efectivos también aumentaron. Al respecto, Meggs nos dice que:

Los primeros pictogramas evolucionaron de dos maneras: primero, fueron el inicio del arte pictórico, los objetos y sucesos del mundo fueron registrados con mayor fidelidad y exactitud conforme pasaron los siglos; segundo, evolucionaron en forma de escritura. [...] El artista paleolítico desarrolló una tendencia hacia la simplificación y estilización. Las figuras se volvieron cada vez más abreviadas y se expresaron con un mínimo número de líneas. Hacia el último periodo paleolítico, algunos petroglifos y pictogramas se redujeron al punto de casi parecer letras (2000:5).

En ese rubro, el concepto de escritura se determina como una evolución hacia formas más complejas del lenguaje, es decir, que el pictograma necesitaba transformarse y adaptarse de acuerdo a las exigencias que el lenguaje primitivo demandaba, hasta llegar a los códigos y signos que utilizarían las civilizaciones de manera convencional para su comunicación. Moorhouse señala que:

No debe suponerse que quienes utilizaron una serie de pictogramas pudieron decidir rápida y fácilmente qué forma estereotipada deberían asumir los signos. Tal vez la cuestión tuvo que ser zanjada mediante el consenso común. [...] en lo que hace a los pictogramas mismos, el establecimiento del acuerdo era también bastante simple, porque sólo se necesitaba descubrir un diseño que fuera al mismo tiempo distintivo y revelador. (1978: 27)

Analizando esto, el ser humano se enfrentaba ante una cuestión en donde ya no era suficiente el generar un signo, sino que debía establecer un código que fuera comúnmente

aceptado y reconocido por sus semejantes. Es ahí, donde al analizar los códigos actuales y los signos que los generan se llega a la conclusión de que: el código y los signos son relevantes, pero al mismo tiempo lo es el desciframiento, la validez y la aceptación de los mismos dentro de un grupo determinado, a lo que se le denominará: convencionalismo.

El siguiente paso dentro del proceso de la escritura fue hacia la concepción de un elemento aún más complejo; debido a que llegó el momento en que el representar cada cosa de manera individual o separada no fue suficiente para englobar una idea, es entonces cuando el pictograma se transforma y surge el ideograma (ver figura 5).

Asociados con los pictogramas aparecen signos de una clase diferente, los ideogramas. Éstos son signos que representan ideas, cualidades, acciones y algunas veces objetos, ninguno de los cuales puede representarse directamente por medio de un pictograma, pero que sí puede serlo por medio de la sugestión. En tanto que los pictogramas son copias de la naturaleza, los ideogramas son creaciones nuevas que estimulan las facultades inventivas de sus autores (Moorhouse, 1978: 27-28).

Al hablar de sugestión, el autor se refiere a lo que puede entenderse como un indicio, debido a que sugiere algo sin que esto pueda ser entendido de manera literal. Es decir que aparte de la idea que se quería representar, ésta iba ligada a una intención particular. Si se compara al pictograma con el ideograma en su forma, ambos son trazos simples y abstractos, la diferencia radica en su estructura ya que uno es aislado e individual; y el otro hace uso de la unión de dos o más elementos. Conceptualmente el pictograma trata de apegarse más a la realidad del objeto mientras que el ideograma simplemente trata de capturar la esencia significativa de dicho elemento.

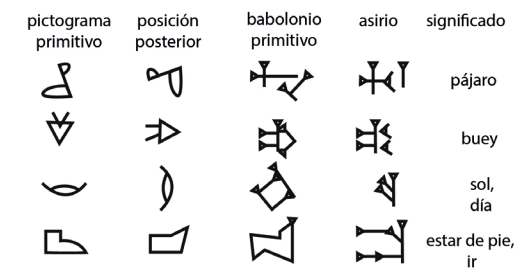


Fig. 5 Evolución de ideogramas a una forma de escritura cuneiforme. Imagen descargada de monografias.com

Ahora, sí el hombre ya contaba con métodos de representación como lo eran los pictogramas e ideogramas ¿qué lo llevó a la creación de sistemas de escrituras más detallados? Apuntando de nuevo, se puede decir que fueron sus crecientes necesidades las que hasta cierto punto obligaron al individuo a ir más allá en su forma de escritura, con la ventaja de que ahora ya contaba con la concepción y elaboración de trazos simples para una representación más detallada. Y es aquí en donde se aborda a las civilizaciones antiguas.

## MESOPOTAMIA: UNA CONQUISTA CULTURAL

1.4.2

Conforme se aprende la historia de la humanidad, se nota que ésta ha sido definida por guerras y conquistas (geográficas, territoriales y culturales), llegando a observarse la supremacía y dominio que unas culturas han ejercido sobre otras. Es en esa dirección donde se voltea la mirada hacia Mesopotamia.

El paso de una cultura aldeana a una alta civilización ocurrió después de que los sumerios llegaron a Mesopotamia casi al final del cuarto milenio a.C. [...] Así como el desarrollo de las tecnologías en Mesopotamia fue importante para el futuro de la raza humana, la contribución de los sumerios para el progreso social e intelectual tuvo efectos trascendentes sobre el futuro (Meggs, 2000: 5).

Es evidente que no bastaba simplemente con el desarrollo tecnológico en los aspectos más esenciales o fundamentales para facilitar la vida de los habitantes de Mesopotamia, sino que tuvieron que llegar los sumerios para aportar adelantos en el aspecto cultural, específicamente en el caso de la forma de escritura, tal como lo menciona Meggs al decir que *“de las numerosas invenciones sumerias que abrieron a la gente el camino hacia la civilización, el que produjo una revolución en el orden social, el progreso económico, y el desarrollo tecnológico y cultural fue la escritura”* (2000: 5).

Es importante mencionar que algo que propició y desarrolló el sistema de escritura sumerio fue el mismo material que utilizaban para sus representaciones pictóricas (tablillas de barro y arcilla). Ahora, el hombre moderno cuenta entre sus soportes de escritura des-

de una hoja de papel hasta una pantalla táctil; sin embargo, al principio el material determinaba en gran parte la forma de escribir (ver figura 6). Para entender un poco acerca de ese proceso, Meggs hace una breve descripción:

La tablilla de barro se sostenía en la mano izquierda y los pictogramas se marcaban en la superficie con un punzón afilado de madera. A partir de la esquina superior derecha de la tablilla, se comenzaba a escribir las líneas cuidadosamente en columnas verticales. [...] Este sistema de escritura evolucionó con el transcurso de los siglos. En algún momento se organizó lo escrito en una cuadrícula de divisiones espaciales horizontales y verticales, pero de esta manera, en ocasiones los escribas manchaban la escritura al mover su mano a través de la tablilla. Alrededor de 2800 a.C. los escribas cambiaron la posición de los pictogramas y comenzaron a escribir en renglones horizontales de izquierda a derecha y de arriba hacia abajo. Esto facilitó la escritura, y con ello los pictogramas fueron menos literales. (2000: 6)



Fig. 6. Ejemplo de tablilla de barro con incisiones de escritura cuneiforme. Imagen descargada de dokumentalistas.com

Esto es relevante e imprescindible de analizar, dado que se observa cómo en ocasiones la función supera a la forma, y aunque no se analiza una cuestión de legibilidad en este momento, es necesario hacer una anotación particular: la escritura estaba subordinada al soporte y a la ergonomía. Se detecta que tuvo que adaptarse, y por consiguiente, la posición de los mismos signos se tuvo que modificar. Sin embargo, al realizar un cambio en la herramienta que generaba dichos signos, estos sufrieron una modificación estructural, llegando a concretarse o sintetizarse aún más. Justo como se puede leer a continuación:

Aproximadamente 300 años después la escritura se hizo más rápida al reemplazar el punzón afilado por uno con extremo triangular. Éste se empujaba en la arcilla en lugar de arrastrarlo sobre ella. Los caracteres ahora se componían de una serie de trazos en forma de cuña más que de una línea continua dibujada. Esta innovación cambió radicalmente la naturaleza de la escritura: los pictogramas evolucionaron a una escritura de signos abstractos que ahora se conoce como cuneiforme (del latín “forma de cuña”). (Meggs, 2000: 6)

Otro punto de interés es el que hace referencia al nombre con que se denominaban estos sistemas de escritura primitivos. No se puede afirmar que los sumerios reconocían su propio sistema de escritura como cuneiforme, debido a que ese término se utilizó posteriormente como lo acabamos de leer. Todas las cosas deben ser nombradas para ser reconocidas, y en el caso de los sistemas de escritura, su nomenclatura dependía de rasgos esenciales como las características de sus signos o del orden que ocupaban dentro del mismo sistema. Erróneamente, a estos sistemas de escritura muchas veces se les denominan alfabetos, siendo que etimológicamente (es decir, el significado real de la palabra) esa

definición sólo puede ser aplicado al sistema griego – latino.

En la última etapa de la civilización sumeria, ocurrió una **bifurcación** en el desarrollo de la escritura cuneiforme, lo que dio paso a nuevos sistemas, al respecto Meggs señala:

El despertar del idioma gráfico, el magnífico obsequio al futuro de la humanidad que fue la escritura, se difundió hacia Egipto y Fenicia. Los egipcios desarrollaron una escritura compleja basada en pictogramas, y los fenicios reemplazaron la complicada escritura cuneiforme por signos fonéticos más sencillos. (2000:10)

Al final de esta época se ubica un avance en dos áreas: la primera está dirigida hacia aspectos gráficos, y la segunda se enfoca al surgimiento de aspectos verbales y gramaticales, siendo de especial interés el estudio de la escritura egipcia.

## EGIPTO Y EL PREDOMINIO DE LA IMAGEN 1.4.3

Hablar de los egipcios y de su aportación a la escritura, es hablar de una civilización íntimamente familiarizada a las formas y los colores. Quizás ésta es la mayor característica diferenciadora en su sistema de escritura; puntualmente se dice que “A diferencia de los sumerios, quienes sustituyeron su escritura pictográfica por una cuneiforme abstracta, los egipcios conservaron su sistema de escritura – dibujo, llamada jeroglífica (del griego “tallado sagrado” después del egipcio “las palabras de dios”)”. (Meggs, 2000:10)

De la misma manera, Fischer hace un análisis puntual a cerca de la escritura egipcia reforzando la idea del autor anterior:

Si bien parece evidente que la idea de la escritura fue tomada de los sumerios, [...] es igualmente claro que el sistema egipcio era profundamente distinto tanto en la forma como en el uso que se le dio. La escritura sumeria, igual que la de Egipto, empleaba originalmente pictogramas que no sólo representaban la cosa pintada sino que se usaban también en forma puramente fonética (2001:63-64)

Es oportuno decir que; de manera visible, el individuo y sus mismos sentidos han estado ligado desde el principio a los aspectos verbales – visuales; entendiéndose como complementos el uno del otro. Una notable y marcada diferencia en los **jeroglíficos** es la que denota una representación pictórica por encima de la abstracción y la simplificación, es decir, que los egipcios prestaban más atención a las formas y sus detalles (ver figura 7) “se ha observado que en lugar de convertirse en abstracciones irreconocibles, como en el caso del sumerio, esas formas fueron haciéndose cada vez más naturalistas y precisas”. (Fischer, 2001: 67).



Fig. 7. Ejemplo de escritura jeroglífica. Representación de cómo se pudo percibir originalmente el diseño de los mismos (naturalista y llena de color). IA

Si se hiciera un comparativo con los códigos actuales que utilizan signos para representar emociones, se podría decir que los sumerios representarían las grafías (los signos como el punto, la coma, entre otros) y los egipcios representarían lo que se conoce como un emoticón (rostros antropomórficos de color amarillo representando emociones).

Ahora bien, aparte de su representación naturalista ¿Qué otra característica define al sistema jeroglífico? Al respecto, Fischer nos dice que *“La orientación normal del sistema jeroglífico [es particular], en donde los signos miran hacia la derecha y se leen hacia la izquierda”* (2001:63). Philip B. Meggs complementa lo que menciona Fischer al describir oportunamente que:

La flexibilidad en el diseño de los jeroglíficos se fue incrementando por la opción de la dirección de la escritura. Una comenzaba a partir de la dirección en que las criaturas miraban. Las líneas se podían escribir tanto horizontal como verticalmente, de modo que el diseñador de un artefacto o manuscrito tuviera cuatro opciones: de izquierda a derecha horizontalmente; de izquierda a derecha en columnas verticales; de derecha a izquierda horizontalmente, y de derecha a izquierda en columnas verticales. (2000:12)

Es atrayente el estudiar o analizar el código que describe signos alfanuméricos para la representación de emociones, comparándolo a las riquezas estructurales que ofrecían los jeroglíficos. En ambos casos, la función se adapta a la forma (caso diferente con los sumerios en donde la función decretaba la forma) o a la estructura. Ejemplo de ello puede observarse en la clásica representación de un “rostro feliz” que se genera al unir el signo de dos puntos y un paréntesis.

Así como en los jeroglíficos, en donde el orden de los factores no alteraba el mensaje; retomando el ejemplo del rostro feliz; si se escribe el paréntesis de cierre después de los dos puntos, se obtiene la representación abstracta de un rostro feliz, pero si se escribe un paréntesis de apertura antes de los dos puntos, dará exactamente el mismo resultado. La variación se dará en la forma de desciframiento, pero no en la idea (o en este caso: en la emoción que se representa).

El sistema jeroglífico se apoyó de signos fonográficos (signos con sonido), pictográficos e ideográficos Meggs( 2000). Fischer señala que *“Los egipcios, hasta el final del periodo faraónico en 342 a.C., se las arreglaron con un poco más de cuatrocientos [caracteres], y el significado de muchos de ellos era evidente”* (2001:66).

Finalmente, y a pesar de la aportación gráfica que significa el sistema jeroglífico, su escritura no llegó a trascender en el ámbito de lo verbal – gramatical, en ese punto se menciona que:

La escritura en sentido estricto no llegó a ser una de las exportaciones culturales importantes de Egipto. Aparte de la influencia de los jeroglíficos y el principio acrofónico en el alfabeto pictográfico del antiguo cananita, y la derivación egipcia de unas pocas letras del alfabeto copto, el sistema jeroglífico de escritura desempeñó sólo un papel muy pequeño en la evolución posterior de las escrituras del mundo. (Fischer, 2001: 72)

Es decir que más que una aportación lingüística – verbal, los símbolos egipcios aportaron una riqueza en el campo gráfico – visual. Esto es muy importante y relevante al analizar un código actual basado en elementos icónicos –emocionales.

## LAS RUNAS: UN CÓDIGO MÍSTICO

1.4.4

En la actualidad, al escuchar la palabra runa (y casi de manera automática) vienen a la mente conceptos como magia, misticismo, entre otros. Si para la mente humana esto resulta atractivo, lo cierto es que a este sistema de escritura se le ha encasillado y limitado al grado de reducirlo a cuestiones netamente adivinatorias. Antonsen, al tratar de dignificar dicho sistema, menciona que *“La escritura rúnica no estaba más estrechamente relacionada con prácticas mágicas que cualquier otra de las escrituras originadas en el Mediterráneo, de alguna de las cuales deriva la escritura rúnica”*. (2001:127). Es decir que en sus orígenes, la escritura de la mayoría de los pueblos y civilizaciones estaba relacionada a prácticas religiosas o mágicas, entendiendo que la misma jugaba un papel incluso ritualista.

Los antiguos pueblos germanos concebían a la escritura rúnica verdaderamente como un sistema complejo de comunicación; entonces iniciando desde ahí *“Procederemos pues partiendo de la premisa de que la escritura rúnica, como cualquier otra escritura alfabética, fue creada como un medio de comunicación entre personas que no podían oírse, y de que podía ser y fue utilizada para todo tipo de comunicaciones”*. (Antonsen, 2001:130). Ahora bien, atendiendo a aspectos formales es importante aclarar el significado de la misma palabra runa, pues debido a ello es cómo surgió la ambigüedad y el concepto erróneo que se tiene sobre este sistema de escritura. Antonsen aclara este punto al derribar ciertas teorías acerca del significado del término:

Uno de los fundamentos más firmes de la teoría mágica de la interpretación rúnica ha sido la visión casi universalmente aceptada de que la propia palabra “runa” significaba en origen “misterio, secreto” y está emparentada con el alemán raunen, “susurrar”. Es preciso señalar ante todo que durante el periodo de las inscripciones más antiguas la palabra “runa” nunca significó “letra rúnica” sino más bien “inscripción, mensaje”. Y lo más importante, [...] Richard Morris demostró en forma convincente que “runa” no tiene nada que ver con “misterio, secreto” y deriva en cambio de una raíz indoeuropea que significa “rayar, grabar, hacer ranuras” y por consiguiente es simplemente una designación para la escritura. (2001:129)

Si la explicación de Richard Morris acerca del significado etimológico de la palabra runa es correcta, entonces tendría sentido y relación con la forma de denominación y nomenclatura que se utiliza comúnmente en los sistemas antiguos (teniendo en cuenta que en el caso de la escritura cuneiforme, el término se derivó por la forma de los signos al ser trazados con una herramienta especial). El hombre moderno puede escribir en una pantalla una serie de palabras o mensajes con el uso de un teclado, lo cual no supone mayor complejidad; sin embargo y como ya se ha mencionado, para los sistemas de escritura primitivos eran importantes el soporte y las herramientas de escritura, las cuales le daban su particularidad a cada uno de ellos.

Pero ¿Cuál es la aportación de las runas que ha de servir para un análisis de códigos actuales? En ese sentido, el mismo Antonsen declara que *“Algunas [...] inscripciones revelan procesos lingüísticos y runológico – ortográficos que marcan una transición del lenguaje de las inscripciones más antiguas hacia el lenguaje y el sistema de escritura de las más nuevas inscripciones escandinavas”* (2001:136-137). Se

muestra que este sistema estaba enfocado a cuestiones lingüísticas – verbales y que incluso se habla de cuestiones ortográficas, es decir que algunos signos servían para dar énfasis a ciertas expresiones; situación que resulta curiosa al compararla con los códigos emocionales actuales, en donde los signos se convierten en las expresiones mismas.

En cuanto a su estructura gramatical, Antonsen refiere que este sistema de escritura estaba ordenado de la siguiente manera:

El antiguo alfabeto rúnico germánico constaba de veinticuatro letras en un orden que difiere marcadamente del de las letras en todos los alfabetos, [...] los estudiosos han dedicado mucho esfuerzo a tratar de determinar la razón de esa secuencia única del futhark (así llamado por los estudiosos modernos por sus seis primeras letras; cf. “alfabeto”= alfa, beta). (2001:130)

Aquí es importante mencionar que, así como la palabra alfabeto que está compuesta por las dos primeras letras de su sistema; el conjunto de signos rúnicos siguió el mismo principio, aunque en este caso se trató de las primeras seis letras que lo conforman (ver figura 8).

Atendiendo a este principio, se determina que “Cada runa tenía un nombre que empezaba con el sonido que representaba (según el llamado principio acrofónico)” (Antonsen, 2001:138). Finalmente, se retoma la interrelación que existe entre los aspectos lingüísticos y visuales que aparecen en dichos sistemas antiguos, en este caso “Hay una correspondencia exacta entre el sistema vocálico del protogermánico y el sistema ortográfico del futhark”. (Antonsen, 2001: 134). Místico o no, lo cierto es que el sistema de signos rúnicos es un aporte valioso para la concepción de códigos emocionales actuales.

A l f a b e t o r ú n i c o							

Fig. 8 Conjunto de 24 caracteres rúnicos, donde se pone de manifiesto la forma y los nombres de los signos que lo conforman: Futhark. Imagen descargada de lasombradelpentaculo.blogspot

## CHINA: UNA ESCRITURA INDEPENDIENTE 1.4.5

Si existe una civilización a la que puedan atribuírsele grandes aportaciones a nivel cultural, definitivamente se tiene que reconocer a la civilización china. Su escritura es muy particular y realmente no ha sufrido muchas variaciones desde su concepción original. Al respecto, Keightley reconoce que “Los orígenes de la escritura en China son particularmente interesantes porque la alta alfabetización, la alta civilización y la excelencia estética han estado tan íntimamente combinadas” (2001:157).

Aquí entra a escena, un factor que hasta estos momentos no había tenido mayor relevancia y que sin duda es característico de este conjunto de signos: la estética. Entonces se puede hablar de un **sincretismo** entre función y forma, es decir que los signos (o sus trazos) tenían una forma definida o llamativa y eso no comprometía el mensaje.

Entre sus aportaciones, se habla incluso de una mecanización de la escritura a través de caracteres móviles (antecesor de la imprenta), algo que le daba una particularidad al momento de plasmar los trazos; Keightley refiere que:

Sus signos se grababan o se fundían sobre los sellos de madera, de cerámica o de bronce, [...] los caracteres se veían como tallados, porque los trazos no tenían modulación, siendo de ancho uniforme y de apariencia más bien mecánica y geométrica. La austeridad, la dignidad, el equilibrio y la simetría de los signos están bien expresados en los nombres tradicionales de la escritura. (2001:159)

Atendiendo a los orígenes de estos sistemas, se observa una diferencia entre otros pueblos y la concepción de la escritura china: “Prácticamente no hay duda de que la escritura china es enteramente indígena. Su sistema de signos gráficos se desarrolló sin ninguna conexión genética con las formas de escritura sumeria, egipcia o hitita” (Keightley, 2001:167). El autor valora la autonomía e independencia de la representación de los signos de esta cultura.

Enfocándose en aspectos formales, se debe aclarar una situación que sin duda no se tiene contemplada al momento de referirse a este sistema, en donde Keightley explica que “La cuestión de la pictografía tiene su importancia porque incluso la temprana escritura china, como escritura, era **logográfica** y no, como se afirma con frecuencia, **ideográfica**”. (2001:170) (ver figura 9)

Esto es relevante ya que se habla de una representación icónica de dos elementos, donde la nueva palabra formada adquiriría un significado; pero ¿Qué representaba esto?



Fig. 9 Muestra clara de la evolución ideográfica en la escritura china. Se observa como a partir de conceptos se llega a una sintetización en la forma de representación. Imagen descargada de jazminvasquez0.blogspot.mx

Una de las mayores dificultades para el desciframiento de las inscripciones tempranas deriva precisamente de esa “vaguedad” del sistema de representación gráfica y de la irregularidad con que los primeros escribas equipaban, por así decirlo, sus desnudos símbolos fonéticos con vestiduras semánticas. (Keightley, 2001:172)

Para entenderlo de manera práctica, es como cuando se utilizan dos palabras como cama + león y se forma la nueva palabra: camaleón. Sólo de manera fonética se cumple una función, aunque no de manera conceptual. Lo mismo sucede con las palabras sol + dado = soldado.

## EL ALFABETO ROMANO: EVOLUCIÓN HASTA NUESTROS DÍAS

La confusión inherente a un sistema de ese tipo se resolvía de dos maneras: primer, por la estandarización de la forma fonética elegida para escribir una palabra determinada, y segundo, por el desarrollo, en una etapa de otro principio de formación de signos - la escritura de signos compuestos. [Es decir que] el clasificador semántico funcionaba como ideograma, porque indicaba la idea, no la palabra. (Keightley, 2001:173)

Desde entonces, los chinos mostraron una preocupación para lograr ese sincretismo entre imagen y palabra, ya que detectaron cuan peligrosa resultaba la ambigüedad al momento de la interpretación.

Los estudiosos chinos han denominado hui yi, “combinar el significado”, a lo que a primera vista parece ser otro principio de formación de signos. Los signos tradicionalmente asignados a esta categoría [compuesto fonético+ semántico] estaban contruidos de acuerdo con lo que podríamos llamar principio componencial, la capacidad de combinar elementos semánticos y elementos gráficos a fin de crear signos nuevos para registrar diferentes palabras. [...] A diferencia de los signos sumerios, los signos chinos rara vez parecen haber tenido múltiples valores semánticos y valores fonéticos radicalmente diferentes. (Keightley, 2001:174)

Realizando una comparativa en el caso de los códigos emocionales actuales, se ha determinado que estos no cumplen funciones gramaticales o verbales, puesto que no se puede denominar a la unión de una coma y un paréntesis, o la unión de la letra X con la letra D (solo por escribir algunos ejemplos).

En ese sentido, los rasgos que comparten con los antiguos símbolos chinos y su formación es que: la elección de los signos alfanuméricos, en este código emocional, está determinada por la idea o emoción que se desea transmitir, sin que necesariamente lleven un

orden o sentido lógico; como se ha mencionado anteriormente, la función se adapta a la forma.

Finalmente, se puede determinar que cada cultura ha hecho grandes aportaciones a lo que se conoce y se entiende actualmente como un sistema de escritura complejo como lo es el alfabeto. Algunas han dado herramientas gráficas, otras lo han hecho en la cuestión lingüística, fonética y verbal; pero sea cual sea el caso, lo importante es reconocer las particularidades que han generado el sistema de escritura actual en occidente y los signos que son una herramienta auxiliar en la elaboración de nuevos códigos.

A continuación se hablará del alfabeto grecolatino, y la importante influencia que ejerce en el sistema de escritura actual, además de los signos que conforman el abecedario.

En la época actual es natural que el individuo utilice los diferentes caracteres con los cuales escribe diariamente, esto se puede observar desde un breve mensaje de texto hasta una carta. Debido a la cotidianidad y al convencionalismo es común que para el ser humano no sea importante conocer su origen. Frutiger menciona que “*La escritura siempre ha sido uno de los más importantes vehículos de la cultura. Más que la economía, el derecho y las ciencias*” (2005:108). Como menciona el autor, se determina entonces que la escritura es algo necesario y elemental para el desarrollo de la cultura.

En apartados anteriores se ha mencionado acerca de sus orígenes y sus características. Teniendo dicho antecedente, es momento de abarcar los aspectos formales que engloban al alfabeto. Empezando por un aspecto formal y etimológico se determina que la palabra alfabeto está compuesta del griego, alfa y beta que es una serie de símbolos visuales simples que representan sonidos elementales.

Existen varias teorías sobre algunos especialistas que son tomadas como los inicios del alfabeto, el cual se basa del lenguaje cuneiforme, los jeroglíficos, los signos geométricos, prehistóricos, y las primitivas pictografías.

En este tema se tocará el alfabeto romano que constaba al principio de 23 letras y con el paso del tiempo se agregaron más y dio un total de 29 letras, éste se ha usado durante

aproximadamente 3000 años. El alfabeto romano llegó a Grecia por medio de los etruscos, un pueblo primitivo que tuvo su origen en los siglos VII-VI a. c. Meggs menciona que el sentido de la escritura actual es horizontal, aunque al principio fue de derecha a izquierda, y posteriormente se cambió de izquierda a derecha, sin embargo existían lenguas que no tenían sistema propio de escritura por lo que adoptaron el alfabeto romano. Actualmente, algunas culturas conservaron la forma anterior como los japoneses y chinos.

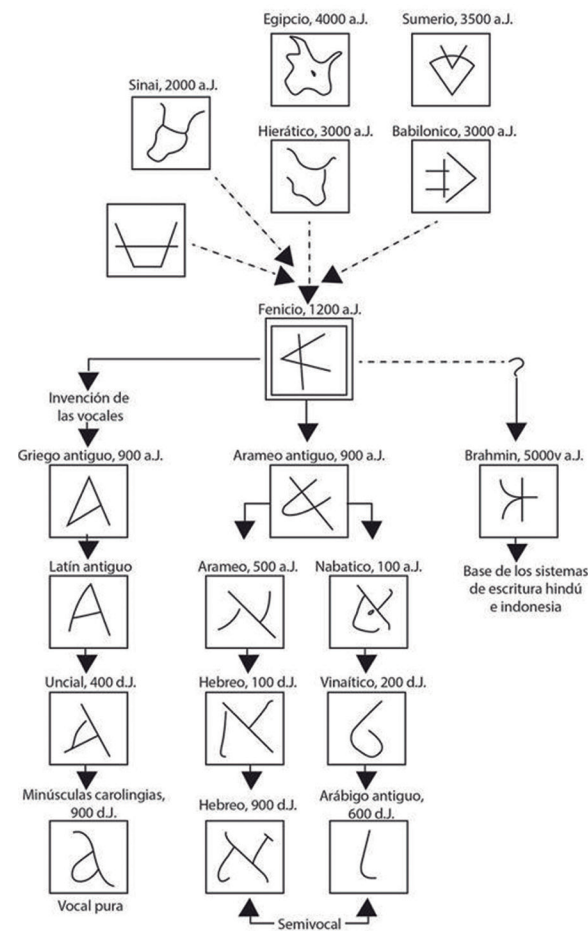
El alfabeto romano es el más usado universalmente. A medida que Roma se convertía en un imperio mundial, asimilaba los logros y descubrimientos de los pueblos que conquistaba, especialmente de los griegos. Estos logros, a su vez, los esparcieron por todo el imperio desde Bretaña hasta Egipto y desde el Atlántico hasta Mesopotamia. El antecesor de los alfabetos fue el fenicio, debido a que se convirtió en la forma de diseño para los lenguajes visuales en el mundo. El nombre del alfabeto moderno se basa principalmente en el latín. (Meggs, 2000)

Como se puede apreciar en la imagen (ver figura 10 y 11) nuestro alfabeto actual no fue algo que surgiera de forma rápida o precisa, pues comenzó por un proceso en el cual se conceptualizó y ahí fue tomando poco a poco a las letras que hoy se conocen además.

Con la ayuda del alfabeto romano crearon enunciados que necesitaron de elementos que

dieran más sentidos a la oración y le dieran más énfasis, estos son conocidos como los signos ortográficos.

Desarrollo del signo fonético A. Resumen gráfico



Fuente: "Signos, símbolos, marcas, señales". Adrian Frutiger.  
Fig. 10 En esta imagen se muestra el desarrollo del signo fonético.  
Imagen descargada de fbcdn-sphotos-g-a.akamaihd.net

Egipcio	Proto-sinaítico	Fenicio	Griego arcaico	Griego clásico	Romano
𐀀	𐤀	𐤀	Α	Α	A
𐀁	𐤁	𐤁	Β	Β	B
𐀂	𐤂	𐤂	Γ	Γ	G
𐀃	𐤃	𐤃	Δ	Δ	D
𐀄	𐤄	𐤄	Ε	Ε	E
𐀅	𐤅	𐤅	Ζ	Ζ	Z
𐀆	𐤆	𐤆	Η	Η	H
𐀇	𐤇	𐤇	Θ	Θ	Θ
𐀈	𐤈	𐤈	Ι	Ι	I
𐀉	𐤉	𐤉	Κ	Κ	K
𐀊	𐤊	𐤊	Λ	Λ	L
𐀋	𐤋	𐤋	Μ	Μ	M
𐀌	𐤌	𐤌	Ν	Ν	N
𐀍	𐤍	𐤍	Ξ	Ξ	Ξ
𐀎	𐤎	𐤎	Ο	Ο	O
𐀏	𐤏	𐤏	Π	Π	P
𐀐	𐤐	𐤐	Ρ	Ρ	R
𐀑	𐤑	𐤑	Σ	Σ	S
𐀒	𐤒	𐤒	Τ	Τ	T
𐀓	𐤓	𐤓	Υ	Υ	Υ
𐀔	𐤔	𐤔	Φ	Φ	Φ
𐀕	𐤕	𐤕	Χ	Χ	Χ
𐀖	𐤖	𐤖	Ψ	Ψ	Ψ
𐀗	𐤗	𐤗	Ω	Ω	Ω
𐀘	𐤘	𐤘	Σ	Σ	S

Fig. 11 En esta imagen se ve como se pasa del alfabeto fenicio al romano. Imagen descargada de proel.org

## SIGNOS ORTOGRÁFICOS 1.5.1

Son todas aquellas marcas gráficas que, no siendo números ni letras, aparecen en los textos escritos con el fin de contribuir a su correcta lectura e interpretación. Cada uno de ellos tiene una función propia y unos usos establecidos por convención.

También los caracteres ortográficos nos permiten indicar en la escritura la pronunciación de las palabras, la entonación, las pausas de las frases, entre otros, haciendo más fácil

y ágil la lectura de los textos y, por tanto, su comprensión.

Cabe mencionar que como todo proceso de evolución los signos ortográficos pasaron por diversas etapas y transformaciones, dependiendo de las necesidades de cada era Millán (2013) enuncia que desde los **amanuenses** de la Edad Media probablemente ya se realizaban de manera convencional pero no de forma estandarizada, cambios al momento de escribir puesto que no contaban con elementos que optimizará el orden o la intención de las ideas.

Estos signos han permitido mediante su transformación y estandarización el uso adecuado de las marcas lingüísticas del ser humano, dando como resultado el logro de sus objetivos dentro de la comunicación.

Conforme fue cambiando el contexto las personas han tenido la necesidad de darse a entender a los demás de diversas formas, de manera hablada, figurativa o escrita, pero particularmente en la escritura es indispensable saber si lo que se redacta es entendido por el lector, pues al carecer de entonación o gestos que hagan saber el tono en el que se dicen las cosas, puede llegar a ser un problema a la hora de leer. Pero ese problema fue de algún modo solucionado gracias a la invención de los signos de puntuación pues como se menciona en un artículo de la revista Algarabía; "Desde hace siglos, expertos han realizado propuestas y contribuciones a la lengua escrita según lo que consideran pertinente y necesario, enriqueciéndola y convirtiéndola en una vía más cercana hacia la comprensión del lector". (Millán 2013, [en línea] párr 29)

El mismo autor hace mención a que aún cuando se han presentado propuestas de cambios dentro de los signos de puntuación a lo

largo de la historia, no todos logran permanecer vigentes dentro de la lengua, como el caso de la propuesta del inglés Henry Denham en 1580, quien propuso la oficialización de un nuevo signo de puntuación de forma muy similar a la de un signo de interrogación invertido y que indicará cuando una pregunta fuera tipo **retórico**. Pero dicha marca no logró permanecer activa, por la falta de aceptación para considerarse oficialmente como parte de los signos universales.

Para finales del siglo XIX, se retomó dicha propuesta por el poeta francés Alcanter de Brahm, quien en su *Ostensoir des ironies* (Custodia de las ironías) y creó el signo de ironía (ver figura 12).

Con varios siglos después retomando la idea por Hervé Bazin en *Plumons l'Oiseau* (A coger el pájaro, 1966), obra en la que además de rescatar la propuesta de Brahm y Denham a la que también representa con un signo de



Fig. 12 Signo de la ironía. Imagen descargada de Algarabía.com



Fig. 13 Propuesta de puntuación Bazin, publicada en su Plumons l'Oiseau (A coger el pájaro, 1966): signos de afección, aclamación, autoridad, certeza y duda. Imagen descargada de Algarabía.com

interrogación invertido, lanza cinco caracteres más para complementar las finalidades de la lengua escrita (ver figura 13).

También otro precursor, el publicista Martin Speker, quien crearía un símbolo el *interrobang*, que indicaba que una pregunta incluía una reacción de sorpresa al fusionar, precisamente, los signos de interrogación y de admiración (!?) igual que las primeras, terminó por desaparecer (ver figura 14).

Como menciona la revista Algarabía, se ha visto que desde tiempo atrás la gente ha aportado la creación de nuevos signos por los cuales estos siguen transformándose y generando nuevas creaciones, cubriendo necesidades y abriendo oportunidades para que nuevos recursos gráficos se introduzcan en la lengua escrita, y dependan de la aceptación para que estos sean reconocidos oficialmente de forma convencional. (Algarabía, Millán 2013 [en línea] párr 66)



Fig. 14 Imagen del interrobang. Imagen descargada de Algarabía.com

## SIGNOS PUNTUACIÓN

1.5.2

Los signos de puntuación son herramientas que le dan expresividad y entonación a un texto, de no usarlos sería difícil comprender lo escrito y dificultarían la lectura. A pesar de eso necesitaron pasar unos 15 siglos para enfrentarse en separar las oraciones. En la Edad Media escribían las frases en líneas separadas, más tarde se les ocurrió emplear la coma y el punto, posteriormente usaron la mayúscula inicial, los paréntesis, la separación en párrafos, hasta llegar a la gran variedad de signos mismos que se usan en la actualidad.

El uso de comas (,), puntos (.)(:), comillas (“”), signos de interrogación (¿?) o exclamación (!), paréntesis () y demás, le otorga vida y claridad a un escrito. De este modo estas herramientas pasan a ser una representación gráfica de nuestros gestos, miradas, señas o entonaciones que se hacen al hablar y que le dan sentido y significado a lo que se quiere dar a entender. Hablando se entiende de inmediato el enojo o la alegría, el sarcasmo, la tristeza, hasta se puede llegar a captar una mentira con sólo observar a la persona, pero todos estos elementos desaparecen dentro de un texto.

La coma (,) y el punto (.) son los signos que dividen a una frase con mayor o menor fuerza respectiva, estos caracteres sirven para diferenciar dos procesos fundamentalmente distintos que son la lectura oral y silente (entendiéndose esta como la lectura callada). Los dos puntos (:) es una figura con doble significado; una es al final de la frase y la otra introduce a lo siguiente idea. El paréntesis ( ) es el que permite aislar escritos aclaratorios. El guión (-) ofrece dos opciones de significados, en una sirve para separar una palabras y en otro caso las agrupan. (Frutiger, 2005)

Yenerich menciona sobre el origen del signo de interrogación (?) nace de la palabra en latín *questio* (pregunta), palabra que luego se abrevió como *Qo*. Esto indica que en la antigüedad se agregaba *Qo* para representar una pregunta. Más tarde, esta abreviatura dio lugar al signo de interrogación tal como se conoce, lo que hacían era dibujar una “Q” mayúscula encima de una o minúscula, intentándolo se podrá ver cómo se asemeja al signo de interrogación contemporáneo.

Otra teoría como señala la autora Yenerich (2013) dice que el signo de interrogación surgió durante el siglo XIX y proviene de la costumbre de agregar sobre el punto final de la oración una pequeña curva vertical. La curva representaba la entonación de una pregunta.

El signo de admiración (!) tiene un origen en la exclamación del latín *io*. Ésta era una expresión de alegría. Pronto se la abrevió colocando la *I* (i mayúscula) sobre la *o* minúscula. Fácilmente se puede reconocer a la ‘i’ sobre la ‘o’ como un palito sobre un punto, tal como el signo de admiración.

En un principio se empleaba sólo el signo al final, el de cierre, tanto para el de exclamación como para el de interrogación, incluso años después de que la Real Academia, en 1754, declarara que se debía iniciar con el signo de apertura.

En la actualidad el hecho de que hoy se encierre una pregunta o una exclamación dentro de dos signos no fue por una necesidad, se debió a una imposición. Actualmente, con el uso de Internet, msn, mensajes de celular etc, se tiende a la brevedad y es una herramienta que facilita los tiempos de escritura, por lo que informalmente se omite el signo de apertura. También, el diseño de los signos varía de acuerdo a la tipografía en la cual es

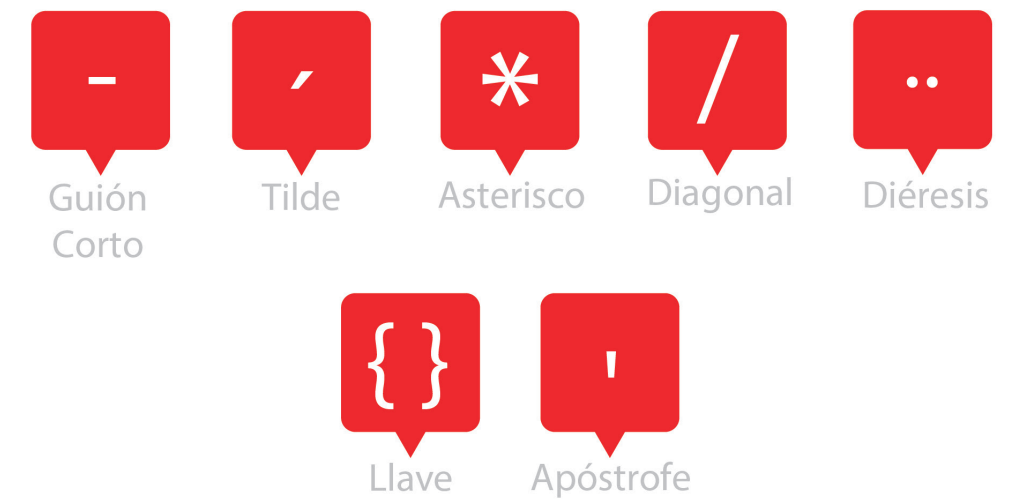
usada además que varía de acuerdo al idioma en el que es escrito, como el acento, que varía su forma de acuerdo con sus propias reglas. Frutiger (2005)

Como en el francés los acentos cambian su posición y además se le agregan diéresis para más énfasis en su pronunciación. De acuerdo con la oficialización de la RAE, existen once signos de puntuación básicos:



## SIGNOS AUXILIARES 1.5.3

Sus funciones son muy variadas y se explican en las entradas correspondientes a cada uno de ellos y son: apóstrofo (') Para indicar, en ediciones actuales no modernizadas de textos antiguos y no debe confundirse con apóstrofe que es una figura literaria, asterisco (\*) se coloca en la parte superior del renglón, barra (/) se utiliza para separar la mención de día, mes y año en la expresión numérica de las fechas, diéresis (¨) se coloca sobre la u para indicar que ha de pronunciarse de manera separada a la vocal que la sucede, llave ({}), tilde (´) la tilde recibe también los nombres de acento gráfico u ortográfico. (Real academia española 2013 [en línea])



## SIGNOS MONETARIOS

1.5.4

Consiste en la inicial de la unidad de moneda nacional, y suele cruzarse con un trazo o con dos, esto como indicativo en algunos casos de estabilidad en su moneda y a su vez como simplificación de un emblema histórico.

La historia de los símbolos monetarios abarca infinidad de símbolos alrededor del mundo; pues existen 14 aproximadamente, pero los cuatro más conocidos son los siguientes:

**El Euro:** que es considerado uno de los símbolos más importantes debido a estabilidad y su cuidadosa construcción, se inspira en la letra ε (épsilon) del alfabeto griego, haciendo referencia a la inicial de Europa.

**El Yen:** es la moneda utilizada en Japón se pronuncia 'en' y su símbolo ha sido latinizado es ¥, pero en el Japón se representa con el carácter 円 (que significa redondo). La palabra "yen" (ien) proviene de los norteamericanos, que comenzaron a llamar así a la moneda nipona (haciendo referencia al culto de Japón). La escritura en letras romanas, con Y, proviene de la romanización (o latinización).

**La libra:** se trata de la divisa más antigua del mundo en mantenerse, principalmente su símbolo hace referencia al peso que era utilizado de una Libra Torre de plata esterlina por eso el nombre de libra esterlina. El símbolo se deriva de la letra "L", de la abreviación LSD – *librae, solidi, denarii* – usada para las libras, **chelines** y **peniques** del sistema monetario duodecimal original de Inglaterra.

**El peso o dólar:** Quizás el más famoso y reconocido de los símbolos monetarios, el que

representa indiscutiblemente el dinero, tomado prestado por los estadounidenses teniendo en cuenta que el símbolo no les pertenece, sino que lo han tomado prestado desde hace mucho tiempo. La historia de este símbolo abarca un aspecto más amplio dentro de la historia, por esto mismo, se cita el artículo de Dinero Arte quien da su explicación:

El peso fue originado como unidad monetaria en 1497. En aquel entonces España descubría América rompiendo la mítica barrera del Atlántico. Tan mítica que había quedado simbolizada en dos columnas o pilares, uno en Gibraltar y otro en Ceuta, las llamadas columnas de Hércules. Más allá de esas columnas, la nada. El descubrimiento de América rompió esa barrera; España se enriqueció de la noche a la mañana, y el emblema del escudo español cambió: "PLUS ULTRA" o "Más Allá"... más allá de los pilares de Hércules, ese hito que transformó a España en potencia mundial. (...) las monedas de Peso poseían dichas columnas adornadas con una cinta serpenteante con la leyenda plus ultra. El Peso mexicano fue la moneda de curso legal en los Estados Unidos desde 1785, y junto con el dólar estadounidense, desde 1792 hasta 1857. Su equivalencia entonces era de un Peso mexicano por un dólar estadounidense. Y precisamente del Peso español procede el símbolo del dólar, \$, que no es otra cosa que una simplificación de las columnas de Hércules y la banda con la inscripción "Plus Ultra". Los españoles siguieron usando dicho escudo hasta la desaparición de la Peseta (palabra derivada de Peso) con la llegada del Euro. (DineroArte, 2009)



## SIGNOS NUMERALES

1.5.5

La historia de los números es extensa y antigua aunque no se sabe con certeza cuánto tiempo hace que los humanos comenzaron a usarlos pero lo que sí se puede asegurar es que su origen se dio en la India por medio de los árabes que desde el principio el hombre necesitó palabras para expresar cantidades desde contar cuántas personas había en una cueva, que distancia necesitaba para el próximo río, etc. Los tres primeros fueron 1, 2 y 3 y se originaron con simples rasgos horizontales cada uno de los cuales tenía el valor de una unidad y una forma cursiva de la escritura fue la que condujo a que se unieran y así los ideogramas comenzaron a hacer su función (Moorhouse, 1978) (ver figura. 15).

Como principal punto de partida para la consideración de los números arábigos fue distinto e independiente del alfabeto romano e incluso, cuando ambos presenten hoy cierto parecido familiar. (Frutiger, 2005).

EGIPCIOS	I II III IIII                     0 e 8
BABILÓNICOS	∟ ∟∟ ∟∟∟ ∟∟∟∟ ∟∟∟∟∟ ∟∟∟∟∟∟ ∟∟∟∟∟∟∟ ∟∟∟∟∟∟∟∟
ROMANOS (primitivos)	I II III IIII V VI VII VIII IX X C C10
CHINOS	一 二 三 四 五 六 七 八 九 十 百 千
INDOSTANOS	१ २ ३ ४ ५ ६ ७ ८ ९ ०
MAYAS	• ••••••• — 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 100 1000
ARÁBIGOS	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 100 1000

Fig. 15 Orígenes de los números arábigos. Imagen descargada de blogspot.com

## LOS SUMERIOS Y BABILONIOS 1.5.6

La gente habló durante muchos años antes de que se iniciara la escritura. Pasaron muchos años antes de existieran signos para los números. Los primeros documentos sobre los números escritos fueron hechos hace unos 5000 años en el valle asiático de Mesopotamia.

Unos 2000 años después, los Sumerios, que vivían en la misma zona, desarrollaron un sistema de escritura numérica conocido con cuneiforme (ver figura 16).

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
41	42	43	44	45	46	47	48	49	50
51	52	53	54	55	56	57	58	59	60
61	62	63	64	65	66	67	68	69	70

Fig. 16 Numerales de los sumerios y babilonios. Imagen descargada de aprendiendomatemáticas.com

## LOS EGIPCIOS 1.5.7

Los antiguos egipcios vivían en África. Como llegaron a ser muy prósperos, necesitaron escribir grandes números lo que provocó el desarrollo de un sistema que se extendiera hasta los millones. En cuanto a los símbolos usados, los egipcios escogían cosas de su entorno para simbolizar categorías de números en base diez. Mientras que en nuestro sistema numérico, los números se leen de izquierda a derecha, en contraparte los egipcios alternaban de izquierda a derecha en una línea y de derecha a izquierda en la siguiente de las mismas maneras que araban sus campos (ver figura 17).

EGYPTIAN NUMBERS	
1	(staff)
2	
3	
4	
5	
10	∩ (heel)
20	∩∩
30	∩∩∩
40	∩∩∩∩
50	∩∩∩∩∩
100	⊙ (coil of rope)
1000	🪷 (lotus flower)
10,000	☞ (pointing finger)
46,206	⊙ 🪷 ☞

Fig. 17 Numerales de los egipcios. Imagen descargada de aprendiendomatemáticas.com

## LOS CHINOS 1.5.8

Los números más antiguos que se conocen fueron usados por los chinos y luego, adaptados por los japoneses. El sistema contiene símbolos para los números del 1 al 9 y para las decenas, centenas y millares. Los chinos escribían verticalmente y leían de arriba abajo. En un número, el primer símbolo indicaba la cantidad del segundo símbolo y el tercer símbolo la cantidad del cuarto y así continuamente. Martín (2011)

Como se observa, la autora nos demuestra que las tres culturas ya mencionadas ocupan un sistema de numeración con sus respectivos cambios, el cual les servía para sus actividades en el comercio y en las diversas actividades que tenían (ver figura 18).

一	one 1 (yat)	二	two 2 (yik)
三	three 3 (saam1)	四	four 4 (sei3)
五	five 5 (ng5)	六	six 6 (luk6)
七	seven 7 (chat1)	八	eight 8 (baat3)
九	nine 9 (gau2)	十	ten 10 (sap6)

Fig. 18 Numerales de los chinos. Imagen descargada de aprendiendomatemáticas.com

Como se puede ver en la evolución de la escritura, el desarrollo de los signos fue algo tan beneficioso como el habla, ya que facilitó la comprensión del sentido, la intensión y la organización de las ideas de forma escrita. Cada uno de los tipos de signos mencionados anteriormente aportan características importantes en el desarrollo de la comunicación (oral o escrita), lo que dio como resultado la invención de medios impresos, audiovisuales y tecnológicos, conocidos como gadgets.

En el siguiente apartado se explicará a grandes rasgos la evolución de los medios de comunicación hasta llegar a la era virtual con la que el ser humano se desenvuelve, desarrolla y vive; lo que dio como resultado la creación de un lenguaje emocional por medio de signos de puntuación y alfanuméricos.



## Desarrollo de la tecnología como medio de comunicación



## DESARROLLO DE LA TECNOLOGÍA COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN

La comunicación ha formado parte importante del hombre desde sus inicios, como un instrumento que constituye a su naturaleza, y es mediante ese proceso comunicativo en donde trata de interactuar con todos los seres vivos que lo rodean, para estar en contacto y establecer unión entre ellos. Esto lo ha ido evolucionando paulatinamente desde la manera primitiva o natural, hasta las incontables formas que en la actualidad se tienen para transmitir mensajes.

Actualmente, el mundo se encuentra familiarizado con los avances de la tecnología, pues forma parte del diario vivir de toda persona, pero todos estos procesos de crecimiento tecnológico se han ido dando al pasar de los años y han propiciado incontables cambios a la evolución y desarrollo de los seres humanos. Se trata de un proceso evolutivo de comunicación, que ha crecido a la par de las exigencias que se presentan dentro de la sociedad, cubriendo las necesidades básicas de la misma comunicación en sí.

Esto trajo como resultado una amplia variedad de medios de comunicación, evolucionando imparablemente a la par del hombre, dando pie a que la comunicación avanzara para, posteriormente, conocerla como es ahora y del mismo modo, no imaginar la vida sin el uso de muchos de estos medios, la radio, el televisor, el teléfono, la computadora, por mencionar algunos, pues la necesidad de los mismos va incrementando rápidamente con

forme la tecnología avanza, dejando abierta la posibilidad de modificarse aún más las nuevas formas de comunicación.

Aunque actualmente parecería imposible vivir sin estar conectados mediante los llamados “nuevos medios” que se basan principalmente en el uso del internet, es importante reconocer que antes, no hace mucho tiempo, era menos necesario el hecho de estar en constante comunicación, pues las personas se las arreglaban para vivir y trabajar sin tener necesariamente una computadora o un teléfono móvil a su alcance. Pues bien, la incorporación del internet a estos medios dio un salto de calidad y de mayor cobertura, de modo que permite llegar a todas partes del mundo de manera casi inmediata.

En un principio los medios eran únicamente gráficos, pues para estar informados la gente debía comprar el periódico o tener al alcance un libro con el cual se extendiera su conocimiento. La imprenta fue uno de los acontecimientos de gran importancia dentro de este proceso evolutivo debido a que esto ayudó a establecer la democratización del conocimiento. Por ello, se abordará la evolución de los medios de comunicación como una pequeña reseña histórica que mostrará la importante evolución dentro de la comunicación. (ver figura 1).

## LA EVOLUCIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y SUS NECESIDADES

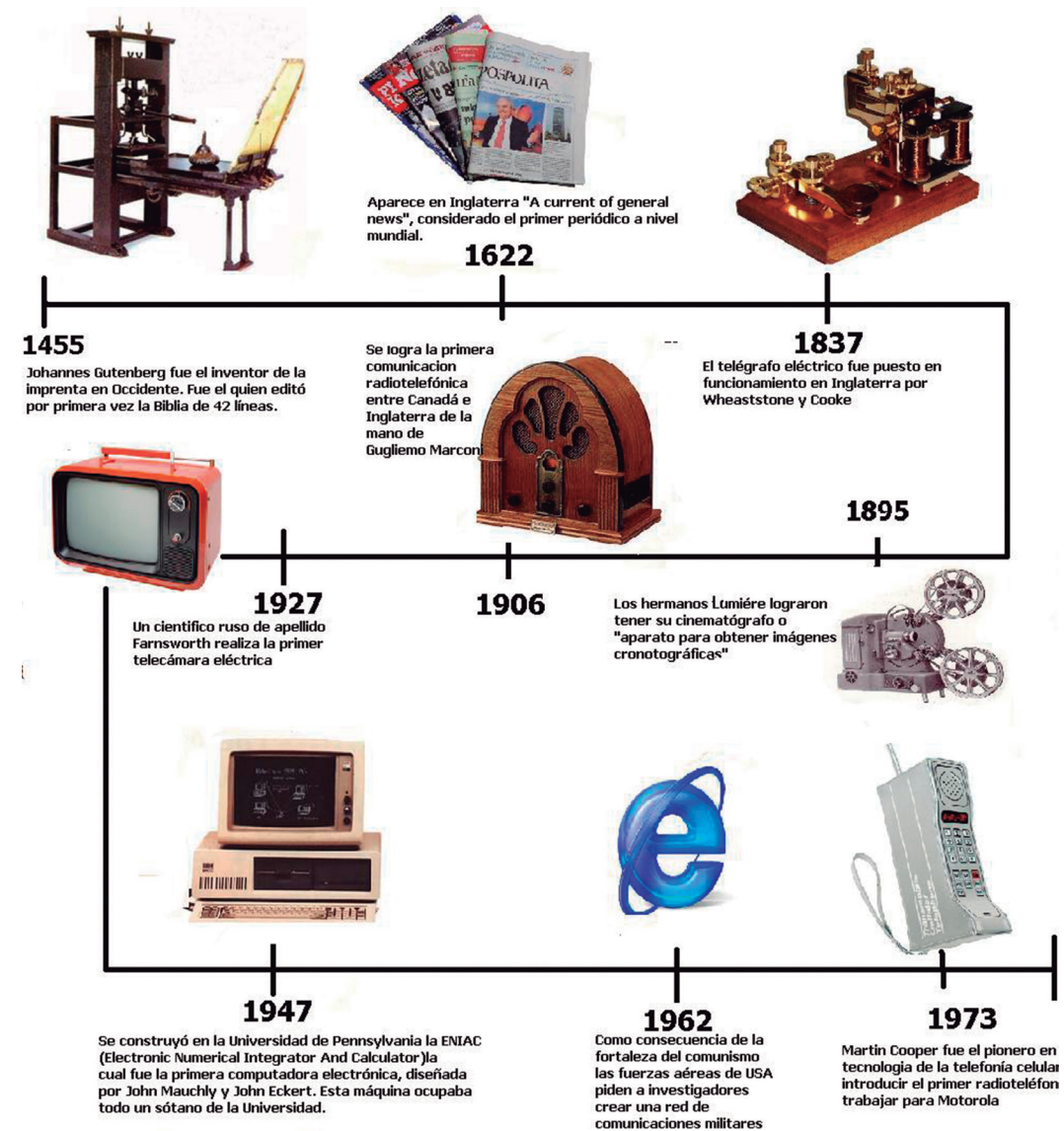


Fig.1 Ejemplo de la evolución de los medios de comunicación. Imagen descargada en Discapacidadestimulada.files

Desde los inicios de la escritura se dio un avance significativo con la forma de comunicación, lo que facilitó el transmitir mensajes de generación en generación, se trata de una tecnología casi perfecta cuyo principio básico como menciona Magnani "sigue siendo el mismo desde hace más de ocho mil años: representar un concepto por medio de una convención materializada en algún soporte, que permite referirse a algo que no necesariamente está presente". (2008)

Por lo cual se puede dar crédito a la importancia que juega la escritura plasmada en algún tipo de sustrato que facilite su movilidad o traslado, obteniendo de este modo un avance notable dentro de la invención del papel, pues dentro de los inicios de la escritura se conocen diferentes tipos de materiales usados para la transmisión de mensajes, papiros y arcillas en un principio, llegando de este modo a un sustrato de gran difusión en la antigüedad debido a la facilidad de su elaboración, así como también a la resistencia que tenía para conservarse; el papiro, que muy probablemente es el antecedente próximo al papel y posteriormente los códices, que eran pergaminos plegados y cocidos formando cuadernillos, los cuales datan del siglo II d.C. (Magnani 2008:55-64)

Sin embargo se habla de un verdadero proceso evolutivo a la aparición del soporte para la escritura, el papel, dándole este merito

debido a que se trata de un material liviano, maleable y fácil de producir. Que como menciona Magnani, "la historiografía oficial China cuenta que el eunuco Cai Lun, al servicio del emperador He de Han, en los primeros años del siglo II d.C. y quien fuera el inventor de un sistema de fabricación de papel".

Con esto se dio paso a la ampliación de este proceso alrededor del mundo, pues facilitaba y abarataba la comunicación, permitiendo que el conocimiento circulara de forma más eficiente. Dando también como resultado el siguiente paso dentro de la evolución de los medios: la imprenta, creada por Johann Gämsefleisch mejor conocido como Gutenberg, conocido en 1448 con la invención de sus tipos móviles cambiando los de madera por metal, y reconociendo como su primer fruto en 1449 su publicación de el *Misal de Constanza*, pero no fue hasta 1452 cuando se consagró como el inventor de la imprenta, al realizar su obra famosa *La biblia de Gutenberg*, obra que tendría características muy similares a las de los libros actuales. (Magnani 2008:70)

Esto dio paso a un avance dentro de los medios de comunicación impresos ya que se trataba de un sistema en el cual, el conocimiento ya no era de unos pocos sino se podía hacer llegar mediante impresos a cualquier persona, logrando con esto transmitir ideas, conocimientos y experiencias que servirían en

un futuro no muy lejano como libros de consulta que facilitarían el crecimiento dentro de la ciencia y la tecnología.

La comunicación en un principio fue avanzando lentamente, después de la escritura tomo algún tiempo para poder adquirir lo que en la actualidad se conoce, y para esto tuvo que pasar por otros procesos de creación de medios, uno de los cuales es conocido como semáforo, cuya función no era la que actualmente se le asocia, pues se trataba de un sistema de comunicación a distancia mediante señas llamado telégrafo óptico, cubriendo las necesidades de velocidad y la capacidad de transmitir mayor información, desarrollado por Claude Chappe, éste fue de gran avance pero el clima y otros factores en contra influyeron para que fuera dado de baja y sustituido en un futuro por el que sería su pariente cercano: el telégrafo.

Gracias a los avances obtenidos por el descubrimiento de la energía del vapor y de la electricidad, se da la llamada revolución de los medios del siglo XX, como mencionan Briggs y Burke, tomando en cuenta desde el ferrocarril con la máquina de vapor así como también los barcos o ferrocarriles acuáticos, que formaron parte fundamental en el desarrollo de la comunicación, pues se trataba de un medio de transporte no sólo de personas y mercancías sino también de cartas, un medio de comunicación indispensable en el ámbito tanto nacional como en el internacional, con su aceleración en 1840 se crea el primer sello postal del mundo, además de considerarse un atractivo objeto de arte, fue un invento importante del siglo XIX debido a la amplia utilización del envío y recepción de cartas mediante el correo, equivalente a la tasa postal uniforme en todo el mundo, cualquiera que fuera su destino(2006).

Posterior a esto, como se mencionó anteriormente, se da el primer progreso gracias al desarrollo y auge de la electricidad, en el siglo XVIII nace la telegrafía. Pero debido a que sus principales invenciones se produjeron de manera independiente y en distintos países en un proceso acumulativo, se determina que no tuvo un sólo inventor. Pero lo que sí es de importancia para este medio de comunicación fue la creación del código morse, diseñado en Estados Unidos por Samuel Morse, cuyos códigos consistían en puntos y rayas que podían leerse a cuarenta palabras por minuto y terminó usándose universalmente en la transmisión telegráfica. Se trataba de algo que iba más allá de lo gráfico en los que intervenían códigos de los que se debía tener conocimiento previo para su entendimiento.

Pero otro acontecimiento de relevancia dentro de los medios de comunicación fue la historia del teléfono en 1876, cuando Alexander Graham Bell patentó su aparato auricular de comunicación denominado: teléfono, término que dio a un método de comunicación puramente acústico. Este hecho se convertiría en el siglo XX, en una necesidad tanto en la oficina, como en el hogar y posteriormente con la aparición del teléfono móvil en la calle (ver figura 2).

Actualmente, sigue siendo un medio importante con el cual las personas se encuentran familiarizadas y hasta cierto punto dependientes, pues difícilmente se podría vivir sin tener comunicación telefónica, por cuestiones familiares, de trabajo, personales, sentimentales, entre otros, con la gran evolución que este medio tuvo para traspasar del teléfono de casa, al teléfono compacto, integrado por varias aplicaciones que lo hacen hoy en día uno de los medios con mayor popularidad y utilidad para el esparcimiento y de contacto inmediato entre las personas, y esto debido



Fig. 2 Ejemplo de la evolución del teléfono. Imagen descargada en vcalc.net

a la evolución que se ha ido dando entre los distintos grupos sociales.

Regresando a lo que es la evolución de los medios, ahora se hará referencia a otro punto importante dentro de la comunicación: la radio, hecho que como menciona Magnani, fue posible gracias a Marconi en 1895, pero fue hasta 1922 cuando comenzó a emitirse en Inglaterra el primer programa regular de radio.

Aunque tiene más que ver con la telegrafía que con la telefonía. Con la aparición del teléfono así como la radio, provocó gran impacto cuando se pudo transmitir la voz de

una persona a largas distancias en tiempo real, usado para transmitir mensajes en primera instancia informativos y hasta publicitarios, o información importante de gobierno, así como el telégrafo que durante la 1ª Guerra también se usó con fines militares, además de que trajo consigo un paso enorme a la evolución del periodismo. Probablemente no tenga el mismo auge que en el momento de su descubrimiento, pero es un hecho que actualmente sigue vigente como un medio de información y entretenimiento, por ser muy accesible y económico. Además de ayudar a enlazar comunidades en las que otros medios aún no llegan.

La radio trajo mucho ruido al mundo, y a pesar de que sus orígenes fueron distintos a los del cine, si hubo interacción entre la radio y la televisión, por la trasmisión de imágenes y sonidos.

El cine y la televisión tuvieron mucho que ver con el desarrollo de la cámara, llegando a Niepce en 1839 junto con Louis Daguerre desarrollando las primeras imágenes fotográficas o daguerrotipos. Pero la fotografía también pasó a ser de uso común o popular dejando al lado las riquezas del arte, concibiendo así un medio que lejos de ser un lujo pasaba a ser una necesidad debido al ocio en que muchos de los países industrializados caían constantemente. La introducción de la imagen en movimiento fue el mayor cambio tecnológico, y para esto Magnani dice que:

La televisión, más que un invento, es también un ensamble de numerosos avances combinados para permitir lo que muchos estaban buscando (...) Con Vladimir Zworykin, será el nacimiento de la televisión totalmente electrónica, que permitía una velocidad de imágenes realmente capaz de engañar al ojo humano, creando la sensación de movimiento, (...) El primer modelo electrónico de televisión fue construido en 1932 por la Radio Corporation Of America. La TV ha logrado, como dice el comunicólogo Raymond Williams ser parte de la familia. (2008:96) (ver figura 3)

Se trató de un avance tecnológico de enorme importancia pues creaba la falsa sensación de que se ve inmediatamente lo que ocurre en el mundo, por lo cual actualmente, las personas pueden pasar más de tres horas seguidas frente al televisor, para informarse sobre lo que acontece, como distractor de las labores del diario vivir o como medio de esparcimiento o descanso.



Fig. 3 La televisión como un miembro más de la familia. Imagen descargada en Perlerias.wordpress

Sin embargo, como todo descubrimiento en el momento del esplendor es de gran impacto para las personas, constituyéndose una necesidad dentro de las familias. Pero teniendo en consideración el hecho de que al avanzar vertiginosamente la tecnología, los medios de comunicación también evolucionan y se transforman, como los medios, ahora digitales, que se van estableciendo como la forma más actual de estar en comunicación, los medios anteriores van perdiendo fuerza al encontrarse frente a la unión de cada uno de ellos, en un sólo concepto en combinación de la forma audiovisual y virtual: el internet, suceso que transformó completamente la forma de comunicarse a distancia, mediante diversas evoluciones virtuales, trayendo consigo nuevos medios de comunicación.

Y para poder hablar de lo que es la nueva revolución tecnológica, hay que hacer mención de un aparato importante en el desarrollo de la comunicación virtual, el cual unió a los medios de comunicación anteriormente mencionados y conocidos como audiovisuales, la radio, el teléfono y la televisión, en uno solo, conocido como: computadora.

Que como es sabido, actualmente es parte del diario vivir de cada persona y casi indispensable para realizar funciones del trabajo, negocios, hogar, como herramienta de estudio entre otros.

## EL SURGIMIENTO DE LA COMPUTADORA 2.1.1

Un parteaguas dentro de la comunicación y su evolución hacia lo virtual fue el inicio de los ordenadores, cuyo antecedente más próximo pudo ser la máquina de escribir, construida en 1925 en su forma eléctrica. La computadora es un invento reciente, que no ha cumplido ni los cien años de existencia desde su primera generación. Vino a reemplazar el uso de la máquina de escribir, debido a la necesidad de una escritura más rápida y eficaz, sin embargo, ha revolucionado la forma en que se trabaja y se ha convertido en un aparato esencial en la vida diaria, que ha sufrido una serie de importantes cambios hasta llegar a lo que hoy se conoce.

Es difícil especificar en qué momento surgió la computadora o quién es el inventor de la misma, ya que su proceso ha ido evolucionando gradualmente.

Como mencionan Briggs y Burke, se trata de un avance tecnológico en el cual los ordenadores dejaron de concebirse como sólo máquinas de cálculo, los inicios de la computadora se remontan a la realización de cálculos mediante ella, considerándola como un ábaco, aunque hoy en día se realizan infinidad de procesos mediante ella, permitiendo así la

adopción de otras actividades y servicios mediante ellos y no únicamente para el ámbito de computación sino para la vida diaria en general. Para que esto fuera posible los ordenadores pasaron por una serie de cambios y transformaciones como el reducir su tamaño y su precio. Citando a Briggs y Burke sobre este suceso mencionan que:

Los primeros ordenadores digitales electrónicos operativos fueron ideados [en] ambos lados del Atlántico con fines militares, para la guerra y la Guerra Fría (...), el estímulo fue la guerra, no el beneficio, aunque lo hubo. Colossus y ENIAC eran máquinas gigantescas, monstruosas según algunos, que dependían de miles de válvulas no siempre fiables a las que en Estados Unidos se llamaba tubos al vacío. En 1950, Alan Turing, brillante británico en materia de computación, las describía como <máquinas universales> lo que hacía <innecesario diseñar diversas máquinas nuevas para realizar diversos procesos informáticos>, pero su diseño cambió radicalmente cuando los transistores eran menos fiables incluso que las válvulas, pero a largo plazo posibilitaron una revolución imprescindible en la escala. (2006:313)

Colossus y ENIAC fueron algunas de las máquinas gigantescas aliadas en el triunfo durante la II Guerra Mundial, aunque sus primeros usos mostraron ciertas limitaciones, posteriormente, con la creación del microprocesador en 1971 por Marcian (Ted) Hoff, considerado como el corazón del procesador, facilitó y aumentó extraordinariamente el poder de los ordenadores así como también la reducción del costo, permitiendo con esto diferentes generaciones de ordenadores. Dicho microprocesador hizo posible la invención de procesador personal (PC).

En 1976 se lanza el primer modelo de miniordenador, y para 1984 los ordenadores se encontraban en uso alrededor del mundo,

con algunas fallas todavía ya que en un inicio no eran del todo compatibles entre las marcas más conocidas como Apple y Microsoft.

Al transcurrir los años después de la creación de los ordenadores se prestó el ambiente para una nueva revolución dentro de los medios de comunicación, hablando a grandes rasgos de lo que vendría siendo la nueva era digital, basada principalmente en el uso de computadores personales y de los medios virtuales que ésta ofrece.

Pues como se mencionó anteriormente, cada adelanto en los medios de comunicación fue la recopilación de todos en su conjunto, en este caso la computadora mezclaba desde aparatos como telégrafo por su transmisión de códigos mediante el Morse, hasta la combinación de la televisión al transmitir imágenes y sonidos paralelamente.

Los computadores que ahora se conocen pasaron por diferentes etapas teniendo en cuenta 4 principales generaciones con cambios graduales, evolucionando desde sus inicios meramente científicos militares hasta lo que ahora se conoce como computadoras personales o laptops (ver figura 4).



Fig. 4 Evolución y transformación del ordenador hasta las computadoras portátiles. Imagen descargada en Informática Practica

Todo esto trajo consigo un importante avance en la tecnología virtual, siendo el medio de mayor auge en la actualidad pues está integrado por diversos medios, gracias a la computadora se puede adquirir información en tiempo real, así como también, sintonizar estaciones de radio, ver programas de TV, leer periódicos en línea, y saber lo que ocurre en diversos lugares sin límite de fronteras.

Pero esto, la computadora no puede lograrlo de manera independiente a otro de los avances tecnológicos que marcarían un hito dentro de la comunicación. Debido a que los medios de comunicación deben adaptarse a los cambios que se están produciendo, porque de otra manera quedarán obsoletos, es decir, para tener mayor eficacia, tienen que ocupar todas las formas posibles para publicar su información, ya sea la televisión, la radio, la gráfica y por supuesto el internet. El internet es considerado un punto de relevancia dentro de los avances de la comunicación, tal como lo menciona Millán:

Con internet se comparten recursos e información a escala mundial y permanente, es la comunicación en su máximo grado. (...) ya ha sido considerado como un nuevo medio de comunicación de masas (...) el lenguaje que utiliza desarrolla posibilidades muy diferentes. Interactividad, personalización, inmediatez, multimedia y universalidad son características que apuntan a un fenómeno comunicativo. (2006; 74)

Y es por esta razón que han cambiado las formas de comunicación social, llegando a un entorno donde el internet se ha adaptado de manera flexible y cambiante a las necesidades de los seres dentro de este fenómeno comunicativo, donde los medios digitales o virtuales, están por encima de los medios de comunicación clásicos. De este modo, el mismo autor señala que *“El tiempo y el espacio se*

*hacen relativos. Comunicarse es un fenómeno inmediato (...) se ha facilitado la fluidez, el intercambio, vivimos en toda su profundidad, en la Aldea Global que plantearon otros medios de comunicación”*.

Actualmente, se presenta un estilo de vida en donde minutos perdidos son de gran importancia, donde el diario vivir requiere de velocidad y eficacia en cada acción que se realice, y es ahí cuando el internet cubre lo que la sociedad necesita, un medio con todos los medios clásicos incluidos, donde el usuario puede estar informado en tiempo real de todos los acontecimientos alrededor del mundo, de manera breve y verídica.

Ganándose de este modo un lugar importante dentro de la evolución de la comunicación de medios, siendo el más rápido y actualmente con mayor número de usuarios alrededor del mundo, además provoca la existencia de nuevas necesidades dentro de la comunicación virtual, como sitios donde puedan reunirse personas con interés afines, o recursos con los cuales puedan expresarse clara y concisamente únicamente con ayuda de un monitor.

# INICIOS DEL INTERNET COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN

2.2

El internet actualmente se encuentra en la cima del consumismo como uno de los medios de comunicación más importantes en el transcurso de la historia, pues como anteriormente se describió, el uso de los medios de comunicación fue evolucionando a la par de los avances tecnológicos, sucesos que marcaron la diferencia entre los medios que en un principio eran solamente impresos a lo que ahora se conoce como medios virtuales. En donde el tiempo y el espacio pasan a segundo plano al tratarse de información que gira alrededor del mundo y a la cual se puede acceder con un clic.

El origen del internet se remonta a finales de los años 60 y su configuración tal y como se conoce hoy en día lleva a los años 90. Para comenzar a hablar sobre los orígenes del internet es importante saber que como muchos de los otros desarrollos tecnológicos, la Guerra fue el motor inicial para que estos se llevaran a cabo. Pues como menciona Magnani:

Durante los años '60, el principal acicate para que los Estados financiaran y presupuestaran las investigaciones fue la Guerra Fría. (...) también un estímulo importante para buscar una forma de impedir que el enemigo pudiera cortar las comunicaciones internas aún con la bomba atómica; de allí surgió el concepto de redes. (2008:101)

Con esto se entiende la importancia que tuvo en ese momento la invención del inter-

net pues se trataba de una necesidad, hasta cierto punto como un arma de guerra, sin saber que ahí surgiría uno de los adelantos más revolucionarios en la comunicación, que sigue funcionando como un instrumento de gran valor en la actualidad.

Pero para abordar los primeros antecedentes del internet se profundizará en los avances que se dieron dentro del mismo, uno de ellos fue el ARPA (*Advanced Research Projects Agency 1958*), creado por Estados Unidos como se mencionó con anterioridad para impulsar la investigación espacial con fines militares. Pero posteriormente se puso en marcha, en 1969, ARPAnet, que como hace mención Neus Arqués *“aunque el objetivo manifiesto de la red era garantizar las transmisiones y la capacidad de computación, los científicos se interesaron sobre todo por la posibilidad de comunicarse entre sí”*.(2006: 20)

Con esto se puede apreciar que la necesidad del hombre de comunicarse lo ha llevado a construir y mejorar día a día los alcances que tiene dentro de los medios, aunque en un principio no fue la intención con la cual se desarrolló esta idea, se trataba de algo que brindaría frutos, independientemente de si la Guerra concluyera, trayendo consigo un sinnúmero de beneficios a la era digital.

Para poder entender este nuevo medio se debe resolver la pregunta ¿Qué es el internet?,

Millán menciona que *“es una red de redes, formada por muchos ordenadores conectados a través de un sistema descentralizado. Esto hace que si un ordenador falla la comunicación entre el resto permanezca intacta”*. (2006: 73) (ver figura 5)



Fig. 5 Representación gráfica de la red de redes. Imagen descargada en elastixtech.com

Y es por esta razón que se convierte en un medio de comunicación de masas, pues al tratarse de la conexión de personas mediante una computadora a nivel internacional, da la pauta a que lo que suceda en el oriente o en el occidente puedan informarse casi inmediatamente y no sólo a una persona o un grupo de personas, sino todas las personas que tengan acceso a la red.

Considerado también como un medio de medios, pues como el mismo autor señala se trata de la unión de todos los medios de comunicación tradicionales combinados en uno sólo. Este fenómeno comunicativo abarca diferentes características dentro de la comunicación, que distan mucho de los clásicos, debido a que el lenguaje que utiliza desarrolla la in-

teractividad, la personalización, inmediatez, lo multimedia y la universalidad, entre otros.

Pero esto no hubiera sido posible sin la aparición del software práctico, y dejara de estar únicamente al alcance de los científicos estudiosos y pudiera formar parte de la vida cotidiana. Para 1990 la mayoría de estas computadoras tenían la capacidad de conectarse en red, pero fue Tim Berners-Lee, quien con la creación de la Red Mundial, (*World Wide Web*) permitió compartir la información con mayor facilidad, sin necesidad de ser un experto. Fue hasta 1995 cuando el internet finalmente explotó, como menciona Magnani:

Ya había sufrido varias innovaciones que permitieron el repentino salto al uso masivo y alcanzar los primeros dieciséis millones de usuarios. Fue entonces que el mundo comercial comenzó a comprender el potencial económico de la red y su utilidad para las empresas. Con ese empujón extra, las cifras se multiplicaron varias veces en pocos años: 400 millones de usuarios en el 2001 y cerca de 1.000 millones en 2005, casi una sexta parte de la población mundial. (2008: 104)

Notablemente con las cifras mencionadas anteriormente se puede reconocer el importante crecimiento de este medio dentro de la sociedad, así como la aceptación del mismo debido a la facilidad con la que hoy en día se cuenta a la hora de navegar en internet.

Incontables son las funciones que se pueden realizar en este medio, pues el aprovechamiento que se le pueda dar al uso del internet depende de cada persona y de que tan avanzados sean los conocimientos en particular.

Otros datos curiosos importantes para esta explicación los da Merca2.0 en su artículo con motivo del aniversario del Internet:

- Actualmente más de 2,267,233,742 de personas se conectan a internet, lo que representa al 32.7% de la población mundial -estimada en 6,930,055,154 personas-.

- En África y Asia la penetración de internet está por debajo del promedio mundial, mientras que Norteamérica es la región que cuenta con la penetración de internet más alta.

- Estados Unidos y Canadá son los países con la penetración de internet más alta.

- Los tres países de Europa con mayor número de internautas son Alemania, Rusia y Reino Unido.

- El tiempo global que los usuarios pasan en la web es de 35 mil millones de horas -equivalente a 3 millones 995 mil 444 años-.

- El tiempo promedio que los usuarios de Estados Unidos pasan conectados a internet es de 32 horas/mes conectados -el doble del tiempo dedicado por los demás internautas del mundo.

- El idioma inglés representa la cuota más grande de usuarios de internet, seguido del chino y el castellano.

- Los usuarios dedican alrededor del 22% de su tiempo a las redes sociales, el 21% a la búsqueda de información, el 20% a la lectura de contenidos, el 19% a leer / enviar emails, el 13% a sitios multimedia y 5% a compras en línea.

- El 92% de los internautas envían correos electrónicos y usan algún motor de búsqueda, ya sea para obtener información sobre salud o pasatiempos (83%), encontrar alguna dirección (82%), saber la situación del clima (81%), conseguir información de nuevos productos (78%), leer noticias (76%), entretenerse (72%) o realizar compras online (71%).

- Google es el sitio web más visitado.

- Facebook es el sitio donde los usuarios pasan más tiempo (seis horas / mes más que en Google).

- Los usuarios de Facebook pasan en la red social alrededor de 7 horas, 45 minutos y 49 segundos / mes en promedio. (Castillejos, 2012 [en línea])

Estos datos están basados en estadísticas del año pasado, pero es de suponerse que imparablemente el mundo virtual así como en número de cibernautas se va ampliando diariamente, con la incursión de personas de todas las edades, comenzando con los niños que utilizan el internet como una herramienta en la educación, los jóvenes o adolescentes que probablemente lo vean más como una fuente de esparcimiento y terminando con los adultos quienes algunos lo hacen por distracción o, muy probablemente, como herramienta de comunicación dentro de los negocios.

Pues es debido a las facilidades del internet para adaptarse a un entorno flexible y cambiante, que las personas que acceden diariamente a la red llegan a sentirse integrados a esta tecnología, haciéndolo parte de su estilo de vida. Lo que es seguro es que la incursión del internet en nuestros días ha cambiado las formas de comunicación social. Esto ha sido posible gracias a que mediante el internet el tiempo y el espacio se vuelven relativos, pues anteriormente para transmitir un escrito se trataba de un proceso que se tomaba su tiempo, hoy con las innovaciones de la red hacerlo es cosa de segundos.

## CARACTERÍSTICAS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN VIRTUALES

2.2.1

Hoy en día las formas de comunicarse han cambiado drásticamente debido a la implementación del internet en la vida cotidiana. La comunicación a distancia se ha tornado como uno de los principales medios influyentes dentro de las relaciones sociales.

Este tipo de comunicación ha sobresalido debido a la eficacia y rapidez que brinda, pero se ha llegado a un punto en el que la manera de comunicarse cambió de ser cara a cara, a ser de forma virtual mediante un celular o la computadora. Lo cual puede verse como algo un tanto negativo, debido a la percepción demasiado individualista, pues el receptor está en contacto con la pantalla, convirtiéndolo en un medio aún más frío que el teléfono. Espejel en su artículo La comunicación virtual: un fenómeno actual entre los jóvenes, denomina a la comunicación virtual como:

Aquel proceso en donde, además de los sujetos, está implicado algún agente externo de orden tecnológico por medio del cual se posibilita el intercambio de información; interesa la triangulación que el discurso hace al transitar de un lado a otro y su impacto afectivo en los sujetos. (Espejel 2011:2 párr.:3 [en línea])

Remarcando con esto lo que la era virtual aporta: una comunicación a distancia, en donde probablemente se facilite interactuar con personas sin siquiera conocerlas y de este modo, ampliar las relaciones sociales que poseen. En su mayoría, los niños y adolescentes son los que se ven más relacionados con este mundo virtual, pues desde muy corta edad están en contacto con estos medios virtuales, gracias a que los padres de algún modo

facilitan el acceso a estas nuevas tecnologías, que como menciona Antena3.com “Según un estudio realizado por Eset, un 28% de padres comparte el uso de sus dispositivos móviles con sus hijos menores de 18 años” (Antena3.com 2012 párr: 3[en línea]).

Por esta razón, es normal para ellos tener una laptop, un celular o una Tablet desde muy pequeños, provocando de este modo el desarrollo a temprana edad de una cultura cibernauta, lo cual propicia la despersonalización en las conversaciones y la necesidad de recurrir a aparatos tecnológicos, en lugar de los juegos que antes eran muy comunes en los niños (ver figura 6).

La tecnología con todos sus desarrollos y alcances, en cuanto a comunicación virtual, están al alcance de las futuras generaciones de consumidores, niños y adolescentes, así como adultos. Convirtiéndose en algo que no sólo cubre la necesidad de comunicar, sino de transmitir mensajes y del mismo modo acercar a los integrantes de esta sociedad virtual. Y es en este punto donde surge otro de los avances importantes dentro de la evolución de la tecnología virtual, el inicio de las conversaciones inmediatas, mediante las conocidas actualmente como redes sociales.



Fig. 6 Aprendizaje actual en niños, nuevas tecnologías. Imagen descargada en antena3.com

# INICIO DE LAS REDES SOCIALES Y SU TRASCENDENCIA

2.3

## EL CHAT: CONVERSACIONES EN TIEMPO REAL

2.3.1

Como se mencionó en el capítulo anterior el hombre siempre busca comunicarse, apoyándose con las herramientas que tenga en el momento. El internet ha sido parte importante de la evolución de dicha comunicación, ya que ha podido sustituir una conversación directa; es decir, que existe un contacto físico, por una en la que este contacto ha sido reemplazado por los *gadgets*.

El internet creó herramientas para una comunicación tanto global como local. Los internautas, en vista de tener este acceso y al saber que el internet es un medio por el cual uno puede comunicarse con gente de todo el mundo, empezó a buscar personas que tuviera gustos, disgustos o características peculiares, con esto fue creando pequeños grupos. Cuando el internet abre sus puertas mundialmente, se vieron todas las ventajas que tenía, una de ellas era la facilidad para poder acceder a información que llegaba de muchas partes del mundo, y esto se vio como una oportunidad para poder iniciar una comunicación con gente que se encontraba a kilómetros de distancia. Es aquí donde aparece lo que se conoce como chat, la RAE lo define como “Intercambio de mensajes electrónicos a través

*de internet que permite establecer una conversación entre dos o varias personas.”* (RAE, 2010 [En Línea])

Primeramente, se tiene que mencionar el elemento que dio origen al chat. Con la llegada del internet aparece el correo electrónico que fue el que llamo la atención de los usuarios en el área de la comunicación a larga distancia con ayuda de un medio electrónico, pues se podía mandar mensajes con rapidez (en comparación con el correo tradicional) y no existía algún tipo de impedimento para que el mensaje no llegara a su destinatario, esto mientras los usuarios tuvieran internet.

Gracias al correo electrónico, los usuarios se ven en la necesidad de poder imitar una conversación más apegada a la realidad, pues si bien el correo electrónico era un medio de comunicación rápido, el problema consistía en el tiempo que tardaba la gente en responder dicho mensaje, pudiéndose demorar horas, días o meses, ya que no existía una manera de notificar que un correo llegaba a la bandeja de entrada.

Aquí es donde el chat hace su aparición, en sus inicios se colocó en el mercado rápidamente ya que gracias a éste, las personas se podían comunicar con gente que vivía cerca de su casa o bien con gente que vivía al otro lado del mundo, los mensajes eran de manera escrita y en comparación con el correo electrónico, llegaban de manera inmediata así como también la respuesta. Los siguientes autores lo explican mejor:

“Chat” -como dijimos- es una palabra de origen inglés que significa “charla”. Es una “conversación” en tiempo real con una o varias personas a la vez, siempre que todas ellas estén conectadas en ese mismo momento. Esta “charla” se realiza a través de mensajes escritos. La principal característica del chat es la simultaneidad e instantaneidad de los mensajes, como si las personas estuvieran conversando en la vida real.” (Morduchowicz & Marcon & Sylvestre, 2009:4 [En Línea])

Como se puede observar el chat pretende imitar una comunicación directa, ya que al ser conversaciones en tiempo real, los mensajes llegan casi a la misma rapidez que cuando una persona está hablando. Es importante mencionar que no sólo se limita a conversaciones con una sola persona, sino que también se podían crear grupos en los cuales se incluían a varios participantes. El chat fue uno de los elementos que revolucionó la manera en la que el ser humano se socializa y se comunica, llegando a un punto en el que este sustituyendo la comunicación oral.

En la actualidad, sigue en un proceso evolutivo, en estos momentos no sólo se encuentra en las computadoras si no que ha llegado a dispositivos portátiles como el celular o las tablets. Esto ha ayudado a que aumente su popularidad gracias a la facilidad de tenerlo en todas partes. A continuación se verá brevemente la evolución del chat, mencionando

elementos que fueron los que aportaron más a este avance.

## IRC INTERNET RELAY CHAT

2.3.1.1

Hoy en día el uso de “chats” es algo que se puede usar todos los días y a cualquier hora, la único que ha ido cambiando con el paso del tiempo y con los avances tecnológicos, es que este término ha sido sustituido con diferentes nombres, pero su finalidad, la comunicación en tiempo real, no ha cambiado.

Como todo avance tecnológico el internet en un principio tenía ciertas limitaciones y desventajas, una de ellas fue que no siempre se podía estar en línea y el proceso para estarlo era muy lento. Es por esto que la primera conversación que se dio de computadora a computadora fue hasta el año 1972 y en esta participaron un psiquiatra y su paciente, siendo solo un experimento y logrado sólo en redes cerradas. Aquí es donde aparece Jarkko Oikarinen, y fue gracias a él que las conversaciones en línea evolucionaron y empezaron a ser usados por más personas.

Jarkko Oikarinen explica cómo y porque creó IRC; él trabajaba en el Departamento de Ciencias de Procesamiento de la Información de una Universidad de Oulu, ahí fue donde empezó a hacer un programa de comunicaciones que haría que el OuluBox, que era un BBS; “Los BBS (Bulletin Board System) fueron muy populares. No eran otra cosa que un software que permitía a un grupo de usuarios conectarse entre sí, mediante un programa emulador de terminal, para intercambiar mensajes, fi-

cheros o jugar en línea” (Palazzesi (2010)[En Línea]). Lo que el pretendía era que el BBS fuera más usable y que en éste pudiera realizar grupos y discusiones a tiempo real. Hubo dos personas, Kuoppala y Pihl, quienes ya tenían una especie de servidor que realizaba conversaciones; el primero, ya tenía un programa para enviar mensajes a gente de otras computadoras; y el segundo, era un chat multiusuario (conocido como MUT) pero ninguno de estos funcionaba debidamente, y para poder arreglarlos debía implementar la IRC.

En agosto de 1988 nace oficialmente el IRC, Oikarinen dice que cuando el programa empezó a tener más de 10 usuarios les pidió a sus amigos que empezaran a poner en funcionamiento los servidores de IRC. Después en el MIT logro obtener una cuenta y aprendió a manejarla, lo suficiente como para saber chatear con gente y desde ahí consiguió el primer usuario de IRC que se encontraba fuera de Escandinavia, Mike Jacobs. Desde ahí estableció pláticas con mucha gente que empezaba a utilizar su servidor. El primer servidor de IRC (todavía en funcionamiento) fue tolsun.oulu.fi.

En una entrevista Oikarinen explica otros puntos importantes; dice que la IRC se creó porque ya había una necesidad, y que no pretende remplazar el habla (refiriéndose al uso del teléfono o a una conversación personal) ya que para él, este tiene otro tipo de finalidad. Una característica principal de este servidor es mantener el anonimato, lo único que puedes llegar a saber de la otra persona es lo que concluyes durante la conversación. Años más tarde, el IRC empezó a ser utilizado para propósitos educacionales, en escuelas y universidades para dar clases, pero Oikarinen dice que él prefiere las teleconferencias, el IRC es ideal para conversaciones rápidas, pues una de sus tantas ventajas, es que mientras estás en

una conversación, puedes estar haciendo otras cosas. (mIRC, 1995-2013 [En Línea])

Analizando lo anterior y como el mismo creador del IRC lo dice, esta nueva forma de comunicación fue necesaria, pues los avances tecnológico de esa época lo exigían. Estos fueron los inicios del chat masivo, es decir, que se podía lograr con varias personas, pero éste tenía un pequeño problema, pues era necesario aprenderse un listado de palabras clave para poder ejecutar ciertos procesos básicos que realizaban dicha conversación, a consecuencia de esto, el uso del IRC era exclusivo para desarrolladores de *software*, ya que ellos tenían los conocimientos necesarios para lograr este tipo de acciones. Por lo tanto, se tuvo que buscar una manera para facilitar el uso de estos *chats*, ya que era necesario que gente que no tenía el conocimiento de estos códigos, los pudieran manejar.

Es curioso notar que desde mucho antes de que el internet se convirtiera en una necesidad básica para el ser humano, siempre se ha tenido que recurrir a códigos, ya sean secuencias de números, letras o combinaciones de ambos; esto es para poder dar órdenes para realizar ciertas acciones. Esto llega a parecerse a lo que se realiza con los emoticones, teniendo como principal característica la de transmitir emociones sin que exista un contacto físico entre los usuarios.

## ICQ “I SEEK YOU” 2.3.1.2

Los 90’s fueron el *boom* para los programas de mensajería gratuita, empezaron a ser muy populares y la gente tenía mayor facilidad de acceder a ellas, por lo tanto era más sencillo manejarlas.

El ICQ fue uno de los más sobresalientes, pues había agregado ciertas características y opciones que los demás no tenían hasta ese momento, también se le llega a considerar como el inventor del concepto actual de IM *Instant Messenger* (mensajería instantánea). En el blog Digitalika, Bermudez explica el significado de estas siglas:

“ICQ (Pronunciado: ai – si – quí –u) es una aplicación de chat en línea (online) el cual permite a los usuarios comunicarse vía el Internet. [...] ICQ está basado en salones de Chat en vez de una comunicación uno a uno. Por tal razón ICQ es utilizado más frecuente en comunidades basado en el web (como clubes, foros, etc.). ICQ es un homófono de la frase en inglés “I see you” (yo te veo).” (Bermudez, 2011 [En Línea])

Estas siglas se pronuncian en inglés como “I Seek You” que significa “te busco”, esto era porque a diferencia del IRC las conversaciones no se daban en una sala de chat, si no que se podía buscar entre amigos con un código que se proporcionaba cuando se instalaba esta aplicación.

En la página oficial ICQ dice lo siguiente:

ICQ was established in 1996 under the name Mirabilis by four young avid-computer users who wanted to introduce a new way of communication over the Internet.

ICQ fue creado en 1996 bajo el nombre de “Mirabilis” fundado por cuatro jóvenes usuarios que

querían introducir una nueva manera de comunicarse en el internet. (The ICQ History [En Línea]).

En ese mismo año ICQ empezó a ser muy popular, resultando ser uno de los programas más descargados en toda la historia del internet y para 1998 ICQ fué comprado por la famosa empresa AOL. Su novedoso diseño (ver figura 7), que no tardó en popularizarse, pues hasta antes de él, no existía un diseño como tal en los programas, lo que en realidad se ocupaba eran tipografía muy sencilla, los colores eran grises, a veces rojo y azul.

En la página *eBlog* (2013) se mencionan las características que hicieron famoso a éste programa; su logotipo era una flor verde (roja cuando estaba apagado) y ésta se encontraba en la barra de tareas de *Windows*, otra innovadora opción fue implementar sonidos, éste sonaba cuando alguien enviaba un nuevo mensaje y hacia que la flor verde se convirtiera en un sobre amarillo titilando.



Fig. 7 Logotipo de ICQ. Imagen descargada en Mundo Nets

## WINDOWS MSN MESSENGER

Es importante tomar en cuenta que la gente que se dedica a crear programas por y para el internet debe de estar muy al pendiente de las exigencias de los usuarios, pues al ser un mercado que está lleno de una cantidad inmensa de opciones a elegir, los mismo consumidores van seleccionando las que cubran sus necesidades; por lo tanto, dichos programas deben presentar ideas nuevas y con ciertas características que los hagan distinguirse de los demás, estos pueden encontrarse en su diseño o bien internamente.

Si bien los usuarios aceptaron con mucha rapidez y gusto el uso del ICQ, lamentablemente su auge decayó por la llegada de otro programa, que contaba con un diseño innovador, mejoras sobre las opciones que ya tenían otros programas de mensajería y agregándole nuevos elementos (más adelante se hablará de ellos).

Cabe resaltar que en el mercado del internet los programas pueden llegar a ser muy populares rápidamente, pero con esa misma rapidez pueden decaer y ser sustituidos por otros y en muchos de los casos llegando a ser olvidados con el paso del tiempo.

Le toca el turno a un programa de mensajería instantánea que sobresalió ante tanta competencia de ese tiempo, siendo el culpable de que el ICQ dejara su popularidad; quizá esto fue por su curioso diseño, su facilidad de uso y relación tan cercana con el correo electrónico, en este caso *Hotmail*. Para estas fechas, la mayor parte de mundo ya contaba con acceso a internet y por lo tanto ya se podía tener una cuenta de correo electrónico; si bien la finalidad de un programa de mensajería instantánea era muy diferente a la del e-mail, la gente empezó a creer que éste último iba a ser reemplazado; pero *Hotmail* pudo crear una buena relación con la comunicación en línea.

El 4 de julio de 1996 fue el lanzamiento de *Hotmail* a la web y en enero de 1999, cuando la compañía del magnate Bill Gates, decidió empacarse-la [...] En ese momento *Hotmail* tenía a fuertes rivales como AOL y USA.net, mientras tanto, Microsoft, además de esta adquisición, había hecho compras con empresas como WebTV y VXTreme.

Al formar parte de la familia Microsoft, *Hotmail* cambió poco a poco su fisonomía, hasta perder el tradicional logo de la estampilla roja inclinada con la figura de una coordenadas y paralelos girando.

Es así como el servicio de correo gratuito agrego la posibilidad de registrar una cuenta en idiomas como el francés, alemán, portugués y español, por citar algunos. El uso de Passport como parte de la red de Microsoft permite a los usuarios de *Hotmail* hacer uso de otros servicios, incluyendo los de mensajería instantánea. (López, 2004 [En Línea])

Al respecto de ello, y como ya se ha mencionado, el mercado del internet está abierto a un número impresionante de opciones, lo cual provoca que pequeñas compañías tenga que desaparecer o si bien les va, ser comprados por compañías más grandes. *Hotmail* al ser parte de la compañía que hasta la fecha es la más reconocida del mundo, le dio la oportunidad de crecer.

Messenger fue creado por la empresa Microsoft el 22 de julio de 1999, donde fue posible la primera transmisión de mensajería online, que permitió a los usuarios mantener conversaciones inmediatas e instantáneas. [...] Messenger tiene una gran característica, que es la posibilidad de transferir archivos o incluso carpetas enteras entre los usuarios. De esa manera, las personas se pueden enviar fotos, canciones, documentos y todo lo que deseen. Según el tamaño del archivo es el tiempo de espera. En la misma conversación se ve el estado de transferencia. Para prevenir que se transfiera algún virus en el proceso, Messenger tiene un programa anti-virus, especialmente para esta característica. (Uncategorized, 2009 [En Línea])

Gracias a todo este avance tecnológico, los usuarios pudieron llegar a exigir mucho más de lo que ya tenían. *Messenger* lo que hizo fue proporcionarles una experiencia mucho más íntima, pues no sólo se limitaba a mandar mensajes cortos, sino que también se podía mandar una serie de información multimedia, el único límite que se presentaba era la velocidad a la que se mandaba dicha información, pues esto variaba de acuerdo a la ubicación de las personas.

Otro punto muy importante que se debe mencionar es que ya se podía personalizar la bandeja de entrada, poniéndole color, una fotografía, entre otros. Para la versión 6.0 ya fue más evidente un diseño llamativo,

ya que al haber una tendencia repetitiva en la mayoría de los programas de mensajería instantánea, *Messenger* incluía una gama de color mucho más amplia, así como también la interacción entre los usuarios era mucho más cercana, pues el objetivo de estos programas era hacer sentir a los usuarios como si estuvieran en una conversación cara a cara.

Tras una versión de transición (*Messenger* 5.0) que pasó sin pena ni gloria aunque incluía algunas mejoras (como los emoticones en 3D o la posibilidad de usar una foto como avatar), Microsoft lanzó en el año 2003 la versión 6.0 de su cliente de mensajería. Esta versión supuso todo un punto de inflexión en la plataforma y ofrecía un alto grado de personalización al usuario (fondos, emoticones, avatares, etc), un aspecto que se ampliaría con la posibilidad de ocultar el marco de las ventanas y las barras de menús (dando pie a un interfaz compacto bastante agradable en uso) y también se dejaron ver los primeros juegos de la plataforma. (Alt1040, 2013 [En Línea])

Es evidente que hubo una necesidad de hacer sentir al usuario más en contacto con este programa, así como también hacerlo sentir como si estuviera en una conversación, pues al ser un medio externo y sin vida muy difícilmente se puede llegar a transmitir sentimientos como el ser humano lo logra. Como se sabe, cuando el ser humano se encuentra en una plática se ven involucrados distintos elementos; las facciones de la cara, el tono de voz, estado de ánimo o movimientos del cuerpo; todos estos elementos son parte importante para poder entender la situación de la conversación, pues gracias al conjunto de estos se llega a saber de qué manera se está expresando dicho mensaje, es decir, saber si está enojado, feliz, triste, decepcionado y una infinidad de sentimientos que se puedan llegar a expresar.

Por esto se llegaron a crear distintas maneras para imitar estos sentimientos, ejemplo de esto es que ya se podía poner fotografías para el perfil, con el llamado “estado” podías expresar lo que estabas sintiendo en ese momento; también se empezó a utilizar las video llamadas que se lograban en el mismo chat y que lo único que se necesitaba era una cámara. Aquí es donde los emoticones empiezan a ser más populares, pues al ser una representación sencilla de dichos sentimiento, empezaron a ser utilizados en muchas ocasiones, más adelante se hablará sobre este tema.

El chat fue uno de los primeros programas en incursionar en la comunicación por medio de las nuevas tecnologías revolucionando la comunicación y hasta cierto punto alterándola, pues gracias a estos programas el hombre empezó a crear un nuevo tipo de comunicación, y podría decirse que hasta cierto punto se empezaba a reemplazar el uso de teléfono y el contacto físico.

A la par de la invención de este nuevo tipo de comunicación llegaron alteraciones notables en la escritura tradicional ya que ahora los signos alfanuméricos y de puntuación tienen la función de un código (se usaban para poder representar ciertas cosas); otro ejemplo es que las palabras se acortan o las letras son sustituidas por otras. Aún no queda claro si todas estas nuevas tecnologías estén ayudando a un buen desarrollo del ser humano, pues todo esto ha facilitado la vida del hombre y ha mejorado su conciencia cultural, aunque también es muy notorio el deterioro en la comunicación tanto oral como escrita, ejemplo de esto es que ahora las palabras son sintetizadas, o bien son sustituidas por otra letra (en lugar de usar “que” solo se escribe “k”).

Después de la gran popularidad que tuvieron los chats, en el mundo del internet se em-

pezó a utilizar otro término: “redes sociales”, las cuales al igual que el chat cambiaron y actualmente están evolucionando la manera en que el ser humano se socializa y se comunica.

## LAS REDES SOCIALES 2.3.2

Sin duda alguna el internet ha sido la invención del hombre que provocó un cambio total en la comunicación y en la manera en que el hombre se desenvuelve en una sociedad, esto fue gracias a su fácil acceso a la información, convirtiéndose también en una fuente de entretenimiento. Es obvio que siempre habrá una necesidad de comunicación, el internet lo que hizo fue facilitarla y hacerla más rápida, y esto tuvo mayor auge cuando fue utilizada por millones de personas alrededor del mundo.

La idea de poder compartir información personal ya se encontraba al usar los chats y en contraste con lo anterior en el blog oficial de *Windows*, *Kunins* (2010) dice que los programas de mensajería instantánea fueron las primeras redes sociales, pues estos fueron los que popularizaron el uso de una conversación en tiempo real con amigos, se podían realizar juegos interactivos, y la capacidad de poder expresar sentimientos esto con ayuda de los emoticones. Los *IM* (*Instant Messages*) eran programas privados, pues a pesar de que se podía compartir información esto sólo se hacía a un grupo cerrado de amigos.

Aquí es donde se encuentra una pequeña contradicción, pues sabiendo las características de internet ya mencionadas, se podría llegar a pensar que ésta fue la primera red social:

Internet es una red social por antonomasia. Es el embrión de donde nacen y se asientan todas las redes sociales del mundo virtual. Es obvio que no existirían las redes sociales –en el concepto que manejamos en este trabajo– si no existiese Internet. (Flores, 2009 [En Línea]).

Analizando lo anterior, esto puede llegar a ser muy cierto, pues la realidad es que no se sabe si las redes sociales (como se conocen actualmente) existirían sin el internet. Ahora bien, se tiene que definir que es una red social. En la página *What is social networking* explican de una manera sencilla lo que son estas redes:

*Social networking is the grouping of individuals into specific groups, like small rural communities or a neighborhood subdivision, if you will. Although social networking is possible in person, especially in the workplace, universities, and high schools, it is most popular online.*

Las redes sociales son la unión de personas en grupos específicos, como pequeños pueblos o alguna vecindad. Aunque las redes sociales se pueden lograr en persona, especialmente en lugares de trabajo, universidades, y escuelas, es más popular online. (*What is social networking*, 2004)

En esta misma página se menciona que las redes sociales se encuentran comúnmente en los sitios web conocidos como sitios sociales. Dependiendo de cada sitio web, muchos de los miembros de estas comunidades online comparten intereses, pasatiempos, religión, política y estilos de vida, y una vez dentro de estas comunidades se tiene la oportunidad de socializar, leyendo los perfiles de otros miembros (conocidos o no) y teniendo la posibilidad de contactarlos.

Se deben tomar en cuenta ciertas características que distinguen a las redes sociales:

debe de contar con un perfil que se pueda compartir con otros usuarios, la visualización de los intereses que se tienen con los demás, poder modificar el perfil agregándole un estilo propio, la capacidad de poder buscar contactos basada en intereses comunes y la más importante, contar con un control de configuración de privacidad.

Con el nacimiento de estas comunidades sociales fue más evidente que las relaciones humanas sufrieran cambios drásticos, pues este contacto físico que se da en algunos grupos sociales, están siendo sustituidos por un contacto virtual en la cual sólo interviene el usuario y la computadora. Por otro lado (el positivo), dichas relaciones humanas no tienen límites porque gracias a esta comunidades los usuarios puede no sólo comunicarse con gente que se encuentra en su círculo social (en la escuela, trabajo, vecindario, entre otros) si no que ahora puede conocer a gente de distintas partes de mundo, dando como resultado que cada usuario tenga una riqueza cultural más extensa.

En la imagen de la siguiente página (ver figura 8) se muestra una línea cronológica de las redes sociales más conocidas, de las cuales sólo se hablarán de las más reconocidas y por supuesto, de las que hayan marcado alguna tendencia en uso y/o diseño.

Tanto la página Marketing directo como la página ru-nuel.com, coinciden en que la primera red social fue “Classmates.com” creada en 1994 por Randy Conrads; su finalidad era poder contactar a antiguos compañeros de estudios esto para mantener contacto con ellos. Después de “Classmates.com” se creó otra red que marco una tendencia que hasta la fecha se siguen utilizando, ésta fue llamada Six Degrees, en la página ru-nuel.com se menciona lo siguiente:

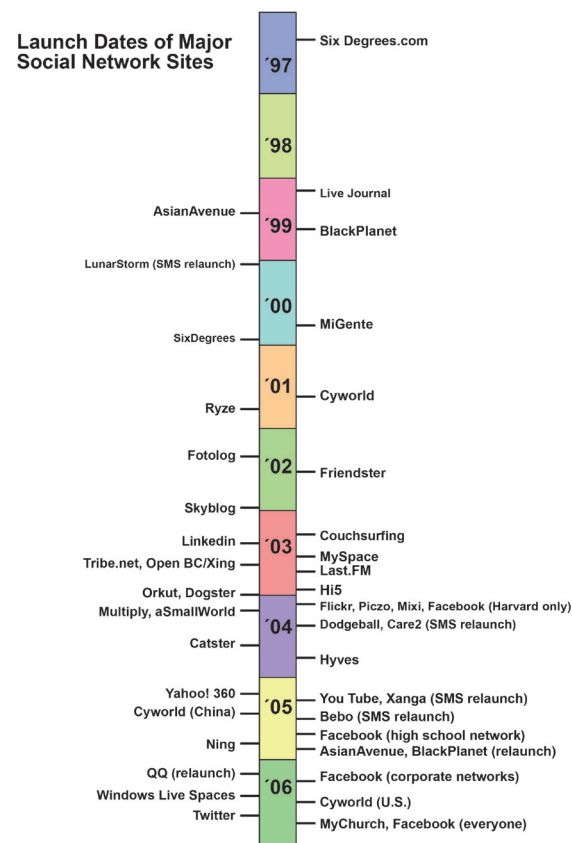


Fig. 8 Línea del tiempo de las principales redes sociales. [En Línea]

Luego surgió otra red social virtual llamada Six Degrees (sixdegrees.com) que surgió en 1997. El sitio fue desarrollado por la empresa llamada Macroview, que luego pasó a llamarse SixDegrees. Sixdegrees fue el primer servicio que permitió crear un perfil en la web, agrupar a los contactos directos e intercambiar mensajes con ellos. (Historia de las primeras redes sociales, 2011 [En Línea])

Gracias a Six Degrees, el uso de un perfil pasó a ser un requisito para que una página se considerara una red social. Estos perfiles muestran datos personales de los usuarios, por

ejemplo su nombre, sexo, edad y el detalle de que se podía poner una foto. Toda esta información debía ser visible para otros usuarios, con esto se podía entablar una relación virtual con otros usuarios.

Ahora toca el turno de LiveJournal, fue la que demostró que las redes sociales no sólo se podían utilizar como medio para conocer gente, creando una nueva rama en las redes sociales. Rudy Castillo (2001) menciona que LiveJournal fue creado en 1999 por Brad Fitzpatrick, siendo una de las primeras redes sociales en ofrecer blogs y diarios en línea, es un sitio web que permite que los internautas puedan leer las vivencias de diferentes usuarios.

Aquí es cuando las redes sociales empiezan a crecer, contando con un número inmenso de páginas web que son consideradas como tales y que la única manera de poder diferenciarlas era por la dirección y estilo que le daban, había unas dedicadas a la música (MySpace), otras dirigidas al filtrado (Badoo), al cine, a la comida, fotografía (Instagram), entre otras (ver figura 9).



Fig. 9 Ejemplos de diferentes tipos de redes sociales. Imagen descargada en Materia Geek

Es importante mencionar la trascendencia que tiene Facebook, ya que es una de las redes sociales más grandes en el mundo debido a que una gran parte de la humanidad lo usa; esta red social fue fundada por el joven Mark Zuckerberg en el año 2006:

Facebook es un sitio de Internet que teje una amplia red de personas, instituciones, organizaciones sociales y escuelas, entre otras que quieren relacionarse.

Es un sitio mediante el cual, además de publicar fotos, eventos, enlaces, videos, comentarios y sugerencias, se puede mantener comunicación con compañeros de trabajo, amigos y familiares, cada día las 24 horas. (La Jornada, 2012:3 [En Línea])

Como lo menciona el artículo anterior, Facebook ya no sólo es un lugar en donde se puede conocer gente, sino que también se pueden compartir experiencias mediante fotos, videos, música entre otros. Lo que se puede observar en esta red social es que trata de que los usuarios puedan sentir emociones, pues cuenta con la opción de escribir lo que está pasando y esto no necesariamente se da de usuario a usuario, sino que lo pueden leer todos los que están en el círculo de amigos. Ahora bien, Facebook no es sólo una red social en la que sólo existan usuarios, sino que también está siendo utilizado por las escuelas, organizaciones, restaurantes o empresas grandes, las razones por las que le dan uso a esta página es; el poder darse a conocer (usarlo como un medio de promoción) y para tener un contacto más cercano a sus clientes.

Analizando lo anterior, se puede dar por hecho que el objetivo principal de las redes sociales es estar en contacto con otras personas; conforme van evolucionando, éstas redes buscan alternativas en donde las personas puedan expresar emociones por medio de

algún aparato (computadoras, celular, tablets, entre otros).

La manera en la que el ser humano se desenvuelve en la sociedad ha ido cambiando drásticamente debido a estas nuevas tecnologías, principalmente por las redes sociales, por ejemplo: se puede mencionar que el individuo se ve afectado en las relaciones interpersonales; porque ahora, el hombre empieza a perder el contacto físico con otro ser humano por la comodidad de relacionarse e integrarse por medio de una sociedad virtual, en la cual el contacto directo no existe. Aquí es donde se presenta una contradicción ya que, mientras unos consideran a las redes sociales como una desventaja o quizá un deterioro para un sistema de comunicación, otros apoyan el hecho de que al tener al alcance la información y el poder saber lo que está sucediendo al otro lado del mundo es una evolución para el desarrollo del ser humano.

Todas estas relaciones virtuales orillaron a las personas a buscar maneras de poder expresar emociones, pues estando enfrente de una computadora era muy difícil saber de qué manera se estaba expresando lo que se escribía. La aparición de los emoticones fue de mucha ayuda y que llegó a ser más popular en la época del Windows Messenger, en los siguientes apartados se explicará más a fondo el desarrollo de estos códigos.

# HISTORIA Y EVOLUCIÓN DE LOS SÍMBOLOS EMOCIONALES

2.4

## INICIOS DE LOS EMOTICONES

2.4.1

Como se mencionó anteriormente, los emoticones han sido parte importante para la comunicación por medio de los gadgets, pues gracias a ellos las emociones han podido ser representadas de una manera minimalista y han ido evolucionando conforme las redes sociales y la tecnología ha ido avanzando.

Existen un sin número de emoticones que van desde los más sencillos, que solo cuenta con ojos y boca, hasta las más complejas que tiene cuerpo y movimiento. Para poder entender lo que son Garza (2009) los define de la siguiente manera: “Emoticons, es una palabra compuesta del inglés generada a partir de “emotional icons”, y adaptado al español como emoticones, manteniendo el orden del inglés pero significando iconos emotivos.” (Garza, 2009:59).

En la actualidad cuando uno piensa en emoticones automáticamente, uno imagina las pequeñas imágenes circulares amarillas con ojos y boca; pero antes de tener esta morfología, hubo una representación tipo código que era mucho más sencilla y era representada con los signos alfanuméricos y de puntuación.

Scott Fahlman fue el hombre que inventó y puso en práctica el uso de dichos signos gestuales, pero estos se podría decir que son el esqueleto de los emoticones amarillos. En su página de internet Scott Fahlman afirma que él fue el creador de las “smiley face” (cara sonriente), cabe destacar que él así los llamo desde el primer día que las uso. A principio de los 80’s en la universidad en la que trabajaba se hacía uso de un boletín online, donde se discutían distintos tipos de asuntos, desde estudiantes realizando una discusión acerca de temas importantes hasta una plática llena de bromas. Menciona que había muchas conversaciones que eran muy graciosas, pero el problema radicaba en poder diferenciar cuando alguien hacía comentarios sarcásticos, pues no todos lograban entenderlo, gracias a esto fue como se sugirió una manera para distinguir los comentarios que no debían tomarse en serio.

*After all, when using text-based online communication, we lack the body language or tone-of-voice cues that convey this information when we talk in person or on the phone. Various “joke markers” were suggested, and in the midst of that discussion it occurred to me that the character sequence :-) would be an elegant solution – one that could be handled by the ASCII-based computer terminals of the day. So I*

*suggested that. In the same post, I also suggested the use of :-( to indicate that a message was meant to be taken seriously, though that symbol quickly evolved into a marker for displeasure, frustration, or anger. (Fahlman [En Línea])*

Después de todo, cuando utilizas las comunicaciones en línea perdemos el lenguaje corporal o el tono de voz pues estas señales son la información que se nos da cuando hablamos en persona o en el teléfono. Se sugirieron varias maneras para distinguir las bromas, y en medio de esa discusión se me ocurrió que la siguiente secuencia de caracteres :-) sería una elegante solución – puede ser manipulada de tablas ASCII – basado en los códigos de las computadoras de ese tiempo. Por eso sugerí eso. En el mismo comentario, también sugerí el uso de :-( para indicar que el mensaje tenía que tomarse en serio así como también con ese símbolo se podría representar descontento, frustración o enojo.

Leyendo esta historia se puede observar que siempre existirá la necesidad de expresar de una manera clara y precisa lo que se quiere decir y más aún ahora que la comunicación se da de manera virtual. Fahlman quizá en ese momento no pensó en que estos códigos lograrían expresar muchas emociones, y que con el paso del tiempo se irían creando las diferentes combinaciones que hasta ahora existen, resaltando que estos “smileys” sólo eran ocupados por los internautas.

Unos años antes surge una imagen que fue reconocida por todo el mundo, lo curioso es que el uso que se le da en la actualidad es muy diferente a su propósito original, pues éste pretendía levantar el ánimo de empleados para que pudieran presentar un mejor trabajo, como se explica en el siguiente artículo:

La primera «cara amarilla sonriente» fue creada por Harvey Ball en 1963. Fue contratado por una

compañía de seguros para diseñar un rostro que se utilizaría en los botones y las tarjetas con el fin de elevar la moral de los empleados. Le llevó diez minutos crear el diseño. (abc.es, 2012 [En Línea])

La popularidad de esta carita fue creciendo en los siguientes años, y aumentando mucho más gracias al desarrollo del internet. Estas caritas amarillas se empezaron a crear exclusivamente para la red, y ya no sólo fueron sonrientes, si no que ahora había tristes, enojada, sorprendida, entre otras.

A pesar de todo esto Fahlman piensa que son feas, y que arruinaron el desafío que existía al poder crear de manera inteligente formas de expresar emociones usando sólo los caracteres del teclado: “I think they are ugly, and they ruin the challenge of trying to come up with a clever way to express emotions using standard keyboard characters. But perhaps that’s just because I invented the other kind.” (The Independent, 2012 [En Línea]).

Respecto a lo anterior, Fahlman tiene un punto de vista bastante acertado, el hecho de que se puedan crear nuevos signos emocionales con ayuda de los signos alfanuméricos y de puntuación requiere de mucha imaginación e ingenio, ya que se trata de todo un proceso mental, en el que los usuarios hacen una comparación entre lo real y lo no real para poder encontrar ciertas características que lo hagan lo más semejante posible. En cambio con los emoticones, la figura ya está hecha y el proceso de entendimiento para estas imágenes es mucho más rápido.

Como se mencionó, el propósito principal de dichos “smilies” era poder expresar sentimientos de una manera sencilla y rápida con ayuda del teclado, pero esto se pierde con los emoticones pues se puede decir que son imágenes predeterminadas.

## CÓDIGOS QUE REPRESENTAN EMOCIONES

2.4.2

Como ya se ha dicho, gracias al avance tecnológico, la comunicación ha evolucionado más allá del papel y la pluma. Los *gadgets* son parte importante de este desarrollo, ya que al provocar la pérdida del contacto personal, el ser humano tuvo la necesidad de buscar la forma de expresar sentimientos tratando de imitar el contacto físico y humano.

Los emoticones (creados a partir de esta necesidad), son ideogramas que han recibido este nombre por el contexto en el que se usan. En su artículo, José Manuel Martínez dice:

Los llamados emoticones (conocidos en inglés como smileys) se forman a partir de una secuencia de caracteres ASCII. Emotición es un neologismo que se forma como palabra compuesta a partir de los términos emoción e icono (Emoticones o la comunicación emotiva de la comunicación hipertextual, Jose Manuel Martinez, 2007: 3)

Falhman ya había mencionado este código (ASCII) pues las “Smiley faces” fueron creadas para que el ASCII no tuviera problemas al tratar de escribirlo. El ASCII (*American Standard Code for Information Interchange*): “Fue creado en 1963 por el Comité Estadounidense de Estándares o “ASA”. Este código nació a partir de reordenar y expandir el conjunto de símbolos y caracteres ya utilizados por ese entonces en telegrafía por la compañía Bell”. (Informática, párrafo 2 y 3 [En línea]) (ver figura 10)

Como se puede observar, el código ASCII es la unión de varios caracteres que dan lugar a signos alfanuméricos y de puntuación. Esto es muy parecido a lo que sucede con los emoticonos que podrían considerarse como la evolución del código ASCII, ya que este código era utilizado para formar enunciados, mientras que los emoticones ya representan una emoción. Siempre han existido códigos que son formados por caracteres que expresan algo, lo que va cambiando depende de las necesidades que se encuentren en cada contexto. A continuación se hablará más extensamente sobre la morfología de dicho emoticones.

Caracteres de control ASCII		Caracteres ASCII imprimibles			ASCII extendido									
DEC	HEX	Símbolo ASCII	DEC	HEX	Símbolo	DEC	HEX	Símbolo	DEC	HEX	Símbolo	DEC	HEX	Símbolo
00	00h	NULL (carácter nulo)	64	40h	@	96	60h	~	128	80h	Ç	160	A0h	À
01	01h	SOH (inicio encabezado)	65	41h	A	97	61h	a	129	81h	à	161	A1h	Á
02	02h	STX (inicio texto)	66	42h	B	98	62h	b	130	82h	á	162	A2h	Â
03	03h	ETX (fin de texto)	67	43h	C	99	63h	c	131	83h	â	163	A3h	Ã
04	04h	EOF (fin de transmisión)	68	44h	D	100	64h	d	132	84h	ã	164	A4h	Ä
05	05h	ENQ (enquiry)	69	45h	E	101	65h	e	133	85h	ä	165	A5h	Å
06	06h	ACK (acknowledgement)	70	46h	F	102	66h	f	134	86h	å	166	A6h	Ä
07	07h	BEL (bell)	71	47h	G	103	67h	g	135	87h	ä	167	A7h	Å
08	08h	BS (backspace)	72	48h	H	104	68h	h	136	88h	å	168	A8h	Ä
09	09h	HT (tab horizontal)	73	49h	I	105	69h	i	137	89h	ä	169	A9h	Å
10	0Ah	LF (salto de línea)	74	4Ah	J	106	6Ah	j	138	8Ah	å	170	AAh	Ä
11	0Bh	VT (tab vertical)	75	4Bh	K	107	6Bh	k	139	8Bh	ä	171	ABh	Å
12	0Ch	FF (form feed)	76	4Ch	L	108	6Ch	l	140	8Ch	å	172	ABh	Ä
13	0Dh	CR (retorno de carro)	77	4Dh	M	109	6Dh	m	141	8Dh	ä	173	ADh	Å
14	0Eh	SO (shift Out)	78	4Eh	N	110	6Eh	n	142	8Eh	å	174	ADh	Ä
15	0Fh	SI (shift In)	79	4Fh	O	111	6Fh	o	143	8Fh	ä	175	AEh	Å
16	10h	DLE (data link escape)	80	50h	P	112	70h	p	144	90h	å	176	AEh	Ä
17	11h	DC1 (device control 1)	81	51h	Q	113	71h	q	145	91h	ä	177	AFh	Å
18	12h	DC2 (device control 2)	82	52h	R	114	72h	r	146	92h	å	178	AFh	Ä
19	13h	DC3 (device control 3)	83	53h	S	115	73h	s	147	93h	ä	179	BFh	Å
20	14h	DC4 (device control 4)	84	54h	T	116	74h	t	148	94h	å	180	BFh	Ä
21	15h	NAK (negative acknowledge)	85	55h	U	117	75h	u	149	95h	ä	181	BFh	Å
22	16h	SYN (synchronous idle)	86	56h	V	118	76h	v	150	96h	å	182	BFh	Ä
23	17h	ETB (end of trans. block)	87	57h	W	119	77h	w	151	97h	ä	183	BFh	Å
24	18h	CAN (cancel)	88	58h	X	120	78h	x	152	98h	å	184	BFh	Ä
25	19h	EM (end of medium)	89	59h	Y	121	79h	y	153	99h	ä	185	BFh	Å
26	1Ah	SUB (substitute)	90	5Ah	Z	122	7Ah	z	154	9Ah	å	186	BFh	Ä
27	1Bh	ESC (escape)	91	5Bh	[	123	7Bh	[	155	9Bh	ä	187	BFh	Å
28	1Ch	FS (file separator)	92	5Ch	\	124	7Ch	\	156	9Ch	å	188	BFh	Ä
29	1Dh	GS (group separator)	93	5Dh	]	125	7Dh	]	157	9Dh	ä	189	BFh	Å
30	1Eh	RS (record separator)	94	5Eh	^	126	7Eh	^	158	9Eh	å	190	BFh	Ä
31	1Fh	US (unit separator)	95	5Fh	_	127	7Fh	_	159	9Fh	ä	191	BFh	Å
127	7Fh	DEL (delete)												

Fig. 10 Tabla de Códigos ASCII Imagen descargada en Informativos

## COMUNICACIÓN GRÁFICA GESTUAL: CÓDIGOS EMOCIONALES

2.5

Hasta ahora, se ha puesto especial atención al lenguaje escrito y al verbal, los cuales son las bases fundamentales de toda comunicación moderna. Incluso, se ha inferido en la ventaja evolutiva que el mismo cuerpo del individuo le ha otorgado para el desarrollo y la transmisión de información efectiva. Sin embargo, es importante reconocer que, “hablar va más allá del uso del aparato fonético biológico, implica un proceso racional para decodificar los símbolos y comunicar a los demás mensajes de diversa índole, de acuerdo con las múltiples circunstancias en que se da este proceso.” (Malo, 2011:12)

Es decir que, el individuo no habla nada más por hablar, sino que cuando lo hace, desarrolla toda una serie de procesos mentales complejos para codificar un mensaje y al mismo tiempo, el receptor pueda descifrarlo. Lo mismo sucede con los códigos emocionales. Al hablar de comunicación gráfica gestual, es imperativo mencionar a las emociones; entendiéndose éstas, como señala Johnmarshall Reeve de la siguiente manera:

Las emociones son fenómenos subjetivos, fisiológicos, funcionales y expresivos de corta duración que nos preparan a reaccionar en forma adaptativa a los sucesos importantes en nuestras vidas. Es decir, las emociones organizan y dirigen cuatro aspectos interrelacionados de la experiencia: [...] sentimientos, estimulación [disposición fisiológica], intención [función] y expresión:

- Sentimientos: descripciones subjetivas, verbales, de la experiencia emocional.
- Disposición fisiológica: manera en que nuestro cuerpo se moviliza en sentido físico para cumplir con las demandas de una situación.
- Función: qué es específicamente lo que queremos lograr en ese momento.
- Expresión: cómo comunicamos públicamente nuestra experiencia emocional a los demás. (2010:6,223)

Esto significa que, para que una emoción se genere, es necesario que confluyan estos cuatro aspectos esenciales, generando una dependencia de interrelaciones entre estímulos fisiológicos y cognitivos. Si bien, todas las partes del cuerpo son útiles para que el hombre se dé a entender; es el rostro (junto con todos los elementos que en él se encuentran) el que ofrece una amplia gama de opciones y posibilidades de expresiones. De igual forma, se debe atender al hecho (como ya se ha mencionado anteriormente) de que el individuo es un ser social, el cual necesita estar en comunicación con sus semejantes, reconociéndose como un ser capaz de expresar ideas, sentimientos y emociones.

Al respecto, Claudio Malo señala que “La emotividad tiene un peso muy fuerte en la comunicación, [ya que] mediante emociones, tomamos [decisiones] frente a aquello que comunicamos” (2011:10). Es decir que, un simple gesto puede llegar a ser determinante en

la toma de una decisión, por ejemplo: si se frunce el ceño (cuando las cejas se inclinan de forma descendente) se puede estar expresando disgusto, desagrado o desaprobación ante una circunstancia en particular.

En este sentido, es interesante observar el papel fundamental que juega cada componente en la anatomía facial del ser humano: ojos, cejas, nariz y boca; sin los cuales es imposible generar toda una serie completa de emociones. Es en este punto donde se llega a un **sincretismo** entre lenguaje y rostro puesto que:

El lenguaje nos sirve para comunicar emociones de diversa índole en cuanto nuestros sentimientos apuntan, más que a la razón, a la vida afectiva de los otros con el afán de generar reacciones de esta índole en los que reciben los mensajes. (Malo, 2011:16)

Entendiéndose que, el lenguaje emocional se sirve de las expresiones faciales para avanzar más allá de donde la palabra y la escritura le permitirían ir, logrando una interacción entre el emisor, el mensaje y el receptor, pues al mismo tiempo genera una respuesta que completa el ciclo de la comunicación. El mismo autor menciona un ejemplo sobre las formas de cortejo en occidente, y el papel fundamental que ocupan los gestos y emociones en la toma de decisiones:

En las diversas culturas, en las pautas de cortejo hay sistemas de símbolos y acciones que portan mensajes a las personas a las que se quiere manifestar simpatía, interés o amor. Generalizada en la civilización occidental es la costumbre de que el hombre es el que tiene que tomar la iniciativa formal en la manifestación de amor y que debe la mujer decidir la respuesta.

Previamente, mediante un lenguaje no expre-

sado directamente, hay pautas de conducta en los dos géneros para dar a conocer la iniciativa o respuesta positiva o negativa ante un romance en mientes, pudiendo la mujer, mediante una serie de expresiones, manifestar su interés sin que le sea permitido expresarlo verbalmente. En este ámbito hay un lenguaje verbal y no verbal complejo conocido por las partes, siendo uno de los casos en que la comunicación tiene que prescindir, aunque sea temporalmente, de la expresión oral y recurrir a gestos u otras acciones simbólicas. (Malo, 2011:16,17)

Se observa entonces que, cuando una persona muestra una emoción a través de su rostro, lo hace para generar una reacción en otra persona con la cual se esté comunicando. Así que debe creerse que siempre existe un estimulante previo que genere dicho gesto, para posteriormente concebir una reacción (o emoción); esto es similar a la famosa ley de la física en donde “a toda acción, corresponde una reacción.” Trasladado al lenguaje emotivo, se diría que “un estímulo genera una emoción, que a su vez creará una reacción”. Por lo consiguiente, Malo hace referencia a que:

El componente emotivo juega un muy importante papel en la vida cotidiana e inclusive en la formal y social. Se considera que es necesario comunicar, además del mensaje conceptual, la simpatía o antipatía frente a los demás que no es otra cosa que la predisposición afectiva para mantener esas relaciones. (2011:17)

Esto se traduce de manera sencilla cuando la comunicación es directa, cuando existe un intercambio de miradas y gestos de manera presencial; pero ¿qué sucede cuando las circunstancias no permiten esta cercanía entre individuos? Es decir, cuando este mismo proceso debe darse de manera impersonal.

Ejemplo de ello es el internet y las redes so-

ciales, de ahí que: un individuo puede situarse frente a un monitor y estar platicando con otra persona a cientos o miles de kilómetros de distancia, ¿de qué manera puede resolverse la problemática que supone la transmisión de un gesto o emoción, cuando la distancia es la barrera principal en este caso? Es entonces, cuando los códigos gráficos emocionales cumplen una función muy importante, debido a que se estaría hablando de un idioma especializado para usuarios de plataformas tecnológicas actuales (computadoras, teléfonos móviles, tabletas, entre otros). Malo, nos da la pauta inicial y además confirma que para que todo idioma funcione deben existir ciertas características que lo conformen, tal como lo menciona a continuación:

Un idioma es un código de equivalencias entre sonidos y conceptos. De ser estos códigos ciento por ciento completos y claros, no se darían problemas en la comunicación ya que el receptor captaría con razonable precisión el mensaje que el emisor le envía. (Malo, 2011:19)

Nuevamente se atiende a un aspecto esencial que ha sido tratado desde el principio: la ambigüedad (y más aún cuando estos códigos forman parte de un idioma que va creciendo de manera exponencial). El autor habla acerca de un idioma escrito y/o verbal, en donde las reglas son aceptadas y usadas de manera convencional, pero ¿esto puede ser aplicado a un idioma gráfico emocional?

La respuesta es Sí, ya que esa característica es la que define a dicho idioma. Retomando la frase anterior y adaptándola al objeto de estudio, se puede decir que: un idioma gráfico emocional es un código de equivalencias entre imágenes y gestos.

Partiendo de esto, a continuación se realiza una comparativa entre los emoticones y

los signos alfanuméricos y de puntuación que generan las mismas representaciones gráficas-emocionales; atendiendo a sus aspectos formales y estructurales, además de las similitudes y diferencias que existen entre ellos.

## EL EMOTICÓN Y LOS CÓDIGOS ALFANUMÉRICOS SEMEJANZAS Y DIFERENCIAS

2.5.1

Al hablar de emoticones y de un código basado en signos alfanuméricos, a simple vista parece que no existe una diferencia real entre ambas cosas; es más, se podría decir que básicamente se refiere a un mismo tipo de representación gráfica. Pero ¿Existen semejanzas o diferencias entre ellos? o la pregunta real debe ser ¿son dos cosas diferentes o simplemente son complementarias?

Por supuesto que existen semejanzas y diferencias, y es el objetivo de este apartado, descubrirlas y prestar atención a los aspectos que definen y otorgan sus particularidades a cada una de estas dos formas de representación. Al respecto, Tina Ganster menciona:

*In 1972, Ekman identified the expression of happiness by a smile as one of the basic, cross-culturally recognized emotions. In general, smiling people are more positively evaluated than those who do not smile. 1-3,\* Given the deep-rootedness of smiling in human communication, it is not surprising that substitutes for smiling have emerged in online interaction. In the course of the development of the Internet from a mere task-oriented medium to its usage*

for socio-emotional purposes, so-called emoticons :-) (character strings) and smilies (graphical pictograms) have become frequently used in text-based computer-mediated communication (cmc).

En 1972, Ekman identificó la expresión de felicidad, a través de la sonrisa, como una de las emociones básicas reconocidas en todas las culturas. En general, las personas que sonríen son evaluadas de manera más positiva que aquellas que no lo hacen. La sonrisa, teniendo un profundo arraigo en la comunicación humana, no podía dejar de existir en las interacciones cibernéticas, por ello, no sorprende que se crearan sustitutos de la sonrisa. En el transcurso del desarrollo del internet, éste pasó de ser un simple medio orientado al trabajo para ser utilizado con finalidades sociales-emocionales, a las cuales denominamos emoticones (caracteres unidos) y smilies (pictogramas gráficos); los cuales han devenido en un uso frecuente en bases de textos en medios computacionales mediante comunicación (cmc). (Traducción) (2011:226)

Entonces, es un hecho evidente que el usuario de redes sociales en internet se encuentra familiarizado con el uso de emoticones, ya que los utiliza de forma común para la representación gráfica de sus estados emocionales (alegría, tristeza, enojo, indiferencia, entre otros). Esto no le representa mayor complejidad a la persona, más que la de elegir el “rostro” que mejor se adapte a sus necesidades de comunicación.

Sin embargo, dentro de todo el universo gráfico que gira en relación a los emoticones, aparecen los signos alfanuméricos y los signos ortográficos; casi como buscando un nicho, un espacio dentro de un mundo lleno de formas y colores.

Si bien, Tina Ganster clasifica a estos signos (o caracteres como los denomina ella) dentro

del rango de emoticones, lo cierto es que los investigadores de este proyecto no están de acuerdo con dicha clasificación, puesto que: el término emoticón se ha estandarizado por parte de los usuarios de internet al gran número de representaciones gráficas que pueden ser transmitidas mediante las formas redondas, de color amarillo y con diseño de expresiones faciales complejas; es decir, lo que Tina denomina “Smilies”.

Aún, ésta misma palabra (*smilies*) no puede ser aplicada de manera general para todas las representaciones gestuales y emocionales; pues sólo es validada en aquellas que hacen referencia a un rostro sonriente. Si no, ¿qué sucedería cuando se necesite expresar tristeza, enojo o alguna otra emoción distinta a la alegría o felicidad?

Para descubrir lo que se esconde tras estos signos, es necesario darles un tratamiento tan humano como sea posible, porque eso es precisamente lo que buscan representar: una humanización del que no puede estar presente frente a otra persona. En esta dirección, se observa en primera instancia, que la persona encargada de la creación de dichas formas entra en la categoría de diseñador gráfico (sea o no profesional), puesto que la elaboración y creación de rostros antropomórficos en un espacio bidimensional o digital, conlleva en sí mismo un diseño, una forma, una estructura intencional y determinada que estimula el sentido de la vista.

Es decir, ante la despersonalización del individuo con el uso del internet y las redes sociales, el diseñador se ha sentido motivado en generar un ícono que describa algo o “alguien” que tome su lugar y que lo represente cuando deba expresar a otras personas: “me siento emocionalmente de tal manera”.

Atendiendo a este principio creacionista, es natural que la misma creación, tome rasgos característicos de su creador; o visto desde otro enfoque: el diseñador plasma parte de su humanidad, de sus rasgos morfológicos en su creación y prueba de ello se observa en las características estructurales del mismo emoticón: en la forma de la cara, ojos, nariz y boca (ver figura 11).

Sin duda, se puede observar en internet, que existe una gran cantidad de posibilidades y variantes dentro de los emoticones; sin embargo, la mayoría conserva siempre los rasgos más característicos, comunes y afines a todos ellos: la forma y el color; es decir, redondos y amarillos (ver figura 12).

¿Qué significa esto? Es muy sencillo, si se realiza una comparativa antropológica entre el hombre y el emoticón, se puede observar que: así como existe una especie humana, el emoticón representaría una misma “especie gráfica”. Dentro de la especie humana, se encuentran poblaciones distintas y con rasgos particulares, uno de los más característicos es el color de la piel (solo por atender a una cuestión comparativa), llegando a catalogar de forma general a una persona de piel obscura como africana o afroamericana, a una persona de piel clara como europea, a una persona de piel pálida como asiática, entre otros. Claro, sin que esto llegue a ser la regla general.

De la misma manera, el diseñador ha buscado una diversidad gráfica dentro de esta misma “especie”; intencionalmente o no, ha creado poblaciones o subconjuntos de los mismos; grupos completos de emociones que pueden llegar a diferenciarse de otros grupos exactamente iguales en el concepto, pero que no lo son en el estilo. Tal como se observó en el ejemplo de la figura 12.



Fig. 11 Representación ilustrada del interior de un emoticón. Atendiendo a su humanización, probablemente así se vería la estructura ósea del mismo. Imagen descargada de nopuedocreer.com

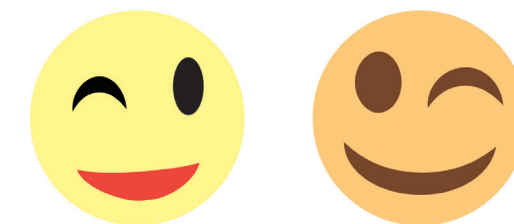


Fig. 12 En esta imagen se observan dos estilos diferentes de representación en el guiño del ojo. Los tonos amarillos y los rasgos circulares se conservan a pesar de las particularidades de cada uno. Imagen IA



Cuando una persona se encuentra frente a un emoticón o un conjunto de signos alfanumérico ¿Cuál es su percepción acerca de los mismos? ¿De qué manera los interpreta?

Se ha mencionado que el uso y el diseño de estas formas gráficas emocionales, están relacionadas con aspectos cognitivos, y un eje central dentro de dichos aspectos, es lo que se conoce como percepción. Al respecto, Georgina Ortiz comenta:

En el caso de la visión, las sensaciones forman una imagen visual gracias a los complejos mecanismos de la percepción, los cuales permiten distinguir la profundidad y la distancia de lo que nos rodea, ya que podemos transformar una imagen que es percibida en la retina en dos dimensiones, en otra imagen que es de carácter tridimensional (2008:15-16)

Entonces se puntualiza que gracias a la percepción, el usuario puede distinguir y comparar las características de los dos sistemas de representación gráfica (el volumen o la tridimensionalidad de un emoticón y la bidimensionalidad o planicie de los signos alfanuméricos). En ambos sentidos, se habla de representaciones delimitadas por un espacio, la diferencia radica en los detalles que una conlleva en relación a la otra.

Por ejemplo, el emoticón utiliza (en el caso del diseño) elementos tales como: formas, colores, sombras, brillos y texturas; lo que le confiere características denotativas; mientras que los signos alfanuméricos tienen características connotativas. Partiendo desde este enfoque, los signos alfanuméricos tuvieron que ser interpretados dentro del contexto emocional,

mientras que los emoticones son el resultado gráfico de dicha interpretación.

Para entender mejor ésta situación, la doctora Ortiz hace referencia a la teoría de la Gestalt, así como a las leyes de la percepción que aborda la misma:

A la teoría de la Gestalt se le conoce también como la teoría de la forma o psicología de la forma, [...] concepción según la cual los hechos psíquicos elementales se presentan siempre entrelazados en conjuntos y dándoles un significado verdadero. [...] Estas leyes indican que un conjunto de sensaciones tienden a organizarse en lo que se llama la buena figura, y tratan de explicar cómo son vivenciadas las manifestaciones perceptuales en una unidad extendida en el espacio o tiempo. [...] Las leyes, entonces, explicarán cómo se da la estructuración de lo que percibe el individuo de acuerdo con principios que lo llevarían a la buena figura, no obstante que los elementos exteriores se encuentren en situaciones poco estructuradas, ya que todo el proceso buscará que todo resulte bien armonizado, estando las partes subordinadas acertadamente a la figura, apoyados por la simplicidad, claridad, simetría y armonía. (2008:24-25)

Esto explica, el hecho de que una persona pueda reconocer una figura antropomórfica dentro de un sistema de caracteres que no fueron diseñados originalmente para representar esa forma; es decir, son signos abstractos que el hombre al verlos uno junto al otro, los asocia con algo que reconoce. Por ejemplo: lingüísticamente, un signo de punto y coma unido a un signo de guión y a un signo de paréntesis de cierre, no tiene ninguna interpretación razonable; pero, el cerebro asocia estos signos y los interpreta de manera visual como un rostro que guiña un ojo; a esta agrupación de elementos es lo que la autora menciona como: la buena figura (ver figura 14).



Fig.14 Ejemplo de la buena figura. Se observan tres signos que en teoría no serían agrupables para generar una interpretación correcta. IA

Al mismo tiempo, se puede aplicar otra ley Gestáltica que complementa el sistema gráfico de signos alfanuméricos en la representación de emociones. Ortiz menciona a la ley de la Proximidad “Cuando se perciben juntos los elementos próximos en espacio y tiempo por factores de proximidad física. [...] Por lo anterior, la ley de proximidad o cercanía indica que los elementos próximos entre sí tienden a agruparse” (2008:27).

Ahora, extendiendo el ejemplo en donde se incluyen signos alfanuméricos, ya no se toma una sola expresión, sino que se incluyen dentro de un mismo espacio a otras representaciones antropomórficas (ver figura 15).

Estas dos leyes o factores pertenecen a lo que la misma autora denomina agrupación intrínseca; es decir, factores que dependen de un análisis “interno-interpretativo” del objeto de estudio (o como se ha mencionado anteriormente, aspectos connotativos). Pero ¿qué hay acerca del emoticón? ¿Acaso es ajeno a las leyes gestálticas? Para este sistema de representación gráfica, existe una clasificación

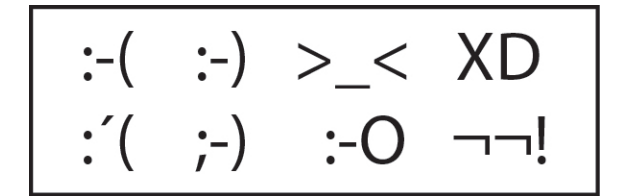


Fig.15 Ejemplo de aplicación de la ley de la proximidad en un conjunto de signos alfanuméricos. La proximidad permite distinguir en un mismo espacio una variedad de expresiones y emociones. IA

denominada agrupación extrínseca, Ortiz menciona acerca de esta clasificación que:

Hoy día existen diversas líneas de investigación para detectar los factores que contribuyen a los efectos gestálticos específicos, como textura, color, distancia, objetos, figuras y distribución de volúmenes propios de la escena, y todos estos elementos se relacionan con otras estructuras externas. (2008:30)

Entre las leyes propias de dicha clasificación, y que pueden ser aplicadas a los emoticones, se encuentra la denominada región común, la cual “establece que los elementos que se encuentran incluidos en una región común del espacio perceptivo, tienden a ser agrupados perceptivamente si no existen otras variables que interfieran.” (Ortiz, 2008:31). Esto podría significar la transición de un código alfanumérico a un emoticón, puesto que al contener a los signos dentro de un círculo y otorgarles un fondo de color, se establecería una región común en donde aquellos signos pueden coexistir sin interferencia de otros elementos gráficos (ver figura 16).

Como se ha podido observar, una característica de los emoticones es su interpretación denotativa, es decir que lo que muestran es lo que en realidad representan: un rostro alegre, triste enojado, lloroso, entre otros. Aquí entra en acción otra ley **extrínseca** denominada Orientación, en donde “los elementos visuales presentes en planos horizontales y verticales



Fig. 16 Aunque exista otro elemento gráfico emocional junto al emoticón, éste se encuentra claramente definido por su región común. IA

tienden a contribuir en la organización de la figura” (Ortiz, 2008:31). Observando la figura anterior, es claro que un emoticón nunca va a ser diseñado con una orientación diferente a lo que representaría el rostro de una persona real.

Mencionado de otra forma, un emoticón siempre se va a interpretar de manera vertical, siguiendo la fisonomía de un rostro, mientras que gran parte de los códigos alfanuméricos se representa de forma horizontal (al menos en occidente), en el caso de oriente es interesante observar las variantes que pueden llegar a generarse; aunque eso es tema de un apartado posterior (ver figura 17).



Fig.17 La orientación significa un parte aguas en la clasificación de emoticones y los códigos alfanuméricos. Imagen IA

Ahora, se ha visto que la percepción ocupa un lugar importante dentro del análisis gráfico de estos sistemas de comunicación emocional; no obstante, es importante analizar otro factor tan determinante, como lo es el color. Ortiz señala que “el color es un elemento fundamental, gracias a que es el elemento que ayuda a perfilar y afinar la imagen de figuras y formas estructuradas, siempre y cuando exista un estímulo luminoso adecuado”. Si se recuerda la imagen de un emoticón, la primera impresión será la de un dibujo antropomórfico de color amarillo; las personas no pueden percibirlos bajo otras circunstancias, sería como tratar de cambiarle el “color de piel”.

Pero ¿a qué se debe esta curiosa selección cromática? Si los seres humanos no poseen un color de piel amarilla ¿qué motiva a que ese color sea el que defina a los emoticones? Probablemente, una respuesta apunte a que: de los colores primarios, éste es el que más cercanía tiene con la realidad de un tono de piel natural.

A la vez, si se requiere elaborar un elemento gráfico que atraiga la atención y que no sea muy agresivo a la vista, el color amarillo, por sus cualidades luminosas, es la opción adecuada, teniendo en cuenta que su aplicación en emoticones depende de una gama de tonalidades del mismo.

Ortiz refiere que “se ha encontrado que el color amarillo es el color que más cantidad de luz refleja, por ello su contemplación estimula más las células del aparato visual” (2008:44). Tal como se muestra en la figura 18, se presta atención al grupo de los tres colores primarios de donde parte toda la gama de combinaciones cromáticas.

El color rojo representa el máximo contraste ya que resalta sobre el amarillo y el azul, y



Fig.18 Representación de los colores primarios: rojo, amarillo y azul. Siendo el color amarillo el que refleja más cantidad de luz. IA

en primera instancia atrae la atención del ojo hacia él, es pertinente aclarar que una exposición prolongada de este color resulta agresiva a la vista. Es un color que excita en demasía nuestro sentido visual, generando estados emocionales que tienden más a una respuesta negativa (de ahí que los únicos emoticones de color rojo, son los que representan ira, molestia o enojo); resultando el color amarillo, un estimulante menos agresivo y con una mayor amplitud en cuanto a la representación de emociones.

Si se toma en cuenta la palabra inglesa smile, para referirse a una representación emocional de sonrisa, alegría o felicidad; este color bien puede personificar cromáticamente ese estado. Sin embargo, y como se mencionó anteriormente, esta palabra no puede utilizarse de forma generalizada para referirse a todo el conjunto de emociones; no obstante, el color amarillo se ha estandarizado al uso y elaboración de este tipo de representaciones.

En el caso del azul, al ser un color frío, no es conveniente su utilización en esta clase de diseños emocionales, ya que no representa la energía y el dinamismo que sugiere una acción fisiológica cognitiva, como lo es un gesto que simbolice una emoción (aunque ello no significa que no existan emoticones en la tonalidad mencionada) (ver figura 19).

Es importante en este punto, mencionar la relevancia que tiene la forma dentro de la concepción gráfica. Como se ha observado en el emoticón, tanto el color como la forma están íntimamente relacionados, pues finalmente, son estos dos elementos lo que lo distinguen de los signos alfanuméricos y de puntuación. Sobre la percepción de la forma, se dice que:

Todo lo que nos rodea, en especial los objetos, tiene formas específicas con características particulares, por eso lo que parecería fácil de definir se vuelve muy complejo, no obstante que la Gestalt vino a cambiar la manera de entender el proceso de la percepción, en donde de acuerdo con sus iniciadores, existe una tendencia hacia la simplicidad compartida entre el mundo físico y el psicológico, que pueden ser los contornos limitantes que facilitan el percibir



Fig. 19 Comparación cromática de tres emociones diferentes: Alegría, tristeza y enojo. IA

la zona que queda encerrada dentro de ciertos contornos, por lo que se dice “que la forma es un área que sobresale del resto de lo que estamos viendo debido a que tiene un borde o bordes continuos” (Matlin, 1996). (Ortiz, 2008:47)

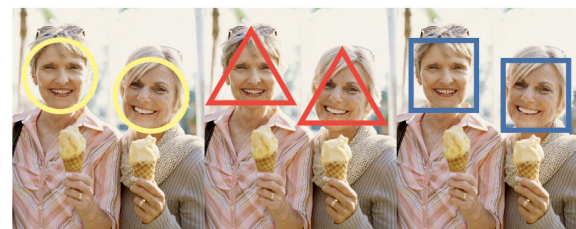


Fig. 20 Atendiendo a la geometrización del rostro humano, es la forma circular la que mejor se adapta a una representación antropomórfica. Imagen descargada de salud180.com

Atendiendo al principio expuesto sobre la forma, cada vez toma mayor relevancia el análisis de los elementos gráficos que conforman al emoticón. Se observa que el diseño de los mismos, es de forma redonda, salvo en contadas excepciones que llegan a concebirse de forma cuadrada; sin embargo, los vértices en dichas representaciones son redondeados. Sin su forma característica, el emoticón no podría ser percibido por parte del usuario como lo que es, es decir que perdería gran parte de sus aspectos denotativos.

Sobre ese punto, se hace un comentario que respalda la selección de una forma redonda para la representación de una figura antropomórfica:

En relación con las formas planas se les busca un sentido con la realidad, debido a que dichas formas representan los objetos sólidos que se reproducen en superficies lisas; sin embargo, no hay que olvidar que no son la realidad misma y muchas de estas formas planas dependen de la técnica e inspiración de quienes la representan. (Ortiz, 2008:49)

Tal cómo se muestra a continuación, de las tres figura geométricas básicas: círculo, triángulo y cuadrado; la primera es la que mejor representa una cercanía a la realidad del objeto a sustituir (un rostro humano). Siendo la forma triangular la que menos conviene al objeto, ubicándose el cuadrado en un punto intermedio (ver figura 20).

Es decir que, mientras más vértices se añadan a una forma, acercándose al concepto

del círculo, la representación antropomórfica será mejor concebida ya que no es una forma gráfica agresiva (ver figura 21).

Finalmente para concluir este apartado, se observa que tanto los emoticones como los signos alfanuméricos y de puntuación; tienen características comunes y afines. Sin embargo, al mismo tiempo observan rasgos que los diferencian el uno del otro, dándoles una particularidad, una individualidad y una riqueza gráfica; que permiten valorarlos dentro de un contexto (hayan sido o no creados con ese fin en su concepción original) en donde cumplen un propósito: representar emociones.

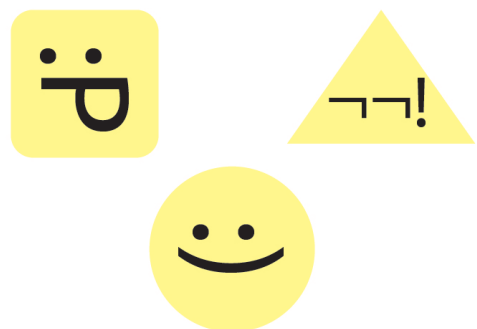


Fig. 21 Comparación gráfica sobre el uso de figuras geométricas en la representación de sistemas visuales emocionales. IA

## ANATOMÍA DE LOS CÓDIGOS ALFANUMÉRICOS <sup>2.5.3</sup>

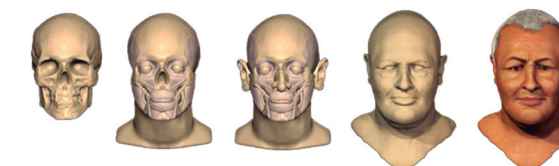


Fig.23 Ilustración que muestra los niveles de composición orgánica en el rostro de una persona. Observándose desde afuera hacia adentro: Piel, músculos, cráneo. Imagen descargada de estaticos02.elmundo.es

Continuando en la línea de la humanización de los códigos emocionales, es pertinente analizarlos desde un contexto morfológico-anatómico, ya que finalmente su propósito es evocar una realidad del ser humano. Si se observan desde una perspectiva exterior hasta llegar a su composición interna, es el emoticón lo que representa el rostro del ser humano, es decir, la parte visible; mientras que la parte interna es representada por los códigos alfanuméricos y de puntuación (ver figura 22).

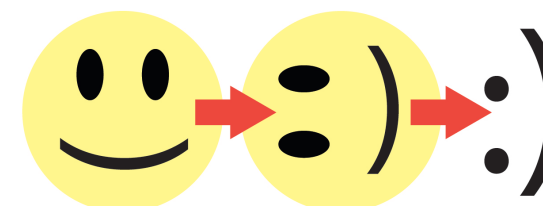


Fig. 22 Composición estructural de un emoticón. El código de puntuación representa la parte más profunda del diseño. Imagen descargada de On Facebook chat animals.com

En términos de anatomía, se relaciona con que, de la misma forma en que un ser humano está constituido por elementos orgánicos (ver figura 23), una expresión gráfica emocional está compuesta de piel, músculo y hueso. Siendo estos elementos de características gráficas-conceptuales. En donde los signos alfanuméricos y de puntuación ocupan el lugar del cráneo, mientras que el emoticón representa la piel del rostro humanizado.

Con la valoración externa, es pertinente conocer lo que menciona la anatomía acerca de la piel, cuáles son sus características y sus funciones. Al respecto, Ian Peate señala:

La piel, también llamada sistema tegumentario, protege al cuerpo de muy distintas maneras; si no contara con la piel y sus mecanismos de protección, el ser humano no podría sobrevivir. Por lo general, la piel es el único órgano del cuerpo que siempre está expuesto al exterior y, por tal razón, es la que expresa el estado emocional de la persona, por ejemplo mediante el rubor (enrojecimiento). (2012:132)

Si se realiza una comparativa respecto a los signos alfanuméricos y de puntuación; en el caso de la piel, se observa que el órgano que permite su exteriorización (o materialización) es el color negro, el cual es estandarizado para todos ellos. Lo que lleva al hecho de que su carga emotiva no depende de un color cálido o frío; además, la misma forma de escritura y la plataforma donde se desarrollan estos signos, no permiten variantes en cuanto a la gama cromática. La piel (el color negro) cumple un objetivo específico en los signos alfanuméricos: hacerlos visibles frente al usuario, ya que su función no es que el individuo los considere llamativos o atractivos; sino sencillamente concebirlos como una realidad gráfica legible y leíble presente para él (ver figura 24).

Ahora bien, estudiando la situación anatómica del rostro, la siguiente capa de tejido orgánico es la relacionada con los músculos. La importancia de los mismos radica en que “Todas las funciones físicas del cuerpo requieren actividad muscular. Debido a que los mús-

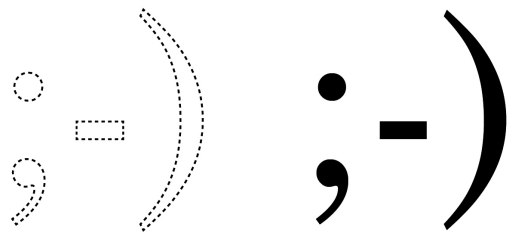


Fig.24 La piel de un signo alfanumérico, está determinada por el color del mismo; haciendo que éste se convierta en una realidad gráfica para el usuario. IA

culos son los que realizan los movimientos corporales, se podría considerar que constituyen la "maquinaria" del cuerpo" (Marieb, 2006). (Migliozzi, 2012:260). En el caso de los músculos, son estos lo que abarcan el papel más relevante dentro de las representaciones de emociones: ya sea de manera natural en el rostro humano, o de manera artificial en una representación gráfica.

Es importante aclarar que al contraerse o expandirse, son estos tejidos los que generan las expresiones faciales que representan los estados emocionales de las personas. En la cuestión de los códigos alfanuméricos y de puntuación, la musculatura no depende del grosor de la fuente tipográfica (*bold, narrow, light, entre otros*).

Los músculos que representan el movimiento corporal, son en realidad la ubicación de los mismos signos, es decir que: su carga emotiva depende de la posición en que son colocados dichos caracteres, ya que su lectura es de manera horizontal, generando una **decodificación** en el cerebro que corresponde a una interpretación vertical (ver figura 25).

Es decir que los músculos de dichos signos cumplen la función de generar una estructura determinada para una evocación emocional.

Entendiendo que con el cambio de posición de un signo, se pueden llegar a generar significados nuevos, dentro del mismo significado.

Así como la Gestalt permite comprender de manera más clara la utilización y codificación de este sistema gráfico-emocional, las figuras retóricas refuerzan el concepto y el contexto en el cual se desarrolla dicho sistema de comunicación. Al respecto, Alejandro Tapia señala que:

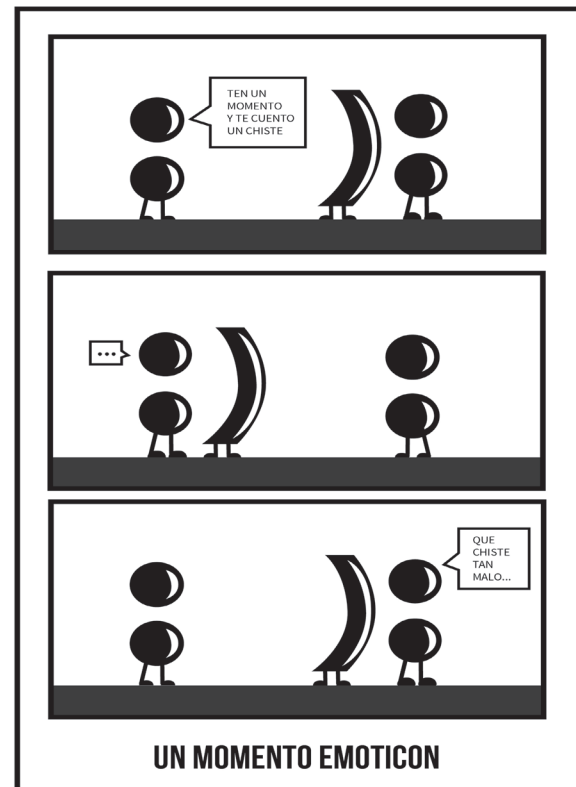


Fig. 25 Representación humorística en donde se pone de manifiesto la importancia de la posición del signo. Imagen descargada de Triego.com

Lo más relevante en la apreciación de la retórica visual es no obstante entender que las figuras por sí mismas no producen un resultado adecuado sino que, conforme al modelo de la retórica, éste depende de la intelección del problema, de la selección de los tópicos y de la comprensión de la audiencia. A menudo todo ello requiere un análisis cuidadoso, pues la comunicación efectiva se establece sobre la base de hallar cuáles son los argumentos cualitativamente más calificados ante los usuarios para a partir de ahí trabajar con los dispositivos de la expresión.

Dado que las comunidades comparten conocimientos comunes, los diseñadores recurren a estos lugares de la opinión para focalizarse en aquellos que resultan propicios para construir los enunciados visuales. La retórica habla así de que el argumento persuasivo es aquel que establece un ethos (una personalidad clara) un logos (contiene un argumento propicio) y a un pathos (se formula también respecto a las emociones). (2013: 141-142)

Continuando con el análisis morfológico, llegando hasta la zona más íntima, profunda y probablemente la menos atractiva en la estructura de un rostro humano, se ubica el esqueleto; el cual, Peate cataloga de vital importancia en la estructura del cuerpo humano ya que:

Con excepción de los óseos y los cartilagosos, todos los tejidos corporales son blandos y, sin el esqueleto, el cuerpo sería como una gelatina y no podría mantenerse en pie. La disposición de los huesos da al organismo su forma y configuración. El sistema esquelético sostiene al cuerpo al formar una estructura ósea a la que se fijan tejidos blandos y órganos. (2012:229)

Trasladando esta realidad a un área de estudio gráfico: el código alfanumérico y de puntuación representa el cráneo que le da

forma al emoticón; es decir (y como se mencionó anteriormente), el signo de puntuación es la base sobre la cual se diseñaron los emoticones. El emoticón es la parte atractiva del sistema de representación gráfica emocional; siendo la unión de signos alfanuméricos, el sistema óseo que sostiene a dicho sistema emocional.

De la misma manera que cada hueso del cuerpo humano tiene un diseño único y particular, es la forma de cada signo lo que confiere una estructura ósea al código alfanumérico emocional (ver figura 26).

Es el diseño tipográfico, el esqueleto que le **confiere** su estabilidad a los signos de puntuación y alfanuméricos, ofreciendo una variedad de opciones en cuanto a diversos estilos de fuentes y signos que incluyen, lo cual genera distintas posibilidades de representaciones emocionales. Para comprender aún más la importancia de la tipografía en la estructura anatómica de un código alfanumérico y de puntuación, Kunz señala que:

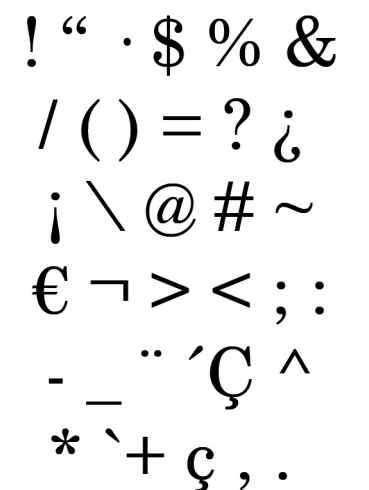


Fig.26 Es así como un cuerpo humano se constituye por huesos de diferentes formas y tamaños, el código alfanumérico emocional está constituido por signos de diferentes formas y tamaños. IA

Este conjunto de elementos básicos -letras, números y signos de puntuación- convierten la tipografía en un ámbito del diseño especialmente estimulante. El diseñador contemporáneo debe buscar de manera constante soluciones creativas al problema de comunicar hechos, ideas y sentimientos, utilizando únicamente estos pocos pero fecundos elementos. [...] La diversidad del lenguaje humano, junto con la necesidad de que la tipografía exprese sutiles inflexiones y transmita toda la estructura de la información, exige una gran variedad de letras adicionales y signos especiales. (2002:15)

En esta dirección, tanto el creador como el usuario de estos códigos emocionales, proyectan su ingenio y creatividad para obtener resultados satisfactorios al momento de encontrar figuras antropomórficas, adaptando signos y formas que los trasladen a una realidad gráfica.

Para ello, es pertinente realizar una comparativa entre diversos géneros y estilos de fuentes tipográficas, en los cuales se pueden observar las particularidades, semejanzas y diferencias dentro de un mismo conjunto de emociones o gestos. Por lo cual, se visualiza cómo algunas fuentes favorecen a la representación de este sistema de comunicación gráfica emocional, mientras que otras no son tan adecuadas ya que rompen con la estética y armonía que buscan transmitir dichos gestos (ver figura 27).

Como se observa en la figura 27, dependiendo del tipo de fuente tipográfica utilizada para la representación de gestos y emociones, el resultado puede ser más eficaz en algunas familias tipográficas que en otras. Se puede ver que en las primeras dos representaciones de cada recuadro (de izquierda a derecha), el resultado para expresar alegría o tristeza no conllevan grandes variaciones de una fuen-

te a otra: en general, el signo de dos puntos y seguido es diseñado de forma redonda en el caso de la letra Garamond, Bauhaus 93 y Hobo Std Medium; mientras que en el caso de las tres fuentes restantes su diseño es cuadrado. Lo que en un puntaje mediano no es perceptible dicha diferencia (entre cuadrado y redondo), recordando que el medio electrónico y el lugar en donde son utilizados comúnmente (redes sociales), no permiten variaciones en el tamaño de la letra.



Fig.27 Representación de 5 gestos a través de 6 fuentes tipográficas diferentes. IA

Lo que sucede con los signos de paréntesis es de llamar la atención, ya que su forma sí es muy diferente en cada fuente en particular, aunque todos tienen un rasgo en común: su diseño rebasa a lo largo o alto (dependiendo como se observe) el ancho de los dos puntos y seguido, lo que propicia la representación de una boca grande que magnifica las características de la emoción a representar. Por ejemplo, en el tema de las fuentes Helvetica (palo seco) y Garamond (patinada), los paréntesis son muy parecidos, principalmente en el arco que describen; la variante principal es el peso en cada una de ellas (siendo la Helvética de un grueso mayor que la Garamond) (ver figura 27 a).

Ahora bien, si se comparan estas dos fuentes con la Century Gothic, se presta atención al hecho de que ésta última tiende más hacia la redondez y la geometrización en su construcción general; lo que conlleva a una lógica en donde el arco de los paréntesis se supondría deberían ser más redondos que las otras dos fuentes; sin embargo, el diseño de los paréntesis tiende más hacia la línea recta, mostrando gestos (de alegría o tristeza) sobrios y discretos (ver figura 27 b).

En el caso de una fuente demasiado angulada, la representación gestual no conlleva la misma estética que en los ejemplos anteriores, para ello se observa la fuente Cleopatra (ver figura 27 c). El uso de vértices en la construcción no sólo de los paréntesis, sino además en las letras P y D, incorpora elementos de formas triangulares, los cuales como se ha mencionado anteriormente, no son por mucho la opción primaria en la representación gráfica de gestos o emociones; aunque siguen cumpliendo su función comunicativa.



Fig.27A Comparación de los signos de paréntesis en las fuentes Helvética y Garamond. IA



Fig.27B El trazo de los arcos de los paréntesis en la fuente Century Gothic, tiende más hacia la línea recta. IA

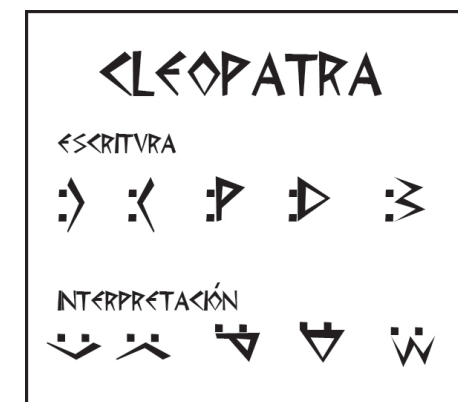


Fig.27C Una fuente con terminaciones muy anguladas, no es conveniente para la representación de emociones. IA

## SÍMBOLOS EMOCIONALES CON DIVERSIDAD CULTURAL

Probablemente, el mayor obstáculo que enfrenta esta clase de fuentes tipográficas, es el poco espacio entre caracteres que existe al unir dos signos ortográficos y/o de puntuación, lo que visualmente hace que los ojos se vean prácticamente unidos a la línea de la boca (nótese la construcción gráfica :D en la fuente cleopatra).

De acuerdo al diseño de la fuente Bauhaus 93, el peso de la misma letra hace que en algunos casos, la expresión no llegue a ser tan estilizada como en aquellas fuentes que sean de construcción ligera (nótese la representación :P). Aunque un caso particular para mencionar, es la fuente Hobo Std Medium; si bien, esta fuente es de trazos gruesos, la diferencia entre ella y la Bauhaus 93 es que la Hobo Std Medium es una tipografía de estilo caligráfico, con trazos más sueltos y líneas orgánicas que le confieren una expresión natural (ver figura 27 d).

Por ello, se infiere que: las fuentes más propicias para la representación de gestos y emociones a través de signos alfanuméricos y de puntuación, son aquellas en las que sus formas tiendan hacia la redondez y las líneas sean fluidas y orgánicas; siempre y cuando el peso de la misma fuente no comprometa la transmisión clara del mensaje.

Los ejemplos estudiados, corresponden a una percepción occidental acerca de este sistema gráfico emocional; sin embargo, en el siguiente apartado se presenta la situación de los códigos alfanuméricos y de puntuación, vistos desde una perspectiva oriental, en donde son denominados kaomojis; observándose que este fenómeno gráfico emocional no es exclusivo de una sola región o zona geográfica, pero en donde su construcción sí obedece a aspectos particularmente culturales, llegando a trascender fronteras espaciales y temporales.

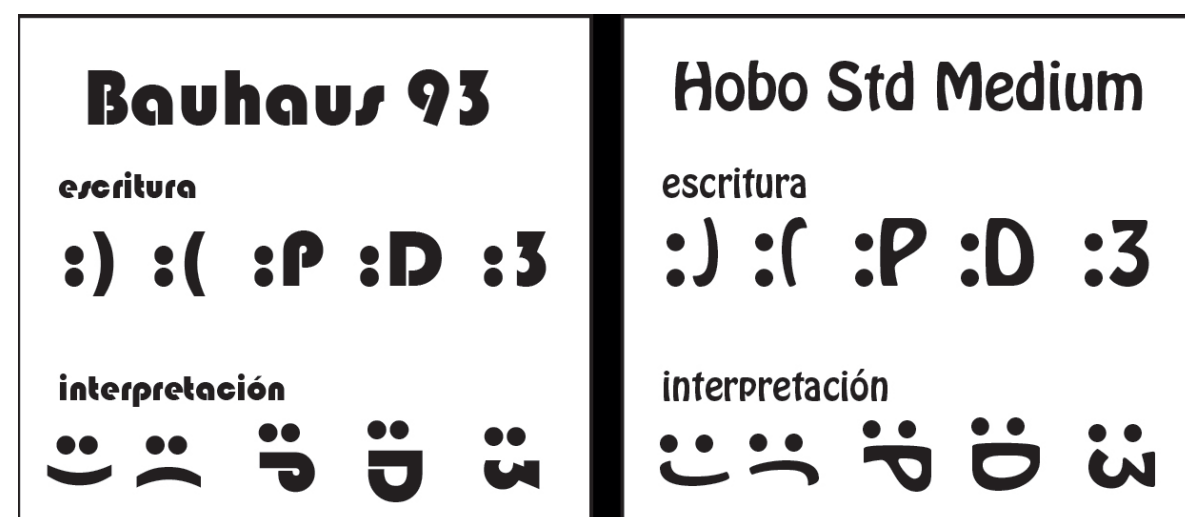


Fig.27 d Comparación de la construcción de emociones mediante dos fuentes tipográficas de trazos gruesos. IA

La evolución de los medios de comunicación, así como la necesidad de transmitir ideas concretas de emociones en forma escrita, han traído como consecuencia diferentes tipos de códigos por medio de signos alfanuméricos y de puntuación como apoyo a la comunicación **despersonalizada**; para transmitir diferentes emociones, muchos de estos símbolos gráficos son conocidos actualmente como emoticones, emojis o kaomojis, dependiendo de la zona geográfica y cultural en la que se encuentre.

Existe una necesidad enfocada a la correcta interpretación en los códigos emocionales, pues es muy difícil transmitir gestos por medio de mensajes escritos; de la misma manera, las deformaciones en la escritura hasta nuestros días, han influenciado en la forma de comunicar mediante un sólo código o símbolo toda una idea o emoción como lo era en la época de los jeroglíficos, los ideogramas, entre otros.

Gracias a la interacción de los usuarios, surge el constante intercambio de ideas entre dos o más personas, dichas ideas pueden representar diferentes emociones tales como: alegría, tristeza, enojo, llanto, amor, dolor, por mencionar algunas; causando ambigüedades en la interpretación del mensaje escrito.

Debido a lo anterior, la esencia de estos símbolos gráficos está basada en facilitar la comprensión e intención del mensaje en forma breve y rápida, transmitiendo emociones sin necesidad de escribir las palabras.

A pesar de que este lenguaje basado en

emociones es aceptado de manera convencional, se adapta dependiendo de la cultura en la que se presente, conservando la esencia y el significado que se le asocia a cada símbolo gráfico.

Se observa, por ejemplo, que existen diferencias muy marcadas en cuanto al estilo oriental y occidental. Por esta razón, es importante mencionar un artículo del grupo Milenio donde se explican las principales razones por las cuales se representan de forma diferente este lenguaje:

Un estudio dice que las personas de distintas culturas interpretan las expresiones faciales de manera diferente. En la investigación, publicada en Current Biology, los participantes asiáticos se concentraron principalmente en los ojos, mientras que los occidentales observaron el rostro en su conjunto.

En el estudio, hecho por un equipo de la Universidad de Glasgow, en Escocia, los observadores asiáticos encontraron más difícil distinguir ciertas expresiones faciales. Personas asiáticas interpretaban la expresión de miedo como sorpresa y la de asco como enfado. Los investigadores aseguran que la confusión proviene en que las personas de grupos culturales diferentes observan distintas partes del rostro cuando interpretan una expresión.

Los participantes asiáticos se centraron en los ojos del otro, mientras los occidentales tomaron en cuenta la totalidad del rostro, incluyendo los ojos y la boca.

El equipo de investigadores mostró a 13 occidentales caucásicos y a 13 asiáticos un grupo de imágenes estandarizadas con representaciones de las siete principales expresiones faciales: felicidad, tristeza, neutralidad, enfado, disgusto, miedo y sorpresa. Utilizaron rastreadores del movimiento de los ojos para monitorear hacia donde estaban mirando los participantes cuando interpretaban las expresiones. Un programa informático al que se le dio la información del movimiento de los ojos de los asiáticos fue incapaz de distinguir entre las emociones de asco y enfado, y de miedo y sorpresa. El estudio concluye que los participantes asiáticos usan una estrategia de decodificación específica de su cultura que es inadecuada para distinguir correctamente las expresiones faciales universales de miedo o asco.

Los investigadores también destacan que las diferencias de percepción se reflejan en los emoticones occidentales y asiáticos. Los emoticones asiáticos están de frente y centrados en los ojos, mientras que en los occidentales la boca es más importante. (Grupo Milenio 2013, [en línea])

De acuerdo a este resultado, el dato relevante se enfoca en el hecho de que estos símbolos gráficos representan únicamente las facciones de ojos y boca (en algunos casos la nariz). Otro aspecto a destacar es la marcada diferencia que existe entre las representaciones asiáticas y las occidentales; los primeros enfatizan los ojos y la boca de frente y sus principales variaciones se dan en los ojos, cambiando los signos con los cuales se representan dándole mayor intención de profundidad a esa parte, como transmisor de las emociones intencionadas.

En el estilo occidental, se cambia por completo la forma de representarlos ya que se encuentran escritos de izquierda a derecha en forma horizontal, teniendo que girar la cabeza al lado izquierdo para comprenderlos

mejor: presentando los ojos como dos puntos en la gran mayoría y enfatizando la boca, y de este modo, representar las diversas emociones, tomando también en cuenta que este mismo tipo de representación de símbolos emocionales tiende a variar conservando la esencia de leerse de lado, pero invirtiendo derecha a izquierda (ver figura 28).

Otro punto a destacar es la importancia que tiene la forma de escritura en ambas culturas, ya que los asiáticos escriben en forma vertical lo cual puede explicar el hecho de que sus emoticones se representan de esa forma, así como también manejar constantemente el rasgo de los ojos se puede atribuir a la representación de estos en sus dibujos anime, ya que una de sus características fundamentales se basa en ojos grandes, ovalados y bien definidos, boca y nariz pequeños, lo cual se ve claramente reflejado en sus símbolos emocionales. Del occidente, tenemos lo opuesto en cuanto a la escritura, se realiza de izquierda a derecha y es así como se representan la gran variedad de emoticones, de lado, por lo que se debe girar un poco al costado la cabeza para poder entenderlos, motivo por el cual, cuando no se conoce el significado de ese lenguaje puede no entenderse o clasificarse como un error al momento de escribir.

ASIÁTICOS	EMOCIONES	OCCIDENTALES
·_·	PENSAR	:/
T_T	LLANTO	:(
@_@	SORPRESA	:O
^_^	FELIZ	:)

Fig.28 Ejemplo de algunos emoticones asiáticos y occidentales. IA

Después de las características mencionadas anteriormente sobre estos símbolos para representar sentimientos cabe ahondar en un tema de gran relevancia, como se puede observar aún cuando las características de ambas representaciones sean distintas, debido a los contextos culturales en los cuales son utilizados, tienen como característica común que en ambos casos se manifiestan las principales expresiones faciales universales, el psicólogo estadounidense y doctor Paul Ekman (2007) considera que es el sistema de señales universales más importante que tenemos para informar a otros miembros de otras especies de lo que nos sucede. Él se dio cuenta que ese set de emociones básicas estaban presentes en todas las culturas del mundo, por muy alejadas que estuvieran del contacto con occidente podían reconocer esas emociones básicas, es por eso que a finales de los años 60 intentó descubrir si había expresiones faciales universales, que cruzaran todas las fronteras culturales, Ekman fue uno de los más importantes gracias a un estudio en el que comparaba las emociones en las expresiones faciales de personas de Pambua, Nueva Guinea y Japón, con las de otras de países occidentales, su equipo pedía a los voluntarios que pusieran la cara correspondiente a cada emoción y filmaron el resultado, en donde Edman descubrió que existen 7 expresiones universales de emociones en la cara: felicidad, tristeza, ira, miedo, sorpresa, desdén y asco. Pero la cara comunica mucho más que las 7 emociones universales, Ekman identificó más de 3000 expresiones faciales diferentes, que transmiten un significado al que la mayoría reaccionaria consciente o inconscientemente. Dayli motion 2013). Algunas otras que Ekman identificó son:

- 1.Diversión.
- 2.Desprecio o desdén.

- 3.Complacencia o contento.
- 4.Bochorno.
- 5.Entusiasmo o excitación.
- 6.Culpa.
- 7.Orgullo.
- 8.Alivio.
- 9.Satisfacción.
- 10.Plaer Sensorial.
- 11.Vergüenza.
- 12.Ira o rabia.
- 13.Repugnancia, repulsa, asco o repulsión.
- 14.Miedo o temor.
- 15.Felicidad.
- 16.Sorpresa.
- 17.Tristeza.

Aunque existan dos o más tipos para un mismo signo gestual; estos siempre significaran lo mismo, la diferencia radica sólo en la forma de representarlos, es por ello que en el siguiente apartado se expondrán algunas diferencias en la forma de representación de una emoción.

## OCCIDENTALES VS ORIENTALES 2.6.1

Las personas que viven en oriente y occidente tienen diferencias muy marcadas; éstas abarcan desde la cultura, su estructura social, aspectos económicos, religiosos, entre otros. Por esa razón, perciben el mundo de una forma diferente; según científicos de la Universidad de Michigan, en Estados Unidos.

Dichos investigadores, compararon la manera en que 26 estudiantes chinos y 25 estadounidenses miraron fotografías de animales o de objetos retratados frente a fondos complejos. “Los ojos de los estudiantes occidentales se centraban en el tema principal, mientras que los de los orientales dividían su atención entre el primer plano y los detalles de fondo”, dijeron los especialistas, en un artículo publicado en la revista *Proceedings of the National Academy of Sciences*. Los resultados parecen concordar con investigaciones anteriores que sugieren que los orientales piensan de una forma más **holística** que los occidentales y le dan una mayor importancia al contexto.

En contraste, los occidentales parecen tener una mayor concentración y ser más analíticos (BBC, 2005). Por ello, es necesario conocer sus prácticas sociales para entender los diferentes signos gestuales y las formas de representación que utilizan para la transmisión de emociones.

## PRÁCTICAS SOCIALES 2.6.2

Los científicos consideran que las prácticas sociales pueden desempeñar un papel fundamental en las diversas áreas de la vida del ser humano. Las personas asiáticas y orientales viven en redes sociales relativamente complejas con relaciones de roles; señalaron los científicos de la Universidad de Michigan. Los occidentales, por el contrario, viven en entornos sociales menos restrictivos que hacen énfasis en la independencia, lo cual les permite prestar menos atención al contexto en el que se desarrollan.

Según los investigadores, los resultados de dicho estudio pueden ser de utilidad, ya que aumentan constantemente las posibilidades de conocer a personas de otras culturas, que pueden distribuir su atención de una forma diferente, incluso en un entorno compartido. El resultado presenta diferentes aspectos del mundo, en formas variadas. (BBC, 2005)

En los países occidentales se usan sistemas operativos de 1-byte y los símbolos que se usan en estas zonas suelen estar girados hacia la izquierda. Sin embargo, los que se usan en los países asiáticos como Japón son de 2-bytes, con lo cual la variedad de íconos es muy amplia (ver figura 29).

(^_^)	:-)
ORIENTAL	OCCIDENTAL
(2BYTES)	(1BYTES)

Fig.29 Representación de emoticones en 2 bytes y 1 byte. IA

No está muy claro desde cuándo los japoneses empezaron a usar estos símbolos, pero se dice que fue alrededor del año 1986 cuando nació Online Service Provider ASCII-net (antes de Internet). Observando la imagen anterior, se muestra que “Hay una cosa que llama mucho la atención entre estos dos tipos de símbolos: la gran diferencia es que los símbolos japoneses expresan sentimientos con los ojos, a diferencia del occidental en el que los expresan mediante la boca”. (Puigpinos, 2005)

Al notar que cada uno tiene un estilo particular, es necesario que se dividan y se clasifiquen para enfatizar sus diferencias; por ello, se explicará cada uno a continuación.

## ESTILO OCCIDENTAL 2.6.3

La forma de escritura de estos signos gestuales se obtiene poniendo la parte superior del gesto en la izquierda. Para reconocerlos fácilmente se debe girar la cabeza hacia la izquierda. También se pueden escribir al revés, aunque no todos quedan bien y su significado se puede distorsionar (ver figura 30).

Uno de los precursores de los emoticones occidentales fue *Scott Fahlman*, de la *Universidad Carnegie Mellon* (EE UU), quien fue el primero en usar uno de estos símbolos en 1982, hace tres décadas, para representar una cara sonriente. Como él mismo explica en su página web, la idea surgió como respuesta a los problemas de interpretación de los mensajes que se intercambiaban en los tableros o paneles electrónicos que usaban los profesores y estudiantes para discutir ciertos temas *online*.

Nos planteamos que, sería una buena idea explicitar qué mensajes no debían tomarse en serio; después de todo, cuando usamos comunicación online basada en textos no contamos con los datos adicionales que aportan el lenguaje corporal o el tono de voz, que en una conversación informan de la intención o el tono del mensaje, explica Fahlman. Entonces se me ocurrió que la secuencia de caracteres :-) podía ser una solución elegante que, además, todos los ordenadores de entonces, basados en el código ASCII, podrían soportar, aclara.

Escrito en el cual Fahlman hace el primer uso sobre estos símbolos:

## OCCIDENTALES

:/	ABURRIDO
:(	TRISTE
:D	SONRISA FELIZ
:)	FELIZ
:*	BESO
:^0	MENTIROSO
XD	RISA
:))	REALMENTE FELIZ
:*)	SONROJADO

Fig. 30 Representación de emoticones de estilo occidental. IA

19-Sep-82 11:44 Scott E Fahlman :-)  
 From: Scott E Fahlman <Fahlman at Cmu-20c>  
 I propose that the following character sequence for joke markers: :-) Read it sideways. Actually, it is probably more economical to mark things that are NOT jokes, given current trends. For this, use :(

Yo propongo la siguiente secuencia de caracteres para marcadores de broma: :-). Leerla de costado. En realidad, es probablemente más económico marcar cosas que no son bromas, dada la onda actual. Para esto usar: :-( (Muy interesante, 2012, párrafo 12)

Entonces, se puede observar que la representación de emociones mediante un estilo occidental se creó primero como una broma; actualmente la mayoría de personas en el mundo lo utilizan por medio teléfonos celulares, el internet, mensajes, entre otros. Es por ello que, también se debe analizar el estilo oriental para conocer la forma en que estas representaciones emocionales están conformadas, lo cual se explica a continuación.

<b>ORIENTALES</b>	
^ ^ —	<b>ALEGRE</b>
~ ~ —	<b>DORMIDO</b>
' ^ —	<b>GUIÑO</b>
> < ·	<b>TRISTE</b>
* * —	<b>OJOSO BRILLOSOS</b>
; ; —	<b>LLORANDO</b>
T _ T	<b>LLORANDO A MARES</b>
= ^ . ^ =	<b>ENROJECIDO</b>
( _ _ ) Z Z	<b>SUEÑO</b>

Fig. 31 Representación de emoticones de estilo oriental (Kaomojis). IA

## ESTILO ORIENTAL 2.6.4

En Asia se emplean los *kaomoji* (*kao cara* y *moji carácter*), que se pueden comprender sin tener que girar la cabeza. Suelen estar en el formato ' \_ ', donde los apóstrofes representan los ojos y la barra horizontal es la boca. Al igual que en el estilo occidental, estos caracteres sustituyen y representan a cada emoción (ver figura 31 y 32). Algunos ejemplos son los siguientes:

Un profesor de la Universidad de Psicología Social de *Hokkaido* dice que este contraste podría demostrar realmente la diferencia en las reglas de expresión y percepción de los sentimientos entre las culturas japonesa y occidental. Según dicha investigación, cuando percibimos los sentimientos de los demás, los occidentales lo hacen a través de las expresiones de la boca, mientras que los japoneses lo hacen a través de las expresiones de los ojos.

El foro denominado 2ch, fue seguramente el más importante para el desarrollo de los emoticones japoneses en su historia. El foro 2ch (de **channel** en inglés) es una gigantes-



Fig. 32 Comparación de un rostro humano y sus expresiones faciales con los kaomojis. Imagen descargada de picstopin.com

ca comunidad tipo **underground** que cubre cualquier tema que concierna a los emoticones. Desde esta comunidad se forjaron y popularizaron muchos emoticones japoneses y también se establecieron los estándares para su utilización. (Nakai, 2008)

A pesar de todo, los emoticones que se usan en los países orientales tienen una desventaja, ya que muchas veces no se pueden visualizar en los países occidentales por la diferencia de configuración que tienen los ordenadores.

La variedad de *kaomojis* se volvió extensa; además de la diversidad de expresiones, se agregan la gestualidad y hasta elementos insignificantes e innecesarios. Existen diversas aplicaciones que ofrecen una cantidad incontable de emoticones, la curiosidad por conocer las aplicaciones de moda, el orgullo de

tenerlas en su propia computadora o celular, y la diversión para elegir y usar los *kaomojis* según su deseo, animan cada momento de la comunicación oriental.

Al mismo tiempo, los usos de los *kaomojis* muestran la dificultad para entender la relación entre la forma y el contenido. En efecto, el cuerpo abstracto del ícono no coincide necesariamente con el espíritu de la frase. Lo importante no es saber qué significa cada *kaomoji*, sino entender con qué propósito los utiliza la gente. La **ambigüedad** es un problema, cuando no se cuenta con el código correcto para su desciframiento.

Lo mismo pasa con los signos gestuales; sólo utilizando representaciones de caritas inocentes y modestas, o bromistas, se logra evitar el exceso de la subjetividad, lo que

provoca un alejamiento del hablante; es decir que, se neutraliza su presencia ante la otra persona u oyente.

Los *kaomojis* que complementan las frases, suelen ser de la misma manera mascotas, las cuales aportan humor visual, estimulan la comunicación, pero sobre todo protegen la sensibilidad de la relación entre las personas, por lo tanto encubren el verdadero yo de la persona. La flexibilidad de las caras digitales permiten esconder tanto la gravedad psicológica real del interlocutor y crea una personalidad simpática y graciosa. La simpatía y el humor facilitan la comunicación y mantienen una cierta ligereza en el intercambio. De ahí que, incluso una persona sola y cerrada puede parecer social y divertida gracias a los emoticones. (Goda, 2012)

Los emoticones pueden ser lindos, o incluso feos, demuestran vergüenza o se enojan; pero se olvidan rápido o se perdonan fácilmente, son tristes pero no se toman en serio: tienen la característica de que son amigables desde el principio. Por ejemplo, para quienes utilizan estas formas de expresión, el tener muchos seguidores en Twitter o amigos en Facebook es un placer. Para los japoneses, que tienen un sentimiento de pertenencia colectiva muy fuerte, estas redes sociales se transforman en lugares convenientes donde pueden jugar con estas expresiones, y revelar el carácter de su personalidad.

Los emoticones seguramente son unos de los factores más poderosos para transmitir la confianza. El estilo oriental es muy diferente al occidental ya que es más complejo pero su lectura más fácil; además de eso, existe otra división dentro de los emoticones orientales, los cuales son los coreanos que a continuación se explican.

## ESTILO COREANO 2.6.5

En Corea del Sur se usan las letras Hangul, y el estilo occidental rara vez se utiliza. Las estructuras de emoticones coreanos y japoneses son algo similares; hay infinidad de emoticones que se pueden formar con esas combinaciones de letras coreanas. (Nakai, 2008) (ver figura. 33)

Tres décadas después de su surgimiento, estas representaciones siguen conservando las mismas formas, que se escriben de izquierda a derecha y de forma horizontal, siendo ésta la fórmula perfecta para representar los sentimientos y evitar malos entendidos en las conversaciones que se utilizan en internet. Se ha hecho común su uso ya que muchos editores de texto siguen empleando las representaciones de puntos, comas, paréntesis y guiones.

<b>COREANOS</b>	
ㅇ _ ㅇ	SUEÑO
TT	LLOROSO
- _ -	CANSANCIO
•入•	CARA DE GATO

Fig. 33 Emoticones de estilo coreano. IA

En el siguiente capítulo se realiza un análisis acerca de este tipo de representaciones emocionales, teniendo como principal característica su utilización en medios análogos, demostrando que no son exclusivos de los medios digitales; además, se observa que el diseñador gráfico contemporáneo los utiliza como un recurso gráfico.



## Análisis del uso de signos alfanuméricos y de puntuación como recurso gráfico



## ANÁLISIS DEL USO DE SIGNOS ALFANUMÉRICOS Y DE PUNTUACIÓN COMO RECURSO GRÁFICO

### ANÁLISIS POR ÁREAS DE DISEÑO

#### CARTEL

##### Cartel Social

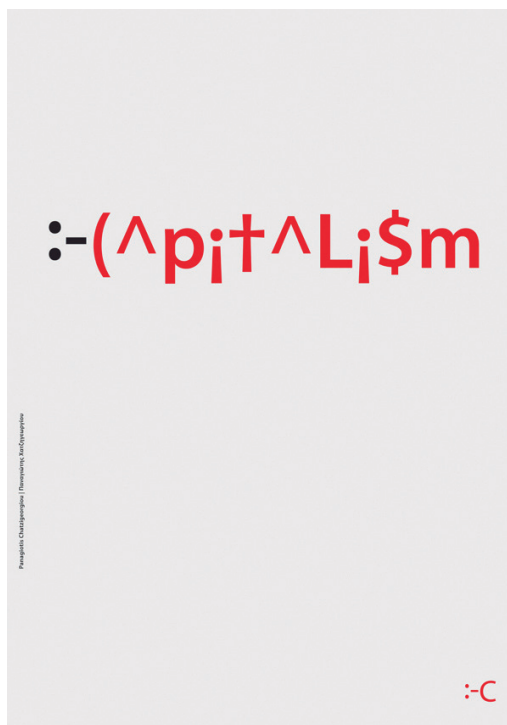
A continuación se presentará el análisis gráfico, sintáctico y semántico de dos carteles de tipo social, estos carteles fueron realizados por el mismo autor; el primero titulado “*To death with a smile*” que quiere decir morir con una sonrisa, mientras que el segundo participo en la competencia de “Carteles positivos”. Estos dos ejemplos hacen uso de signos de puntuación y alfanuméricos que representan una emoción de una manera minimalista así como también aparecen como apoyo para el diseño.



**To Death with a Smile**

Autor: Penagiotis Chatzigeorgiou

Cartel para la competencia y exposición de la MuMe- Di “morir con una sonrisa”. Expuesto en México, 12o lugar (alrededor de 9000 participantes y 147 países)



### Capitalism

Autor: Penagiotis Chatzigeorgiou

Participación en la competencia de "Carteles positivos" 2012

## Sintáctica

### I. Calidad Formal

Se observa que las imágenes anteriores son carteles en los cuales la estructura está determinada por elementos tales como la tipografía "DEATH" (fondo oscuro) y "Li\$m" (fondo claro), dicha tipografía es serif y san serif respectivamente; otro elemento que se observa es el color ocupando sólo tres colores (rojo, gris, negro). La tipografía no hace uso de todo el espacio, es decir presenta mucho espacio libre en la parte superior e inferior, mientras que en el caso del cartel del lado derecho (fondo claro) la información complementaria se encuentra en la parte inferior de lado derecho con un puntaje menor. Referente

al espacio, son carteles con dimensiones de 60 cm x 90 cm de formato vertical.

En cuanto a los valores expresivos: el lingüístico que está conformado por la tipografía principal "DEATH" (fondo oscuro) y "Li\$m" (fondo claro) en este último caso existe una tipografía secundaria "C". Otro elemento lingüístico que podemos encontrar es una línea tipográfica que se encuentra en la parte inferior derecha y en la otra esta de lado derecho respectivamente, los cuales presentan un puntaje mucho más pequeño que la tipografía principal, provocando dificultad a la hora de la lectura.

Para el valor cromático se distingue el uso del color negro, gris y rojo encontrados en plasta, observando que la letra "D" (cartel izquierdo) se encuentra en color rojo y "C" (cartel derecho) se encuentra en color negro. Aunque en los dos casos aparecen los mismos colores, estos tienen distinta proporción.

El elemento icónico se observa gracias a la unión de "D" y "C", las cuales representan un rostro en alta abstracción en plasta haciendo uso de dos colores. Dicho rostro es fácilmente identificado debido a la doble lectura que genera la posición del texto principal.

La composición es asimétrica, pues el texto principal no se encuentra en el centro del sustrato y por los espacios vacíos a su alrededor. También se observa que existe equilibrio en toda la composición gráfica, el cual está determinado por el color y el peso de la letra. En los principios estéticos se observa que el contraste se encuentra en la unión de los signos de puntuación con los signos alfanuméricos ("D" y "C") llegando a ser éste el refuerzo en el conjunto de elementos gráficos, puesto que es el que atrae en primera instancia la atención del usuario, siendo el color otro fac-

tor que ayuda a reforzar dicha unión. En el caso del primer cartel se puede encontrar un segundo contraste que es el fondo negro, éste no se considera como refuerzo pues el rojo le gana en peso visual.

Cuando se identifican estos elementos gráficos, se observa que existe una verdad absoluta porque cada uno de ellos es reconocido en su propio contexto; es decir que, la letra se interpreta como tal y no causa ninguna dificultad al momento de la lectura (aunque debido a la calidad de esta imagen existe una dificultad al momento de la lectura); el elemento iconográfico es reconocido como "D" y "C", todo esto se considera como verdad absoluta pues tuvo que pasar por procesos de interpretación por parte del usuario hasta que llegó el punto en donde pudo reconocer una representación abstracta de un rostro.

En el caso del segundo cartel no tiene verdad absoluta, pues la lectura no es tan clara causando confusión. El color se identifica con claridad, debido a que al ser plastas y de tonos saturados no existe confusión al momento de su interpretación.

Para la realización física de este producto fue necesaria la utilización de un papel grueso sobre el cual se llevó a cabo una impresión en serigrafía. Al utilizar simplemente tipografía como su elemento gráfico principal, la impresión muestra un registro adecuado pues no existen desfases en la forma y el fondo, lo que a su vez presenta una limpieza y orden en la representación gráfica otorgándole claridad, nitidez y una estabilidad a todo el diseño.

En cuanto a su apariencia, su forma de representación es sencilla, manteniendo la tendencia minimalista y una estética que es ordenada a la vista. El diseño es original debido a que su lectura no es común a la forma

estandarizada a la que está acostumbrado el ser humano, siendo este recurso uno de los que atraen la atención del usuario.

## II. Calidad Funcional

Este diseño está basado a una moda que atiende a un cambio de posición en el elemento tipográfico, así mismo juega con el conjunto de letras y signos de puntuación. A pesar de esto, su estructura seguirá siendo atemporal pues la anatomía de la letra no va a sufrir modificaciones o alteraciones que la hagan ilegible o irreconocible.

### Semántica

#### I. Constantes Semánticas

Los significantes están determinados por dos carteles de tipo social. El significado de los carteles son: muerte y capitalismo.

Ambos carteles son completamente tipográficos y expresan palabras que en su concepto son amplias; en el primer cartel el fondo es negro pues señala que la muerte es el estado final de todo ser vivo, lo que se representa con el color negro aludiendo a la ausencia de vida o luz; en su composición es más evidente la fuerza y decadencia que representa el término.

En el segundo cartel, algunas letras han sido sustituidas por otros signos alfanuméricos; por ejemplo: la letra A es sustituida por el signo "^" y representa un techo, una cobertura o una casa; la letra t ha sido cambiada por un signo de cruz lo cual involucra aspectos de creencias, religión e iglesia; por último, la letra s es representada por un signo de pesos, aludiendo a cuestiones económicas. Es importante señalar que, se observa que el fondo es de color blanco, lo que conlleva una interpre-

tación de que el capitalismo es una situación o estado que hace sentir que la persona se encuentra cerca del cielo, esto se ve reforzado en la misma palabra al encontrarse en la parte superior del formato, por lo tanto se entiende que el capitalismo es algo poderoso.

Todo esto tiene como función: impactar en los receptores y por tal motivo la solución gráfica a la que el autor recurrió es ingeniosa y poco común, llegando a estimular los sentidos del espectador; por lo mismo, estos carteles invitan a su lectura y persuaden a ser observados detenidamente. Dichos carteles hacen uso de rostros en alta abstracción, en los cuales se observa que el signo tipográfico principal cumple una función lingüística-visual, y al mismo tiempo evoca un aspecto icónico. Este conjunto de elementos son los que motivan a hacer una reflexión acerca de los conceptos mencionados (muerte y capitalismo).

Es entonces, cuando se ponen de manifiesto el uso de una figura retórica, tal como: la prosopopeya, la cual es notoria debido a que se le atribuyen cualidades humanas a signos abstractos como lo son las letras, es decir, que se personifican.

## II. Variantes Semánticas

De acuerdo a las variantes semánticas, se está hablando de una motivación homológica en donde a pesar de que la unión de los signos de puntuación con signos alfanuméricos “:D” y “:-(“ evocan aspectos humanos, estos no corresponden a una representación de la realidad de un rostro, aunque sigue manteniendo rasgos mínimos. Es decir, que es un elemento gráfico con un grado de iconicidad muy bajo, que se inclina hacia lo abstracto.

## III. Tipos de Significante

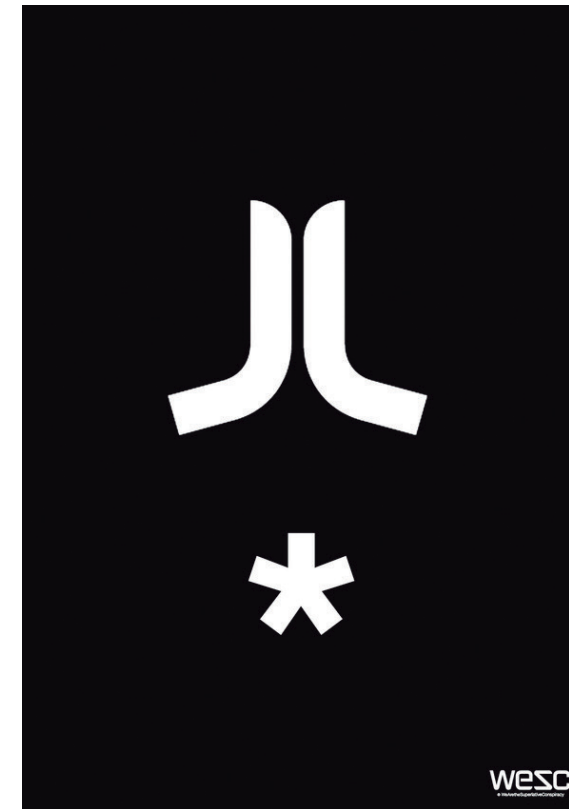
Dado los aspectos anteriores, el tipo de significativo se clasifica dentro de los llamados simbólicos abstractos, pues las letras son formas creadas por el hombre y que no corresponden a una existencia dentro de la naturaleza que lo rodea, aunque la unión de algunos signos en particular sí llegan a representar rostros, gestos y emociones propias del ser humano.

## IV. Diseño de Significantes

Este diseño de significantes se encuentra dentro de las nuevas posibilidades de diseño, entendiéndose que se han tomado signos alfanuméricos, ortográficos y de puntuación para la representación de rostros, gestos y emociones. Lo que significa que se les ha dado un nuevo uso a estas formas establecidas, sin que ellas hayan sido alteradas o forzadas para cumplir con la transmisión de un mensaje; es decir que las letras rompen el paradigma de su uso normal por el de uno nuevo.

## V. Significados Semántico

Finalmente, en un aspecto inteligible, el significante aporta un mensaje claro al usuario, pues no hay un elemento que haga entender otra cosa que no sean las palabras escritas en los carteles, hace uso de un lenguaje propio y contemporáneo llegando a transmitir conceptos de: alegría, tristeza, poder, miedo, fortaleza, entre otros; para que el lector comprenda los conceptos de maneras diferentes; morir con alegría y el capitalismo no es bueno.



Wesc: estilo emoticón  
Autor: Andrea Tenderini  
"Marca de Ropa"

### Cartel Publicitario

En este nuevo conjunto se encuentra otro tipo de cartel, el publicitario. El primero hace referencia a la marca wesc, la cual realizó una línea de ropa a la que llamó Estilo emoticón. El segundo cartel es de la marca de zapatos Camper, la cual sacó una serie de carteles con la leyenda Lenguaje universal. Se observa que en estos carteles, el diseñador gráfico también hace uso de signos de puntuación y alfanuméricos que representan una emociones.



Camper: To&ether  
Autor: Leticia Rlta  
"Gráfica para promocionar la nueva campaña de Camper"

### Sintáctica

#### I. Calidad Formal

Se observa que en la imagen anterior se encuentra una estructura determinada por elementos tales como: la tipografía que se utiliza en ambos casos son solo signos de puntuación, en donde las fuentes pertenecen a la familia de las *Sans serif* o palo seco; otros elementos importantes que se observan es el color que viene en plata y en gradación, también haciendo uso de fotografías. El elemento principal (la fotografía y los signos de puntuación) se encuentran en el centro del sustrato y la información de apoyo se encuentra en la

esquina inferior derecha, teniendo una lectura vertical y horizontal respectivamente. En el caso de las fotografías se observa que están sustituyendo a los signos de puntuación.

Referente al espacio, son carteles con dimensiones de 60 cm x 90 cm de formato vertical. En cuanto a valores expresivos: el lingüístico que está conformado por el uso de la tipografía secundaria que muestra la marca del producto (*Camper* y *wesc*) así como también el mensaje de apoyo Lenguaje Universal.

Para el valor cromático se distingue el uso del color rojo, negro y blanco en plastas y una policromía en el caso de las fotografías y también una gradación de color en los fondos (café, rosa, verde y azul).

El elemento icónico se observa en la unión de los signos de puntuación y también signos de puntuación con fotografía, representando un rostro en alta abstracción. Esta imagen es fácilmente identificada ya que el uso de estos signos de puntuación que forman rostros, es un lenguaje reconocido universalmente.

Se observa una composición simétrica y asimétrica respectivamente; en el primer cartel se puede observar que el elemento icónico se encuentra en el centro del sustrato, proporcionando equilibrio y estabilidad al diseño; mientras que en el segundo cartel, el elemento icónico se encuentra posicionado en la parte superior, dejando un mayor espacio vacío en la parte inferior; en los dos casos, la marca y el eslogan se hallan en la parte inferior derecha.

Se encuentra que existe equilibrio en toda la composición gráfica, determinado por el color y la composición ícono-tipográfica, pues a pesar de que la marca sólo se encuentra de lado derecho, ésta no causa ruido en el cartel.

En los principios estéticos se observa que el elemento icónico es el que cuenta con el refuerzo, esto es determinado gracias al contraste que se logra con el fondo de cada cartel (negro y verde).

Cuando se interpretan estos elementos gráficos, existe una verdad absoluta porque cada uno de ellos es reconocido en su propio contexto; es decir que, la letra se interpreta como tal y no causa ninguna dificultad al momento de la lectura; pero cuando es utilizada para una doble lectura (ícono-tipográfica), que en este caso es la sustitución de los signos de puntuación por fotografías, esta verdad absoluta tuvo que pasar por procesos de interpretación por parte del usuario hasta que llegó el punto en donde pudo reconocer una representación abstracta de un rostro. El color se identifica con claridad pues al ser plastas y fotografías no existe confusión.

En estos carteles, la asociación está dada en que el significante hace uso tanto de fotografía y tipografía *sans serif*; el conjunto de estos elementos corresponden al significado real del producto: producto que es reconocida mundialmente y que puede ser usado por toda clase de persona.

Para la realización física de este medio, fue necesaria la utilización de papel grueso en el que se llevó a cabo una impresión digital. La impresión muestra un registro adecuado donde no existen desfases en la forma y el fondo, lo que a su vez denota limpieza y nitidez en la representación gráfica otorgándole claridad, nitidez y estabilidad a todo el diseño.

En cuanto a su apariencia, su forma de representación es sencilla, manteniendo una tendencia minimalista y una estética que es ordenada a la vista. El diseño es original de-

bido a que su lectura no es común a la forma estandarizada a la que está acostumbrado el ser humano, pues tomo a la fotografía como un elemento extra para el diseño del cartel.

## II. Calidad Funcional

Este diseño está basado a una moda que atiende a un cambio de posición en el elemento tipográfico y a la unión de signos ortográficos con fotografías, aunque la estructura del mismo seguirá siendo atemporal pues la anatomía de la letra no va a sufrir modificaciones o alteraciones que la hagan ilegible o irreconocible.

### Semántica

#### I. Constantes Semánticas

Los significantes son carteles publicitarios: *wesc* y *Camper*, Lenguaje universal. El significado es una campaña publicitaria de ropa y zapatos.

De esta manera, a partir de la sustitución y la similitud por ubicación y forma, se hace una comparación entre el uso de los signos alfanuméricos y de puntuación como lenguaje universal con el uso de los zapatos *camper*, pues estos también son conocidos universalmente. En el caso del primer cartel la parte de arriba puede estar representada por una letra *j*, una letra *l* y un paréntesis, lo que representa los ojos de la persona y la boca que muestra una sonrisa.

La función principal de estos carteles, es la de informar acerca de una nueva línea de ropa juvenil o zapatos cómodos y casuales, aunque al mismo tiempo invitan por medio de una publicidad graciosa y amable al consumo de los productos. De la misma forma, atraen la atención del usuario y lo persuaden

para que fije su mirada y preste atención al mensaje que desean transmitir.

Es entonces, cuando se observa el uso de las figuras retóricas; en el caso del cartel de zapatos se encuentra el uso de la metáfora pues los ojos están siendo sustituidos por los zapatos, lo que connota que la persona se puede enamorar de una manera rápida del producto, aludiendo a la frase: de la vista nace el amor. En segunda instancia también se observa el uso de la sinécdoque, que expresa la parte por el todo, en este caso los zapatos representan sólo una fracción de toda la idea, aquí es donde se refuerza el significante y la rapidez en la que puede consumir el producto.

#### II. Variantes Semánticas

De acuerdo a las variantes semánticas, se hablando de una motivación homológica pues a pesar de que la unión de la tipografía evocan aspectos humanos, éstas no corresponden a una representación de la realidad de un rostro, aunque sigue manteniendo rasgos mínimos, pero para el caso de las fotografías se habla de una motivación analógica pues estos si existen en la realidad. Es decir que, es un elemento gráfico con un grado de iconicidad muy bajo, que se inclina hacia lo abstracto.

#### III. Tipos de Significante

Dado los aspectos anteriores, se encuentran dos tipos de significantes; el primero se clasifica dentro de los llamados simbólicos abstractos, debido a que las letras son formas creadas por el hombre y que no corresponden a una existencia dentro de la naturaleza que lo rodea; y el segundo es el icónico, que tienen un significado directo, los zapatos si existen y son los que se están promocionando. Aunque la unión de algunos signos con las fotografías si

llegan a representar rostros, gestos y emociones propias del ser humano.

#### IV. Diseño de Significantes

Este diseño de significantes se encuentra dentro de las nuevas posibilidades de diseño, entendiéndose que se han tomado signos alfanuméricos, ortográficos y de puntuación para la representación de rostros, gestos y emociones. Lo que significa que se les ha dado un nuevo uso a estas formas establecidas, el zapato dejó de serlo para sustituir a los ojos, la posición también fue alterada pues en la realidad los zapatos siempre estarán posicionados de manera horizontal.

#### V. Significados Semántico

Finalmente, en un aspecto inteligible, el signifiante aporta un mensaje de alegría al usuario, pues quiere dar a entender que esas marcas pueden causar emociones agradables al momento de utilizar dichos productos y que estos al ser conocidos universalmente pueden llegar a ser usados por cualquiera.

En conclusión en lo que respecta al área de diseño de carteles, los elementos que le dan mayor refuerzo a la imagen se encuentran en el uso de los signos de puntuación y alfanuméricos que representan rostros en alta abstracción. Estos no sufren ninguna clase de deformación pues son parte natural de la imagen. También se observa que los ojos (en el ejemplo de *camper*) pueden llegar a ser sustituidos por otros elementos; a pesar de esto, la idea de que es un rostro no se pierde ni existe algún problema de legibilidad, pues estas imágenes ya están convencionalizadas en nuestro sector.

### DISEÑO EDITORIAL

3.1.2

El uso de signos alfanuméricos y de puntuación que representan gestos y emociones, es un fenómeno global presente no sólo en las diversas regiones geográficas y culturales del planeta; sino que además, en el plano que involucra al diseño gráfico y al diseñador, esta globalización se extiende hacia cada una de las áreas de pertenencia de dicha profesión.

Una de esas áreas corresponde al ámbito del diseño editorial, en donde se pueden encontrar ejemplos claros, prácticos e interesantes acerca de la utilización de estos signos para llegar a soluciones gráficas ingeniosas, pero que conservan la esencia de cualquier producto de diseño: su funcionalidad.

En los siguientes ejemplos, se observan dos imágenes que corresponden a la utilización y aplicación de estos signos en el diseño editorial (revista). En el primer cuadro se muestra una hoja de la aplicación denominada *Medical Emoticons*, la cual se incluye dentro una revista médica; en el segundo ejemplo se observa una portada de la revista *i-D*. En estos casos se aprecia la utilización de los signos alfanuméricos y de puntuación como elementos que se integran de forma válida, llegando a ser una opción en la solución de gráfica editorial. A continuación, se presenta el estudio sintáctico y semántico de estos dos casos particulares.



#### Medical Emoticons

Autor: Eleonora Papini. Londres

"Los emoticones son un lenguaje visual mundialmente comprensible. He tratado de aplicarlos en el área médica para simplificar problemas de comunicación. Este proyecto es parte de la investigación que hice para un proyecto principal de LCC".

## Sintáctica

### I. Calidad Formal

En cuanto a los elementos tipográficos y lingüísticos, se observan dos niveles. El primero corresponde a una fuente del tipo *Sans Serif*, la cual denomina una clave con los números y letras O O 1B D; en el siguiente renglón (de forma descendente) se observa la utilización del signo que va sobre la letra ñ; finalmente en el tercer y cuarto renglón se describe el tipo de problema médico al que se hace referencia en el artículo *Bipolar Disorder*. Todos estos elementos tipográficos se encuentran ubicados en la esquina superior izquierda del soporte.

Como segundo nivel tipográfico, se aprecia la utilización de fuentes patinadas. Continuando con esta forma de distribución descendente, el primer texto con tipografía patinada se ubica en la esquina superior derecha de la hoja, dicho texto ha sido subrayado y su lectura requiere una inclinación de la cabeza a 90°, pues su posición ha sido girada hacia la izquierda de acuerdo a su construcción original. La siguiente fuente patinada, es la que corresponde a la información del artículo; en este caso, el texto es distribuido en dos columnas para su lectura y su alineación es hacia el lado izquierdo. Finalmente, se aprecia el uso de una fuente no legible (debido al tamaño y calidad de la imagen) para la numeración de la página, siendo el número 001.

Se infiere que la hoja de la revista *Medical Emoticons*, es de formato vertical correspondiente a un espacio aproximado de 21.5 cm X 27.9 cm; este espacio se encuentra distribuido en 3 filas y 2 columnas, siendo la fila 2 (y abarcando las dos columnas) en donde se ubica el elemento icónico; es decir, la infografía que representa la bipolaridad a través de tres signos ortográficos acomodados en una

secuencia determinada (dos puntos y seguido, paréntesis de apertura y nuevamente dos puntos y seguido), este elemento icónico ocupa ligeramente a las otras dos filas, llegando a invadir parte del texto inferior. Su ubicación dentro del espacio del formato es centrada, lo que conlleva al mayor peso visual.

En cuanto a valor cromático, se manejan tres colores saturados: el magenta, el blanco y el negro, utilizando una forma positiva en el elemento icónico, debido a que es representado con una plasta de color magenta sobre un fondo de color blanco, lo que hace que sea el elemento cromático de mayor peso al contrastar y resaltar por encima de los otros dos colores (blanco y negro).

Se encuentra una composición asimétrica, pues el texto que se localiza en la esquina superior derecha, se ubica ligeramente cargado hacia la derecha (no llegando a coincidir con la alineación del texto inferior del mismo lado) lo que rompe con la simetría. En cuanto a la integración de los elementos, se puede decir que el equilibrio es adecuado puesto que los pesos cromáticos, tipográficos e icónicos se complementan entre sí. El refuerzo en el conjunto de elementos gráficos se ubica en la infografía, puesto que es la que atrae en primera instancia la atención del usuario, propiciando un contraste de fondo y forma.

Cuando se interpretan estos elementos gráficos y se visualizan en su formato y sustrato original, se analiza que existe una verdad absoluta porque cada uno de ellos es reconocido en su propio contexto; es decir que, la letra se interpreta como tal (aunque debido a la calidad de esta imagen existe una dificultad al momento de la lectura). El elemento iconográfico es reconocido como :(: . El color se identifica con claridad esto gracias a que al ser plastas y tonos saturados no existe confusión

al momento de su identificación.

Para la realización física de este producto fue necesaria la utilización de un soporte elaborado con papel sobre el cual se llevó a cabo una impresión digital (en el caso de esta imagen) en selección de color. La impresión muestra un registro adecuado pues no existen desfases en la forma y el fondo lo que a su vez conlleva una limpieza y nitidez en la representación gráfica otorgándole claridad y una estabilidad a todo el diseño.

Referente a su apariencia, su forma de representación es sencilla, manteniendo una tendencia minimalista y una estética que es ordenada a la vista, lo que se traduce en un diseño económico, tanto en reproducción como en representación. Además, atiende a una originalidad debido a que su representación iconográfica (la infografía) utiliza la imagen de una doble representación emocional para reforzar el contenido de la información lingüística, llegando a prescindir de una ilustración detallada para obtener un resultado visual poco común, siendo este recurso el que atrae la atención del receptor.

### II. Calidad Funcional

Este diseño está basado en una moda que atiende el uso de un elemento iconográfico emocional, aunque la estructura del mismo seguirá siendo atemporal, pues la anatomía de la letra no presentará modificaciones o alteraciones que la hagan ilegible o irreconocible.

## Semántica

### I. Constantes Semánticas

El significante es un artículo de revista. El significado es el desorden bipolar del ser humano. A través de él se representa un doble es-

tado de ánimo: alegría-tristeza; lo que evoca un doble sentido de interpretación como lo es una representación abstracta de un rostro que sugiere una doble emoción; es decir que, presenta y representa la dualidad de aquellas personas que padecen dicha enfermedad.

La función, está determinada en informar al lector acerca de esta enfermedad tanto lingüísticamente (artículo) como iconográficamente (infografía); es aquí en donde el color refuerza el significado del concepto, el magenta, al ser una mezcla de colores cálidos y fríos (el azul y el rojo generan toda la gama cromática del color morado y sus variantes tonales); esta dualidad se asocia a estados de ánimos activos y/o pasivos, tal como la alegría o tristeza.

De la misma manera señala y persuade al usuario a la lectura del artículo (el mismo formato editorial permite una lectura fluida y no tediosa, puesto que la cantidad de texto es la adecuada para no cansar al lector). Además, invita a la reflexión pues la representación de una doble emoción está íntimamente relacionada a conceptos que se contraponen, ideas o emociones que colisionan, lo que en un segundo plano impactan al lector.

Es entonces, cuando se pone de manifiesto el uso de figuras retóricas tales como la prosopopeya y la antítesis: la primera es notoria al atribuirle cualidades humanas a signos abstractos como lo son las letras, es decir que, se personifican. La segunda figura retórica se identifica en la contraposición de ideas como la alegría y tristeza dentro del mismo elemento icónico.

## II. Variantes Semánticas

De acuerdo a las variantes semánticas, se está hablando de una motivación homológica pues a pesar de que la unión de los signos :( evocan aspectos humanos, estos no corresponden a una representación de la realidad de un rostro, aunque sigue manteniendo rasgos mínimos. Es decir que, es un elemento gráfico con un grado de iconicidad muy bajo, que se inclina hacia lo abstracto.

## III. Tipos de Significante

Dado los aspectos anteriores, el tipo de significante se clasifica dentro de los llamados simbólicos abstractos, esto debido a que las letras son formas creadas por el hombre que no corresponden a un objeto de la naturaleza que lo rodea, aunque la unión de algunos signos en particular si llegan a representar rostros, gestos y emociones propias del ser humano. Es decir, se asocian aspectos reales e icónicos puesto que los signos alfanuméricos y de puntuación manejan una similitud de forma (rostro) en su mínima representación.

## IV. Diseño de Significantes

Este diseño de significantes se encuentra dentro de las nuevas posibilidades de diseño, entendiéndose que se han tomado signos alfanuméricos, ortográficos y de puntuación para la representación de rostros, gestos y emociones. Lo que significa que se les ha dado un nuevo uso a estas formas establecidas, sin que ellas hayan sido alteradas o forzadas en este ejemplo para cumplir con la transmisión de un mensaje; es decir que las letras rompen el paradigma de su uso normal por el de uno nuevo.

## V. Significados Semántico

Finalmente, el significado semántico es de aspecto sensible; la forma de representación es altamente reconocible por el usuario, pues visualmente logra representar de manera adecuada el concepto que se desea transmitir, además de que su interpretación se da de manera inmediata por parte del lector. En un aspecto inteligible, el significante aporta un mensaje descriptivo al lector, donde la forma de representación que está relacionada con el gesto del rostro triste-feliz, hace uso de un lenguaje propio y contemporáneo, el cual no representa ambigüedades a pesar de la polisemia que suponen tales conceptos como: alegría, tristeza, cambio de ánimo, aprobación o desaprobación, entre otros; todo ello con el fin de que el lector comprenda lo que conlleva dicha enfermedad: la bipolaridad.



Revista i-D

Autor: Terry Jones. Inglaterra

En el siguiente ejemplo, se presenta una portada de la famosa revista inglesa **i-D**. Esta publicación aborda temas relacionados a la moda, convirtiéndola en una publicación vanguardista en donde las tendencias están a la orden del día. Lo que le da un valor agregado al uso de signos alfanuméricos y de puntuación como solución a una comunicación gráfica dentro del ámbito editorial. A continuación, se presenta el estudio sintáctico y semántico de este caso en particular.

### Sintáctica

#### I. Calidad Formal

Acerca de los elementos tipográficos y lingüísticos, en la portada de la revista **i-D** se observa que existen los dos tipos de fuentes: las Sans

Serif y las patinadas. En la esquina superior izquierda (arriba de la marca de la revista) se puede ver que hay un renglón escrito en un puntaje bajo y con todas sus letras en altas en donde se incluye la frase: *THE BEST OF BRITISH ISSUE*.

En el cuarto inferior del formato se aprecia el uso de una fuente patinada en donde el texto se divide en dos renglones, el primero está escrito en una combinación de letras altas y bajas, leyéndose: *“Feel the fear and do it anyway.”*; además de que, utiliza un peso regular y un puntaje que abarca aproximadamente el 90% del ancho del formato de la portada. El segundo renglón está escrito en letras de caja alta e itálica, leyéndose: *-AGYNESS DEYN*. Este par de renglones muestran un alineado hacia la izquierda y un nulo interlineado, lo que ocasiona que las letras de uno y otro renglón se toquen. En el penúltimo nivel tipográfico se muestra un texto Sans Serif escrito en letras de caja alta y con una alineación centrada. Se finaliza con una serie de numerales y signos especiales que informan sobre el precio de la revista y que se ubican en la esquina inferior izquierda.

Se infiere que la portada de la revista abarca un formato aproximado de 21.5 cm X 27.9 cm; la ubicación de los elementos gráficos se determina en 4 filas, siendo el primer cuarto (de forma descendente) en donde se ubica el elemento icónico gestual: una letra *i*, un signo de guión medio y la letra *D* mayúscula; además del primer texto y parte de las cejas y la frente de la mujer que aparece en la fotografía de la portada.

En el segundo cuarto, se observan los ojos de la mujer, la nariz y el labio superior; el tercer cuarto incluye el labio inferior, el mentón y parte del cuello de la mujer. Finalmente, en el último cuarto, se encuentran distribuidos

los elementos tipográficos de mayor peso, el código de barras y la parte restante del cuello de la mujer.

La distribución de los elementos en el espacio es hacia la izquierda (marca de la revista, código de barras y precio de la misma), hacia la derecha (imagen femenina) y centrada (elementos lingüísticos); por lo cual se encuentra una composición asimétrica dándole mayor peso visual al elemento fotográfico. En cuanto a valor cromático, se manejan plastas de color negro y blanco (para la tipografía y la marca de la revista que está representada en forma positiva), además de una selección de color debido a la utilización de una imagen fotográfica; por lo tanto se utiliza una forma negativa en el elemento icónico gestual, y es representado con una plasta de color negro sobre un fondo policromático, lo que representa la interrelación de la forma, dada por la superposición que existe entre el ícono gestual y el color, lo que denota un contraste de fondo y forma.

La integración de los elementos, se puede decir que no existe un equilibrio, puesto que no se presenta un balance debido a la competencia visual, en donde la imagen fotográfica femenina es la que adquiere mayor protagonismo; lo que hace notoria la jerarquización de niveles y pesos visuales. El refuerzo se ubica en la expresión de la modelo que guiña el ojo, donde armoniza perfectamente con el elemento icónico gestual, atrayendo en primera instancia la atención del usuario, propiciando la integración entre los dos elementos icónicos.

Cuando se identifican estos elementos gráficos, existe una verdad absoluta, porque cada uno de ellos es reconocido en su propio contexto; es decir que, la letra se relaciona como tal, la calidad de la imagen no crea am-

bigüedad al momento de su interpretación (es decir que se reconoce a una mujer con la boca abierta y guiñando un ojo), lo que no representa dificultad al momento de su relación. El elemento iconográfico gestual es reconocido como **i-D**. El color se aprecia con claridad en cada uno de sus niveles (plastas y gradaciones).

Para la realización física de este producto fue necesaria la utilización de un soporte elaborado con papel sobre el cual se llevó a cabo una impresión en offset en selección de color. La impresión muestra un registro adecuado y no existen desfases en la forma y el fondo, lo que a su vez genera limpieza y nitidez en la representación gráfica, otorgándole claridad y estabilidad a todo el diseño.

En cuanto a su apariencia, su forma de representación es dinámica, pues la jerarquización y acomodo de los elementos rompe con la rigidez, mientras que la estética es agradable a la vista. El diseño es original debido a que su representación iconográfica (la foto y los signos de puntuación y letras) utiliza el refuerzo gestual emocional, siendo este recurso el que atrae la atención del lector en primera instancia. Lo que permite una asociación adecuada entre la forma abstracta y la figura real, logrando una integración adecuada de íconos.

## II. Calidad Funcional

Este diseño está basado en una moda que atiende el uso de un elemento iconográfico emocional y gestual, aunque la estructura del mismo seguirá siendo atemporal, pues la anatomía de la letra no presentará modificaciones o alteraciones que la hagan ilegible o irreconocible. Tal afirmación es pertinente debido a que la misma estructura y el concepto editorial que maneja dicha publicación, no han

sufrido modificaciones a pesar del tiempo que lleva desde su publicación original.

## Semántica

### I. Constantes Semánticas

El significante es la portada de la revista **i-D**. El significado es ID (un ojo guiñado) el cual representa: juventud, optimismo, y sensualidad en la moda. La mujer, al guiñar el ojo y abrir la boca de forma provocativa, demuestra una acción dinámica y jovial. De igual forma, el término ID (así como tal), se utiliza como abreviación a la palabra identificación, lo que significa que desde ese punto, la publicación ya busca una relación de identidad con el lector.

La función, está determinada en que tanto la foto como el identificador de la revista, sugieren una invitación provocativa que puede traducirse como: Todo está bien o nos vemos después. Lo que lleva a una continuidad por parte del lector a la adquisición de números posteriores; además, persuade acerca de la calidad del contenido de la publicación e informa sobre el contenido de la publicación (mediante el elemento lingüístico).

Es entonces, cuando se pone de manifiesto el uso de figuras retóricas tales como la prosopopeya y la sinécdoque: la primera es notoria al atribuirle cualidades humanas a signos abstractos como lo son las letras, esto se da por medio de la personificación; la segunda figura retórica se identifica en la representación de la parte por el todo; la foto real, representa una parte que engloba todo el concepto de la revista (el cual está determinado por el elemento icónico tipográfico, que a raíz de él, se originan las representaciones conceptuales en las portadas de la revista), es decir que se observa una representación gestual real que

imita al elemento icónico gestual abstracto.

## II. Variantes Semánticas

De acuerdo a las variantes semánticas, se está hablando de una motivación analógica en donde la foto femenina corresponde a una realidad, mientras que el aspecto homológico es determinado por el conjunto de signos alfanuméricos y de puntuación que denominan a la revista. En el caso de la motivación homológica a pesar de que la unión de las letras **i-D** evocan aspectos humanos, éstas no corresponden a una representación de la realidad de un rostro aunque sigue manteniendo rasgos mínimos; es decir que, es un elemento gráfico con un grado de iconicidad muy bajo que se inclina hacia lo abstracto.

Aunque en contraparte, en la motivación analógica, la representación dada corresponde a una realidad: el rostro de una mujer; lo que conlleva un elemento gráfico con un grado de iconicidad muy alto que recae en una fotografía.

## III. Tipos de Significante

Dado los aspectos anteriores, el tipo de significante para la unión de signos alfanuméricos y de puntuación se clasifica dentro de los llamados simbólicos abstractos, donde las letras son formas creadas por el hombre que no corresponden a una existencia dentro de la naturaleza que lo rodea, aunque la unión de algunos signos en particular si llegan a representar rostros, gestos y emociones propias del ser humano.

Por asociación entre el identificador de la revista y el gesto representado por la mujer, se habla de un tipo de significante icónico característico; el cual está determinado al denotar a una persona que pertenece a una realidad.

#### IV. Diseño de Significantes

Este diseño de significantes se encuentra dentro de las nuevas posibilidades de diseño, entendiéndose que se han tomado signos alfanuméricos, ortográficos y de puntuación para la representación de rostros, gestos y emociones. Lo que significa que se les ha dado un nuevo uso a estas formas establecidas, sin que ellas hayan sido alteradas o forzadas para cumplir con la transmisión de un mensaje positivo y funcional; es decir que las letras rompen el paradigma de su uso normal por el de uno nuevo.

#### V. Significados Semántico

Finalmente, en un aspecto sensible; la forma de representación fotográfica es altamente reconocible por el usuario como la de una mujer joven, en actitud sensual y provocativa que despierta deseos en el lector; el cual se enfoca a un público ubicado en un rango de edad similar a la mujer de la portada.

En un aspecto inteligible, el significante aporta un mensaje persuasivo al lector, debido a que la forma de representación que está relacionada con el gesto del rostro guiñando un ojo, hace uso de un lenguaje propio y contemporáneo llegando a transmitir conceptos de: optimismo, alegría y felicidad, para que el lector se sienta atraído a la adquisición del producto editorial.

En conclusión, se observa que en el área editorial; el uso de signos alfanuméricos y de puntuación como lenguaje emocional, significa un importante recurso gráfico para el diseñador, pues sustituye y evoca el uso de imágenes y/o ilustraciones que muestran a personas reales realizando gestos que representan emociones.

Estos signos tienen la ventaja de que al ser de construcción sencilla o tipográfica, permiten un ahorro y economía al momento de su reproductibilidad; además, propician e incentivan la curiosidad e imaginación de quienes los observan, dejando que sea el usuario quien descubra el concepto (gesto, sentimiento o emoción), lo que termina por impactarlo.

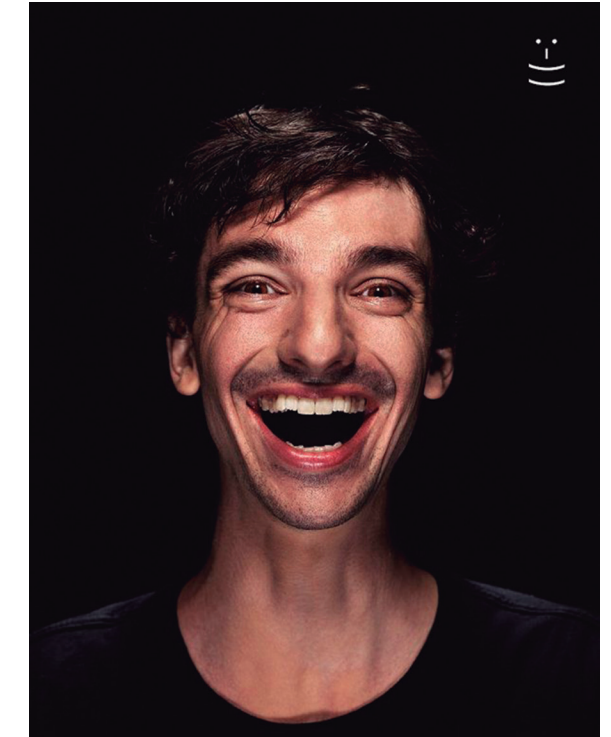
### FOTOGRAFÍA 3.1.3



**Fotografías de Celebridades con emoticones**

Autor: Butcher Billy

Algunas de las celebridades dentro del mundo moderno representando expresiones con tipografía



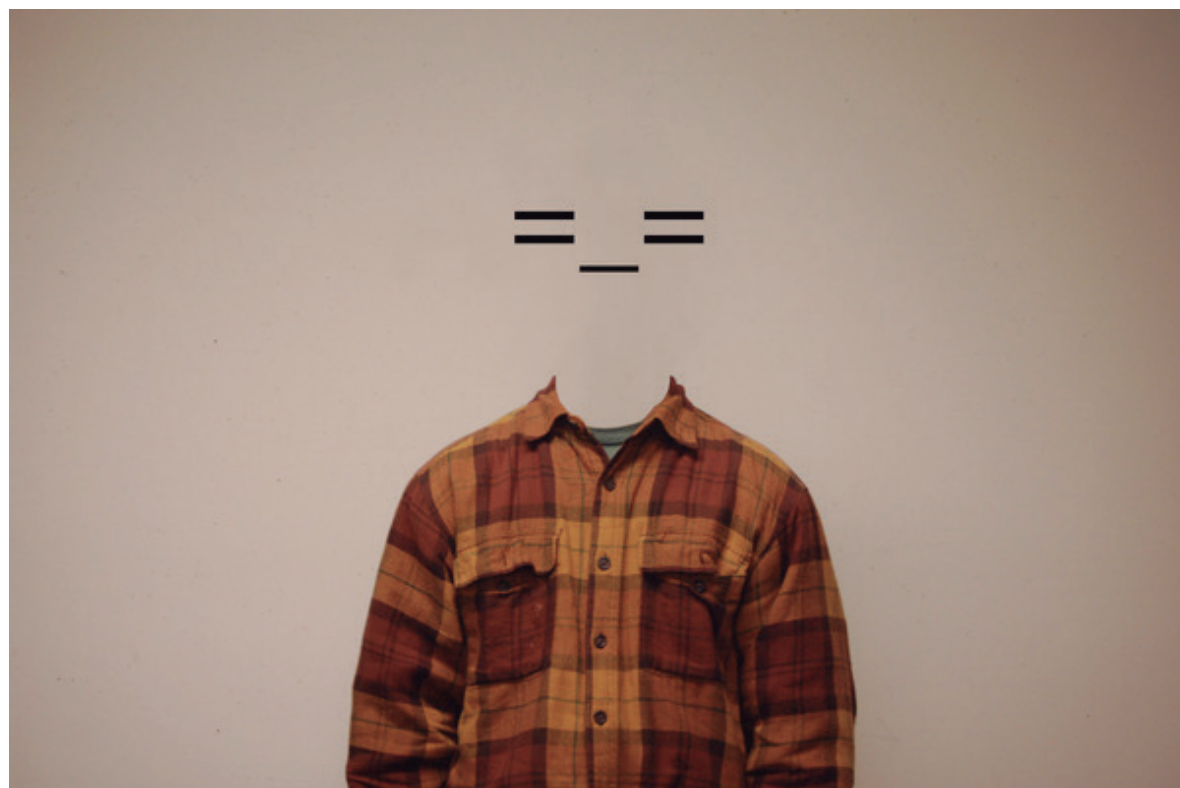
**Proyecto Emotición**

Autor: Ted Sabarese

Un proyecto reciente que tiene una mirada crítica sobre como la facilidad reciente de comunicación ha afectado nuestra capacidad de mostrar la verdadera emoción.

A continuación se presenta el análisis sintáctico y semántico de un grupo de imágenes de fotografía experimental. La primera (de izquierda a derecha) ha sido realizada por el autor Butcher Billy, quien hace uso del rostro de algunas celebridades famosas (en este caso de *Marilyn Monroe*).

El segundo ejemplo pertenece a la autora *Jessica Lyew-Ayee*; por último, encontramos el caso de las fotografías del autor *Ted Sabarese*. Todas estas imágenes hacen uso de los signos alfanuméricos y de puntuación como apoyo para el diseño gráfico.



Emoticon

Autor: Jessica Lyew-Ayee

Proyecto experimental, fusión entre la comunicación actual. Emoción humana con tipografía.

## Sintáctica

### I. Calidad formal

En este grupo de imágenes, se observa que la estructura es determinada por elementos que están conformados por el uso de fotografías de personas, las cuales han sido modificadas para que solo aparezca una parte de ellas. De la misma forma, en las dos primeras fotografías se utiliza la yuxtaposición debido a que los autores manejan el cruce de dos formas, como lo son la foto y el uso de los signos ortográficos, a partir de los cuales surgen nuevas formas y desaparecen las originales. En el caso de la foto con el fondo negro, el autor utiliza la semejanza por ubicación, esto es dado por

el uso de los signos ortográficos que representan y dan a entender el gesto que la persona está realizando.

En estos casos, las nuevas formas son más pequeñas y representan solo el área de coincidencia de las imágenes anteriores. En el uso de elementos tipográficos, se reconocen fuentes que pertenecen a la familia de las Sans serif o palo seco; estos elementos icónicos-lingüísticos, tienen una orientación vertical. Referente al espacio, se muestran fotografías impresas en papel fotográfico con dimensiones de 8.5" x 11". La mayoría de las imágenes son a color, utilizando una selección; aunque hay excepciones en escala de grises.

En cuanto a valores expresivos, el lingüístico no existe ya que las imágenes no incluyen una palabra como tal, debido a que están conformadas por una fotografía y signos ortográficos que no tienen una interpretación lingüística. Para el valor cromático se distingue el uso de colores saturados, ya sea en escala de grises o cuatricromía.

El elemento icónico está representado por los signos ortográficos, los cuales representan rostros en alta abstracción. Además, se observa que en las imágenes han sido alterados los rostros de personas y parte de su atuendo; donde, en algunos casos se han modificado los rostros, una porción de ellos o han sido completamente eliminados.

Las fotos, en su mayoría son asimétricas, puesto que los elementos no pertenecen a una igualdad o similitud en el espacio del formato; por ejemplo, en la fotografía de fondo negro, el uso de signos ortográficos se localiza en el lado superior derecho, lo que rompe con el equilibrio en la imagen. No obstante, en la segunda imagen, el equilibrio y estabilidad es notorio y de forma simétrica.

En los principios estéticos, se observa que el uso de los signos ortográficos representa el refuerzo en las imágenes, debido a que es el que atrae al usuario, aunque cuando son utilizados para una doble lectura (ícono-tipográfica), el refuerzo recae en las fotografías. Cuando se interpretan estos elementos gráficos, existe una verdad absoluta porque cada uno de ellos es reconocido en su propio contexto; es decir que, la letra se interpreta como tal y no causa ninguna dificultad al momento de su lectura.

Para la realización física de las fotografías, fue necesaria la utilización de papel fotográfico con acabado mate con un peso de 255g

el cual fue impreso mediante sublimación de tintas, además se utilizó edición digital para modificar los rostros y colocarles elementos tipográficos; todo ello permite claridad, nitidez y estabilidad al diseño.

En cuanto a su apariencia, su forma de representación es sencilla, manteniendo una tendencia abstracta-figurativa que se ocupa tanto la fotografía como los signos alfanuméricos y de puntuación, los cuales al fusionarlos crean un collage y una estética ordenada a la vista. El diseño es original debido a que contiene fotografías y signos ortográficos que sustituyen parte del rostro de la persona, pero que al mismo tiempo los complementa.

## II. Calidad Funcional

Este diseño está basado en una moda que atiende un cambio de posición en el elemento tipográfico, aunque la estructura del mismo seguirá siendo atemporal pues la anatomía de la letra no va sufrir modificaciones o alteraciones que la hagan ilegible o irreconocible, de igual forma esto es aplicable al modificar el rostro de las imágenes para sustituirlas por el uso de los signos que asemejen el rostro.

## Semántica

### I. Constantes Semánticas

Los significantes son: fotografías intervenidas de rostros de personas. Los significados son ejercicios experimentales de intervenciones en las fotografías.

Se observa que, los signos tipográficos cumplen una función icónica, aunque no forman en sí una palabra, la fotografía se transforma en elementos visuales. Es entonces, cuando en la función se pone de manifiesto una personificación en donde su significado,

adquiere cualidades del significante, llegando a identificar la función primaria en cada caso cómo la de mostrar la influencia que ejercen los signos alfanuméricos y de puntuación al convertirse en sustitutos de la persona. Además, los autores buscan persuadir a los receptores de no hacer un uso indiscriminado de estos elementos tipográficos; sin embargo, se pueden detectar significados de jovialidad, alegría y sensualidad en los casos presentados; situaciones en donde los autores han buscado una representación muy cercana a la realidad de acuerdo a los gestos y emociones sustituidas en las fotos.

Con todo esto, el receptor puede encontrar características de una representación artística, informática y experimental simplemente con el uso de la gráfica; lo que al mismo tiempo provoca que se sienta identificado con el ejercicio presentado por los autores.

## II. Variantes Semánticas

De acuerdo a las variantes semánticas, se está hablando de una motivación analógica en donde las fotos de las personas corresponden a una realidad, mientras que el aspecto homológico es determinado por el conjunto de signos alfanuméricos y de puntuación que refuerzan los gestos y emociones representadas. En el caso de la motivación homológica la unión de signos tipográficos evocan aspectos humanos, aunque estos no corresponden a la representación de la realidad de un rostro, siguen manteniendo rasgos mínimos; es decir que, son elementos gráficos con un grado de iconicidad muy bajo que se inclinan hacia lo abstracto.

En contraparte, en la motivación analógica, la representación dada corresponde a una realidad: los rostros de personas; lo que

da como resultado un elemento gráfico con un grado de iconicidad muy alto que recae en las fotografías.

## III. Tipos de Significante

El tipo de significante para la unión de signos alfanuméricos y de puntuación se clasifica dentro de los llamados simbólicos abstractos, puesto que las letras son formas creadas por el hombre que no corresponde a una existencia dentro de la naturaleza que lo rodea, aunque la unión de algunos signos en particular si llegan a representar rostros, gestos y emociones propias del ser humano.

Por asociación entre los signos alfanuméricos y los gestos representado por las personas, se habla de un tipo de significante icónico característico; el cual está determinado al denotar a varias personas que pertenecen a una realidad.

## IV. Diseño de Significantes

Este diseño de significantes se encuentra dentro de las nuevas posibilidades de diseño, entendiéndose que se han tomado signos alfanuméricos, ortográficos y de puntuación para la representación de rostros, gestos y emociones. Lo que significa que se les ha dado un nuevo uso a estas formas establecidas, donde existe una alteración en los rostros de las personas mediante el uso de signos, los cuales modificaron su composición para que dieran pie a la representación de los rostros de las personas; es decir que las letras rompen el paradigma de su uso normal por el de uno nuevo.

## V. Significados Semántico

Finalmente, en un aspecto inteligible, el significante aporta diferentes mensajes al usuario, pues la forma de representación que está relacionada con los diferentes gesto del rostro, hace uso de un lenguaje propio y contemporáneo del segmento al cual va dirigido llegando a transmitir varios conceptos, tales como: alegría, seriedad, sensualidad, entre otros.

Como conclusión se puede ver que en este conjunto de fotografías existe una tendencia por parte de los diseñadores en la cual están ocupando los rostros de las personas utilizando siempre alguna expresión facial o basándose en todas la que existen para tomar elementos de los signos ortográficos para recrear con ellos los rostros de aquellas personas, ya sea tomando sus atributos particulares o generando nuevos rostros.



Cider: marca de sidra enlatada.

En este apartado se presenta el análisis sintáctico y semántico de un conjunto de marcas, que al igual que en los análisis anteriores, hacen uso de los signos alfanuméricos y de puntuación como representación emocional y apoyo para el diseño gráfico, como ejemplo de ellos se abordara en el caso de empaque una lata de sidra cuya marca es “Cider”, así como también una marca de helados de yogur llamada “Yogen früz” y por último la marca de un canal televisivo de comedia.

### Sintáctica

#### I. Calidad Formal

En estas imágenes se encuentra una estructura, la cual está determinada por elementos tales como: la tipografía, como representación de la marca; en el primer caso, este elemento primario lleva una orientación vertical con una lectura ascendente, pero también se encuentra en la mayoría de los ejemplos de forma horizontal y con lectura de izquierda a derecha. Se presenta una variación en la posición de los elementos de apoyo, encontrándolos en la parte superior e inferior, con puntajes diferentes o letras altas y bajas, dependiendo el caso.

El color es representado por tonos saturados y sin gradaciones; por ejemplo, en la marca *cider* se presenta mediante el juego de positivo y negativo, haciendo una división silábica en la marca, además, se recurren a valores cromáticos que van del contraste a la analogía para resaltar un elemento de la marca, como en el caso de Distrito comedia en donde se utiliza una analogía de colores verde y azul. En el ejemplo de *Yogen früz*, se utiliza el contraste en tonos pastel.

Referente al espacio, en todos los casos se presentan digitalmente los ejemplos, la proporción utilizada varía en cada uno de los

yogen früz

Yogen früz: empresa dedicada a la venta de helados a nivel mundial.



Distrito Comedia, canal de televisión.

ejemplos. La marca *cider*, engrandece visualmente la primera sílaba, dando énfasis a esa parte (que finalmente termina siendo el elemento icónico); de igual forma, *yogen früz* se apoya en la letra *ü*, que por el tipo de letra y el color hace que resalte en comparación al resto de las letras, en este mismo ejemplo las letras de apoyo están representadas de forma reducida a la mitad. Por el lado contrario, en la marca de Distrito comedia se representa una proporción muy notable en cuanto a los elementos de apoyo, aumentándolos de tamaño 5 veces al tamaño de la marca haciendo con esto muy notable el contraste de color y de tamaño, de esta forma, se observa que al igual que en este ejemplo, donde se cambia dramáticamente el tamaño, la mayoría de las marcas analizadas en esta investigación se basan en esta clase de refuerzos.

En cuanto a los valores expresivos: el lingüístico está conformado por la tipografía principal, que en los tres casos mencionados serían la marca y la tipografía secundaria que puede incluir información complementaria del contenido del producto como en el caso de *cider* o bien ser un eslogan, como se muestra en la marca *yogen früz*; por último, en distrito comedia se resaltan las primeras letras de la marca dejando el nombre completo en la parte inferior sólo como apoyo.

Para el valor cromático, se distingue el uso de contraste en plastas en la mayoría de las marcas presentadas, *cider* hace uso del positivo y negativo para marcar contraste y dividir la palabra, resaltando el apoyo visual de la misma en color negro; por otro lado, distrito comedia, de igual forma divide a la mitad la marca usando colores análogos en la gama de tonalidades verde y azul; por su parte, *yogen früz* utiliza contraste en tonos pastel.

El elemento icónico es fácilmente identificado en todos los casos debido a la doble lectura que genera la posición del mismo, y como se mencionó anteriormente, hace uso de contrastes de tamaño, peso o color para llamar la atención y ser un atractivo dentro de la marca, mediante el uso de signos de puntuación y letras que evoquen una emoción.

La composición es simétrica en distrito comedia, esto se debe a que marca exactamente a la mitad el eje vertical, evidenciando el mismo peso de ambos lados; sin embargo, es asimétrica en el resto de los ejemplos debido a que el texto complementario se localiza únicamente en un lado de la marca, cambiando el tamaño de la letra, como en el caso de *cider* y *yogen früz*.

La visualización puede ser vertical u horizontal, el equilibrio se hace presente en la mayoría de las marcas al poner elementos que hagan contrapeso dentro del diseño, realizándose mediante el uso del color y el tamaño de la tipografía, las más equilibradas son *cider* y distrito comedia, en cuanto se refiere al mismo peso visual respecto a el eje de equilibrio; *yogen früz* cuenta con su eslogan, el cual le confiere un mayor peso del lado derecho, sin justificarse a los márgenes de la marca, lo cual indica un desequilibrio.

En los principios estéticos se observa en el primer caso que en la sílaba “Ci” se representa el contraste de forma positiva, llegando a ser éste el refuerzo en el conjunto de elementos gráficos, ya que atrae en primera instancia la atención. En la zona superior se encuentra la sílaba “der” en forma negativa, lo que representa una interrelación de formas dada por la superposición que existe entre la letra y el color, lo que genera un contraste de fondo y forma.

En el caso de distrito comedia, las letras D y C respectivamente son expuestas en forma independiente con un tamaño mayor y en forma vertical, leyendo la primera de lado derecho y la segunda de lado izquierdo, además de jugar con el contraste de tonos entre ellas y su respectivo significado en la parte inferior. Yogen früz por su parte, hace uso del contraste de color en distintos tonos pastel para identificar y resaltar a la letra ü del resto, logrando con esto identificar de forma inmediata el refuerzo dentro de la marca que se convierte en identidad de la misma.

Cuando se interpretan estos elementos gráficos, se denota la existencia de verdad absoluta, porque cada uno de ellos es reconocido en su propio contexto; es decir que, la letra se interpreta como tal y no causa ninguna dificultad al momento de la lectura; pero cuando es utilizada para una doble lectura (ícono-tipográfica), esta verdad absoluta tuvo que pasar por procesos de interpretación por parte del usuario hasta que llega al punto en donde puede reconocer la representación abstracta de un rostro, que en la mayoría de los casos se encuentra sonriente, y aún cuando varía la manera de representarse debido a los diferentes recursos tipográficos, llega al espectador y estas son reconocidas.

La realización física depende de la marca que se trate, en este caso todas las marcas se presentan de forma digital, pero en el caso de cider, al ser una marca de sidra, tuvo que ser necesaria la utilización de un material metálico sobre el cual se llevó a cabo una impresión en flexografía a dos tonos; en el caso de yogen früz, al tratarse de una compañía de helados, se presenta en envases de unisel a dos tintas, con impresión en flexografía. Por último, distrito comedia es una marca digital que distingue un canal de comedia en la televisión. Al utilizar simplemente tipografía

como su elemento gráfico principal la lectura puede comprenderse de manera adecuada y ayuda a la interpretación del mensaje que.

En cuanto a su apariencia, su forma de representación es sencilla, manteniendo una tendencia minimalista y una estética que es ordenada a la vista. El diseño es original debido a que su lectura no es común a la forma estandarizada a la que está acostumbrada el ser humano, siendo este recurso uno de los que atraen la atención del usuario, y aún cuando se presentan variaciones entre ellas, al utilizar los signos y letras de diferentes formas para representar la misma emoción, la mayoría se caracteriza por destacar de algún modo posible el refuerzo de una imagen.

## II. Calidad Funcional

Este diseño está basado en una moda que atiende un cambio de posición en el elemento tipográfico aunque la estructura del mismo seguirá siendo atemporal pues la anatomía de la letra no sufrirá modificaciones o alteraciones que la hagan ilegible o irreconocible. Por tratarse de un fenómeno que abarca diversos modos de leer códigos interpretados mediante letras, números y signos de puntuación puede asegurarse que perdurará vigente durante mucho tiempo, pues facilita el poder comunicar mucho en un recurso pequeño.

### Semántica

#### I. Constantes Semánticas

Los significantes son: bebida enlatada, marca de canal de televisión y marca de yogurt. Los significados son: bebida juvenil de dos sabores, marca de entretenimiento y marca de productos lácteos juvenil y divertidos.

Su principal función es la de transmitir el mensaje de forma directa, invitar y persuadir al usuario o cliente a que consuma los distintos productos, mediante la representación de un rostro guiñando un ojo, o rostros felices en sonrisa normal y con sonrisa mayor como en la marca de distrito comedia, buscan transmitir la esencia del canal al tratarse de risas y diversión. Por su parte, yogen früz, del mismo modo refleja una sonrisa muy prolongada con lectura horizontal, todas estas marcas están íntimamente relacionadas a conceptos que en un segundo plano evocan sentimientos en el consumidor.

Es entonces, cuando se ponen de manifiesto el uso de una figura retórica, tal como: la prosopopeya, la cual es notoria debido a que se le atribuyen cualidades humanas a signos abstractos como lo son las letras, es decir, que se personifican.

#### II. Variantes Semánticas

De acuerdo a las variantes semánticas, se está hablando de una motivación homológica, donde es un elemento gráfico con un grado de iconicidad muy bajo, que se inclina hacia lo abstracto, y es esto lo que llama la atención en cada una de las marcas mencionadas, pues en su mayoría se pretende representar el rostro sonriendo, guiñando el ojo o bien con una sonrisa enorme, utilizando únicamente letras y signos para lograrlo, siendo simple, limpio y eficaz al momento de dar a entender ese conjunto de emociones.

#### III. Tipos de Significante

Dado los aspectos anteriores, el tipo de significante se clasifica dentro de los llamados simbólicos abstractos, debido a que las letras son formas creadas por el hombre y que no corresponden a una existencia dentro de la

naturaleza que lo rodea, aunque la unión de algunos signos en particular si llegan a representar rostros, gestos y emociones propias del ser humano, esto requiere también de la creatividad del receptor para que comprenda a primera vista el mensaje oculto representado con signos y letras, que pasan a ser símbolos de identidad.

## IV. Diseño de Significantes

Este diseño de significantes se encuentra dentro de las nuevas posibilidades de diseño, entendiéndose que se han tomado signos alfanuméricos, ortográficos y de puntuación para la representación de rostros, gestos y emociones. Lo que significa que se les ha dado un nuevo uso a estas formas establecidas, sin que ellas hayan sido alteradas o forzadas para cumplir con la transmisión de un mensaje; es decir que las letras rompen el paradigma de su uso normal por el de uno nuevo.

## V. Significados Semántico

Finalmente, en un aspecto inteligible, el significante aporta un mensaje de satisfacción al usuario, ya que la forma de representación que está relacionada con el gesto del rostro que guiña un ojo, hace uso de un lenguaje propio y contemporáneo del segmento al cual va dirigido, llegando a transmitir conceptos de: alegría, satisfacción y bienestar en el usuario al consumir el producto. Connota la confianza o complicidad que puede existir entre el producto y el consumidor, teniendo un resultado agradable, debido a que captura la atención de manera eficaz.

## Conclusión del análisis

En el análisis de los ejemplos presentados en las distintas áreas del diseño gráfico, se llega a la conclusión de que en todos ellos se busca establecer una empatía con los usuarios, consumidores y/o receptores. Además, se pretende persuadir al cliente mediante una emoción, que en su mayoría corresponde a aspectos positivos.

Al momento de representar un gesto o emoción, los signos alfanuméricos y de puntuación pueden presentar variantes en su elección, lo que le permite al diseñador contar con una riqueza tipográfica-expresiva. Este tipo de representaciones gráficas facilitan la pregnancia de las formas en la mente del receptor, esto es debido a la facilidad de comprensión que engloban y al hecho de que el mismo usuario está familiarizado con este tipo de formas.

Es aquí, en donde el diseñador gráfico contemporáneo utiliza los recursos visuales con los que cuenta, para poder generar soluciones creativas y llamativas, pero sobre todo, funcionales. El diseñador ha encontrado en la tipografía, un auxiliar en la creación de imágenes; recurre a elementos lingüísticos y los convierte en elementos icónicos. Sin embargo, es pertinente aclarar que esto no lo hace con la intención de deformar el lenguaje, sino al contrario, se sirve del lenguaje existente para crear nuevas formas de comunicación.

Es evidente que el uso de este tipo de representaciones emocionales abstractas, fue creado para medios virtuales y digitales, llegando a denominar como emoticones; sin embargo, al estar presentes de manera considerable en otros medios y soportes no digitales, es decir análogos, el término emoticón no es tan utilizado en el diseño gráfico como

signo lingüístico. En ese sentido y partiendo de sus características formales, es importante contar con un término en el área de la gráfica, una denominación y clasificación propia y apropiada para el diseñador; por lo cual, debido a la investigación y análisis realizado en este documento; los investigadores consideran pertinente la acuñación de un término que incluya la esencia y característica de este tipo de representaciones alfanuméricas-tipográficas-emocionales.

La evolución y transfiguración de la letra en base a la composición gráfica, hace que se construya un nuevo significante y por ende un nuevo significado. Es decir que la letra deja de ser texto para convertirse en imagen, pero no cualquier imagen, sino una que representa los aspectos más íntimos del ser humano: una imagen emocional.

Por esa misma razón, los realizadores de esta investigación consideran importante y necesario documentar de forma bibliográfica la información obtenida y analizada con respecto a los signos alfanuméricos y de puntuación como lenguaje emocional, llegando a generarse un término que denomine a dichos signos y el cual sea específicamente para el diseño gráfico. Para ello, en el siguiente capítulo se presentará la metodología y el proceso de diseño que se llevará a cabo para el desarrollo del producto de diseño: un libro.



## Metodología



# METODOLOGÍA

4

Finalmente, se elaboró una aplicación gráfica que respalda el proyecto de investigación realizado en este documento; para ello, era pertinente tomar como base algunas de las metodologías que se han generado y utilizado en el área del diseño gráfico y extraer aquellos puntos que sirvieran como guía en la producción de un material bibliográfico, documental y especializado, el cual está dirigido a diseñadores gráficos de todos los niveles.

Durante el análisis de las metodologías, se determinó que aquellas que aportaban elementos fundamentales y adecuados para la elaboración del libro especializado, eran las que correspondían a Gui Bonsiepe y Bernd Lobach. Sin embargo, al compararlas se encontró que ambas compartían puntos similares, lo cual derivó en un proceso metodológico combinado que dio origen a los puntos que se exponen a continuación y que determinaron el eje rector en la elaboración del producto final de diseño.

## METODOLOGÍA HÍBRIDA

3.1

En este apartado, se presenta de forma general la integración de los puntos relevantes en ambas metodologías. Posteriormente se muestra el desglose de cada uno de ellos:

### **a) Descubrimiento de una necesidad. (Gui Bonsiepe)**

- 1.- Función.
- 2.- Forma.

### **b) Clasificación de la información (Bernd Lobach)**

- 1.- Información Histórica.
- 2.- Información Tecnológica.
- 3.- Información Analítica-comparativa.

### **c) Proceso creativo**

- 1.- Análisis de materiales y fabricación (Gui Bonsiepe- Bernd Lobach).

- Tipo de documento (normatividad).
- Elección de formato.
- Tipo de soporte.
- Medio de impresión.

- 2.- Etapa conceptual (Bernd Lobach).

- Lluvia de ideas (Bernd Lobach).
- Desarrollo de las alternativas (bocetaje) (Gui Bonsiepe).
- Selección de las alternativas. (Gui Bonsiepe).

#### d) Maquetación (Diseño editorial) (Bernd Lobach – Gui Bonsiepe)

- Elección de pliego.
- Creación de caja tipográfica y red estructural editorial.
- Elección de fuente tipográfica.
- Paleta de colores.
- Elaboración de prototipo.

• Que el diseñador gráfico reflexione acerca de la utilización de un término propio de su área de estudio que denomine a los signos alfanuméricos y de puntuación dentro de un lenguaje emocional.

• Demostrar con ejemplos, el alcance que tiene el uso de estos signos en diferentes áreas del diseño y su aplicación en medios análogos.

**Forma:** Este documento, contará con las siguientes características:

• Su realización física será de forma impresa, pues esta solución es compatible con el tema central de la investigación (aplicación de signos emocionales en medios análogos).

• Es un escrito de tipo que supera las 48 páginas, en el que su esquema de contenido se basa en una exposición mixta de texto e ilustraciones. Además, aborda un tema desde el análisis de aspectos determinados, su objetivo final es incitar y facilitar el conocimiento de una materia definida: Diseño gráfico.

#### Clasificación de la información

Tomando en cuenta los aspectos anteriores, fue necesario determinar que la información que se incluye en el documento bibliográfico es la siguiente:

#### Información Histórica

• En la cual se vinculan las aportaciones que realizaron las culturas antiguas en cuanto a la utilización de trazos simples y abstractos (lenguaje escrito) y un lenguaje visual-emocional contemporáneo.

#### Información Tecnológica

• En donde se expone la importancia del de-

## PLANTEAMIENTO DEL DISEÑO 4.2

En base a la integración y unión de las metodologías mencionadas anteriormente, se plantea el desarrollo del diseño de la siguiente forma:

#### Descubrimiento de una necesidad.

En base a la información obtenida durante la investigación previa acerca de la evolución de los signos alfanuméricos y de puntuación como lenguaje emocional, se estipula que existe la necesidad de crear un documento bibliográfico (libro) especializado para el área de diseño gráfico en donde se incluya un término que denomine el uso de estos signos emocionales.

**Función:** El objetivo de este libro es:

• Que el diseñador gráfico pueda contar con información confiable acerca de la transformación de los signos alfanuméricos y de puntuación como lenguaje emocional.

• Exponer la creación de un **neologismo** que distinga las formas de representación gráfica dentro de un lenguaje visual-emocional.

sarrollo de los medios de comunicación digitales, dando como resultado la necesidad de expresar emociones de manera despersonalizada.

#### Información Analítica-comparativa

• Se evidencian las diferencias morfológicas entre los códigos emocionales: el emoticón y los signos alfanuméricos y de puntuación.

• Se muestran ejemplos de la utilización de signos alfanuméricos y de puntuación en aplicaciones de diseño.

• Clasificación de la relación sintáctica del signo alfanumérico y de puntuación.

• Definición etimológica del término emograma.

## PROCESO CREATIVO DEL OBJETO DE DISEÑO (LIBRO) 3.1

Una vez que se determinó el tipo de producto y la información que contiene, se inició el proceso creativo que dio origen al producto de diseño final, para lo cual se llevaron a cabo los siguientes pasos:

#### Análisis de materiales y fabricación

• Tipo de documento (normatividad): Como se ha mencionado anteriormente, se determinó que el contenido corresponde a una clasificación documental, en donde la información no es periódica. Por otra parte, el número de

páginas de dicho escrito rebasa las 48 páginas, por lo que la UNESCO determina que toda publicación no periódica mayor a 48 páginas es considerada como libro, además de que la misma UNESCO determina que dicha información debe ser puesta a disposición del público.

• Formato: el cual se estableció que fuera rectangular y vertical; esto obedece a aspectos que se describirán durante la etapa conceptual.

• Tipo de soporte: para la elaboración de los pliegos interiores, se consideraron opciones de papel en diferentes pesos (que van de los 115 a los 130 gr.), colores (que van desde un ahuesado hasta blancos) y acabados (mate y brillante). Sin embargo, finalmente entre las diversas opciones se decidió que el color del papel debía ser blanco, de textura lisa y acabado mate; eligiéndose así un papel couche sappi magno, de doble cara mate y peso de 130 gr. Todo esto con la finalidad de favorecer la lectura del contenido, pero que al mismo tiempo contribuyera al desarrollo del concepto general de la obra (ver figura 1).



Fig.1 Muestra de tipos de papel. (Bond ahuesado, Opalina, Cuche mate y brillante IA)

•Medio de impresión: por tratarse de una publicación la cual pretende ser distribuida en un gran número de ejemplares, se optó porque la impresión sea realizada en cuatricromía en offset.

### Etapa conceptual

•**Lluvia de ideas:** tomando en cuenta la información obtenida durante la investigación, se escriben a continuación aquellas palabras, ideas o conceptos que permitieron la integración de las partes individuales de la obra, logrando una unificación (más que física o material) en el plano de lo sensorial:

**Blanco:** entendiéndose éste como: espacio vacío, aire o descanso. Además, al determinarse como “lasumadetodosloscolores”, conceptualmente hace referencia a integración y unidad.

**Negro:** en este caso, el negro representa aspectos sobrios, positivos y elegantes. Junto con el blanco, determinan un juego fundamental de conceptos en donde se pone de manifiesto la figura fondo, permiten potencializar el abstraccionismo que representan los signos alfanuméricos y de puntuación, ya que son estos dos elementos (blanco y negro) los que manifiestan la presencia de los últimos.

**Tecnología:** concepto amplio, que abarca aspectos visuales, táctiles y sensoriales; pero que, sin embargo están al servicio de la comunicación, permitiendo realizar procesos elaborados y con resultados favorables en la transmisión de un mensaje gráfico.

**Análogo:** En este sentido, se representa el uso de los medios y formas tradicionales como una forma de reproducción gráfica vigente; permite además un contacto directo entre el usuario y el objeto.

**Signos:** Concepto que representa una señal, algo que toma el lugar en representación de otra cosa; representa simpleza e indicio.

**Espacio:** Idea que transmite la sensación de vacío u ocupación, concepto ambivalente que determina el área de injerencia de los elementos gráficos.

**Minimalismo:** Concepto que describe simplificación, es decir, transmitir más cosas con el mínimo de elementos.

### •Desarrollo de alternativas (bocetaje):

Se plantearon diseños del libro en base a las ideas y conceptos generados en la etapa anterior, a continuación se muestra el desarrollo de estos diseños primarios.

## MAQUETACIÓN (DISEÑO EDITORIAL) 4.4

### Elección de pliego y formato:

Para la creación de los interiores del libro, fue necesario simular un formato parecido al de una tablet; debido a que en la propuesta general del diseño, el principal parámetro a tomar en cuenta se determinó en base a la representación de un dispositivo táctil, en donde se buscaba generar una integración entre los conceptos de tecnología y analogía; por lo cual, se realizaron pruebas de doblez con diferentes tamaños de pliegos de papel.

Para determinar el tamaño del formato, se utilizaron como referencia dos tamaños estándar: el carta y ½ carta. Teniendo esa base, se necesitó generar un tamaño intermedio que no fuera mayor a carta pero tampoco menor a

½ carta, ya que no se deseaba generar un libro grande pero tampoco demasiado pequeño.

•**Propuesta 1.-** Esta propuesta está basada en los tamaños de las tablet kindle de la compañía Amazon, las cuales se utilizan para la lectura de libros electrónicos. Entre sus formatos existen una gran variedad de tamaños, pero se seleccionó el tamaño de (18,3 X 26,4 cm) correspondiente a la Kindle DX Internacional 2ª generación.

Esta elección obedece al hecho de que no se quería generar un libro demasiado pequeño, las otras opciones se descartaron pues tenían un tamaño menor a media carta (ver figura 2).

Entre los pliegos de tamaño estándar que se pueden encontrar, para esta propuesta se utilizó el que corresponde a 57X87 cm., en el cual se realizaron dobleces de acuerdo a la sección aurea, generando los tamaños que se muestran a continuación (ver figura 3).

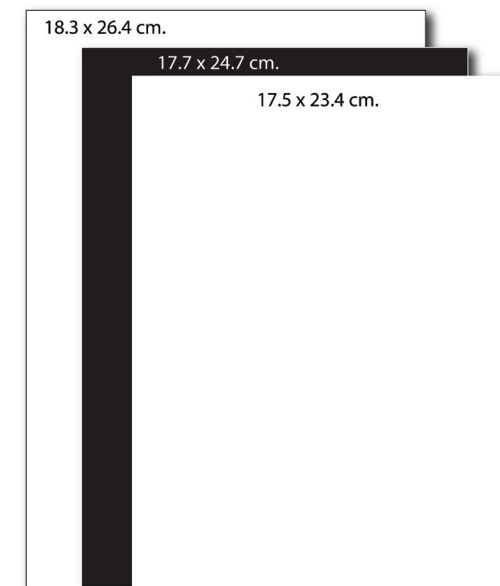


Fig. 2 Comparación de tamaños de las tablets kindle de Amazon. IA

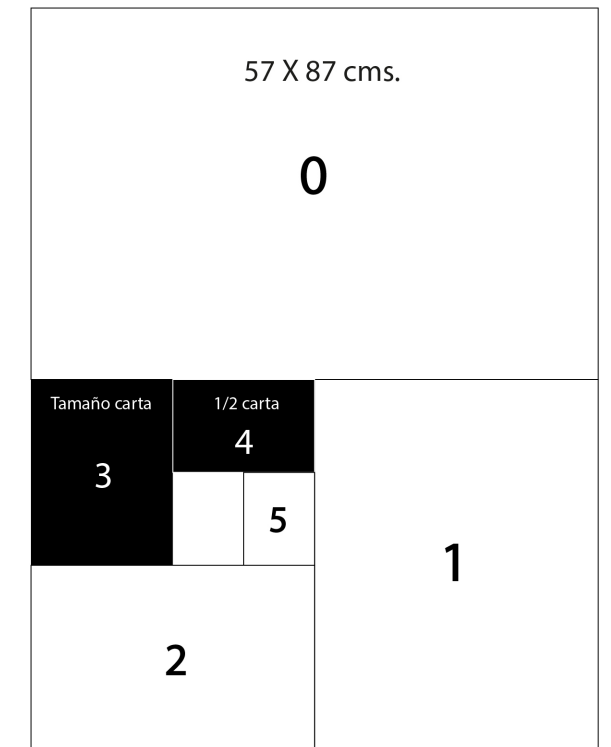


Fig.3 Doblece de un pliego de 57 X87 cm. Imagen a escala y en proporción al tamaño original. IA

Al momento de comparar el formato de la tablet Kindle a un tamaño carta, se observa que la realización de la propuesta es viable, llegando a ocupar ocho hojas de formato kindle por pliego, lo que equivaldría a 16 páginas del libro; sin embargo, existe el inconveniente de que se desperdicia mucho papel (ver figura 4), aproximadamente se deja de aprovechar entre un 20% y un 22% del pliego.

Si este mismo formato (kindle) se adaptara a un pliego de 70 X 95 cm. El desperdicio de papel aumentaría considerablemente (ver figura 5), desaprovechando aproximadamente de un 40% a 42% del pliego.

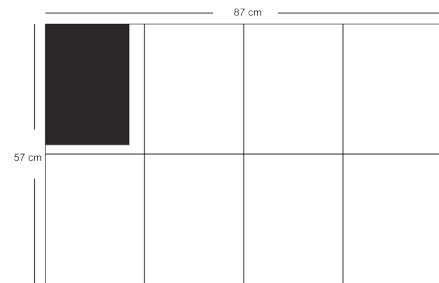


Fig.4 Comparación de formatos a pliego extendido entre la tablet kindle y un tamaño carta. IA

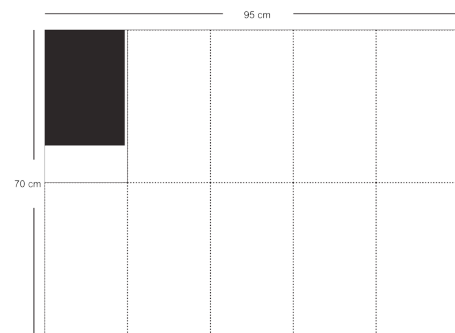


Fig.5 Comparación de formatos a pliego extendido entre la tablet kindle y un tamaño oficio. IA

•**Propuesta 2.-** Esta propuesta no obedece a algún tamaño de tablet o dispositivo digital en particular, para su realización se tomó como base el resultado de realizar los dobleces de un pliego de 70 X 95 cm. en sección aurea (ver figura 6); sin embargo, la referencia de que no debía superar el formato carta, o que no que fuera menor a 1/2 carta se mantuvo.

En base a la optimización del pliego, se generó un formato aproximado de 1/2 oficio (es decir de 17.5 X 23.75 cm.), el cual se obtuvo realizando los siguientes dobleces (ver figura 7).

Como se puede observar en esta propuesta y comparándola con la primera, el número de hojas aumenta al doble por pliego, es decir que caben perfectamente 16 hojas o 32 páginas del libro. Además, en esta propuesta el desperdicio de papel se limita al refine de las orillas de las hojas durante los acabados, lo que representaría un estimado de menos del 1% de merma. Inconvenientemente, se infiere que, al ser un tamaño más pequeño que la primera propuesta puede significar que exista un menor espacio en la caja tipográfica.

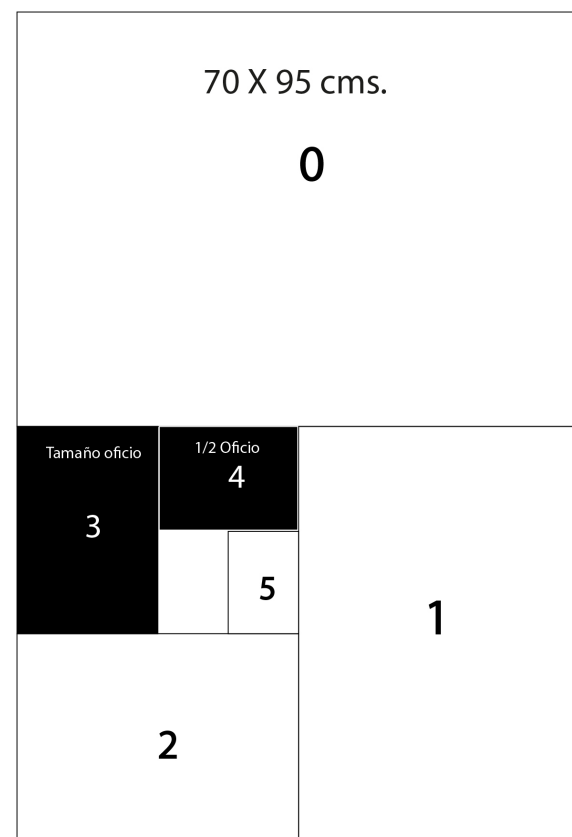


Fig.6 Dobleces de un pliego de 70 X 95 cm. Imagen a escala y en proporción al tamaño original. IA

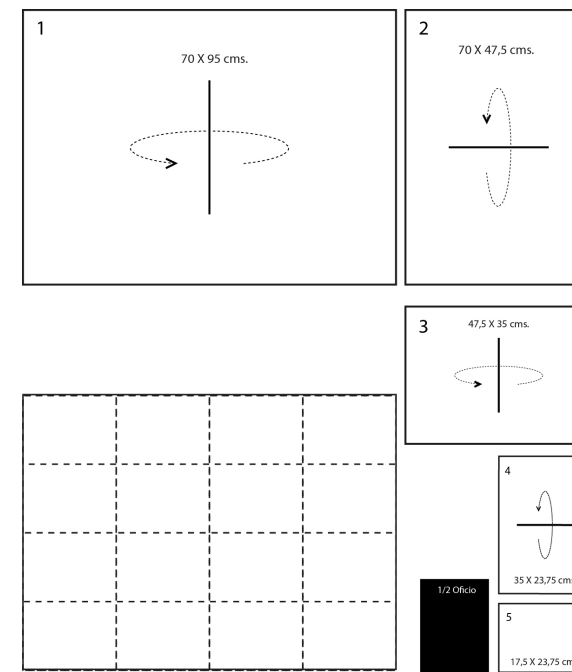


Fig.7 Dobleces de un pliego de 70 X 95 cm. Para obtener un formato de 1/2 Oficio, los dobleces se realizan siempre hacia la parte interna del pliego. IA

•**Propuesta 3.-** Esta propuesta al igual que la anterior, no obedece a algún tamaño de tablet o dispositivo digital en particular; sin embargo, se continuó en la línea de la optimización del papel, además de que la referencia de que no debía superar el formato carta ni que fuera menor a 1/2 carta se mantuvo.

Observando las dos primeras propuestas, se concluyó que el formato adecuado debía encontrarse en un tamaño mayor al de la segunda propuesta y menor al de la primera, todo esto pensado en las manchas tipográficas que se generarían posteriormente.

En esta propuesta, se utilizó como base el resultado de realizar los dobleces de un pliego de 72 X 102 cm. en sección aurea (ver figura 8), lo que generó un formato de 25,5 X 18 cm.

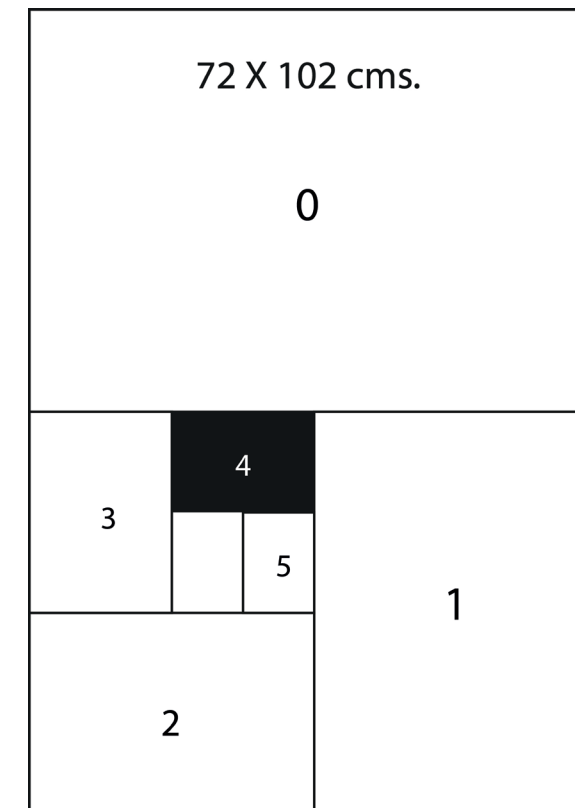


Fig.8 Dobleces de un pliego de 72 X 102 cm. Imagen a escala y en proporción al tamaño original. IA

De la misma forma que en la segunda propuesta, el número de hojas del libro se mantiene en 16 y el de páginas en 32. Igualmente, en esta propuesta el desperdicio de papel se limita al refine de las orillas de las hojas durante los acabados, lo que representaría un estimado de menos del 1% de merma (ver figura 9); además de que este formato se encuentra en medio de las primeras dos propuestas.

Finalmente, en esta parte del proceso se eligió el formato sobre el cual se trabajaría posteriormente; para ello se consideraron todas las variables anteriores por lo que se eligió la propuesta número 3 (ver figura 10).

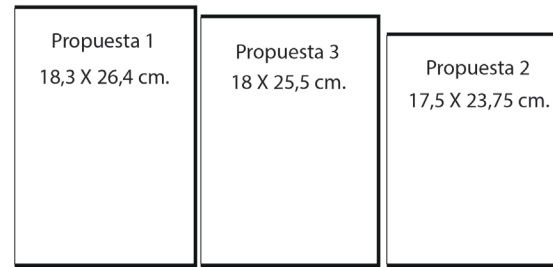


Fig.10 Comparación de las tres propuestas de formato. El marco negro alrededor de cada una corresponde a las medidas sin refinar, el marco blanco dentro de cada una corresponde al área imprimible. IA

Para la elaboración de los exteriores del libro, se contemplaron las siguientes características: la portada y contraportada se vislumbraron para ser reproducidas en un formato de tapa dura, ya que se buscó la máxima protección de los interiores, además de una mayor durabilidad del material.

Se utilizó una falsa cubierta apaisada con la finalidad de simular una tablet. Esto suponía una lectura horizontal, sin embargo al desplegar esta falsa cubierta, el formato real del libro es representado de forma vertical. Para ello fue necesario realizar un empastado especial que lleva una doble bisagra (ver figura 11).

### Creación de márgenes y caja tipográfica:

Una vez que se determinó el formato sobre el cual se había de trabajar, se procedió a generar el espacio correspondiente a la mancha tipográfica. Para ello, se tomó como base la medida del área imprimible de nuestro formato para ajustar los márgenes a la misma (ver figura 12).



Fig.11 Boceto para la elaboración de la cubierta del libro de diseño. Encuadernado pasta dura. IA

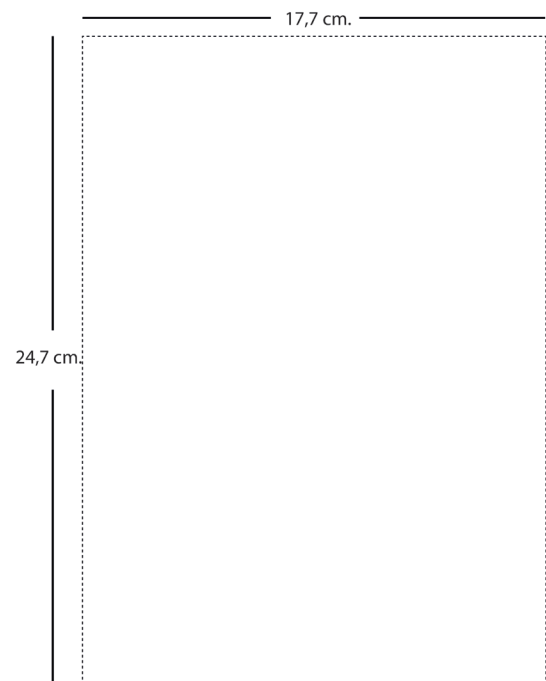


Fig.12 Área imprimible del formato elegido, la cual corresponde a 17,7 X 24,7 cm. A partir de esta medida se establecerán los márgenes para la mancha tipográfica. IA

El primer parámetro a tomar en cuenta para la elaboración de los márgenes, es la utilización de los métodos tradicionales (ver figura 13), principalmente aquellos que están relacionados con el uso de diagonales. Esta alternativa se justifica en que los tamaños de las tablets se miden en pulgadas diagonales, no lineales; otro parámetro a considerar es que se busca generar una estética que imite a la de estos dispositivos táctiles (utilizan un marco de color negro o blanco alrededor de la pantalla).

Al analizar los métodos clásicos para la obtención de márgenes, finalmente se optó por elaborar un método personalizado que generara un margen centrado al área imprimible y que fuera estrecho en cada uno de sus lados en relación a los márgenes que se obtenían con los otros métodos.

Para ello, se trazó una línea diagonal desde dos extremos opuestos al área imprimible, se consideró que los márgenes superior e inferior debían tener la misma medida y además ser mayores a los márgenes interno y externo. Fue así como se trazaron líneas verticales que se intersectaran con la diagonal a 2 cm. de los bordes superior e inferior, dejando así márgenes interno y externo de 1,4 cm. desde los bordes laterales (ver figura 14).

Basados en el margen anterior, se planteó la posibilidad de manejar un filo que se asemejara al marco de las tablets, para ello se tomaría en cuenta el espacio que existe entre el área imprimible y los márgenes obtenidos, por eso se planteó la posibilidad de manejar una paleta de colores que fuera desde el color negro en su escala de grises hasta llegar al 10% de negro (ver figura 15).

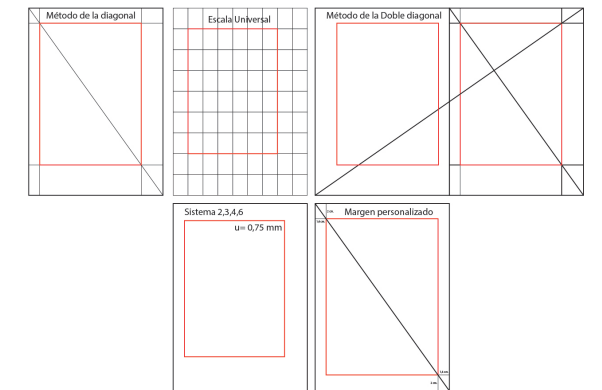


Fig.13 Métodos de obtención de márgenes. Al final se eligió un método personalizado. IA

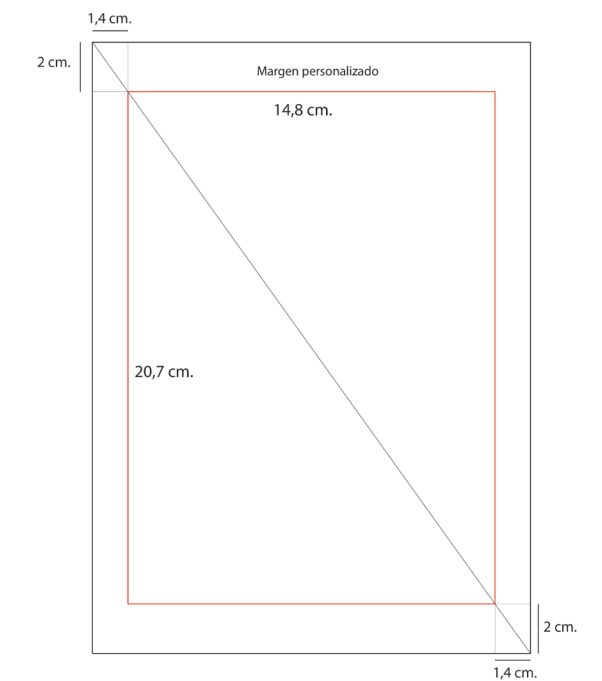


Fig.14 Creación de los márgenes del libro, vista de una sola página. IA

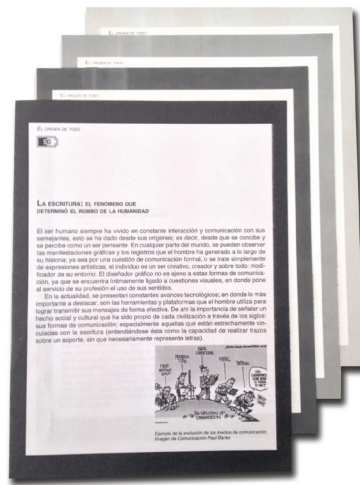


Fig.15 Propuesta para la utilización de marcos en color negro y gradaciones del mismo. IA

Sin embargo, a pesar de que la idea fue desechada ya que ocasionaba un peso excesivo al momento de la lectura, llegando incluso a ser un distractor para el usuario; se determinó que sólo en las páginas de secciones específicas y el índice debían ser enmarcados con esta propuesta.

### Red estructural editorial:

Es importante mencionar que, desde un principio se decidió que la caja tipográfica contemplara el uso de más de una columna para la distribución del texto; debido a que se planteó romper con el estándar de utilizar una sola columna en donde la línea fuera muy larga, esto se realizó con la intención de romper con la monotonía y otorgarle dinamismo a la lectura. No obstante, algunas páginas se plantean a una sola columna (abarcando todo el ancho de la caja tipográfica) debido a la integración de texto e imagen.

Para ello, se dividió simétricamente el ancho obtenido durante la elaboración de mar-

genes, y se dejó un medianil de 5 mm entre las dos columnas resultantes, obteniendo el espacio métrico sobre el cual se realizó el vaciado de la información (ver figura 16).

En cuanto a la división de las filas, se determinó que se realizaran de modo que el número total de filas fuesen múltiplos de 2 y 3, esto para obtener mayor flexibilidad al momento de distribuir los elementos, por lo cual se fijó el número de filas en 18; ya que no sólo se consideró el uso de texto, sino que también se contempló el uso de imágenes en diferentes formatos (apaisadas, verticales, alargadas, entre otros). El medianil entre cada fila corresponde a la mitad de tamaño del medianil entre las dos columnas (ver figura 17).

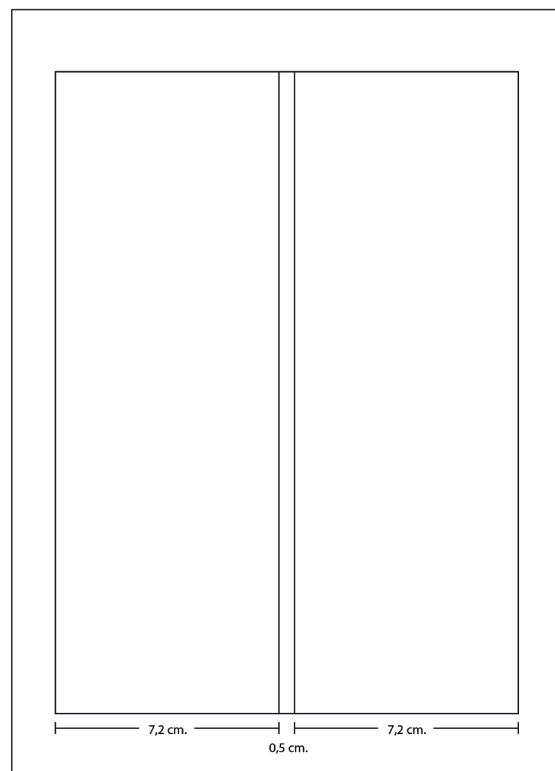


Fig.16 División de la caja de texto en dos columnas. El ancho de columna es simétrico en ambos casos. IA



Fig.17 División de la caja de texto en 18 filas para obtener mayor flexibilidad al distribuir los elementos. IA

### Elección de fuente tipográfica.

Ya que se ha determinado el formato y se han obtenido los márgenes, es momento de hacer las pruebas correspondientes para elegir la fuente adecuada y la familia tipográfica que dará cuerpo al texto.

Para la selección de las opciones, estas debían cumplir con un requisito primario: ser fuentes de tipo palo seco. Esto debido a la temática misma del libro, ya que en los medios digitales se utilizan tipografías con esta característica; y si bien, el resultado será una propuesta de diseño análoga, no hay que olvidar que en todo momento se busca una imitación de un medio digital. Entre las opciones tipográficas que se consideraron, se encuentran las siguientes fuentes (ver figura 18).

- Calibri
- Helvética
- Verdana
- Myriad Pro
- Century Gothic

Fig.18 Opciones de fuentes palo seco para los interiores del libro. IA

Al haberse determinado el ancho de columna, se realizaron pruebas que determinaron el número de golpes por línea, tomando en cuenta un valor estimado entre el mínimo (34 golpes por línea) y el óptimo (45 golpes por línea); además de un tamaño de fuente entre los 10 pts. y los 12 pts., ya que se debe favorecer a la leibilidad y legibilidad del texto (ver figura 19).

Como se puede observar en la imagen anterior, las variaciones entre una fuente y otra son muy evidentes; en algunos casos como en la Century Gothic, y debido al diseño de esta fuente, que es muy geométrica, el espacio entre caracteres es muy amplio, lo que forma ríos generosos en la mancha tipográfica.

Por el contrario, en el caso de la fuente Helvética, el mismo diseño de la fuente la hace ver mucho más condensada que las otras; es decir que, visualmente se observa un poco más estrecha.

Las opciones viables para la mancha tipográfica, se encuentran entre las fuentes Myriad Pro y la Calibri; se observa entre estas dos fuentes, que en un mismo puntaje (en este caso 11 pts.), la tipografía Calibri visualmente parece más pequeña que la Myriad Pro (tal vez un punto menor). Además, estas dos fuentes son las que abarcan el mayor número de golpes por línea, acercándose más hacia el óptimo, que al mínimo. Por la riqueza de variantes en la fuente, se eligió la Myriad Pro. Como tipografía secundaria, se

empleó el uso de una fuente con serif (Times New Roman); aunque su implementación es solamente para los folios que ocupan los cabezales de las páginas, lo cual contrasta de forma armónica con el cuerpo de texto (ver figura 20).

El ser humano siempre ha vivido en constante interacción y comunicación con sus semejantes	Myriad Pro <b>43 golpes por línea. 11/13 pts.</b>
El ser humano siempre ha vivido en constante interacción y comunicación con sus semejantes	Calibri <b>44 golpes por línea. 11/13 pts.</b>
El ser humano siempre ha vivido en constante interacción y comunicación con sus semejantes	Helvética <b>40 golpes por línea. 11/13 pts.</b>
El ser humano siempre ha vivido en constante interacción y comunicación con sus semejantes	Verdana <b>34 golpes por línea. 11/13 pts.</b>
El ser humano siempre ha vivido en constante interacción y comunicación con sus semejantes	Century Gothic <b>34 golpes por línea. 11/13 pts.</b>

Fig.19 Comparación de diversas fuentes tipográficas en un mismo puntaje, tamaños reales. IA

Folios	Times New roman, itálica 8/10
Cuerpo de texto	Myriad Pro, regular 11/13
Tema	Myriad Pro, semibold 16/18
SUBTEMA	MYRIAD PRO, ITÁLICA EN VERSALES 14/16
Pie de imagen	Myriad Pro, itálica 9/11
Numeración de página	Myriad Pro, regular 8/10

Fig.10 Selección de fuentes tipográficas

## Paleta de colores

Como se ha mencionado anteriormente, la gama cromática en la mayor parte del libro está determinada por el contraste de los colores blanco (sustrato) y negro (mancha tipográfica y gráfica auxiliar). Lo que representa los signos alfanuméricos y de puntuación sugieren al ser reproducidos en la mayoría de los casos.

En el caso de las imágenes fotográficas y algunas ilustraciones, se utilizan valores en cuatricromía (CMYK) para ser representadas. Para los exteriores del libro, se hace una combinación del blanco, del negro y de la selección de color (ver figuras 21, 22 y 23).

## Elaboración de prototipo

Finalmente, ya que se establecieron los parámetros del libro en cuanto a contenido, colores, distribución de elementos, tipo de papel, entre otros; se procedió a realizar la reproducción física del prototipo, en donde a continuación se muestran imágenes de la simulación de la portada y de algunas páginas impresas.

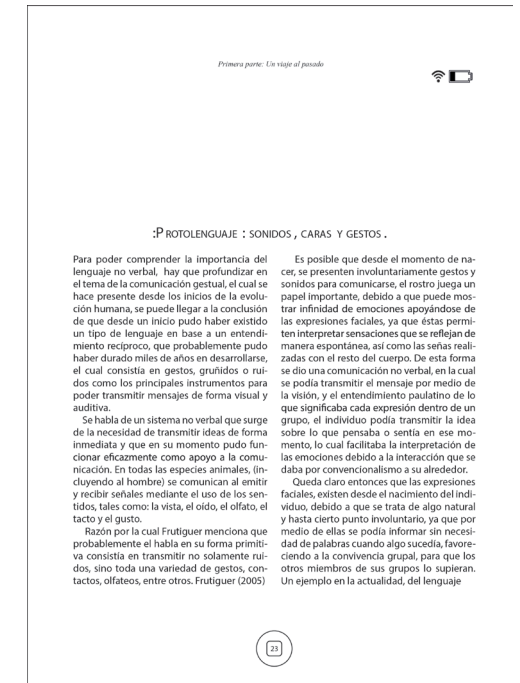


Fig.21 Ejemplo de una página en blanco y negro de los interiores del libro. IA



Fig.22 Página en selección de color de los interiores del libro. IA



Fig.23. Boceto para diseño de portada del libro. Se realizaron dobleces en abanico de dos imágenes entrelazadas. IA



Fig.24. Boceto para diseño de portada. Se realizó una simulación de impresión lenticular, la cual sugiere movimiento y dinamismo. IA

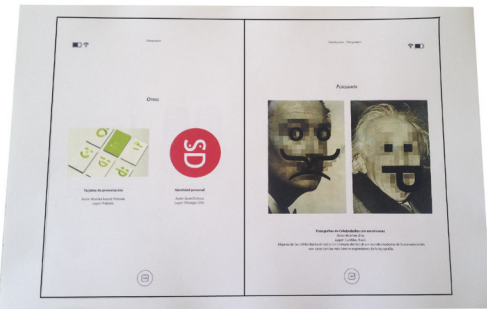


Fig.25. Formación de pliegos para impresión digital. El formato es doble página, en un área imprimible de tamaño doble carta, 4X4.IA



Fig.26. Hacer la compaginación genera los librillos que conforman el cuerpo del libro. IA



Fig.27. Páginas internas. Portadilla e índice. IA

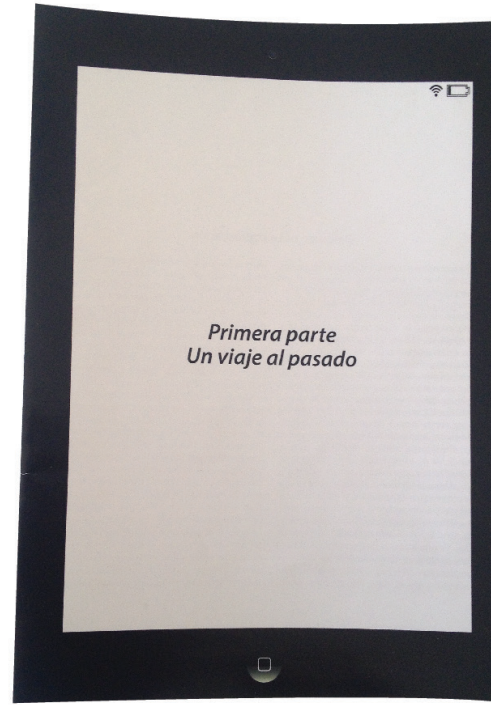


Fig.28. Tanto el índice como el inicio de cada sección del libro, utilizan como plecta un margen de color negro, el cual simula el contorno de una tablet. IA



Fig.30. Páginas continuas a doble columna e imagen principal. IA



Fig.31. Páginas internas a dos columnas y a columna continua. IA



Fig.29. Páginas internas en doble columna. IA



Fig.32. Páginas continuas, a una sola columna y con predominio de imágenes. IA

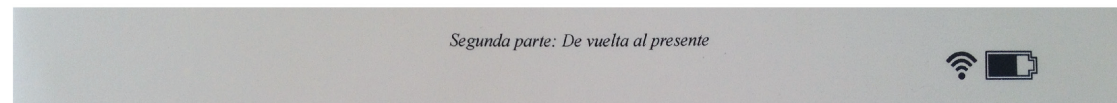


Fig.33 A un lado del folio central, se ubican las gráficas auxiliares superiores, las cuales simulan una batería que se está cargando o descargándose y una señal de internet. IA

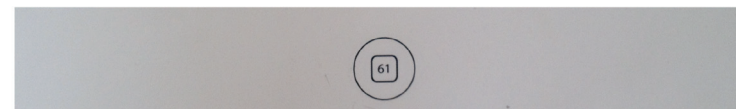


Fig.34 En la parte inferior del libro se ubica la gráfica auxiliar que representa al boton principal de una tablet, además sirve como contenedor del folio. IA

Es así como y a manera de resumen; se puede concluir que los puntos clave que se tomaron en cuenta durante la elaboración de este proyecto, fueron los siguientes:

- Generación de un documento bibliográfico (libro), que contuviese información inédita y de gran relevancia para el diseñador gráfico.
- Elaboración de un libro impreso que tuviese características simuladas de aspectos tecnológicos y digitales.
- Generación de una estética que fuese armónica con el eje central de la investigación.
- Empleo de materiales que sean dinámicos e interactivos para el usuario (imagen lenticular).
- Los conceptos que predominaron de manera general en la propuesta de diseño fueron:

#### Abstracción

#### Limpieza

#### Minimalismo

#### Integración

#### Leibilidad

#### Ergonomía

#### Espacio

#### Emotividad

#### Nuevas posibilidades de diseño.

## CONCLUSIONES

5

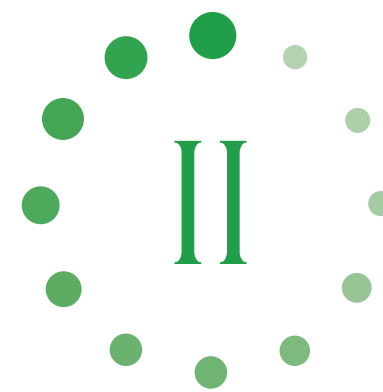
Esta investigación ha demostrado a lo largo de sus capítulos la importancia de contar con una nueva clasificación etimológica, esta nueva denominación aparece explicada en el proyecto complementario, determinándolo su nombre como: “Emograma” (término que deberá ser puesto a consideración de los estudiosos de la teoría del diseño pero que se encuentra respaldado por toda la investigación presente en este documento). Además, se ha demostrado que estos emogramas pueden sugerir variantes en su representación gracias a la riqueza tipográfica y caligráfica que existe al expresar emociones mediante el uso de estos signos.

Es importante mencionar que este término es de uso exclusivo para los diseñadores gráficos, para que no caigan en el error de nombrar de la misma manera a dos conceptos diferentes. Dando como resultado la experiencia de una nueva forma en la comunicación escrita para transmitir sentimientos.

El conocer las diferentes maneras de representar emociones que se entienden de forma universal, ayudó a descifrar 3 puntos importantes: el primero es que las emociones sin importar fronteras ni idiomas son representadas principalmente por el rostro (tomando únicamente los ojos y la boca, los cuales cambian dependiendo de la escritura de cada región), en segundo punto el hecho de que sin utilizar más que signos alfanuméricos y de puntuación el hombre es capaz de descifrar códigos universalmente establecidos para transmitir sentimientos, cayendo en cuenta de que todos los avances realizados por el hombre desde los inicios de la escritura dan como resultado la simplificación de la misma mediante el uso del emograma, y por último encontrarlo en una gran variedad de artículos o aplicaciones, pues gracias a su popularidad salen del mundo virtual al análogo sin dejar de estimular la creatividad, pues no solamente se representan de manera bidimensional si no que recurren al uso de objetos tridimensionales, siendo más usados de lo que se pudo imaginar.

El nuevo vocablo supondrá un valor añadido en el área de la investigación para las futuras generaciones de diseñadores, ya que con esta nueva expresión se elimina la arbitrariedad de utilizar el denominativo emoticón para cualquier tipo de representación gráfica emocional, pues se dan a conocer las diferencias que existen entre un emoticón y el emograma; siendo este último, el que mejor se adapta a los estándares y necesidades dentro del diseño gráfico y la comunicación, como resultado se espera que los diseñadores distingan las semejanzas y diferencias de ambos términos y más adelante los utilicen correctamente.

Sin duda, este proyecto ha enriquecido considerablemente las perspectivas y enfoques de sus realizadores al aportar datos interesantes sobre el tema, que permiten concluir que es de gran utilidad para el área de diseño gráfico esta nueva clasificación, para dar el valor que en realidad merecen estas representaciones donde se confirma la frase “menos es más”, es satisfactorio saber que esta información puede ser la pauta que origine investigaciones futuras para enriquecer, complementar o debatir lo aquí expresado; logrando despertar interés en los diseñadores sobre esta nueva clasificación ya que la creatividad es el factor principal para la comprensión y la creación de dichas representaciones, así como lo es para el diseño en general.



## Glosario



## GLOSARIO II

### **Acicate**

Punta aguda de que iban provistas las espuelas para montar a la jineta, con un tope para que no penetrase demasiado.

### **Antonomasia**

Que consiste en poner el nombre apelativo por el propio, o el propio por el apelativo.

### **Amanuense**

Persona que tiene por oficio escribir a mano, copiando o poniendo en limpio escritos ajenos, o escribiendo lo que se le dicta.

### **Ambigüedad**

Cualidad de ambiguo.

### **Antropológico**

Perteneiente o relativo a la antropología.

### **Bidimensional**

Que tiene dos dimensiones.

### **Bifurcación**

separación división de algo en dos ramales.

### **Cartilaginoso**

Perteneiente o relativo a los cartílagos.

### **Codificación**

Acción y efecto de codificar.

### **Codificación (Codificar)**

Transformar mediante las reglas de un código la formulación de un mensaje.

### **Cuña**

Pieza de madera o de metal terminada en ángulo diedro muy agudo. Sirve para hender o

dividir cuerpos sólidos, para ajustar o apretar uno con otro, para calzarlos o para llenar alguna raja o hueco.

### **Connotación (Connotar)**

Dicho de una palabra: Conllevar, además de su significado propio o específico, otro de tipo expresivo o apelativo.

### **Contemporáneo**

Existente en el mismo tiempo que otra persona o cosa.

### **Conferir**

Atribuir o prestar una cualidad no física a alguien o algo.

### **Cuneiforme**

De forma de cuña. Más referido a ciertos caracteres de forma de cuña o de clavo, que algunos pueblos de Asia usaron antiguamente en la escritura.

### **Chelín**

Moneda inglesa que equivalía a la vigésima parte de una libra.

### **Denotación**

Acción y efecto de denotar.

### **Despersonalizar**

Quitar el carácter o atributos de alguien; hacerle perder la identidad.

### **Desembrollar**

Desenredar, aclarar.

### **Descodificación**

Acción y efecto de descodificar.

**Emisor**

Persona que enuncia el mensaje en un acto de comunicación.

**Emoticono**

Símbolo gráfico que se utiliza en las comunicaciones a través del correo electrónico y sirve para expresar el estado de ánimo del remitente.

**Eunuco**

Hombre castrado.

**Facebook**

Es una red social creada por Mark Zuckerberg en la universidad de *Harvard* con la intención de facilitar las comunicaciones y el intercambio de contenidos entre los estudiantes. Con el tiempo, el servicio se extendió hasta estar disponible para cualquier usuario de Internet.

**Fisiológico**

Pertenece o relativo a la fisiología.

**Fecundo**

Que ha procreado.

**Gadget**

Se refiere genéricamente a un dispositivo que tiene un propósito y una función específica, práctica y útil en lo cotidiano.

**Heteróclito**

Irregular, extraño y fuera de orden.

**Homófono**

Dicho de una palabra: Que suena de igual modo que otra, pero que difiere en el significado.

**Ideograma**

Imagen convencional o símbolo que representa un ser o una idea, pero no palabras o

frases fijas que los signifiquen.

**Internauta**

Persona que navega por Internet.

**Intelección**

Acción y efecto de entender.

**Intrínseco**

Íntimo, esencial.

**Jeroglífico**

Se dice de la escritura en que, por regla general, no se representan las palabras con signos fonéticos o alfabéticos, sino el significado de las palabras con figuras o símbolos. Usaron este género de escritura, los egipcios y otros pueblos antiguos, principalmente en los monumentos.

**Kaomoji**

Representan caras y emociones y su estilo se asemeja mucho al que se encuentra en las personas.

**Logográfico**

Oscuro, difícil de entender.

**Minimalismo**

Corriente artística que utiliza elementos mínimos y básicos, como colores puros, formas geométricas simples, tejidos naturales, lenguaje sencillo, etc.

**Microprocesador**

Circuito constituido por millares de transistores integrados en un *chip*, que realiza alguna determinada función de los computadores electrónicos digitales.

**Nomenclatura**

Lista de nombres de personas o cosas.

**Petroglifo**

Grabado sobre roca obtenido por descascarillado o percusión, propio de pueblos prehistóricos.

**Pictograma**

Signo de la escritura de figuras o símbolos.

**Pekinés**

Pertenece o relativo a esta ciudad, capital de China.

**Pregnancia**

Cualidad de las formas visuales que captan la atención del observador por la simplicidad, equilibrio o estabilidad de su estructura.

**Protolenguajes**

Es la reconstrucción probable de la lengua origen de un grupo de lenguas, sea una rama o una familia, sobre la base de las coincidencias y rasgos comunes a dicha familia de lenguas que no constituyan innovaciones o préstamos.

**Red social**

Una red social puede definirse como una estructura social integrada por personas, organizaciones o entidades que se encuentran conectadas entre sí por una o varios tipos de relaciones o intereses comunes.

**Retórico**

Teoría de la composición literaria y de la expresión hablada.

**Retorizar**

Hablar según las leyes y usos de la retórica.

**Significante**

Fonema o secuencia de fonemas que, asociados con un significado, constituyen un signo lingüístico.

**Sincretismo**

Sistema filosófico que trata de conciliar doctrinas diferentes.

**Smartphones**

Los *Smartphones*, o teléfonos inteligentes, son pequeños dispositivos que integran funcionalidades de teléfono móvil con las funcionalidades más comunes de un PDA.

**Tablet**

Una tablet es una computadora con forma de tabla, sin teclado y con una gran pantalla sensible al tacto. Para tener una idea de cómo es una, sólo basta pensar en un “*iPhone gigante*”, con una pantalla de 7 a 10 pulgadas. La mayoría de las *tablets* salen de fábrica con conexión 3G y *Wi-Fi*, o sea, listos para acceder a internet.

**Tegumentario**

Pertenece o relativo al tegumento.

**Tópico**

Pertenece o relativo a la expresión trivial o muy empleada.

**Transistor**

Semiconductor provisto de tres o más electrodos que sirve para rectificar y amplificar los impulsos eléctricos. Sustituye ventajosamente a las lámparas o tubos electrónicos por no requerir corriente de caldeo, por su tamaño pequeñísimo, por su robustez y por operar con voltajes pequeños y poder admitir corrientes relativamente intensas.

**Twitter**

Es una aplicación web gratuita de *microblogging* que reúne las ventajas de los blogs, las redes sociales y la mensajería instantánea. Esta nueva forma de comunicación, permite a sus usuarios estar en contacto en tiempo real con personas de su interés a través de

mensajes breves de texto a los que se denominan *Updates* (actualizaciones) o *Tweets*, por medio de una sencilla pregunta: ¿Qué estás haciendo?.

**Underground (subterráneo en español)**

Es un término de origen inglés con el que se designa a los movimientos contraculturales que se consideran alternativos, paralelos, contrarios, o ajenos a la cultura oficial.

**YouTube**

Es un portal del Internet que permite a sus usuarios subir y visualizar videos.

**Zanjar**

Echar zanjas o abrirlas para fabricar un edificio o para otro fin.



## Referencias



## BIBLIOGRAFÍA

- Bender, A. (2000). *Lenguaje y Comunicación*. México: Universidad Nacional Autónoma
- Castañeda J., De la Torre F., Dufoó S., McEntee E., Aeeas A., Fuero E.Mc. (2003). *Lenguaje y comunicación*. México: Mc Graw Hill
- Dondis, D (2007). *La sintaxis de la Imagen*. México: Gustavo Gili
- Frutiger, A. (2005). *Signos, Símbolos, Marcas y señales*. México: Gustavo Gili.
- Guerra, M. (1987). *Imagen y palabra*. México: Universidad Autónoma de Puebla
- James, J. (2003). *El lenguaje corporal*. España: Paidós
- Kane, J. (2005). *Manual de tipografía*. España: Gustavo Gili
- Knapp, M. (2005). *La comunicación no verbal: el cuerpo y el entorno*. España: Paidós
- Kunz, W. (2002). *Tipografía: macro y microestética*. España: Gustavo Gili
- Meggs, P. (2000). *Historia del diseño gráfico*. México: Trillas.
- Moorhouse, A. (1978). *Historia del alfabeto*. México: Fondo de cultura económica.
- Millán, T. (2006) *Del jeroglífico al emoción: formas de comunicación y escritura*. España: @becedario.
- Ortiz, G. (2008). *Forma, color y significados*. México: Trillas
- Peate, I. & Nair, M. (2012). *Anatomía y fisiología para enfermeras*. México: McGraw-HILL
- Reeve, J. (2010). *Motivación y emoción*. México: McGRAW-HILL
- Senner, W. (2001). *Los orígenes de la escritura*. México: Siglo XXI editores.
- Timbull (2001) *Comunicación gráfica*, Ed. Trillas, México
- Millán, T. (2006) *Del jeroglífico al emoción: formas de comunicación y escritura*. España: @becedario.
- Briggs, Burke (2006) *De Gutenberg a internet*. México: Santillana ediciones.
- Magnani (2008) *Historia de la comunicación*. Buenos Aires: Capital intelectual.
- Neus Arqués (2006) *Aprender comunicación digital*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Zapatera Y. (2008) *Diseño editorial Periódicos y revistas*. Barcelona: Gustavo Gili
- Ambrose H. (2007) *Layout*. Barcelona: Parramón
- Ambrose H. (2006) *Formato*. Barcelona: Parramón

•Faweett-Tang R. (2004) *Diseño de libros contemporáneo*. Barcelona: Gustavo Gili

com/\_7V794pCoqpk/TO6s4uKMkT1/AAAAAAAAABk/r2FUrYdxvpo/S1600-R/Yogen-fruz\_corperate\_01.jpg

•(Fig.7)<http://lovelypackage.com/wp-content/uploads/2009/06/cider.jpg>

## Capítulo 1

•(Fig.1)[http://cv.uoc.edu/~04\\_999\\_01\\_u07/percepcions/lascaux2.gif](http://cv.uoc.edu/~04_999_01_u07/percepcions/lascaux2.gif)

•(Fig. 2 ) [www.flickr.com/photos/34782241@N002713082901/sizes/inphotostream](http://www.flickr.com/photos/34782241@N002713082901/sizes/inphotostream)

•(Fig.3)[http://lenguajesignado.es/?page\\_id=2](http://lenguajesignado.es/?page_id=2)

•(Fig.4)<http://historiadelaescritura.blogspot.es/>

•(Fig.5)<http://www.monografias.com/trabajos92/evolucion-escritura-y-sus-soportes/evolucion-escritura-y-sus-soportes.shtml>

•(Fig.6)<http://institutomodernoamericano.edu.co/moodle/grados/octavo/profundi/soci/antiguo/oriente.htm>

•(Fig.7)<http://ce2stjean.canalblog.com/archives/p30-10.html>

•(Fig.8)<http://lasombradelpentaculo.blogspot.mx/2012/06/las-runas.html>

•(Fig.9)<http://jazminvasuquez0.blogspot.mx/>

•(Fig.10)[https://fbcdn-sphotos-g-a.akamaihd.net/hphotos-ak-ash3/p480x480/480129\\_410215039095232\\_672339614\\_n.jpg](https://fbcdn-sphotos-g-a.akamaihd.net/hphotos-ak-ash3/p480x480/480129_410215039095232_672339614_n.jpg)

•(Fig.11)<http://www.proel.org/img/alfabetos/alfabet.gif>

•(Fig. 12,13,14.) <http://algarabia.com/curiosidades/puntuacion-%E2%8E%AFno->

# HEMEROGRAFÍA

•Encalada O. (2011). Los nuevos dialectos. *Universidad-verdad: revista de la universidad del Azuay*, 55, 146, 150

•Ganster, T., Eimler, S. & Krämer, N. (2012). Same Same But Different!? The Differential Influence of Smilies and Emoticons on Person Perception. *Cyberpsychology, behavior, and social networking*, 15(4), 226

•Malo, C. (2011). Antropología y comunicación. *Universidad-verdad: revista de la universidad del Azuay*, 55, 10, 12, 16, 17,19.

# ICONOGRAFÍA

## Introducción

•(Fig.4) <http://www.brandsoftheworld.com/logo/dusseldorf?original=1>

•(Fig.5)[http://i575.photobucket.com/albums/ss197/designyearbook/id-magazine\\_march\\_cover\\_2.jpg](http://i575.photobucket.com/albums/ss197/designyearbook/id-magazine_march_cover_2.jpg)

•(Fig. 6) [http://3.bp.blogspot.com/\\_7V794pCoqpk/TO6s4uKMkT1/AAAAAAAAABk/r2FUrYdxvpo/S1600-R/Yogen-fruz\\_corperate\\_01.jpg](http://3.bp.blogspot.com/_7V794pCoqpk/TO6s4uKMkT1/AAAAAAAAABk/r2FUrYdxvpo/S1600-R/Yogen-fruz_corperate_01.jpg)

oficializada%E2%8E%AF/

•(Fig.15)<http://www.monografias.com/trabajos38/origen-numericos/origen-numericos2.shtml>

•(Fig. 16,17,18)<http://aprendiendomatematicas.com/sobre-mi/>

## Capítulo 2

•(Fig.1)<http://comunicacionpaulbanks.blogspot.mx/2010/08/cuarta-practica-5-episodios-de-la.html>

•(Fig.2)<http://tecno4a.wikispaces.com/TELÉFONÍA>

•(Fig.3) <http://perlerias.wordpress.com/2012/06/03/tv-querida-tv/>

•(Fig.4)<http://informaticapRACTICA12karla.blogspot.mx>

•(Fig.5)<http://elastixtech.com/wp-content/uploads/2012/06/evolucion-del-telefono.jpg>

•(Fig.6)[http://www.antena3.com/noticias/tecnologia/ninos-amenaza-smartphones-tablets-padres\\_2012071300196.html](http://www.antena3.com/noticias/tecnologia/ninos-amenaza-smartphones-tablets-padres_2012071300196.html)

•(Fig.7)<http://www.mundonets.com/mensajeria/icq/>

•(Fig. 8)

•(Fig.9)<http://materiageek.com/2009/06/80-icenos-gratis-redes-sociales-web-20/>

•(Fig. 10) <http://www.informativos>

•(Fig. 11)

•(Fig.12)<http://paraninosconcabecera.blogspot.mx/2009/08/si-cahteas-sabes-lo-que-son-los.html>

pot.mx/2009/08/si-cahteas-sabes-lo-que-son-los.html

•(Fig.13)<http://paraninosconcabecera.blogspot.mx/2009/08/si-cahteas-sabes-lo-que-son-los.html>

•(Fig.17)<http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Smiley.svg>

•(Fig. 22) <http://pics8.this-pic.com/key/%20on%20facebook%20chat%20animals>

•(Fig. 23) <http://blog.educastur.es/cuate/tag/arte/page/2/>

•(Fig.25)<http://www.triego.com/2011/11/29/un-momento-emoticon/>

•(Fig.32)[http://www.picstopin.com/197/imagenes-emoticones-japoneses-para-facebook/http:%7C%7Cwww\\*imagenestop\\*com%7Cemoticones2%7Cemoticones-japoneses-para-facebook-71459\\*.jpg/](http://www.picstopin.com/197/imagenes-emoticones-japoneses-para-facebook/http:%7C%7Cwww*imagenestop*com%7Cemoticones2%7Cemoticones-japoneses-para-facebook-71459*.jpg/)

# ELECTRÓNICAS

•Definición ABC (2013), Red Social. Consultado el 06 de Junio del 2013. En: <http://www.definicionabc.com/social/red-social.php>

•Página Social Mercadiez, consultado el 7 de junio del 2013 en: <https://www.facebook.com/MERCA10?fref=ts>

•Alpuche, Sofía (2013), Estadísticas del uso de Internet y redes sociales en México Consultado el 07 de Junio del 2013. En: <http://>

reporteyucatan.mx/d/02177/estadisticas-del-uso-de-internet-y-redes-sociales-en-mexico

• Sánchez, Beatriz (2013), 10 estadísticas reveladoras sobre redes sociales Consultado el 07 de Junio del 2013. En: <http://www.merca20.com/10-estadisticas-reveladoras-sobre-redes-sociales/>

• Diccionario de la lengua Española vigésima segunda edición. Consultado el 05 de Junio del 2013 en: <http://lema.rae.es/drae/?val=emoticon>

• Diccionario de la lengua Española vigésima segunda edición. Consultado el 07 de Julio del 2013

• Definición de Abstracto en: <http://lema.rae.es/drae/srv/search?key=abstracto>

• Definición de Contemporáneo en <http://lema.rae.es/drae/?val=contemporaneo>

• Definición de Emoticono en <http://lema.rae.es/drae/?val=emoticono>

• Definición de Facebook en <http://definicion.de/facebook/>

• Definición de Ideograma en <http://lema.rae.es/drae/?val=ideograma>

• Definición de Minimalismo en <http://lema.rae.es/drae/?val=minimalismo>

• Informática Hoy, consultado el 07 de julio del 2013, definición de Gadgets en: <http://www.informatica-hoy.com.ar/gadgets/Que-son-los-Gadgets.php>

• Definición de tablets en: <http://www.informatica-hoy.com.ar/tablets/Tablets-que-es.php>

• The Free Dictionary, consultado el 07 de julio del 2013, definición de internautas en: <http://es.thefreedictionary.com/internautas>

• Observatorio tecnológico, consultado el 07 de julio del 2013, definición de redes sociales en: <http://recursostic.educacion.es/observatorio/web/es/internet/web-20/1043-redes-sociales?showall=1>

• Emoticones Japonese (2012), consultado el 16 de septiembre del 2013 en: <http://www.alternativanikkei.com.ar/sociedad/nota.asp?id=650>

• Expresiones faciales universales: Paul Ekman [VIDEO] (2009), consultado en 9 de septiembre del 2013 en: [http://www.dailymotion.com/video/xb983e\\_expresiones-faciales-universales-pa\\_school](http://www.dailymotion.com/video/xb983e_expresiones-faciales-universales-pa_school)

• ¿Quién inventó los emoticons? (2012), consultado el 16 de septiembre en: <http://www.muyinteresante.es/tecnologia/preguntas-respuestas/iquien-invento-los-emoticones>

• Oriente y Occidente ven diferente (2005), consultado el 23 de septiembre del 2013 en: [http://news.bbc.co.uk/1/hi/spanish/science/newsid\\_4177000/4177704.stm](http://news.bbc.co.uk/1/hi/spanish/science/newsid_4177000/4177704.stm)

• Expresiones del rostro son hijas de la cultura (2009), consultado el 23 de septiembre del 2013 en: <http://www.milenio.com/cdb/doc/impreso/8624994>

• Kaomoji (2008), consultado el 19 de septiembre del 2013 en: <http://www.curiosite.es/scripts/news/esnews.php?frmlIdPagina=10067>

• Los Emoticones esta de cumple; Celebran 30 años (2012), consultado el 30 de septiembre del 2013 en: <http://www.eluniversal.com.mx/articulos/73692.html>

• Masadelante.com consultado el 07 de julio del 2013, definición de Smartphone en: <http://www.masadelante.com/faqs/smartphone>

• Smiley Lore :-), consultado el 1 de octubre de 2013 en: <http://www.cs.cmu.edu/~sef/sefSmiley.htm>

• ¿Qué es Facebook? (2011). Consultado el 1 de octubre del 2013 en: <http://www.jornada.unam.mx/2011/01/04/politica/003n2po>

• La sonrisa del ciberespacio :-) cumple 25 años (2007), consultado el 1 de octubre del 2013 en: <http://www.eluniversal.com.mx/notas/449891.html>

• Del SMS al WhatsApp: la era de los emoticonos cumple 30 años (2012), consultado el 1 de octubre del 2013 en: <http://www.abc.es/20120919/tecnologia/abci-emoticones-201209191832.html>

• Happy 30th birthday emoticon! :-) (2012), consultado el 1 de octubre del 2013 en: <http://www.independent.co.uk/life-style/gadgets-and-tech/news/happy-30th-birthday-emoticon-8120158.html?origin=internalSearch>

• What is social networking?, consultado el 28 de septiembre del 2013 en: <http://www.whatissocialnetworking.com>

• Breve historia de las redes sociales (2011), consultado el 1 de octubre del 2013 en: <http://www.marketingdirecto.com/actualidad/social-media-marketing/breve-historia-de-las-redes-sociales/>

• Historia de las primeras redes sociales (2011), consultado el 1 de octubre del 2013 en: <http://www.ru-nuel.com/2011/07/historia-de-las-primeras-redes-sociales.html>

• Windows Live Messenger- a short history (2010), consultado el 30 de septiembre del 2013 en: [http://blogs.windows.com/windows\\_live/b/windowslive/archive/2010/02/09/windows-live-messenger-a-short-history.aspx](http://blogs.windows.com/windows_live/b/windowslive/archive/2010/02/09/windows-live-messenger-a-short-history.aspx)

• La historia de MSN Messenger, un repaso a la evolución de su interfaz, consultado el 1 de octubre del 2013 en: <http://alt1040.com/2013/04/evolucion-de-msn-messenger>  
• Messenger: Describiendo el producto, cuando se creo, el impacto que tiene en Microsoft (2009), consultado el 1 de octubre del 2013 en: <http://empresas.financialred.com/messenger-describiendo-el-producto-cuando-se-creo-el-impacto-que-tiene-en-microsoft/>

• El viejo y querido ICQ (2013), consultado el 1 de octubre del 2013 en: <http://www.eblog.com.ar/19734/el-viejo-y-querido-icq/>

• ICQ: definición de hoy (2011), consultado el 28 de septiembre del 2013 en: <http://www.digitalika.com/2011/05/icq-definicion-de-hoy/>

• Historia de los BBS (2010) consultado el 28 de septiembre del 2013 en: <http://www.neoteo.com/la-historia-de-los-bulletin-board-system-bbs/>

• Founding IRC, consultado el 28 de septiembre del 2013 en: <http://www.mirc.co.uk/jarkko.html>

• Entrevista a Mario A. Perini, Sobre la lengua, lenguaje y lingüística.

• La diferencia entre Emoticones occidentales (1 byte) y los japoneses (2 bytes), consultado el 29 de septiembre del 2013 en: <http://www.taringa.net/posts/manga-anime/14028513/Emoticones-Japoneses-kaomoji-definitiva->

mente-son-estos.html

- Julia Kristeva, El lenguaje, ese desconocido: introducción a la lingüística. (PDF)
- Flora Davis, El lenguaje de los gestos (PDF)
- <http://www.proel.org/index.php?pagina=alfabetos/romano>
- Timbull, A. (2001). Comunicación gráfica.