



Universidad Autónoma de San Luis Potosí  
Facultad del Hábitat  
Instituto de Investigación y Posgrado  
Maestría en Ciencias del Hábitat  
con Orientación Terminal en Diseño Gráfico

**Transformación de los códigos culturales en  
las sociedades globalizadas:  
Las mascotas de los Mundiales FIFA (1966-2010)**

Tesis para obtener el grado de  
Maestro en Ciencias del Hábitat con Orientación Terminal  
en Diseño Gráfico presenta:  
L.D.G. Sarah Alejandra Hernández Barragán

Asesor:  
M.D.G. Irma Carrillo Chávez

Sinodales:  
M.A.V. Carla de la Luz Santana Luna

M.D.G. Ernesto Vázquez Orta

San Luis Potosí, S.L.P. Enero 2013

*Agradezco en especial a mi directora de tesis Irma Carrillo Chávez y a Leticia Jonguitud Aguilar, por su orientación, interés y valiosas enseñanzas, para el logro del trabajo aquí expuesto.*

*A la Universidad Autónoma de San Luis Potosí, por brindarme formación y apoyo para la realización de mis objetivos profesionales.*

*A todos mis maestros de la Facultad del Hábitat, que con el profesionalismo que los caracteriza me han compartido sus conocimientos.*

*Agradezco a Dios, ya que su amor es el que me sostiene y guía.*

*A mi esposo Gustavo, mis hijos Gustavo y Ricardo, por ser mi inspiración y alegría.*

*A mis amigas, Patricia, Laura y Lunia, a la familia Cobos Marín, a mis compañeros por su apoyo incondicional, enseñanzas y palabras de aliento.*

*Para ustedes mis amados padres, Hilda y Fernando, para tí querida hermana; tesoros de mi corazón, su amor fortaleció el goce de realizar este sueño personal.*

*Sinceramente, Sarah.*



## Transformación de los códigos culturales en las sociedades globalizadas:

Las mascotas de los Mundiales FIFA (1966-2010)



# ÍNDICE



**Introducción** 9

**Capítulo 1** 17

## **Cultura e Identidad.**

<b>1.1</b>	Cultura.	19
1.1.1	Identidad e Identidad Nacional	21
1.1.2	El deporte en las naciones	24
1.1.3	Imaginario	27
<b>1.2</b>	La identificación simbólica del hombre con fuerzas de la naturaleza, animales, y objetos	32
1.2.1	De las culturas mitológicas y tribus	32
1.2.2	El objeto como soporte de imágenes simbólicas	41

## Capítulo 2

51

### Semiótica y Códigos culturales.

2.1	Imagen y palabra.	53
	2.1.1 Signo.	55
	2.1.2 Icono, Índice, Símbolo	64
2.2	Códigos culturales	67
	2.2.1 Código	67
	2.2.2 Tipos de códigos	70

## Capítulo 3

75

### Globalización.

3.1.	Antecedentes de la globalización	77
	3.1.1 Del concepto de globalización	84
	3.1.2 Del concepto de hibridación	86

# Capítulo 4

87

## Diseño Metodológico

4.1 Método general de la investigación 89

4.2 Criterios para la elaboración, esquematización y selección del modelo de análisis 95

Análisis 105

Conclusiones 223

Referencias Bibliográficas 241

*“Cortada del pasado y lanzada hacia un futuro siempre inasible,  
vive al día: no puede volver a sus principios y, así,  
recobrar sus poderes de renovación”*

*Octavio Paz*



# Introducción

La globalización y la inmediatez de la información instantánea difundida con la ayuda de los medios de comunicación, propician la disolución de las barreras geográficas.

El efecto de la globalización se introduce en todos los ámbitos de la vida y el pensamiento, autores como Berman Marshall, Daniel Bell, Barman Lygmunt, Débora Paniagua Sánchez Aldama, Guilles Lipovetsky, Humberto Eco, Carlos María Martini, entre otros, exponen la problemática y desequilibrio actual en las sociedades ante el cambio surgido del manifiesto de este proceso, puntualizando en la imposición universal de ideologías, modos de producción, la pérdida de valores, carencia de sensibilidad humana; llegando a un punto en el que no sólo se universalizan productos, sino ideas y actitudes.

El autor Albrow, M. señala que el interés en los círculos periodísticos, empresariales y políticos se explica por el colapso de los sistemas marxistas y “el desafío por explicar la globalización se convirtió en la cuestión más importante para el análisis de la vida contemporánea y el desarrollo de la teoría social” (1997, pp. 89,90).

Las corporaciones expanden sus intereses y destrezas mediante la moderna tecnología de comunicaciones, las identidades nacionales y culturales se tornan cada vez más frágiles, generando a su vez la pérdida de identidad nacional y por ende un desconcierto y utopías en sus habitantes, ya que el arraigo en la nación se desvanece de manera creciente.

Actualmente, todas las sociedades están inmersas en el fenómeno de la globalización, por lo que se hace necesaria la búsqueda de la individualización y de la definición de una identidad nacional que las haga destacar por sobre todas las demás. (Paniagua, D. 2007 pp.26,27)

El Maestro en Gestión del Diseño, Alejandro Tapia expone en su libro *El diseño gráfico en el espacio social* lo siguiente: “El diseño está en todas partes y son los contenidos los que definen nuestro universo cultural.”

Exterioriza que actualmente la masividad de productos, por las circunstancias del consumo, han rebasado el valor inicial y central que alguna vez el diseño gráfico se había propuesto; este valor se difumina y es urgente recuperarlo, el diseñador se debe al quehacer del “enriquecimiento del entorno social”.

El diseño no es considerado como ese generador, capaz de enriquecer y transformar el entorno cultural; tanto las reflexiones teóricas sobre la cultura, la tecnología, el desarrollo social o la comunicación, consideran al diseño en un lugar secundario, se yuxtaponen premisas sobre el desarrollo técnico, la publicidad, la economía; sin embargo, el diseño tendría que ser una actividad integradora capaz de alimentarse de otras disciplinas y reflexionar en sus grandes capacidades, llevando a cabo la urgente necesidad de replantear su valor y dejar de ser tan débil en su conceptualización.

Los objetos son más importantes que las razones, y el conocimiento surge de la habilidad técnica. El diseño gráfico ya no puede ser valorado, sólo por sus aspectos formales, estéticos, o técnicos, ya que esta inserto en las sociedades y todos nos relacionamos cotidianamente con él. (Tapia, A. 2004, pp.9 a16.)

En lo particular considero que el diseño gráfico es comunicar, con la conjugación de códigos de significación simbólica de forma creativa un mensaje gráfico, traducible por el perceptor de acuerdo a su cosmovisión, el cual lo interpreta y da repuesta.

Esto es, influye en el perceptor a que realice una acción, el diseñador construye y da sentido a los códigos que conforman lo diseñado; lo diseñado persuade en la acción de las sociedades, repercutiendo cada uno de esos objetos en el contexto social los cuales forman parte importante del entorno cultural.

Las mascotas gráficas son construcciones simbólicas con una carga importante de significado, representadas por personajes humanos o cosas, objetos, animales a los cuales se les atribuyen características humanas y fungen como símbolo de identidad de las organizaciones, productos o servicios que determinan ser identificados y promocionados en un contexto interno o externo, lo cual representa parte de la identidad social manifestada gráficamente.

Las mascotas de los mundiales FIFA, forman parte importante de la promoción y difusión del evento mundial de fútbol, éstas adquieren su valor por la importancia del promotor y actúan como símbolos de identidad nacional de difusión global de los países sede donde se han realizado los mundiales FIFA a partir del año de 1966, fecha de emisión de la primera de ellas.

El evento de la Copa Mundial de Fútbol de la FIFA es considerado como la vitrina más atractiva hasta el momento de las marcas, debido al nivel de audiencia.

Ante la problemática planteada es que nace en mí el interés por el estudio de la presente tesis titulada *Transformación de los códigos culturales insertos en las sociedades globalizadas. Las mascotas de los mundiales FIFA (1966-2010)*, con la pretensión de aportar a las personas que la lean datos, ideas y conceptos de autores reconocidos en los temas expuestos,

los cuales me brindaron las bases para las consideraciones que a lo largo de la elaboración de la misma fui construyendo, dando apertura para nuevas investigaciones y de esta manera favorecer al desempeño de nuestra disciplina, desde la postura primaria pretendida de contribuir a la mejora de nuestra sociedad.

El análisis de la imagen como componente esencial de la cultura gráfica, justifica el estudio de los códigos simbólicos como elemento de identidad social.

Esta investigación corresponde a tres principales líneas de estudio: la semiótica, la historia y el diseño gráfico.

Se recurrió a la definición de Teresa Paláu quien considera a la Semiótica como, “la ciencia que estudia los sistemas de signos y los procesos culturales que los producen.” Dicha ciencia, involucra el estudio evolutivo, comportamiento y desarrollo de los signos así como las causas que le dan origen y los fenómenos culturales que producen el proceso de significación. Siendo ésta, la que me brindó las bases teóricas, en cuanto al tema eje central, los códigos culturales, su transformación y evolución.

Por otra parte la historia, la cual permitió conocer los diferentes aspectos históricos relacionados con los países sedes donde se han llevado a cabo los Mundiales FIFA, así como los hechos históricos más relevantes presentados en el contexto global.

A través del diseño gráfico se fundamentó el análisis sintáctico y semiótico de la construcción gráfica discursiva de las mascotas de los mundiales FIFA.

La investigación comprende un espacio cronológico de 1966 al 2010; las unidades discursivas son 12 y los países involucrados son 11. Inglaterra 1966, México 1970, Alemania 1974, Argentina 1978, España 1982, México 1986, Italia 1990, Estados Unidos 1994, Francia 1998, Corea y Japón 2002, Alemania 2006 y Sudáfrica 2010.

El problema de la investigación va encaminado a conocer en la manera en que, la globalización está condicionando que se modifique el lenguaje gráfico empleado en símbolos de carácter nacional y difusión global, transformando los códigos de identidad en sub-códigos simbólicos.

Para conducir la investigación de manera coherente se planteó la interrogante central a investigar:

\* ¿Cómo ha influido la globalización en la construcción gráfica discursiva de las mascotas de los mundiales FIFA de 1966 al 2010, en lo que se refiere al desarrollo y transformación de los códigos simbólicos?.

Teniendo esta pregunta sobre la base del trabajo de investigación es que se plantearon dos supuestos o hipótesis los cuales se describen a continuación:

\* Los códigos de identidad cultural permanecen en la construcción semiótica de las mascotas de los mundiales FIFA, hasta el año de 1986.

\* Los efectos de la globalización transforman los códigos de identidad cultural convirtiéndose en sub-códigos.

El objetivo general de ésta tesis es:

\* Determinar en qué grado y de qué manera, ha influido la globalización en la construcción gráfica discursiva de las mascotas de los mundiales FIFA de 1966 al 2010, en lo que se refiere al desarrollo y transformación de los códigos simbólicos.

Para llevarlo a cabo se plantearon los siguientes objetivos específicos que encauzan dicha investigación.

\* Definir la construcción gráfica discursiva de cada una de las mascotas de los mundiales FIFA.

\* Identificar los códigos simbólicos de identidad nacional de los discursos gráficos de cada una de las mascotas de los mundiales FIFA.

\* Determinar los códigos de identidad cultural de los países sede donde se han realizado los mundiales FIFA que se presentan en lenguaje empleado para la construcción discursiva de la mascota representante.

\* Detectar los códigos globales que se presentan en los discursos gráficos de cada una de las mascotas de los mundiales FIFA.

\* Definir los cambios que se han evidenciado en los códigos simbólicos empleados en el discurso gráfico de las mascotas de los mundiales FIFA, influenciados por el fenómeno de la globalización.

La presente comprende cuatro capítulos, los cuales fundamentan los conceptos de los elementos considerados en la misma, iniciando con el capítulo titulado *Cultura e identidad*,

donde se expone cómo se desarrolla el proceso de construcción de la identidad social; el papel fundamental que cumple la imagen como elemento de significación simbólica en este proceso, así como las acepciones de autores que han estudiado los diferentes elementos que intervienen en la manera que el ser humano realiza este proceso de significación; con dichos temas se pretendió el esclarecimiento del objeto de estudio (los códigos culturales).

Este capítulo involucra a su vez temas en referencia a las unidades de análisis compendiadas en esta investigación que son las mascotas de los mundiales FIFA, abordando la importancia de la práctica del deporte en las culturas, el fútbol y los sentimientos nacionalistas que inspira en los integrantes de una nación; ya que las mascotas gráficas ejercen su función protagónica en estas manifestaciones deportivas. Tomando en cuenta los elementos que conforman a las mismas, se expone la identificación simbólica del hombre con los elementos de la naturaleza, animales y objetos; finalizando el capítulo con contenidos referentes a la necesidad del uso de símbolos como representación de la identidad colectiva.

En el segundo capítulo, *Semiótica y códigos culturales* comprende los principios y estudios de diferentes intelectuales, los cuales conforman los fundamentos en el proceso de construcción del análisis de los conceptos a tratar en la presente.

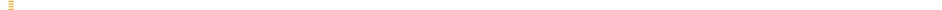
El tercer capítulo *Globalización*, la cual representa el fenómeno del que se deriva la transformación de los códigos de identidad simbólica, se abordaron los antecedentes de la misma, sus causas y efectos. Además, abarcando la temporalidad de la investigación, se exponen estudios del panorama social observado desde la primera mitad del siglo XX, hasta nuestros días, donde se involucran a los medios de información masiva, la publicidad, el consumismo, y el papel protagónico de la imagen mediática.

Para finalizar el marco teórico de la investigación se presenta el cuarto capítulo, *Diseño metodológico* donde se expone el método empleado en la investigación, ya que las investigaciones que se realizan en determinado campo del conocimiento derivan procesos metodológicos particulares, a su vez se muestra el enfoque, los alcances de la investigación y el modelo seleccionado para el análisis.

Posteriormente se exponen los análisis gráficos discursivos y semióticos de cada una de las mascotas de los mundiales FIFA, con sus respectivas determinaciones interpretativas; para ultimar se presentan las conclusiones finales en donde se ostentan los contrastes de resultados de las determinaciones interpretativas obtenidas de forma diacrónica; la resolución de los objetivos y los resultados de los supuestos de la investigación.

# CAPÍTULO 1

## CULTURA E IDENTIDAD





La capacidad de observación, raciocinio, adaptabilidad y sentido común del hombre, son el reflejo de su sensibilidad plasmada en imágenes. Es así como éste ha ido construyendo paulatinamente su identidad; cultivada y palpable en la cultura.

Las imágenes han sido la forma humana de dialogar y comunicarse, son el eco para las generaciones futuras, el testimonio de su transitar por la tierra. Son su cualidad de trascender en el tiempo y en el espacio.

El contenido simbólico de las imágenes es el tema recurrente y medular de éste capítulo. Es a través de los significados impregnados en ellas como el hombre se ha identificado con su tribu, con su pueblo, con su nación y es así que ha manifestado su realidad mística y sus costumbres transmitidas en forma de leyendas, permaneciendo en el tiempo por el uso y quedando plasmadas en imágenes llenas de significados.

## 1.1 Cultura

El tema de la cultura ha sido abordado por múltiples autores. En función de desarrollar éste subcapítulo me basaré en la definición de tres de ellos, cuyas perspectivas se detallan a continuación.

Bolívar Echeverría define a la cultura cómo “el momento autocrítico de la reproducción que un ser humano determinado, en una circunstancia histórica determinada, hace de su singularidad concreta; es el momento dialéctico del cultivo de la identidad”. *(Echeverría, B. 2001, p.187)*

Paniagua, D. menciona, en relación a la definición anterior, que la cultura a grandes rasgos es: “El producto de la relación hombre-naturaleza”. Señala también que, de esta relación surgen los modos de producción, las manifestaciones del arte, y la arquitectura. “Somos seres arraigados, como diría Heidegger, el ser es Dasein, es decir, es ser ahí. Lo cual quiere decir que los seres somos concretos en nuestro arraigo existencial al lugar, es decir el ser sólo se define y se realiza en su arraigo, en su relación concreta tiempo-lugar.” *(Paniagua, D., 2007, p.2)*

Partiendo de lo anterior puedo decir que la cultura es el conocimiento que el hombre tiene sobre sí mismo y la relación que guarda con el medio que le rodea -como podría ser su apego amor por la naturaleza- y un profundo deseo por descubrirse a sí mismo y ver que lugar ocupa dentro de un universo.

Respecto al papel de la significación, la autora Paniagua, D. afirma “El mundo de la vida se exterioriza en el mundo construido, ambos construyen un binomio indisoluble; en nuestro paso por la tierra a lo largo de nuestra existencia realizamos nuestro ser en el hacer, por eso, lo que hacemos está lleno de significados”. *(Paniagua, 2007, p.3)*

Por su parte, en lo que al término cultura se refiere Humberto Eco dice: “La cultura por entero es un fenómeno de significación y de comunicación y que humanidad y sociedad existen sólo cuando se establecen relaciones de significación y procesos de comunicación.” (1991, p.44), es decir, todos los aspectos de la cultura pueden estudiarse como contenidos de una actividad semiótica.

Teniendo en cuenta lo descrito por los autores anteriores puedo considerar que el hombre crea a la cultura y las prácticas cotidianas de cada grupo social conforman la construcción distintiva que lo distingue y legitima.

La cultura ha sido el reflejo de nuestra evolución, el diálogo con nuestros orígenes. Es la descripción de la vida de una sociedad que nos dice quién y lo que somos.

Expresamos en la cultura nuestros sentimientos y pensamientos, quedando plasmados en las letras y en las artes, entre otros. La cultura es nuestra forma de trascender en el tiempo.

Al estar compenetrados en ella reflexionamos en nuestro ser, reafirmamos nuestros valores, construimos nuestra identidad, sostenida en nuestras creencias, usos y costumbres. Es la manera de cultivar nuestra identidad, el reflejo de una forma de vida, de una sociedad.

## 1.1.1 Identidad e Identidad Nacional.

Joan Costa señala acerca del concepto de identidad lo siguiente: “Etimológicamente, la identidad puede expresarse con una expresión muy simple: es el propio ser o el ente (lo que es, existe o puede existir) más su entidad (su esencia su forma y valor). La identidad es, pues la suma intrínseca del ser y su forma, auto expresada en el conjunto de los rasgos particulares que diferencian a un ser de todos los demás. En esta línea de razonamiento, la idea de identidad supone la idea de verdad, o de autenticidad, puesto que identidad significa, sobre todo, idéntico a sí mismo: Identidad: ente+entidad=sí mismo (idéntico)”. (1993, p.16).

Por lo tanto, puedo interpretar que la identidad es aquello que la persona concibe como propio, que forma parte de su ser, que puede ser identificado, como único o auténtico, así como la relación que guarda con el medio que lo rodea.

Vivimos insertos en un contexto sociocultural: una nación, delimitada por un territorio que reconocemos y con el cual nos sentimos identificados y arraigados. Es el lugar del cual formamos parte.

Cánovas, M. y Álvarez, G. señalan que Anderson, define a la nación como “una comunidad política imaginada como inherentemente limitada y soberana”.

Con respecto a esta definición Anderson explica: “Es Imaginada porque todos sus miembros no se conocen entre sí pero viven en una implícita comunión. Es limitada porque nadie ha pensado darle la dimensión de humanidad; es soberana porque el concepto nació en el contexto de la Ilustración, cuando la Revolución Francesa estaba destruyendo la idea del reino dinástico jerárquico de origen divino. Y se entiende como comunidad porque la idea de nación se concibe como un compañerismo profundo y horizontal, más allá de las desigualdades y explotación que se den en la realidad”. (Cánovas, M; Álvarez, G. *Universidad Iberoamericana León Guanajuato*).

De acuerdo con estos autores la identidad nacional está constituida por diferentes dimensiones que la estructuran:

- La psicológica. Definida como “el sentimiento compartido por un grupo numeroso de personas que supera la razón, donde el enaltecer esa idea de nación eleva el autoestima de las mismas, haciendo de sus vidas algo trascendental”. Las instituciones nacionales se encargan de honrar a las personas que defienden y promueven la nación en los ámbitos internacionales, como sucede con el deporte por ejemplo.
- La cultura. La cual constituye “el legado de valores, creencias, costumbres, convencionalismos, hábitos, lengua y las prácticas sociales que una generación pasa a sus descendientes.”
- La antigüedad. Entendida como “el origen y el fenómeno de masas o de élites. En otras palabras, la imagen de nación es producto de la historia, de las mezclas y del cambio.” La antigüedad legitima a la nación y a la cultura, alimenta la creencia subjetiva de una relación familiar que se desarrolla en el seno de la nación.

- La historia. “Su uso selectivo contribuye a la memoria colectiva, haciendo factible la construcción de cierta imagen de la nación forjadora del carácter nacional”; esta ciencia social es la que da a conocer a la comunidad sus orígenes y sus antepasados fortaleciendo la idea subjetiva de formar parte de una gran y extensa familia.
- El territorio. Es el elemento que la gente concibe cómo “encarnación de las tradiciones, la historia y la cultura de la nación, compartible con sus ancestros y, a la vez, el que se lega a las nuevas generaciones”.
- Y por último la dimensión política, definida como: “la propiedad que comparten los ciudadanos de un Estado-nación; ella incorpora las propiedades de racionalidad jurídica, el orden y el poder. Aplicada al concepto de Estado-nación, la dimensión política está en función de un Estado que actúa en la construcción de una sociedad cohesionada a través de estrategias generadoras de ciudadanos, cultural y lingüísticamente homogéneos. En ello juegan un papel preponderante la educación y la comunicación que, con impronta nacionalista, promueven la cultura nacional y una lengua oficial; así, el Estado-nacional favorece el cultivo en la ciudadanía de una identidad nacional diferenciada”. *(Cánovas, M; Álvarez, G. Universidad Iberoamericana León Guanajuato)*

Entendamos, pues, a la identidad nacional como aquella inserta en los individuos de una comunidad asentada en un territorio determinado, conformado y ordenado por las estructuras que la integran como son su historia, tradiciones, usos y costumbres únicas y peculiares, por las cuales siente apego y arraigo; lo cual los define y les confiere identidad.

## 1.1.2 El deporte en las naciones

La práctica del deporte en las culturas data desde los Juegos Olímpicos. Los griegos eran deportistas, y celebraban en Olimpia, desde 776 a.C. Estos juegos con un lapso de tiempo de cuatro años hasta el 393 d.C.

Las modalidades de las competiciones practicadas en ese entonces por los griegos eran las carreras de largo y corto recorrido, luchas y carreras de caballos, entre otras. Al ganador se le distinguía otorgándole una corona confeccionada con hojas de olivo. Ese era el galardón dispuesto por Hércules.

En Atenas el ganador se hacía acreedor, también, a una especie de asistencia social para toda la vida, o sea que su manutención estaría a cargo del estado; además de ser reconocido en las celebraciones oficiales y de recibir un premio de 500 dracmas. *(Schwanitz, D. 2004, pp. 38,39)*

Los actuales Juegos Olímpicos nacen gracias a la iniciativa del Barón Pierre de Coubertin a finales del siglo XIX y comienzos del siglo XX. Motivado por las excavaciones arqueológicas realizadas en Olimpia, Pierre de Coubertin viajó por Europa y otros continentes promoviendo la idea de realizar una justa moderna con las características de las antiguas contiendas. Así es como nace el Comité Olímpico Internacional, llegando al acuerdo de encender la llama olímpica en 1896 en Atenas, Grecia, ciudad cuna de estos juegos.

Los principios fundamentales del olimpismo son “promover las cualidades físicas y morales que son la base del deporte; educar a los jóvenes a través de las actividades deportivas

con un espíritu de entendimiento mutuo y amistad, ayudando así a construir un mundo pacífico y mejor; promover los principios olímpicos alrededor del mundo, creando así el bienestar internacional” estas justas olímpicas se celebrarían cada cuatro años cómo fue en sus inicios. (González J. 2004, pp.131, 132)

Los juegos olímpicos modernos son la base medular e inspiración de los Mundiales de Fútbol FIFA. Se llevan a cabo también con un lapso de temporalidad de cuatro años.

El fútbol funciona a través de un sistema de lealtades, cuyos mecanismos pueden ser comparados al del amor por la región o nación.

Ramos, D. en su texto *Deporte e Identificación* cita a Albert Camus, quien en una de sus frases célebres se refiere al impacto de algunos deportes en éste tipo de representatividades al decir que “la Patria es la selección nacional de fútbol”. Siguiendo esta propuesta podemos observar que el deporte internacional se transforma en la expresión de lucha nacional en el campo simbólico del conflicto. Y es la razón por la cual se dan éste tipo de expresiones nacionalistas en los enfrentamientos deportivos.

El autor nos da un ejemplo de cómo rivalidad e identidad han estado presentes en este deporte “el club de fútbol de Barcelona de España, el Barça, con cerca de cien mil socios, constituye uno de los vectores de la reivindicación catalana, una sublimación épica del pueblo catalán en un equipo de fútbol embajador de una nación sin Estado, pero siempre en contraposición a su rival interno que es el Español, el cual representa valores unitarios políticamente (dado su nombre). Y su rival extra-regional, que es el Real Madrid, representante de valores contradictorios con el pueblo catalán” (2008, p.1)

El estilo de jugar también es comparado con el carácter estereotipado de los habitantes de cada nación por ejemplo los “británicos son fríos y matemáticos y por eso juegan un fútbol sabio. Al contrario, los rioplatenses al ser valientes e improvisadores juegan un fútbol genial.” (2008, p.1)

De igual manera los estilos de juego están basados en las diferencias técnicas conceptualizadas como diferencias de carácter y en la forma en que se estructuran los sentimientos y las prácticas corporales.

El autor ejemplifica con lo siguiente: “...en el fútbol inglés todo tiende a destruir la acción personal para formar un todo sólido, de manera que un team no se cuenta por sus hombres separadamente, sino por la acción uniforme de todo un conjunto. De ahí que el fútbol británico sea realmente poderoso y tenga la fuerza regular e impulsiva de una verdadera máquina, pero es monótono es igual y uniforme”. (Ahumada, D. 2008, p.1)

Cabe entonces concluir que en los deportes, concretamente en los juegos futbolísticos a nivel mundial, las disputas simbólicas realizadas en el terreno de juego pueden ser vinculadas con la construcción de lo nacional y que los sentimientos ahí manifestados han permanecido incrustados en el imaginario social. Los éxitos logrados por los jugadores del equipo de un país son una forma de demostrar su superioridad.

El triunfo del equipo implica el triunfo individual de cada uno de los espectadores que participan de él desde su grada en el estadio o a través de los medios masivos de comunicación.

Los jugadores tienen la gran responsabilidad de representar a la comunidad y de dar todo por ella: de señalar el rumbo a la nación. Su triunfo es el triunfo de todos y su fracaso también.

### 1.1.3 Imaginario

Las imágenes al ser producto de un colectivo específico realizadas en un momento histórico y contexto cultural determinado, establecen cierto nivel de inscripciones y significaciones acordadas y reconocibles por la comunidad, evidenciando ciertas estructuras culturales, otorgando una idea de las bases simbólicas a partir de las cuales determinada sociedad se expresa, se relaciona, se comunica, se imagina e unifica.

Lo imaginario es todo ese universo simbólico que: “representa el conjunto de imágenes mentales y visuales, organizadas entre ellas por la narración mítica, a través de las cuales el individuo, la sociedad, de hecho, la humanidad entera, organiza y expresa simbólicamente sus valores existenciales y su interpretación del mundo”. (Durand, 2000, p.10) “Cuando el hombre piensa una cosa, siempre necesariamente piensa en alguna imagen, porque las imágenes son como sensaciones, sólo que carentes de materia.” (Vitta, 2003, p. 32) Por consiguiente, las representaciones que el pensamiento hace de las cosas constituyen el vehículo privilegiado para acceder al conocimiento.

María Josefa Erreguerena, en el texto citado por Calderón *Introducción al conocimiento de la imagen* indica que Castoriadis es quien acuña el término “imaginario social”; “éste representa la concepción de figuras/forma/ imágenes de aquello que los sujetos llamamos realidad” sentido común o racionalidad en una sociedad. Esta “realidad” es construida, interpretada por cada sujeto en un momento histórico determinado”. (Calderón, H. 2009, p.90)

Cassirer, en un acercamiento al fenómeno perspectivo visual, acentúa cómo las cosas adquieren una magnitud de funciones significativas las cuales son las que conforman el mundo de nuestra experiencia “desde aquí se distingue la inmensa relación entre el mundo de la percepción y el reino del imaginario, ambos fenómenos entendidos a partir de las condiciones históricas y sociales que los originan”. (Calderón, H. 2009, p. 89)

Boeree, G. con respecto a las teorías de la personalidad de Carl Jung opina que al inconsciente colectivo sencillamente se le podría llamar, herencia psíquica y es “...el reservorio de nuestra experiencia como especie; un tipo de conocimiento con el que todos nacemos y compartimos. Aún así, nunca somos plenamente conscientes de ello. A partir de él, se establece una influencia sobre todas nuestras experiencias y comportamientos, especialmente los emocionales; pero solo le conocemos indirectamente, viendo estas influencias.”

Los seres humanos vivimos ciertas experiencias que “...demuestran los efectos del inconsciente colectivo más claramente que otras. La experiencia de amor a primera vista, el deja vu (el sentimiento de haber estado anteriormente en la misma situación) y el reconocimiento inmediato de ciertos símbolos y significados de algunos mitos, se pueden considerar como una conjunción súbita de la realidad externa e interna del inconsciente colectivo.

Otros ejemplos que ilustran con más amplitud la influencia del inconsciente colectivo son las experiencias creativas compartidas por los artistas y músicos del mundo en todos los tiempos, o las experiencias espirituales de la mística de todas las religiones, o los paralelos de los sueños, fantasías, mitologías, cuentos de hadas y la literatura.”

Los contenidos del inconsciente colectivo son los que Jung, denomina como arquetipos dominantes, imagos, imágenes primordiales o mitológicas. “El arquetipo carece de forma en sí mismo, pero actúa como un “principio organizador” sobre las cosas que vemos o hacemos. Funciona de la misma manera que los instintos en la teoría freudiana. Al principio, el bebé solo quiere algo de comer, sin saber lo que quiere. Es decir, presenta un anhelo indefinido que, no obstante, puede ser satisfecho por algunas cosas y no por otras. Más tarde, con la experiencia, el bebé empieza a anhelar cosas más concretas cuando tiene hambre (un biberón, una galleta, una langosta a la brasa, un pedazo de pizza estilo Nueva York).” (Boeree, 1998)

No existe un número fijo de arquetipos -decía Jung- siguiendo el texto de Boeree, que se puedan memorizar o listar, estos se superponen y combinan entre ellos según la necesidad y su lógica “no responde a los estándares lógicos que entendemos”. Jung, sin embargo, analizó y definió diversos arquetipos, entre otros: el de la persona, el materno, el paterno, la familia, el niño, el anima, el animus, el héroe, el animal que “representa las relaciones humanas con el mundo animal.” Pone como ejemplo el de las serpientes las cuales dice que son “frecuentes arquetipos animales y creemos que son particularmente listas. Después de todo, los animales están más cercanos a sus naturalezas que nosotros.” (Boeree, 1998)

Por su parte Frutiger, A., opina que el ser humano piensa, representa, sueña, recuerda por medio de imágenes; de la misma forma representa sus vivencias, con esto no quiere decir que sean a modo de “cliché fotográfico”.

“Las imágenes-pensamientos no son objetualidad completa, sino que más bien, corresponden a arquetipos de objetos, de cosas vistas o vividas una vez o muchas; y por reordenamiento acumulativo de las impresiones que han quedado como

versiones estilizadas cuyos contornos ya no poseen una definición precisa; pues de modo semejante a la imagen onírica, aquéllas han adquirido carácter esquemático, con un aire parecido al que presenta el signo”.

El autor puntualiza que esas regresiones son una expresión debida a un empobrecimiento y una esquematización del propio lenguaje. “Por ahí reside, precisamente el sentido de la imagen en un mundo infinitamente complejo” (2000, pp.168, 169)

Añade, además, que existen analogías irrefutables entre signos elementales con representaciones figurativas de objetos que deben haber sido comunes en todos los pueblos, cómo son las figuras animales y humanas de objetos como la flecha característica de los primeros tipos de armas, “...la luna también se representa falciforme por doquier, la montaña como triángulo, y los caudales de agua como líneas onduladas. Estas constataciones no permiten, empero, llegar a la conclusión de que existe una cultura ancestral sino, más bien, que el escritor primitivo gozaba de agudas dotes de observación y de un especial sentido interpretativo.” (2000, pp.80, 81)

Entonces, puedo decir respecto a la opinión de este autor que: la analogía en las representaciones de las imágenes que el hombre ha hecho en las diferentes partes del mundo, sin importar el tiempo y el espacio, se deben a su capacidad de observación, al empobrecimiento y necesidad de esquematizar el lenguaje, y que los arquetipos son imágenes subjetivas que se encuentran en el entorno o contexto en el que el hombre se desarrolla y que han adquirido un contenido de significación heredada cuya relación de significación es dada por el uso constante, transmitido de generación en generación.

En mi opinión, interpretar lo imaginario involucra una búsqueda por la memoria e imaginación cultural e interpretar los arquetipos (que son esquemas lógicos, estructurales y generalizados que se encuentran en un lugar del pensamiento llamado inconsciente colectivo) es adentrarse en la generación de significación e identidad de modelos tipificados de figuras ancestrales y míticas cuya relación de contenido es dada por cada individuo en cierta situación, sin importar el tiempo y el espacio.

El individuo dispone de imágenes visuales estrechamente vinculadas con las imágenes que le presenta el entorno, pero estas van más allá, pues involucran y conforman lo imaginario de su cultura cotidiana.

## 1.2 La identificación simbólica del hombre con elementos de la naturaleza, animales, y objetos.

### 1.2.1 De las culturas mitológicas y tribus.

Vivimos en mundo de símbolos. Estos parten de contenidos, de significaciones que el hombre desde sus inicios ha otorgado -con características propias de su cultura- a animales, elementos de la naturaleza y objetos que le rodean. Él mismo se ha magnificado y revestido de estos atributos para glorificarse; todo por la inquietud de conocer su origen y el del universo que lo rodea.

Las capacidades de observación, raciocinio y sentido común del hombre le obligan a preguntarse sobre el lugar que ocupa en el universo y el por qué de las fuerzas de la naturaleza. Al no encontrar respuesta y observar en lo que le es ajeno diferentes capacidades con las que él no cuenta, lo diviniza, por medio de prácticas rituales y de culto, dejando testimonio en imágenes simbólicas.

Frutiger, A. define a lo simbólico de una representación cómo “un valor no expreso, un intermediario entre la realidad reconocible y el reino místico e invisible de la religión, de la filosofía y de la magia; media por consiguiente, entre lo que es conscientemente comprensible y lo inconsciente”. (2000, p.177).

Por su parte Cooper, J. señala: "...el simbolismo es un tesoro que viene del pasado y encierra un significado para el presente no fue algo inventado por los hombres; surgió naturalmente de la necesidad de expresión en un medio que trasciende las limitaciones de las palabras y que expresa, un lenguaje que puede ser comprendido por todos; por consiguiente, desde el momento de nacer hasta el momento de morir empleamos símbolos que eran comunes en otros tiempos y en lejanas tierras." (Cooper, J. p.4)

Al respecto Frutiger, A. puntualiza que las raíces de la relación entre el hombre y el animal están muy bien afianzadas en "las zonas más profundas de la psique. En el inconsciente, los animales han ejercido siempre como arquetipos esenciales de todo lo instintivo, como símbolos de los principios que animan la fuerzas materiales, espirituales y hasta cósmicas". (2000, p.190).

Podemos encontrar muchos ejemplos y manifestaciones de esta relación, dualidad, divinidad e identificación de los animales, cosas y elementos de la naturaleza con el hombre, desde las antiguas culturas mitológicas, en los diferentes grupos humanos habitantes del mundo en el pasado y hasta nuestros días.

Esta relación dual de el hombre con los animales, magnifica los atributos físicos y de sentido de los individuos. Por ejemplo: en el antiguo Egipto cuando el faraón caminaba por avenidas donde existían figuras representando seres con cabeza de carnero (símbolo de sexualidad) y cuerpo de león (símbolos de gran fortaleza) le brindaban sentimientos de seguridad y virilidad.

Todos los dioses egipcios tenían cabeza de animal. Los dioses griegos eran representados por ciertos animales que les estaban consagrados, y tenían la capacidad de transformarse en ellos si así lo deseaban.

Zeus, el padre de los dioses, muchas veces se acerca a la muchacha elegida revistiendo forma de cisne, toro o jabalí.

En la cueva de “Montespan” (en el Haute-Garonne, al sur oeste de Francia) hay un grabado representando a un caballo al que acosan a una trampa; está marcado con impactos de dardos. En la misma cueva se encontró una figura de barro representando a un oso que tiene cuarenta y dos agujeros.

Jung, C. nos dice en su libro *El hombre y sus símbolos*, que esas representaciones sugieren una magia de caza practicada hasta nuestros días por las tribus cazadoras en África, basada en pintar un doble del animal para que lo que le suceda a la representación le suceda al original. “La pintura realista de los animales se enriqueció con matices mágicos y tomó un significado simbólico. Se convirtió en la imagen de la esencia viviente del animal”. (Jung, C. P. 232)

En las pinturas rupestres de Trois Frères, en Francia, se encuentran representaciones de seres semihumanos disfrazados de animales: un hombre cubierto por una piel de animal toca una flauta primitiva como si estuviera conjurando a los animales. En esta misma cueva está un hombre danzando, con cornamenta, cabeza de caballo y garras de oso. Esta es evidentemente la representación de el Señor de los animales.

Hoy en día existen tribus africanas que en sus usos y costumbres reflejan el significado de esas figuras misteriosas e indudablemente simbólicas. En las iniciaciones de socieda

des secretas y aún en la instrucción de la monarquía en esas tribus, los animales y los disfraces animales desempeñan, con frecuencia, un papel importante. El rey y el jefe también son animales, generalmente leones y leopardos.

Restos de estas costumbres las podemos notar en el Título del emperador de Etiopía, Haile Selassie “El león de Judah” o en el título honorífico del Dr. Hastings Banda “El león de Niasalandia”. (*Jung, C. pp.233, 236*)

Las danzas ligadas a ciertos rituales son practicadas hasta la actualidad. Un caso es el de Bolivia, donde los danzantes de ciertas festividades portan máscaras de animales demoníacos. En las antiguas danzas populares del sudoeste de Alemania los danzantes van disfrazados de brujas y de hombres salvajes, así como de animales.

Frutiger, A. se refiere a las representaciones de las aves y la significación que el hombre les ha otorgado. Los hombres con su incapacidad natural para el vuelo al ver a las aves dueñas de los aires quizá, también, pensaron en que éstas tenían algún espíritu interior dador de tal capacidad. Esta pudiera ser la explicación de la representación de las aves asociadas tanto con lo terrenal como con lo celestial, es decir, con el más allá de la vida, según la concepción primitiva. (*2000, p.184*)

Las aves son referentes simbólicos en las creencias míticas, y podemos encontrarlos en todos los ámbitos culturales. La capacidad de volar le ha sido atribuida a las alas, de ahí que una serpiente alada se pudo convertir en dragón todopoderoso; el hombre alado en un ángel divino, el dios azteca Quetzalcóatl, la verde serpiente emplumada. (*2000, p.190*).

El autor también se refiere al emblema mayestático que portaba Carlo Magno: ...”en su vista frontal mostraba un ave, muy erguida y a la vez en vuelo, pero ésta imagen no es una representación realista, es más bien un “superespécimen”, ricamente adornado con motivos pletóricos de símbolos”. (*Frutiger, A. 2000, p.p.184.185*).

El gallo en el arte cristiano simboliza la llamada al arrepentimiento pues San Pedro negó conocer a Jesús tres veces antes de que el gallo cantara y su figura está presente en lo alto de numerosas iglesias en forma de una veleta. (*Oliver, S.1977.p.69*)

La mayoría de los símbolos se basan en conceptos religiosos y en un sistema de vida.

Para desarrollar esta premisa a continuación mencionaremos aspectos culturales de tribus australianas y de América del Norte. Sus creencias giran en torno a un animal totémico, cuyos principios regulan y constituyen la base de su organización social. En este hecho podremos resaltar la divinidad otorgada a elementos de la naturaleza así como la magnitud de su significado simbólico que le otorgan identidad y seguridad a los miembros de esas comunidades.

Durkheim, citado por Puente, O; Careaga, I. en *Animismo* nos dice que “todas las religiones del mundo han sido sistemas de ideas que tendían a abrazar la universalidad de las cosas y a darnos una representación total del mundo y que el Totemismo ha satisfecho esta condición.”(*p.131*)

Centraré el tema en lo que se refiere a la significación simbólica de los indígenas con el animal, planta o cosa. Todas las cosas que pueblan el universo forman parte de la tribu. De ellas se constituyen los tótems, palabra, “... que emplearon los Ojibway, tribu algonkina de Australia para designar la especie de cosas de las que un clan lleva el nombre”.

En los clanes los individuos se creen unidos no por relaciones de consanguinidad, sino por un lazo de parentesco porque llevan un mismo nombre, la especie de cosas usadas para designar colectivamente el clan es su tótem.

El totem es un emblema o blasón “es una etiqueta colectiva, tiene un carácter religioso. Y en efecto, es en relación con el como las cosas son clasificadas en sagradas y en profanas. Él es el tipo mismo de las cosas sagradas”.

El tótem del clan es también el de cada uno de sus miembros. “Dos clanes diferentes de una misma tribu no podrían tener el mismo” y además “todos los que llevan este nombre son, pues, miembros con el mismo título”.

Los objetos que sirven de tótems pertenecen, “al reino vegetal o al reino animal (...) es un antepasado o un grupo de antepasados que sirve directamente de tótem, el cual funciona como un ser puramente mítico”

Puente, O. y Careaga, I. añaden “los dibujos que representan el tótem despiertan sentimientos religiosos (...) el carácter sagrado del animal o planta totémica se reconoce por el hecho de que está prohibido comerlo” quien se atreva a hacerlo será castigado con la muerte.

Cada uno de los miembros del clan está “...investido de un carácter sagrado lo cual no es sensiblemente inferior al que se le reconoce al animal. La razón estriba en que el hombre cree ser al mismo tiempo qué un hombre, un animal, o una planta de la especie totémica, ya que él lleva el nombre de ella”. (Puente,

O; Careaga, I. 2005, p.p. 127,130)

Éste animal totémico es concebido como figura ancestral de la cual todos descienden, es “un vehiculo conductor sagrado para la reencarnación después de la muerte, una guía para el alma en su viaje hacia el más allá, un mensajero de los dioses o incluso el Dios mismo”.

Los ancestros totémicos son configuraciones dobles de animales-hombre, simultáneamente. Cada uno de ellos esta caracterizado por ser “hombre y animal a la vez (...) de ésta manera un animal se compenetra con un hombre, y un hombre se transforma a voluntad de un animal”. (*Liberal, A. 2003 p. 18*).

En otra parte del mundo, en Chile, la mitología de “los mapuches ve al perro (trewa, Kiltro) como guardián y compañero”.

También es de destacar que en la mitología de las culturas de Mesoamérica, en Guatemala y específicamente en México se han hecho numerosos estudios de códices prehispánicos y relatos que coinciden en la existencia de chamanes. En los grupos mayas y en el mundo náhuatl los chamanes eran individuos que contaban con la capacidad de realizar curaciones, ayudar a recuperar objetos y animales perdidos, de controlar las inclemencias del tiempo y adivinar el futuro. Utilizaban sustancias psicoactivas, (el peyote, el ololihuhqui, el titlizin, varios tipos de hongos y otras plantas alucinógenas) para realizar sus actividades a través de sueños y percepciones.

Por otra parte tenían la capacidad de transformarse en animales, en rayos, en truenos, en cometas, meteoros, o bolas de fuego, bajo cuyas formas realizaban igualmente sus funciones. (*Barona, T. 2007 p.23*)

Éstas y otras manifestaciones dadas en aquel mundo ancestral de las culturas mitológicas y sus realidades místicas han quedado perennes en objetos e imágenes simbólicas, la fluidez de aquel mundo ha sido transmitido de generación en generación, en mitos y leyendas y sus manifestaciones literarias llegan hasta la actualidad.

En nuestros días el tema del nahual destaca entre las leyendas y cuentos populares más famosos de México. Y es así que cuenta la leyenda que, el nahual -animal considerado como el espíritu protector de cada persona- está presente desde el momento mismo del nacimiento y es el encargado de guiarla y protegerla. Estos espíritus, llamados nahuales, se manifiestan sólo en los sueños como la imagen de un animal afín que nos adopta como protector. De esta manera una mujer que cuenta con cualidades como; por ejemplo, una voz privilegiada para el canto se le adjudica al cenizote como su nahual protector.

Pero se cree que los brujos y chamanes pueden crear un vínculo mucho más estrecho con sus nahuales, lo que les otorga una serie de atributos de los que se benefician. La visión del gavilán, el olfato del lobo o el oído del ocelote son adquiridas por estos videntes y se afirma que algunos, más preparados, pueden transformarse en sus nahuales.

De acuerdo con lo anterior, podemos decir que las creencias de un pueblo y sus ritos forman parte fundamental en la estructura, de la construcción de la identidad de un individuo y de un pueblo. La divinización e identificación con las fuerzas de la naturaleza, objetos y animales es una de las necesidades manifiestas del hombre por explicarse el mundo que lo rodea, su origen, su permanencia en él y la vida después de la muerte; otorgándole a estos elementos atributos mágicos y fuerzas ocultas.

Hoy en día, solemos comparar el carácter o físico de alguna persona con el de un animal y más que hablar de características humanas, lo hacemos con una comparación: es tan astuto como un zorro, tan fuerte, feroz e imponente como un león, tan ponzoñosa o inteligente como una serpiente, noble y amigable como un perro o peligroso como un perro rabioso.

En México, es común poner apodos a las personas comparando sus facciones, características físicas o de carácter, movimientos corporales con elementos de la naturaleza o animales, e identificarlos como “el pollo”, “el pingüino”, “el oso”, “el chicharito”, etc.

Esas metáforas van encaminadas a algo que puede ser muy representativo de las culturas y vestigio de un pasado simbólico que construye y edifica la identidad.

## 1.2.2 El objeto como soporte de imágenes simbólicas.

El hombre plasma en los objetos imágenes simbólicas. Es así cómo dependiendo de la forma, material y uso que el hombre da a estos objetos en la cultura y el contexto donde se desarrolla que podemos interpretar el significado simbólico de un signo u ornamentación plasmados en él.

Al respecto Frutiger, A. nos dice “al principio no fue el signo sino el objeto”. El autor nos señala que el estudio más temprano de la mente humana como *homo sapiens* y el objeto material se manifiesta cuando el hombre hace del objeto un arma o herramienta a manera de extensión de sí mismo que le brinde mayor fuerza o le facilita su desarrollo en el contexto, como por ejemplo el palo, que prolonga el brazo, le concede una mayor potencia de golpe, la piedra sujeta por la mano se convierte en un arma eficaz y peligrosa. “del arma a la herramienta, de la vestimenta a la vivienda, el número de objetos en juego aumenta constantemente y gracias a su continuado curso llegan a convertirse en compañeros imprescindibles.”

*(Frutiger, A. 2000, p.180).*

Consecuentemente, el hombre le otorga a estos objetos, por medio de imágenes representadas en él, un carácter afectivo, ya que cuenta con una tendencia intrínseca a significar, volviéndolo distintivo al objeto, “...este proceso de apropiación, conjuntamente con una sensibilidad estética cada vez más desarrollada llevó a la ornamentación; al margen de ciertas creencias míticas en fuerzas sobrenaturales cuya representa-

ción simbólica concedía más seguridad a las armas, y más precisión a las herramientas, o protegía del mal al hogar y de la enfermedad y muerte a la persona.” (Frutiger, A. 2000, p.180).

El material, tamaño y forma del objeto utilizado para su uso específico determinó su dibujo: “el dibujo se adapta al material y a la forma del soporte, potenciando así su expresividad signica. Y esta tendencia hacia el signo acerca nuevamente la imagen al terreno de lo simbólico.” (Frutiger, A. 2000, p.180).

De ésta opinión, y al estar de acuerdo con lo anterior expuesto por el autor, podemos determinar que: el hombre por ser racional ha construido objetos que le facilitan el desarrollo de sus actividades en el contexto donde se desenvuelve, como la caza en un principio o el uso de la computadora en nuestros días.

Pero es el hombre el que le da y otorga valor a las cosas. Sus valores sentimentales y de significación están representados en estas cosas y nuevamente plasmados en los objetos, se manifiestan los símbolos cuya significación puede otorgarle seguridad y protección.

El contenido simbólico de las imágenes plasmadas en los objetos hace que una imagen signica se adapte; por ejemplo, a la forma redonda de las monedas, a la superficie del escudo, a la forma circular de la rueda, a la guarnición de una silla de montar, a la vestimenta de los caballeros, al objeto de porcelana, a las naves vikingas, entre muchos objetos más.

### 1.2.3 La imagen sígnica como medio de identificación colectiva.

Para explorar cómo la imagen simbólica facilita las posibilidades de comunicación y fijación de ideas, abordaré de manera general a la heráldica, entre otras cosas, por su legado de significación.

El rol social de la heráldica es el de representar una identidad. Se origina en la Edad Media y se extiende por toda Europa. Con el tiempo se fue perfeccionando hasta crear un código coherente de identificación de personas que pudiera dar una cierta constante de unidad a las figuras, al igual que a la significación de los elementos utilizados para su representación y uso.

La heráldica es definida como “arte del blasón”, término que de acuerdo a la 22ª edición del *Diccionario de la lengua española* es “el arte de explicar y describir en términos heráldicos los escudos de armas de cada linaje, ciudad o persona. Cada figura, señal o pieza de las que se ponen en un escudo”, blasonar es “disponer el escudo de armas de una ciudad o familia según la regla de arte”. La correspondencia existente entre la representación y el blasón es el eje de la heráldica.

Las armerías, entendidas como una colección de armas ordenadas desde el punto de vista arqueológico o histórico, representadas en los escudos de Inglaterra en diferentes composiciones que tienen como objetivo demostrar, cuando se trata de armas reales: “la soberanía ejercida sobre diferentes territorios; y cuando se trata de armerías personales, demostrar

que el propietario representa a otras familias, además de la suya unidas a ellas por lazos del matrimonio y sin tener un heredero varón que les represente.” (Stefan, O. 1977 pp.6, 7)

Las guerras son el origen central de la heráldica. El guerrero hacía alarde de su emblema para reforzar su moral y atemorizar a sus enemigos. Cuando el hombre fue capaz de utilizar un arma y traspasar a su contendiente, elaboró, al mismo tiempo, un escudo para protegerse; es así como la superficie disponible de éste, fue el soporte ideal de decoraciones de tipo militar.

Los jefes y los caballeros recubrían la mayor parte de la cara con cotas de malla y yelmos, lo cual hizo necesario el uso de emblemas sobre sus escudos, cascos y en todo su equipo; además de ser utilizados en las armaduras del caballo. El uso de estandartes y banderas también expresaba su identidad con un reino y era la forma de identificarse ante sus adversarios.

Igualmente se hizo necesario la creación de un símbolo representativo de los grandes señores feudales para dar autenticidad a los documentos y órdenes emitidas para ser reconocidas por los súbditos, en su mayoría iletrados. De ésta manera fue cómo surgieron los sellos representando “...al señor sobre su caballo, en postura de combate, provisto de un escudo con su emblema.”(Stefan, O. 1977 p.20)

De igual manera, las instituciones religiosas utilizaron sellos que portaban un grabado o dibujo del abad u obispo. Los sellos constituían marcas de identificación y de autoridad de las órdenes y los prelados religiosos.

En la Europa feudal las tierras pertenecían en nombre a los reyes quienes recompensaban a los guerreros con parcelas. Los terratenientes disponían de sus tierras a condición de otorgarle a los caballeros al rey como tributo. Las continuas guerras de la época provocaron que los caballeros cabalgaran por todo el territorio de los nacientes países para luchar, portando, de un lado a otro, siempre una insignia o símbolo del señor feudal al que representaban. Las figuras eran seleccionadas por los reyes y los señores feudales adaptándolas de objetos sencillos con el fin de distinguir a sus guerreros en el campo de batalla. La práctica se extendió por toda Europa Occidental durante las Cruzadas de los siglos XI, XII y XIII.

A los cristianos se les prohibió el acceso a la Tierra Santa, pues ésta, estaba en posesión de los musulmanes turcos, apoyándose en ello, el Papa solicitó a todos los dirigentes cristianos tomar las armas y liberar éstos lugares. Numerosas expediciones de Europa Occidental se dirigieron a Asia con el emblema de la cruz, cosida sobre sus mantos.

Este ropaje distintivo unitario fue fundamental, pues así es como nace el concepto de una insignia colectiva que permitiera identificar a un grupo colectivo concreto. Los caballeros al portar ésta vestimenta, podían ser identificados en comunidades con diferentes costumbres y lejos de su tierra, como pertenecientes a una comunidad específica. Ello les brindó el sentido de pertenencia, de identidad y amor por su origen.

Los señores feudales ambiciosos buscaban aumentar su poderío y una de las mejores formas era casándose con alguna dama poseedora de tierras, así fuera viuda o heredera, el número de hombres jóvenes muertos en el campo de batalla o por enfermedad era muy amplio, al igual que el de las mujeres muertas en el parto; de este modo las ocasiones de adquirir tierras a través del matrimonio eran múltiples y se debía añadir

al sello las armas de su nuevo propietario como muestra de su autoridad, ésta práctica del añadido en los dibujos de los sellos se prefirió en los escudos, en los cuales se representaban todas las armas pertenecientes a los propietarios de esas tierras.

La transmisión de las armerías de una persona a otra o por herencia de padres a hijos trae como consecuencia el surgimiento de la heráldica, tal y como la conocemos hasta nuestros días. (Stefan, O. 1977 pp.20, 21)

En sus inicios se originó por la necesidad de la identificación personal de la alta sociedad. En nuestros días se ha convertido en una distinción, no está reservada a un pequeño número de gente de la nobleza o clase privilegiada, es accesible a toda persona, grupo u organización que quiera representarse o identificarse con un emblema o escudo.

Las imágenes figurativas utilizadas en las armerías van desde flores, conchas, torres, castillos, puentes, seres monstruosos contruidos a partir de seres humanos, glifos, animales tales como, leones, jabalíes, tejones, lobos, aves, peces, insectos y reptiles, entre otros.

El significado simbólico de las figuras plasmadas en la vestimenta, en los escudos, insignias y banderas, le otorgó al portador sensaciones de fuerza y poder. Los contenidos de éstos elementos, otorgados por el hombre a lo largo de su historia, les dan vida a estos símbolos universales representativos de los habitantes de una nación.

La heráldica desarrolló reglas precisas para la representación de los diferentes elementos utilizados en las armerías, principalmente, en las de los escudos. Las armerías (todos los elementos utilizados que conforman un escudo) constituían el

vínculo del objeto armado con el titular. Es así como su uso se propaga y los podemos encontrar en libros, documentos, tapicerías, monumentos, muebles, joyas, etc., quedando como testimonio histórico.

En el primer tratado de *Heráldica medieval II* *Blasone dei Coloni*, escrito en el año de 1485 por Jean Courtois se resalta la importancia que tienen los esmaltes para dar vida a los blasones, considerando que los Heraldos han de limitarse a utilizar sólo siete esmaltes: dos metales oro y plata y cuatro colores rojo, azul, negro, verde, y púrpura formado por la combinación de todos los anteriores, además establece la simbología de acuerdo con el sentir medieval, la cual debe ser conocida perfectamente por el Herald. Los colores pueden ser vinculados con piedras preciosas, con las fases de la vida del hombre, con los planetas, con los días y los signos zodiacales. (Valero, L; Eugenio, M. 2003, p. 33)

La heráldica en nuestros días es estudiada como ciencia y es una parte fundamental en el proceso de investigaciones históricas. Las naciones a lo largo de su propia historia han elevado sus banderas, las cuales constituyen hoy “la substancia principal de la heráldica moderna”. (Frutiger, A. 2000, p.251). Estos distintivos se han sintetizado y resultan muy simples en su forma rectangular, la mayoría de las veces, está dividido por rectas y campos de colores.

Frutiger destaca dos categorías de representaciones signícas: la primera corresponde a los signos abstractos o en parte simbólicos como el círculo, la cruz, o la estrella - la preferida-, su representación se manifiesta en varias banderas de distintos países. La presencia de estas figuras multiplica el efecto de reconocimiento.

La segunda categoría corresponde a las representaciones realistas cuyo impacto visual es muy poderoso. Frutiger señala que los signos actuales que se pueden considerar integrantes de la Heráldica moderna, en el fondo, encierran un carácter simbólico. “La gran variedad de blasones nacionales componen en última instancia la imagen global del mundo”. (*Frutiger, A. 2000, p.251*).

Los escudos, las banderas, y los himnos nacionales son representados por los símbolos patrios. Estos son los elementos simbólicos universales que en la actualidad representan e identifican a una nación. Los habitantes de los países, por lo general, guardan respeto, honor, lealtad y amor a sus símbolos patrios: son sus símbolos representativos y universales de identidad.

Cerraré éste capítulo haciendo una analogía entre lo anteriormente expuesto y el espectáculo mundial deportivo de “La Copa Mundial de Fútbol FIFA”.

El desarrollo de la construcción de la identidad de un individuo o pueblo, al igual que las costumbres, tradiciones y arraigo de los habitantes de una nación se ven distinguidas en estas justas deportivas.

Los aficionados, y hasta los que no lo son, se trasladan de su lugar de origen para apoyar a su equipo nacional. Su vestimenta y accesorios como sombreros, banderines, instrumentos musicales son los signos de identidad con los cuales se distinguirán fácilmente entre las personas ahí reunidas.

Se reproduce el himno, se eleva la bandera de las naciones de los equipos presentes en la cancha y los espectadores se reconocen en los símbolos nacionales universales. Son once los jugadores que fungen como caballeros representantes de

la nación, portando el uniforme con los colores representativos de los símbolos nacionales y en su camiseta el escudo de la selección nacional. En el momento del gol, el jugador besa su camiseta y con euforia celebra sus hazañas y junto con él toda su nación. Se funden sentimientos de angustia, coraje, alegría y tristeza manifestándose un lenguaje de comunicación universal.

Los hombres ahí reunidos danzan, mueven sus brazos al mismo ritmo, marcado por los tambores que dirigen e incitan los cánticos de las porras para motivar a su equipo, la mascota del equipo, representada por un animal, cosa o elemento de la naturaleza, danza junto con ellos revestida de un disfraz.

Todas estas cualidades futbolísticas están contenidas en el imaginario social de las personas las cuales se exteriorizan a través de la dinámica de estos juegos mundiales.

Éste es el espectáculo mundial del cual emergen nuestras unidades de análisis que son las mascotas de los mundiales de fútbol FIFA. Cuyos discursos gráficos serán analizados semióticamente, de manera diacrónica, en una temporalidad de 1966 al 2010.

Pero, cabe puntualizar que los temas tratados en este capítulo son la base introductoria al tema eje central: la evolución y transformación de los códigos culturales en las sociedades globalizadas. Para el entendimiento de los códigos culturales la semiótica es la ciencia que brindará las pautas para su estudio y desarrollo.



## CAPÍTULO 2

# SEMIÓTICA Y CÓDIGOS CULTURALES





Se mencionarán a continuación los conceptos semióticos necesarios que brindaron las bases para el desarrollo, exposición y análisis de los temas tratados en la presente investigación. Sus principios y estudios han sido abordados por numerosos intelectuales, los cuales constituyen un valioso legado teórico que nos permite conocer los conceptos que se han generado en lo que se refiere al signo y a los códigos culturales.

## 2.1 Imagen y palabra.

La ancestral discusión en torno a la primacía de la imagen icónica o el lenguaje verbal no ha sido en vano. Conocer la imagen y la palabra en sus relaciones históricas, culturales, ontológicas, biológicas y psíquicas, brinda la oportunidad de tener mayor certeza de sus actuaciones y la manera en la que los seres humanos han representado y comunicado la realidad; desde el advenimiento del lenguaje hasta la actual era de las tecnologías de la información y la comunicación.

Cabe subrayar esta observación, ya que las investigaciones multidisciplinarias mencionan una constante desde hace más 150 mil años hasta nuestra época, afirmando que: la imagen mental ha antecedido a la palabra. Primero vemos las cosas y después les ponemos nombre. No sería posible inventar una palabra para algo que no existe. “La práctica de la imagen icónica es reciente 26 mil años a. de C.”, con relación a la palabra hablada, “40 mil años a. de C.” (Barthes, R. 1986, p. 50)

Este autor menciona como los artistas frecuentemente le han dado vida a las letras del alfabeto, creando con ellas múltiples figuras, animales, siluetas humanas, plantas y objetos. “Así la letra se convierte en una imagen más en el tapiz del mundo”.

Gubern citado por Calderón, H. en *Introducción al conocimiento de la imagen* puntualiza que la capacidad del hombre de elaborar “representaciones icónicas” con mayor parecido del entorno, sucede después de la adquisición del habla, distinguiéndose dos momentos: el de la imagen mental, estruc-

turada por la relación estrecha del hombre con la naturaleza, y el de la imagen icónica, la cual exigió mayores habilidades intelectuales y manuales. De igual manera existió un momento para la palabra hablada, una manera de emitir los sonidos naturales, y otro para la palabra escrita, cuyo signo es considerado imagen. *(Calderón, H. 2009, p.52)*

De lo anterior expuesto me inclino a la constante, de la premisa de que la imagen mental antecede a la palabra, ya que efectivamente primero pensamos en imagen y luego ponemos nombre y significación a las cosas que conforman nuestro entorno.

En el subcapítulo subsecuente abordaremos el tema del signo desde diferentes perspectivas. Es primordial conocer cómo ha evolucionado su concepción y los diferentes análisis que giran alrededor de sus funciones.

## 2.1.1 Signo

El estudio del signo es tan relevante y ancestral que podríamos remontarnos veinticinco siglos en la historia para verlo aparecer en los orígenes de la filosofía griega y después con Platón y Aristóteles. De igual manera, podemos notar cómo esta necesidad de comprender está presente en los antiguos vedas hindúes y los filósofos chinos.

Platón pensaba que los nombres eran primordialmente naturales y era tarea del filósofo reconocerlos e identificarlos pues conocía la naturaleza de las cosas. Los nombres dados a las cosas eran en parte naturales y convencionales: naturales por ser imagen de la naturaleza de las cosas y convencionales por estar sujetos a la intuición y al uso.

Aristóteles por su parte, afirmaba que “las palabras eran símbolos o signos de las afecciones del alma producidas por las cosas, así como las palabras escritas eran signos de las palabras habladas”. La relación entre el concepto a la que él llamaba la afección del alma y la cosa era natural, pero el signo estaba entre la cosa y el concepto, y esta era una relación convencional” (González, C. 1986, p.14).

Éste filósofo estableció cuatro órdenes de realidades: “prágmata” que corresponde a las cosas reales; “concepto” o afecciones del alma que crean una relación de similitud con las cosas; las palabras sonoras “symbola” símbolos o “semia” signos de las afecciones del alma; y los símbolos de las palabras sonoras que eran las palabras escritas. (González, C. 1986, pp.27,28)

San Agustín (354-430) hace una distinción entre las cosas que son signos y las que siendo cosas, también son signos. Según él las cosas se aprenden a través de los signos y en cuanto a la palabra cosa es utilizada por él para designar lo que nunca se emplea como signo de algo más, como sucede con la piedra, el ganado, la madera y otros objetos similares. Pero estos objetos son diferentes cuando se trata; por ejemplo, de la piedra que usó Jacob para almohada, o el carnero que sacrificó Abraham en lugar de a su hijo o bien la madera que usó Moisés para endulzar las aguas.

Todas ellas, nos dice, son consideradas no únicamente como cosas, sino como signos de otras cosas. Debido a esto San Agustín afirma, “las palabras nunca se usan más que como palabras, palabras de otras cosas, y es por esto que las consideró como una especie diferente.” (González, J. 2004, p.15)

Los signos para San Agustín son “aquellas cosas que se usan para indicar otra cosa. Consecuentemente, cada signo es también una cosa porque lo que no es una cosa no es nada. Pero no toda cosa; sin embargo, es signo.” (González, C. 1986, pp.27,28).

Es importante distinguir que San Agustín fue el primero en designar a la palabra como un signo.

El mundo completo para él, estaba construido por signos, definidos como “signa” y además por las cosas significadas “significabilia”. Entonces todas las cosas podían ser signo portadores de la idea de otras cosas, de igual manera que estos signos podían ser, al mismo tiempo, cosas significadas por otros signos.

El libro *De Doctrina Christiana II*, nos aporta otra definición del signo, la cual es más explícita, dice “un signo es una cosa que, por encima de la impresión que produce en los sentidos, hace

que otra cosa venga a la mente como una consecuencia de sí misma: cuando vemos una huella, concluimos que un animal cuya huella es ésta, ha pasado por allí; y cuando vemos humo sabemos que hay fuego cerca...” (González, J. 2004, p.15)

San Agustín también divide a los signos en dos clases, los convencionales y los naturales. Estos últimos son los que se manifiestan cuando se da a conocer otra cosa además de lo que ellas son; por ejemplo, las nubes negras que indican que va a llover. Los convencionales tienen la característica primordial de manifestar “los sentimientos de la mente, sus percepciones o pensamientos de quienes los usan”. Estos signos pueden ser también visibles o audibles, y por esta razón la escritura es “un conjunto de signos convencionales visibles de signos convencionales audibles, que son las palabras”. (González, J. 2004, pp.15, 16)

Una vez expuestos de manera general, los conceptos iniciales a través de las palabras de estos trascendentales filósofos; en lo respectivo al signo, daremos un gran paso en el tiempo, para abordar a los impulsores de la Semiótica actual donde destacan Ferdinand de Saussure y Charles Sanders Peirce. Sus respectivos contextos históricos motivan a cada uno de forma independiente a investigar, estudiar y escribir sobre esta ciencia.

A finales del siglo XIX Europa es dueña del mundo. Asia Sudoriental pertenece a Francia, Holanda e Inglaterra; en África quedan solamente dos países independientes. Las rivalidades entre Alemania y Francia por la posesión de Marruecos, semejante a la que mantenían Rusia e Inglaterra por Persia, aunadas a la avidez despertada sobre China y África, provocan el inicio de la Primera Guerra Mundial de 1914.

Este aterrador afán de dominación económica trae a la par una dominación cultural no exenta de una curiosidad por conocer las culturas dominadas. Es así que es el siglo de los famosos viajeros que estudian países y razas exóticas.

Si la expansión del imperio Español producida en el siglo XVI y XVII (descubrimientos geográficos, establecimiento de relaciones y rutas comerciales marítimas) manifestó grandes avances en lo referente a la comprensión del mundo, la educación e imposición de lenguajes e ideologías; en el final del siglo XIX se produce un fenómeno semejante, y los progresos en la lingüística no se hacen esperar “Wilhelm von Humboldt estudia y analiza antiguas lenguas javanesas; Rasmus Rask sistematiza la gramática, y aprende así decenas de idiomas; a Schleicher le preocupa el desarrollo histórico de las lenguas naturales (...) y así sucesivamente.” (López, M. 1993, p.157)

En este trance de cambios del siglo XIX al XX los sistemas de comunicación tienen una apertura y desarrollo notable. Emergen nuevos lenguajes visuales como la fotografía, el cine, la historieta y el cartel, es dentro de este marco histórico donde Ferdinand de Saussure y Charles Sanders Peirce, estudian, investigan, analizan y escriben la ciencia que estudia los signos, dejando el legado contundente de sus descubrimientos para las generaciones posteriores en éste y otros campos.

Ferdinand de Saussure, (1857- 1913) lingüista suizo, define a la semiología como “La ciencia que estudia los signos en el seno de la vida social: La lengua es un sistema de signos que expresan ideas y, por esta razón, es comparable con la escritura, el alfabeto de los sordomudos, los ritos simbólicos; las formas de cortesía, las señales militares, etc. Simplemente es el más importante de dichos sistemas. Así pues es que podemos concebir una ciencia que estudie los signos en el marco de la vida social. Tal ciencia sería parte de la psicología

social y por consiguiente de la psicología general. Nosotros la llamaremos semiología (del griego semeíon signo). Ella nos enseñará en qué consisten los signos y cuáles son las leyes que los gobiernan.”

Además añade “...como todavía no existe, no podemos decir cómo será; no obstante, tiene derecho a existir y su lugar está determinado desde el punto de partida. La lingüística no es más que una parte de esta ciencia general. Las leyes que la semiología descubra serán aplicables a la lingüística, y así es como la lingüística se encontrará ligada a un dominio bien definido en el conjunto de los hechos humanos.” (Eco, U. 1991, pp. 31,32)

Saussure define al signo sobre la base de un sistema de reglas específicas que es la lengua y en cuya relación se establece una entidad de dos caras: signifiant (significante) y signifié (significado). De esta manera, cuando dos seres humanos pretenden comunicarse y expresarse algo, el signo aparece como artificio comunicativo que los afecta.

Para él existen dos clases de signos: los intencionales y los artificiales, pero estos últimos pertenecen a las manifestaciones naturales y al no ser intencionales quedan fuera de la definición de signo.

Por su parte el americano Charles Sanders Peirce (1839-1914) a partir de la matemática (Aristóteles) y la lógica (J. Locke) del signo, define a la ciencia de los signos, la Semiótica, la cual consideraba como la doctrina de la naturaleza esencial o de las variedades fundamentales de cualquier clase posible de semiosis. Por semiosis entendía una acción, una reciprocidad entre tres sujetos: un signo, su objeto y su interpretante.

Peirce define al signo cómo “algo que está en lugar de otra cosa para alguien en ciertos aspectos o capacidades”. *(Eco, U. 1991, pp. 32,33)* Por lo que podemos decir que, un signo puede representar alguna otra cosa en opinión de alguien pues ésta medición se puede dar sólo por medición de un interpretante. Por esta razón un signo sólo puede considerarse como tal si es interpretable, es decir, traducible “la interpretación de todo signo es su traducción a otro signo, el cual puede corregir y ampliar al primero”. *(González, C. 1986, pp. 51,52)*

A diferencia de Saussure, Peirce considera que esta relación triádica se puede aplicar en situaciones en las que no exista ningún emisor humano, como puede ocurrir; por ejemplo, con los sistemas meteorológicos. Todo lo que conocemos y pensamos puede ser conocido y pensado por medio de signos y nuestro conocimiento es en sí un signo.

Para Peirce la teoría del signo es una disciplina filosófica del conocimiento y el acto de conocer, una medición entre tres términos, donde siempre debía estar un elemento mediador, puesto que el acto de observar es considerado una interpretación.

Los estudios de Peirce abren las puertas para comprender la estructura y las prácticas de la comunicación. A diferencia de Saussure que se enfoca al análisis del signo lingüístico, y como mencionamos anteriormente construye su teoría por dicotomías y Peirce las construye por medio de tricotomías o trianguladas.

Guiraud, P. dice que “Saussure detecta la función social del signo, Peirce su función lógica. Pero los dos aspectos están estrechamente vinculados y los términos semiología y semiótica denominan en la actualidad una misma disciplina utilizando los europeos el primer término y los anglosajones el segundo”. *(1999, p.8)*

Hace una observación importante y puntualiza “la semiología es el estudio de los sistemas de signos no lingüísticos”. Y agrega que “...los más prudentes, la han considerado como un estudio de los sistemas de comunicación por medio de señales no lingüísticas. Otros con Saussure extienden la noción de signo y de código a formas de comunicación sociales tales como los ritos, ceremonias, fórmulas de cortesía etc. Finalmente hay quienes consideran que las artes y la literatura son modos de comunicación basados en el empleo de sistemas de signos, derivados también de una teoría general del signo”

Podemos notar cómo, desde principios de siglo XX, es concebida una teoría general de los signos, la cual fue objeto de estudio sobre todo por parte de los lógicos y fue denominada “semántica general”. La propuesta de Saussure es aceptada y trabajada a tal grado que en 1964, Ronald Barthes presenta su obra *Elementos de semiología*.

Barthes, R. puntualiza qué “Como la semiología no ha sido aún edificada, es comprensible que no exista ningún manual acerca de este método de análisis; más aún en su carácter extensivo (puesto que será la ciencia de todos los sistemas de signos), la semiología no podrá ser tratada hasta que esos sistemas hayan sido reconocidos empíricamente.” (Guiraud, P. 1999, p.9)

Por otra parte, Paláu, T. (2002) nos dice, primeramente, que la semiología es “La ciencia que estudia los sistemas de signos y los procesos culturales que los producen”. (Paláu, T. 2002 p.164)

Para poder denominar a los signos en este plano es necesario considerar como signo a una serie amplia de fenómenos. De acuerdo con Charles Moris quien considera que un signo sólo lo es porque “alguien lo considera como signo de algo”,

aclarando que para que éste, pueda ser observado como signo deben de ser dos o más individuos quienes así lo consideren.

Esto nos lleva a la reflexión de que todas las cosas existentes no pueden ser concebidas como signos, es condición ineludible la existencia de un código de referencia para hacerlo significar y de esta manera interpretar.

En su *Tratado de semiótica general*, Umberto Eco propone se defina como signo “todo lo que, a partir de una convención aceptada previamente, pueda entenderse como alguna cosa que está en lugar de otra cosa”. Señala, además, que “el destinatario humano es la garantía metodológica (y no empírica) de la experiencia de la significación, o, lo que es lo mismo de la existencia de una función semiótica establecida en un código. Pero, de igual modo, la supuesta presencia del emisor humano no es en absoluto garantía de la naturaleza de signo”.

Eco, U. considera la semiótica como una disciplina cuyo objetivo es el estudio de toda clase de casos de significación que puedan usarse para mentir, pues no es condición necesaria, en el momento de producir un signo, que la cosa presentada exista realmente, “si una cosa no puede usarse para mentir tampoco puede usarse para decir la verdad, por lo tanto no puede usarse para decir nada”.

Por otra parte introduce la noción de función semiótica “Entendida como el acto de producir o crear un signo, teniendo como relación un código que asocia dos s-códigos o sistemas, los s-códigos son sistemas o estructuras que existen independientes de un propósito significativo o comunicativo y

se componen de un número finito de elementos estructurados en oposiciones y regidos por reglas combinatorias que pueden generar ristas tanto finitas como infinitas”.

El mismo autor señala que “cuando un código asocia los elementos de un sistema transmisor con los elementos de un sistema transmitido el primero se convierte en la expresión del segundo, el cual a su vez, se convierte en el contenido del primero. Existe función semiótica cuando una expresión y un contenido están en correlación, y ambos elementos se convierten en furtivos de la correlación”.

Además, puntualiza acerca de la correlación del signo, afirmando “un signo está constituido siempre por uno (o más) elementos de un plano de la expresión colocados convencionalmente en correlación con uno (o más) elementos de un plano del contenido. Siempre que exista correlación de este tipo, reconocida por una sociedad humana, existe signo”. (*Eco, U. 1991, pp. 22,32-34, 83,87*)

De lo expuesto por los autores, podemos entender que los signos, son naturales y artificiales, y que son una cosa que está en lugar de otra y que sólo puede ser traducible cuando existe una conexión con un código que le permite ser interpretado.

## 2.1.2 Icono, Índice, Símbolo.

En este subcapítulo se abordarán los diferentes modos en los que se forma el significado dentro del signo. Esto es, la formación del significado, ya que para comprender la estructura de los signos tanto Saussure como Peirce concuerdan en la necesidad de comprender, primeramente, cómo se extrae el significado.

El significado de un signo depende siempre del contexto en el que se usa. Por ello del conocimiento apropiado del índice, icono y símbolo, puede mejorarse la práctica de la comunicación gráfica y de esta manera se precisará y perfeccionará el mensaje a comunicar.

Peirce define tres categorías de signos: icono, índice y símbolo. Los cuales corresponden al área sígnica del objeto, es decir, a la práctica del signo. Estos elementos corresponden a “relaciones de funcionamiento de dicho signo” las únicas formas de practicar el signo. *(López, M. 1993, p.257)*

El objeto, aquel al que el signo se refiere y corresponde a ese signo, queda determinado por la práctica de ese signo, es decir, corresponde a su nivel pragmático.

Estos tres elementos pueden estar presentes en el mismo mensaje de comunicación pero, al privilegiar a uno de los tres se darán las posibilidades de definir el género de comunicación que queremos establecer con el receptor.

López, M. puntualiza:

“Un mensaje que en su relación tenga presente los tres elementos, y en cuyo mensaje cada uno ocupe la jerarquía que le corresponde según el género de dicho mensaje, facilita e incrementa las posibilidades comunicativas”. (1993, p.258)

El mismo autor define al icono como: “un signo que hace referencia a su objeto en virtud de una o varias semejanzas”. Cubre la función referencial en el proceso de comunicación. Son consideradas icónicas aquellas representaciones del objeto que tengan un mayor o menor parecido con el objeto.

( pp.258, 259).

De índice dice:

“Es un signo que nos sobresalta y llama nuestra atención”. Este nace de la necesidad de señalar, prohibir, mostrar, orientar, dirigir. En este signo se destaca “su relación física con el objeto” (p.268). Continuando en este tópico Calderón, H. nos brinda los siguientes ejemplos: “el azul de la señal de tránsito indica a los conductores que hay algo, como el humo indica la existencia de fuego; una huella del pie de una persona en la arena es un índice igual que el sonido de la chicharra en la fábrica”. (2009,p.30)

Por lo tanto podemos decir entonces que, cualquier cosa a través de la cual construimos ideas o hechos concretos sobre cosas que no necesariamente vemos pero que atrae nuestra atención o nos sobresalte, es un índice.

El índice se distingue del ícono y el símbolo porque “no se parece a su objeto; se refiere al objeto caracterizado como una “cosa particular o individual (individuos, unidades, colecciones de unidades o continuidades), y remite al objeto por estricta obligación.” (2009, p.30)

En cuanto al símbolo el mismo Calderón, H. menciona que Peirce considera “que es un representamen referido al objeto por convención, hábito o ley, su carácter representativo consiste precisamente en que es una regla que determina a su interpretante. Es una señal que se acuerda y se pone en común para que funcione la relación idea- palabra y le de significación a la cosa mencionada. Se constituye en signo por ser usado y comprendido como tal y su hábito es natural o convencional sin importar motivo para su selección.” (2009, p.31)

La característica de esta definición de signo es que su relación es arbitraria con su objeto, está asociada a cosas particulares. Entre los símbolos se encuentran, por ejemplo, los signos de la escritura de diferentes disciplinas científicas y artísticas. Física, Álgebra, Química, Música; así como los sistemas de comunicación sustitutos de lenguas naturales, tales como el Braille y el Morse; también se incluyen los logotipos, las señalizaciones, etc.

Entonces, se entiende por símbolo a un signo carente de una conexión lógica entre el signo y su significado; cuya función depende exclusivamente de lo que la persona que lo percibe haya aprendido de esta relación entre el signo y su significado.

El fundamento peirceano, es el siguiente: “Pensamos solamente en los signos. Estos signos mentales son de naturaleza mixta; las partes símbolos de ellos se llaman conceptos. Si un hombre forma un nuevo símbolo, lo hace mediante pensamientos que implican conceptos. Por consiguiente, un nuevo símbolo sólo puede crecer a partir de símbolos (...) En el uso y la experiencia crece su significado. Palabras como fuerza, ley, riqueza, matrimonio, tiene para nosotros significados muy diferentes de los que tenían para nuestros bárbaros antepasados.” (en Calderón, H. 2009, p.32)

Es así que tanto el símbolo como el ícono e índice, se determinan social e históricamente. Su uso y experiencia es lo que le otorga funcionalidad y aumenta su significado.

## 2.2 Códigos culturales

### 2.2.1 Código

Los códigos en las sociedades constituyen un elemento de comunicación que aporta a los individuos estructuras capaces de articular su organización y entendimiento.

El código, definido por Barthes, es “una perspectiva de citas, un espejismo de estructuras; sólo conocemos de él las marchas y los regresos; las unidades que provienen de él (aquellas de las que se hace inventario) son siempre salidas del texto, la marca, el jalón de una digresión virtual hacia el resto de un catálogo (el raptó remite a todos los raptos ya escritos), son otros tantos fragmentos de ese algo que ya ha sido leído, visto, hecho vivido: el código es el surco a ese “ya”. Al remitir a lo que ya ha sido escrito, es decir al libro (de la cultura de la vida, de la vida como cultura), hace del texto el prospecto de ese Libro”

Añadiendo además que “cada código es una de las fuerzas que pueden apoderarse del texto (cuya red es el texto), una de las voces con las que está tejido el texto. Un código es un sistema de significación que reúne entidades presentes y entidades ausentes. Siempre que una cosa materialmente presente a la percepción del destinatario representa otra cosa a partir de reglas subyacentes, hay significación”.

El autor considera que las lexías pueden ser articuladas en forma de códigos, conformando el entramado textual. “Los códigos conectan grandes ejes o matrices de sentido, provenientes de diversos planos discursivos”.

El código es una huella del sistema significativo humano universal. De tal manera, el código es un conjunto de unidades indefinido o abierto que se funda sobre un sistema de asociaciones reguladas y permitidas dentro del mismo texto.

Barthes, R. llama al código cultural código de referencia. “Los enunciados textuales se originan en una voz colectiva que proviene de la sabiduría humana. Este código, conformado por esos enunciados, es la autoridad científica o moral que soporta el discurso. Este código surge del espíritu gnómico de cada cultura”. (*Barthes, R. 1980 pp.15,16*).

Por otra parte Barthes, R puntualiza que, “en realidad, todo código es cultural. No obstante, Giménez, G. especifica la marcada presencia ideológica en dicho código”.

Al respecto el autor considera que éste lo constituye el código ideológico, el cual “contiene todos los enunciados explícitamente ideológicos que pueden ser detectados en el texto. Es el residuo cultural, extratextual y extraliterario, vehiculado por el texto clásico. Constituye una especie de repertorio (incompleto) de lugares comunes, estereotipos, pseudoconocimientos, pseudoevidencias, opiniones; en una palabra, la Vulgata de una época dada”. (*Barahona, A. 2003 p.8*)

Guiraud, P. especifica que el grado de codificación varía evidentemente con los géneros, las épocas, las culturas por lo tanto, hay “códigos técnicos cuya función consiste en significar una experiencia racional y códigos poéticos cuya función es la de crear un universo imaginario a través del cual se significa una experiencia irracional o en todo caso que escapa a la acción de los signos técnicos.” (1999 p.58)

Los códigos poéticos cuya expresión se aplica no solamente a lo bello sino también a lo concreto, a lo sensible, a la capacidad de sentir, “valor etimológico que el escritor francés Paul Valéry (1871-1945) recupera cuando introduce la palabra estético”, aparecen parcialmente codificados ya que su interpretación depende del receptor. (1999 p.87)

Estos códigos son categorizados por el autor como códigos estéticos subjetivos y abarcan a los modos, usos, comportamientos, ritos, fiestas, juegos, artes y literatura de un grupo social.

El autor Guiraud, P. también reconoce que “más allá de los códigos poéticos convencionalizados, existe el dominio de una hermenéutica que recubre relaciones nuevas que escapan a todas las convenciones inconscientes, o antiguas convenciones cuyo sentido se perdió y se nos escapa”. (Guiraud, P. 1999 pp.52, 56, 58, 87).

Es así como puede concluirse que: los códigos culturales son esquemas lógicos de pensamientos heredados de un pasado imaginario simbólico (arquetipos) del inconsciente colectivo y del consciente individual del presente que construyen o reconstruyen la cultura que articulan.

## 2.2.2 Tipos de códigos.

En el año de 1968, Eco, U. llega a considerar que toda la cultura se ha de estudiar como un fenómeno de comunicación. “Cualquier aspecto de la cultura se convierte en una unidad semántica significativa. Las leyes de la comunicación son entonces las leyes de la cultura. Posteriormente en otro texto, el mismo Eco dice que para repetir un concepto que hoy rige las investigaciones sobre los signos: el hombre en su lenguaje, porque la cultura se construye con un sistema de signos. (...) Conocer las reglas de estos signos es conocer la sociedad.”

*(López, M. 1993, p.5)*

Un individuo maneja en un solo día una infinidad de códigos. Paláu T. los distingue y clasifica en: paralingüísticos, antropológicos y sociales, lógicos, pre-lógicos, simbólicos, complementarios y estéticos. *(Paláu, T. 2002, pp. 85,86)*

Para efecto de la presente investigación distinguiremos de esta clasificación a los denominados códigos simbólicos. La autora citada caracteriza a los códigos simbólicos por formar “La estructura subyacente que soporta el sistema ideológico y de los sentimientos de una colectividad. Son producto de la tradición y la historia, pero también son creados artificialmente por los grupos de poder, en las sociedades antiguas

y contemporáneas. Rigen el pensamiento, los sentimientos, las costumbres y manifiestan los valores colectivos”. (Paláu, T. 2002, p. 86)

Dentro de estos mismos códigos simbólicos incluye a los religiosos, a los ritos y a los mitos.

Menciona que las religiones “...permiten la relación con la divinidad y la superstición es la materialización del temor que se fundamenta en la ignorancia y no tiene bases científicas: ninguno de los conocimientos que plantean pueden ser verificados a través de pruebas experimentales.”(p.87)

Especificando, además, que los libros religiosos en tanto formulan las bases y principios de una religión son, en general, “...textos simbólicos que contienen elementos sistematizados y conforman estructuras cuyo significado es aceptado por un pueblo o una comunidad: La Biblia es el código simbólico por excelencia”. (p.87)

En cuanto a los ritos, los define como “mensajes colectivos emitidos por una comunidad. Todas las religiones tienen un culto religioso, es decir, un sistema ritual que las caracteriza. Siempre hay un sacerdote u otra clase de oficiante que dirige la ceremonia, pero, realmente es la comunidad la que lo realiza, porque su función rito no es principalmente de comunicación, sino de comunión. Su objetivo es significar la sociedad del grupo en torno a una idea o una creencia”. (p.87)

Los mitos, pretenden dar una explicación a hechos incomprensibles. “Son símbolos o conjunto de éstos que representan los ideales y los anhelos de un grupo social. Los mitos son usados frecuentemente, como medio de control social”. (p.87)

Los mitos contemporáneos –afirma- se configuran cómo “símbolos sobre la base de personajes creados por especialistas partiendo de la apariencia de un individuo al que le agregan o exageran ciertas cualidades que a su vez desarrollados en forma artificiosa correspondan a las expectativas de las masas”  
(p. 87)

Estos mitos vivientes, menciona, “tienen la imagen y el comportamiento que el sistema en el poder aprueba y desea, para que se conviertan en modelos y patrones de conducta del hombre - masa”. Es así que “La idealización del personaje permite que el individuo común pueda identificarse con él pero no pueda alcanzarle y mucho menos superarle, pero tiene la suficiente realidad para que hombres y mujeres creen que pueden lograrlo”. Se produce como consecuencia “una frustración inconsciente que cumple el objetivo de control y previsión de las conductas que el sistema plantea”. (pp. 87, 88)

Puntualizando que “...la responsabilidad de la creación de estos mitos no corresponde a los miembros de una comunidad o país”. Estos se generan en países más débiles y “lo más que hacen los integrantes es permitirlo, ayudando a crear modelos de carácter internacional a través de los cuales se anulan las diferencias regionales y el mito obtiene su carta de naturalización cuando surgen imágenes híbridas”. (p. 88)

Para efectos de esta investigación se adoptan la definición y clasificación de Paláu, T. en lo respectivo a los códigos simbólicos, concluyendo que: los códigos simbólicos de identidad cultural son las costumbres, creencias, tradiciones e historia de una cultura, delimitada por un territorio que le confiere características propias, lo cual genera identidad común entre sus habitantes y su historia cultural; otorgándoles la posibilidad de distinguirse o diferenciarse de las demás culturas.

Los mitos contemporáneos, son subcódigos simbólicos. Cuya creación no corresponde a los miembros de una comunidad o país. Estos son generados en países desarrollados y su influencia se extiende a los países más débiles, influyendo en la ideología, creencias y comportamientos de sus integrantes, impulsando así, la creación de modelos de carácter internacional a través de los cuales se anulan las diferencias regionales y el mito obtiene su carta de naturalización cuando surgen imágenes híbridas.



# CAPÍTULO 3

## GLOBALIZACIÓN





La problemática y temporalidad de la investigación, hacen necesario abordar algunos antecedentes del fenómeno en proceso de la globalización, la cual conlleva entre sus efectos la pérdida de las identidades nacionales.

Además se hará un recorrido desde la primera mitad del siglo XX hasta el despuntar del presente siglo ante el nuevo orden global, involucrando a los medios de difusión masiva, el consumismo, publicidad y el papel protagónico de la imagen mediática, ya que estos determinan parte importante de los cambios en la construcción de las significaciones sociales y por ende en la cultura.

Para finalizar, se expondrán los conceptos de globalización e hibridación, para de ésta manera esclarecer uniformidad en el planteamiento de los mismos en cuanto al significado de los términos.

## 3.1 Antecedentes de la globalización

La autora Paniagua, S. puntualiza que en las culturas globales la hibridación cultural se ha producido sobre la base de la relación del hombre-naturaleza –lugar y la relación que existe entre ciertos productos de cultura que son fabricados, y adquieren su dominio por los mecanismos generados para su expansión. Refiriéndose concretamente a la cultura occidental que surgió en Europa que se trasladó -principalmente y de manera determinante- a Norteamérica y de allí a todos los confines de la tierra.

En su texto *“Hacia una interpretación del fenómeno arquitectónico en el marco de la globalización”* enumera cuatro rasgos fundamentales y determinantes de esta cultura dominante.

En primer lugar señala “El desarrollo de la ciencia, en particular las ciencias naturales, el producto más acabado de la razón, constituyéndose en el paradigma de toda una época y que en gran parte sigue vigente ahora”. Cita a Paul Ricoeur quien señala “El espíritu científico (...) ante todo unifica a la humanidad en un nivel muy abstracto, puramente racional, y que sobre esta base, da a la civilización humana su carácter universal”.(2007, p. 3)

En segundo lugar menciona, al desarrollo de la tecnología como el producto más acabado y extendido de la ciencia que “...ha producido logros manifiestos de confort, así como de control, tanto de la naturaleza como en el orden social. El desarrollo de las técnicas, constituye una segunda fuente de

universalidad ya que crea un instrumental continuamente revolucionado por el conocimiento científico a través del cual nos relacionamos con la naturaleza” (p. 3)

En tercer lugar considera como producto determinante de la cultura dominante a “...la convicción y valoración absoluta del poder de la razón para conocer la realidad. Una realidad considerada objetiva, manipulable y controlable, independiente del observador. Dejando fuera la posibilidad de cualquier otra forma de expansión humana a través de la experiencia que trasciende la pura mente racional. Una ilusión que continúa vigente en un cierto nivel y que va acompañada de la creencia del poder de la razón para dominar y someter a la naturaleza para sus fines”. ” (2007, pp. 3,4)

En cuarto lugar menciona al desarrollo de una economía capitalista, que por su propio mecanismo interno es expansionista. Señalando además que “se puede hablar de una ciencia y una técnica de carácter internacional, que tiene como presupuesto básico la explotación de la naturaleza a través de la industrialización y la explotación de la mano de obra para logra la requerida acumulación de capital. Con la consecuente inequidad en la distribución de la riqueza, la producción masiva de bienes que tienen que ser vendidos a mercados cada vez más extensos para continuar con el mecanismo propio del sistema. Una economía que en gran parte se ha desligado de su objetivo fundamental que sería la producción de la riqueza para el beneficio de toda población”. (p.5)

Por su parte Français, A., autor del documento titulado “*El crepúsculo del Estado Nación*” analiza y expone algunas de las principales consecuencias de la globalización, abordando temas económicos, políticos, y sociales ante esta transnacionalización construida a nivel global, lo cual ha generado entre otros aspectos el traspaso de las fronteras nacionales (2000, p.16)

El autor puntualiza que “...la exacerbación de la crisis de la identidad. La desarticulación de las economías y el retroceso de los mecanismos de protección social que respaldaban la solidaridad nacional socavan la legitimidad del Estado en el mismo momento en que la ofensiva ideológica neoliberal ataca sus fundamentos socio-políticos. Mientras tanto, las referencias culturales de los pueblos –y sus sistemas de valores– son agredidos por la penetración cultural del modelo dominante y los valores asociados a este modelo.” (p. 18, 19)

Expone además que “... al mismo tiempo, y con un protagonismo probablemente superior a la esfera política esta el mundo de los medios masivos de difusión” el cual añade que se encuentra conformado por los periodistas estrellas, los promotores de espectáculos y otros actores del universo de las diversiones, quienes cumplen por medio de estos soportes funciones de intermediación que domina, manipula y controla -con carácter anestésico- los espíritus de la opinión pública a lo cual contribuyen diariamente. (p. 23)

El autor reflexiona sobre la forma en la cual este modelo cultural globalizado impone una cultura uniforme y mercantil, que enaltece la violencia y el individualismo, atenta contra los valores, los principios éticos de una sociedad, socava sus dimensiones morales y religiosas sustento de la mayoría de las culturas.

Por mi parte considero que es importante reconstruir y reflexionar sobre las culturas locales y el significado de la idea de comunidad en las sociedades globales actuales, y conjuntamente reflexionar en el papel protagónico de la imagen mediática, su influencia en el proceso de las construcciones sociales que en cierto grado ha repercutido en la exacerbación de la crisis de identidad, por lo cual y abarcando la temporalidad planteada de la investigación expongo a continuación diferentes análisis que se han derivado en referencia a los temas planteados.

El papel protagónico de la imagen mediática es parte determinante en el proceso de la construcción de las significaciones sociales ante el nuevo orden global, por lo que se hará un recorrido referente a dicha temática desde la primera mitad del siglo XX hasta principios del presente siglo.

A mediados del siglo XX la sociedad se masifica, todo se hace moda, los medios de difusión masiva son aliados del fenómeno mercancía-publicidad-consumo. Las personas se reconocen y confirman en las imágenes de la cotidianidad que los medios han llevado a la pantalla.

La sobresaturación de imágenes que permean el mundo y su carga simbólica se adopta como recurso para influir en la acción social. Los creadores de este mundo permeado de imágenes se encuentran vinculados al poder político, económico e ideológico, es así como se manifiesta “la construcción visual y escénica de la significación, lo cual da como resultado que la imagen en los procesos culturales represente “la teatralización de la vida cotidiana” (García, N. 2005, p.152)

La cultura es catalogada como cultura de masas, cuyo distintivo según Mattelart, A. es “la serialización estandarización-división del trabajo que sella la degradación de la función filosófica-existencial de la cultura”. (Calderón, H. 2009, pp. 99, 100)

Las cosas, los individuos y por ende la cultura, representan mercancías. Castoriadis, C. enfatiza, al referirse a la posición subyacente de la economía-producción-consumo, a los criterios económicos, como “...el valor supremo de la vida social, esto da lugar a la constitución del producto social específico del capitalismo. En pocas palabras, todas las actividades humanas y todos sus efectos terminan siendo considerados, en mayor o menor medida, como actividades y productos económicos o por lo menos, como esencialmente caracterizados y valorizados por su dimensión económica”. (2002, p. 69)

Ante esta perspectiva la sociedad se plantea sobre la base de imagen-medios-mercancía, donde los medios para inducir a la sociedad al consumo y los modos de inducir a ésta práctica dan la apertura para nuevos análisis. Humberto Calderón menciona la “cultura del ocio” la cual se caracteriza porque “acuña las imágenes fetichizadas y estereotipadas de cosas y personajes específicos para cada público”. (Calderón, H. 2009,p.100)

Los individuos idealizan y se identifican, con el “ícono famoso” o “estrella famosa”, fabricada por el “starsystem” quien representa a su héroe cuyo significado simbólico es un concepto transformado y manipulado para la venta.

Invariablemente se asocia al símbolo con la búsqueda de sentido (singularidad, elegancia, etc.). “El alimento onírico es el poder de Superman, la magia de Harry Potter, la sensualidad de Marilyn Monroe, el erotismo de Madona, el rock de los Rolling Stones o el pop de los Backstreet Boys...” (2009, p. 100)

La “sociedad del espectáculo” es identificada por Debord, G. en 1967 como la del individuo pasivo con deseos compulsivos de compra. El aumento de la cultura dominada por la imagen se debe a que el espectáculo es capital “hasta tal punto de acumulación que se convierte en imagen.”(Calderón, H. 2009, p. 101)

La publicidad es manipuladora, y la sociedad adopta e idealiza los modelos que la “sociedad del espectáculo” le presenta, Eco, U. expone la sociedad “selecciona los aspectos fundamentales de lo percibido con base en códigos de reconocimiento”. (Eco, U. 1974 p. 225)

La sociedad inmersa en esta cultura donde el espectáculo representa “no un conjunto de imágenes, sino una relación social de personas, mediatizada por imágenes; no es el abuso de un mundo de la visión, pero si la visión del mundo objetivado; los creadores del espectáculo, dueños del poder económico, son los que invaden espectacularmente la superficie social; el movimiento de trivialización domina a la sociedad moderna con deslumbrantes diversiones que hacen del mundo el producto del pseudodisfrute”. *(Calderón, H. 2009, p. 102)*

La imagen se manipula a través de los medios y la vida cotidiana se hace ícono. “El imaginario simbólico del posmoderno “Homo massmedaticus” está conformado por una compleja arquitectura de toda clase de signos provenientes del espacio de la representación mediática que connota el imperio de las industrias culturales de cobertura planetaria”. *(p. 103)*

En el siglo XXI la vida cotidiana se muestra impregnada y fascinada de los soportes tecnológicos cada vez más sofisticados. Ahora la diferencia es el acelerado avance tecnológico, la cobertura e inmediatez de la difusión de información que acorta las distancias en cuanto espacio, tiempo, lugar, en torno a lo virtual.

El 17 de mayo de 2007, Día Mundial de Internet, el periódico Reforma de la Ciudad de México, anuncia que la Asociación Mexicana de Internet (AMICI) afirma que de los 22 millones de usuarios en el país, el 67 por ciento han subido, por lo menos, una fotografía o un video al ciberespacio.

Consumidores, medios y mensajes han evolucionado y se ubican en la denominada “iconoesfera” que surge del cine y la

televisión la llamada "semiósfera", ámbito de los signos icónicos que involucran al hombre moderno, y la "mediaesfera" con un campo de acción dinamizado por la imagen. (...) Por si no bastara, la impronta tecnológica brinda nuevas denominaciones como "sociedad de la información" y "sociedad del conocimiento" cuya característica principal es la superconexión de los individuos y la paradoja de ser una sociedad "gíreles" (sin cables), en la cual "hardware y software han incrementado la potencia de los medios de comunicación y la desorbitante y cuasi incontable producción, intercambio y ubicuidad de la imagen mediática." (p. 106)

Esta transición cultural es marcada por las TIC's (Tecnologías de la Información y la Comunicación) "la cual conlleva una transición cultural que demanda a los individuos, por una parte a tener contacto con los soportes técnicos para procesar información y establecer comunicación y por otra a interpretar las nuevas formas de representar las cosas del mundo. (p. 106)

Los anteriores estudios expuestos conforman la selección de ideas que determinaron el interés por el presente trabajo, con la pretensión de contextualizar, haciendo una invitación a la reflexión ya que como diseñadores es importante saber hasta qué grado los perceptores y nosotros mismos podemos ser conducidos a una acción.

### 3.1.1 Del concepto globalización

La concepción que se tiene de la globalización es la de un proceso irreversible e ineludible. Las ciencias económicas son, quizá, las que más han profundizado sobre el tema. Consideran a la globalización como “un fenómeno emergente, un proceso que todavía está en construcción” reconociendo su carácter novedoso. (Ortiz, R. 2004, p.25)

En la práctica, hay múltiples interpretaciones sobre el significado de la nueva realidad. “La globalización está en boca de todos, se ha convertido en una palabra de moda que incluso se ha llegado a utilizar como una especie de fetiche, un conjuro mágico, una llave destinada a abrir las puertas a todos los misterios presentes y futuros.” (Zabludovsky, G. 2010, p. 164)

En lo que se refiere al término, “global”, su vigencia -en las ciencias sociales- tiene más de cuatrocientos años de existencia, pero no es hasta 1960 cuando se le incorpora de manera definitiva a través de la revista “The Economist”, y un año más tarde, el término sería incluido en las definiciones del diccionario Webster.

En 1962 el término adquiere un renovado interés ya que es introducido en la noción profética de Marshall McLuhan. En su libro “*La comprensión de los medios como extensiones del hombre*”; se analizan “múltiples transformaciones producidas por la introducción de medios y tecnologías en las sociedades, abordando la situación del hombre-masa en una sociedad individualista”. (2010, p. 166)

Albrow, M. en la ponencia presentada en el “*Research Committee for the History of Sociology*” (Budapest, 1992) puntualiza que, en 1988 la UNESCO dedicó un número especial de su revista, al análisis de las interrelaciones mundiales y a las transformaciones que éstas producen en la vida cotidiana de las zonas urbanas y rurales del planeta, abordando el tema tanto en ésta como en posteriores publicaciones. Es así como el término empieza a tener relevancia en el vocabulario sociológico.

El autor hace notar que el interés en los círculos periodísticos, empresariales y políticos se explica por el colapso de los sistemas marxistas y “el desafío por explicar la globalización se convirtió en la cuestión más importante para el análisis de la vida contemporánea y el desarrollo de la teoría social” (1997, pp. 89,90).

Por su parte Smith, D. señala que de 1994 a 2004 el número de referencias a la globalización en las principales revistas de ciencias sociales, según el “*Social Sciences Citation Index*” ascendió de “enero de 1981 a diciembre del 2004, a 7 355 artículos de los cuales 89 por ciento fueron publicados a partir de 1997.” (pp. 3, 4, y 207)

Zabludovsky, se refiere a Daniel Bell con su libro *The Cultural Contradictions of Capitalisms* (1976) y a Max Weber con *Economía y sociedad* de 1974 donde proponen la utilización del término globalización para acercarse a la nueva realidad desde una perspectiva multicausal, utilizándolo para “referirse a los intercambios mundiales de contenidos simbólicos con una connotación eminentemente cultural” reservando el de “internacionalización” para nombrar los fenómenos que ocurren en el terreno propiamente político. (Zabludovsky, G. 2010, p. 176)

## 3.1.2 Del concepto hibridación

Uno de los aspectos fundamentales de la cultura, como expuse en el primer capítulo de manera más amplia, es que ésta es el producto de la relación arraigada del hombre a su suelo existencial. En esta relación no existe pureza. Es evidente el mestizaje cultural en prácticamente todas las culturas del mundo. El vehículo conductor más eficiente de transmisión cultural son el comercio y las guerras.

Dicho mestizaje cultural es denominado como sincretismo cultural, entendiéndose como la manera propia de asimilar influencias, integrarlas, arraigarlas y posteriormente plasmarlas en productos de cultura.

Por su parte Néstor García Canclini define al concepto de hibridación como “proceso sociocultural en los que estructuras o prácticas discretas, que existían en forma separada, se combinan para generar nuevas estructuras, objetos y prácticas”. (*García, N. 2005, p.III*)

Al incorporar este término añade que en su utilización debe contemplarse como “un término de traducción, entre mestizaje, sincretismo, fusión (...) Tal vez la cuestión decisiva no sea convenir cuál de esos conceptos abarca más y es más fecundo, sino cómo seguir construyendo principios teóricos y procedimientos metodológicos que nos ayuden a volver este mundo más traducible, o sea convivible en medio de sus diferencias y aceptar lo que cada uno gana o está perdiendo al hibridarse.” (*p.III*)

# CAPÍTULO 4

## DISEÑO METODOLÓGICO





A continuación, se hará mención de los puntos formadores del proceso de investigación en el seguimiento del objetivo general, así como de los supuestos planteados; se explicarán los alcances de la investigación, los límites, la muestra, el enfoque, las técnicas de investigación y las fichas empleadas en los análisis realizados.

## 4.1 Método general de la investigación

La presente investigación se realizó con base en el método cualitativo, el cual proporciona un punto de vista “holístico” de la investigación, de la interpretación de los datos, otorgando un enriquecimiento para su explicación y una contextualización del entorno o ambiente, detalles y experiencias únicas. *(Hernández, R; Fernández, C. y Baptista, L. 2010, p.17)*

Se recurrió a la Semiótica como modelo de investigación, “ciencia que estudia los sistemas de signos y los procesos culturales que los producen.” Dicha ciencia, involucra el estudio evolutivo de la vida de los signos, las causas que le dan origen, el comportamiento y desarrollo de signos y los fenómenos culturales que producen el proceso de significación. Siendo ésta, la que me brindó las bases teóricas, en cuanto al tema eje central, los códigos culturales, su transformación y evolución. *(Paláu, T. 2002, p.13)*

El enfoque es “dialéctico-diacrónico” ya que se estudió en que grado y de que manera la globalización (“en su carácter de antecedente del que derivará, por un proceso subsiguiente de transformación, un nuevo enunciado y/o fenómeno que sustituya al actual”) afecta el discurso gráfico de las Mascotas FIFA (“como enunciado”), con relación a los códigos culturales de identidad y como estos se van transformando en sub-códigos simbólicos. (“en su carácter de consecuencia resultante de un proceso previo de transformación de otro u otros enunciados y/o fenómenos precedentes que condujo hasta la aparición del actual enunciado y/o fenómeno”) *(Magariños, J. 2008, p. 335)*

El presente estudio se considera diacrónico, ya que se estableció una temporalidad específica de 1966 al 2010, y el diseño de la investigación se determina longitudinal puesto que se estudiaron los elementos que intervienen en la investigación a través del tiempo.

Las unidades de análisis son 12, que corresponden a las mascotas de los mundiales FIFA de 1966 al 2010, y son seleccionadas por tratarse de símbolos de carácter nacional de difusión global y representan la totalidad de la muestra.

El alcance de la investigación es correlacional y cuenta con un nivel explicativo, ya que se analizó que factores influyen en la transformación de los códigos culturales.

Se precisa como una investigación correlacional, pues tiene el propósito de relacionar los códigos de identidad nacional y cultural con la globalización, para conocer la manera en que la globalización ha influido en la transformación de los códigos simbólicos y cómo estos se presentan en los discursos gráficos de las mascotas de los mundiales FIFA.

Este alcance correlacional se divide en dos grandes fases, en la primera, de carácter teórico, se exponen los fundamentos del trabajo en lo que se refiere al estudio de los códigos culturales y sus principales representantes, al mismo tiempo se expone el fenómeno de la globalización, sus antecedentes, y principales efectos. La segunda fase es la que corresponde al análisis semiótico de los discursos gráficos de las mascotas FIFA.

El cual se determinó sobre la base del objetivo general que a su vez generó los objetivos específicos de la investigación y que se aluden a continuación.

Objetivo general:

Determinar en qué grado y de qué manera, ha influido la globalización en la construcción gráfica discursiva de las mascotas de los mundiales FIFA de 1966 al 2010, en lo que se refiere al desarrollo y transformación de los códigos simbólicos.

Objetivos específicos:

Definir los discursos gráficos de las mascotas de los mundiales FIFA.

Identificar los códigos simbólicos de identidad nacional que se presentan en el discurso gráfico de las mascotas de los mundiales FIFA.

Determinar los códigos simbólicos de identidad cultural de los países sede donde se han realizado los mundiales FIFA.

Determinar los códigos globales que se presentan en los discursos gráficos de cada una de las mascotas de los mundiales FIFA.

Definir los cambios que se han evidenciado en los códigos simbólicos empleados en el discurso gráfico de las mascotas de los mundiales FIFA, influenciados por el fenómeno de la globalización.

Posteriormente, se formularon dos hipótesis probables, que señalaron lo siguiente:

Los códigos simbólicos de identidad cultural permanecen en la construcción formal y semiótica de los discursos gráficos de las mascotas de los mundiales FIFA, hasta el año de 1986.

Dichos códigos simbólicos se transforman en sub-códigos por los efectos de la globalización.

Las técnicas de investigación seleccionadas que se adecuaron para el análisis de los objetivos fueron: el análisis documental; donde se recolecta, selecciona, analiza y sintetiza la documentación que logre aportar información pertinente que se adecue a los objetivos planteados y se emplean procedimientos de análisis y síntesis de lo recopilado, abstrayendo lo relevante para la investigación.

Las investigaciones documentales cuentan con una orientación histórica, lo que conlleva recurrir a los archivos favorables y a pruebas disponibles que se conserven, valiéndose de datos secundarios, es decir, datos ya recolectados y posiblemente analizados por otros, libros y revistas. Dichos documentos no sólo se limitan a reflejar sino que también construyen las versiones de los hechos y la realidad social; los documentos representan descripciones parciales y artificiales que necesitan ser evaluados críticamente para los fines de la investigación, el análisis comparativo accede a la comprensión de las ideas, asuntos y políticas de las cuales se ocupan los documentos. Al abstraer de cada documento aquello que juzgamos pertinente y agrupamos esos hallazgos colocándolos junto a otros que aparentemente se relacionan, el análisis documental procede; lo que se observa y se interpreta en los documentos es el producto del punto de vista, disciplina o interés de cada uno. *(Blaxter, 2000, p.205)*

Por lo expuesto anteriormente y con el objeto de reunir los elementos que fundamentaron el proceso, se recurrió al análisis bibliográfico, con acceso a la información encontrada en libros, revistas, catálogos, publicaciones, Internet, reportes, materiales audiovisuales, artículos periodísticos y documentos de investigación elaborados con propósitos definidos, de los cuales se observaron los sucesos del mundo más relevantes a partir del año 1960 al 2010 en lo correspondiente al plano político, económico, tecnológico y científico, además se estudiaron aspectos, sociales, artísticos y de entretenimiento, incluyendo temas como; las películas cinematográficas más reconocidas, los cantantes de moda, los programas de televisión más populares, las caricaturas de mayor éxito, y los juguetes más vendidos. Lo anterior con la finalidad de observar el contexto global y de esta manera recopilar y obtener una síntesis de los hechos mundiales en el momento de la interpretación correlacional de éstos con los discursos gráficos de las mascotas de los mundiales FIFA y así poder identificar cuáles fueron los códigos globales que pudieran detectarse y haber influido en la construcción de los discursos de las mascotas y conocer en que grado las mascotas gráficas de los mundiales FIFA, presentaron en su construcción gráfica sub\_ códigos simbólicos.

Además se estudió la historia cultural de cada país sede donde se han realizado los mundiales FIFA, para obtener un panorama del conjunto de elementos relacionados con el modo de vida, hábitos, costumbres, tradiciones, valores artísticos, religiosos y políticos de los individuos; incluyendo para su caracterización las influencias culturales históricas, símbolos nacionales, símbolos no oficiales, día nacional, traje típico,

gastronomía, religión, política, lugares relevantes, flora, fauna, leyendas más conocidas y estereotipos; con la finalidad de comprender el contexto cultural e identificar los aspectos correspondientes a los códigos de identidad cultural y lograr una síntesis de los aspectos mencionados para el análisis correlacional de éstos con la construcción gráfica de los discursos de las mascotas de los mundiales FIFA.

La síntesis de los datos de los códigos globales, así como la de los códigos simbólicos de identidad cultural se exponen en las fichas y modelo de comunicación elaborados para el análisis de la construcción gráfica discursiva de cada una de las mascotas gráficas de la FIFA.

Dicha síntesis se delimitó sobre la base de los resultados obtenidos de las fichas de análisis de los elementos gráficos sintácticos formales, expresivos y retóricos que presentan el discurso de cada una de las unidades analizadas, para consecuentemente realizar la interpretación de las funciones del modelo de comunicación y así conformar la relación semiótico- sintáctica la cual aportó la identificación de los códigos utilizados en la configuración materializada del discurso gráfico.

## 4.2 Criterios para la elaboración, esquematización y selección del modelo de análisis

Para la elaboración de las fichas de análisis y selección del modelo de las funciones comunicativas se tomaron en cuenta los siguientes criterios:

Los códigos forman un sistema de comunicación que implican una interrelación y conjugación de un bloque estructurado de signos, es de esta manera que se puede entender a lo diseñado como un discurso, comprendido como una unidad máxima de determinantes del texto visual, pero de igual forma es posible entender al texto desde unidades de análisis y éstas son las que conforman la representación semiótica- sintáctica. *(Vilchis, L. 2002, p. 41)*

Entendiendo ésta relación como aquella que corresponde formalmente a unos códigos o signos con otros, los cuales comprenden las reglas de organización y composición, cuyos alcances combinatorios de los elementos visuales fundamentales, nos otorgarán los parámetros para la interpretación de las funciones inmersas en el modelo de comunicación, que acceden al argumento semiótico de significación de los discursos gráficos de las mascotas de los mundiales FIFA.

Luz del Carmen Vilchis, expresa que los códigos definen y clasifican el conjunto de elementos que conforman el sistema de comunicación gráfica mediante la combinación de reglas básicas prefijadas, las cuales posibilitan la articulación del mensaje y añade que “la articulación de los diversos códigos de comunicación gráfica genera una estructura en la que los códigos son los elementos constituyentes donde la modificación de uno conllevaría la modificación de otros y la consecuente alteración del sentido de la comunicación.” La autora clasifica a los códigos de la comunicación gráfica en códigos morfológicos, cromáticos, tipográficos, y fotográfico. *(2002, pp. 56,57.)*

Tomando en cuenta lo anterior es que se elaboraron las fichas que menciono a continuación para realizar el análisis sintáctico, de los elementos formales y expresivos las cuales describo en seguida.

**Ficha del código morfológico:** En ésta se identifican las condiciones sintácticas de la imagen o esquemas formales sobre la base de D. A. Dondis, la cual presenta una clasificación de las técnicas de comunicación visuales más utilizadas para la expresión de contenidos, de las cuales, realicé una selección pertinente basándome en las unidades a analizar. Estas formas visuales existen en dipolos “sobre un espectro continuo, o como aproximaciones contrarias y disímiles al significado”.  
(p. 129.)

Las técnicas visuales que conforman la ficha de códigos morfológicos son las siguientes:

**Simplicidad:** la cual impone el carácter directo y simple de la forma elemental, la formulación opuesta es la complejidad, donde sus numerosas unidades, o fuerzas elementales, dificultan el proceso de organización del significado. (p. 133.)

**Unidad:** es una totalidad de elementos que constan de un equilibrio adecuado perceptible visualmente como un objeto único y la fragmentación que representa su opuesto, es la descomposición de elementos y unidades separadas que se relacionan entre sí, pero que conservan su carácter particular.  
(p. 133, 134.)

**Actividad:** refleja el movimiento de forma sugestiva a través de la representación de la postura activa o energética, su opuesto es la pasividad, representación estática, que produce un efecto de reposo. (p. 138.)

Neutralidad, es afirmar un marco imparcial en sus términos, el cual es afectado en algún punto por el acento, que consiste en resaltar de manera intensa una cosa en un fondo uniforme. (p. 139.) Los anteriores conceptos se esquematizaron de la siguiente forma:

Mascota    Nombre: País: Año:	<b>Código morfológico</b> Esquemas formales (condiciones <b>sintácticas</b> de la imagen)			
	Simplicidad		Complejidad	
	Unidad		Fragmentación	
	Actividad		Pasividad	
	Neutralidad		Acento	

**Ficha del código cromático:** Sobre la base de lo expuesto por Luz del Carmen Vilchis, el código cromático comprende los esquemas de color que son adjudicados a un determinado diseño, los cuales pueden ser caracterizados por “la elección de la intensidad, el valor dinámico de la legibilidad por contraste con los colores ambientales de la luminosidad, de la reflexión y las condiciones semánticas por la que los colores tienen referencias culturales de sentido muy específicas”. (2002, p. 57)

Para el estudio del código cromático de los discursos expuestos en las mascotas gráficas, analicé el elemento que corresponde a las referencias culturales, para identificar en qué grado éstos pertenecen a los códigos de identidad del país al cual se está haciendo referencia, quedando el esquema de la siguiente manera.

## Código cromático

Nivel de condición del código cromático con relación a los colores de la bandera del país sede, en la fecha que se emite la comunicación.

Nivel de condición	Nulo	Mínimo	Medio	Máximo	Absoluto

Comentarios:

**Ficha del código tipográfico:** En lo que se refiere a la función tipográfica simbólica, (Vilchis, L. 2002 pp. 57, 58.) en la cual se consideran los elementos connotativos y denotativos del mensaje tipográfico.

<b>Código tipográfico</b>
<b>Composición gráfica:</b>
<b>Relación del texto tipográfico</b> País sede: Evento deportivo:

Las mascotas gráficas se consideran personajes, ya que aunque se trate de un objeto, animal, o vegetal por lo general presentan rasgos antropomorfos y nos es posible identificarlas y reconocerlas independientemente de que éstas se presenten en diferentes posturas, situaciones, actividades y actitudes propiamente humanas. Se construyen tomando en cuenta un mundo de acciones y valores humanos; se representan estáticas, pero no las percibimos como tal, los signos que la integran son de naturaleza icónica lo cual nos permite pensarla como individuo, éstas son habitantes de un espacio determinado del cual son integrantes. (González, J. 2004 pp. 55, 56.).

Tomando en cuenta lo anterior es que se derivan las fichas que presento a continuación.

**Ficha de anatomía del mensaje visual:** Esta nos servirá para saber el nivel de realismo de una imagen, es decir la relación entre la realidad y nuestra experiencia, la cual da como resultado una organización visual estable, y se manifiesta en grados de iconicidad y pregnancia. Isomorfismo, calidad más alta de iconicidad y pregnancia; mesomorfismo, valor medio de iconicidad y pregnancia; amorfismo grado más bajo de iconicidad y pregnancia. “ (Vilchis, L. 2002, p. 61) Quedando la ficha de la siguiente manera

**Anatomía del mensaje visual:**

	<b>Grados de iconicidad</b> (relación entre la realidad y nuestra experiencia)	Nivel de realismo de una imagen		
		<b>bajo</b>	<b>medio</b>	<b>alto</b>
	<b>Isomorfismo</b> (calidad más alta de iconicidad)			
	<b>Mesomorfismo</b> (valor medio de iconicidad)			
	<b>Amorfismo</b> (grado más bajo de iconicidad)			
Siendo el nivel bajo en lo que corresponde al realismo de la imagen que en cierto grado cuesta más trabajo por su trazo formal o abstracción vincular con la realidad.				
<b>Descripción de la imagen:</b>				

**Ficha de aspectos físicos del personaje:** Tomando en cuenta lo expuesto por Juan Manuel Buenrostro Díaz, las formas básicas presentadas en el aspecto físico de los personajes nos reflejan sus condiciones expresivas, esto es, si la forma básica corresponde a un círculo, inspira ternura y simpatía, esencial para personajes infantiles e igualmente efectivo para caricaturas pacíficas. Si su aspecto físico se adapta a un cuadrado, se trata de tipos duros, esta forma se utiliza para personajes amenazantes. Si la forma utilizada es un triángulo, las formas angulosos y cortantes de esta figura proporcionan un aura de amenaza y maldad muy sutil. (2010, p.80) Considerando lo anterior se realizó una diagramación con estas formas básicas en cada uno de los personajes para asociar dichas formas con las condiciones expresivas del mensaje y determinar el carácter del personaje.

**Aspecto físico del personaje asociado a las condiciones expresivas y gráficas del mensaje.**

Círculo		Cuadrado		Triángulo	
---------	--	----------	--	-----------	--

Una vez estipulado el grado de iconicidad por medio de la descripción de la imagen se observan los aspectos físicos del personaje para la detección de la relación de la mascota gráfica con elementos distintivos del escudo nacional del país sede al que representa.

**Relación de la mascota gráfica con elementos distintivos del escudo nacional del país sede al que representa.**

Nivel de relación	Nula	Mínima	Mucha	Absoluta

**Ficha de postura del personaje:** Esta ficha se asocia a las condiciones expresivas del mensaje, con referencia lenguaje corporal.

**Postura:**

Comentarios:

Para concluir el análisis sintáctico descriptivo formal y expresivo del discurso de las mascotas gráficas se analiza la figura retórica utilizada en la conjugación de los elementos gráficos.

**Figura retórica:**

Comentarios:

Con el aporte de los resultados de las fichas antes mencionadas con las cuales se analizó cada uno de los discursos de las mascotas gráficas de los mundiales, se realizó el análisis de interpretación semiótica de las posibles argumentativas contenidas en el mensaje gráfico.

Para la realización del análisis antes mencionado utilicé el modelo de comunicación gráfica de las funciones comunicativas propuesto por Manuel López Rodríguez, quien presenta un análisis semiótico de la imagen cuyo origen conceptual deriva del modelo de comunicación de Roman Jakobson, dicho modelo analiza de manera principal los elementos correspondientes al contexto, mensaje, código y receptor; “la fuerza de la comunicación radica en el mensaje y el emisor y el receptor están condicionados por dicha fuerza”. (López, M. 1993, p. 215) otorgándole a la investigación un nivel explicativo, de la interpretación de los datos.

Se eligió dicho modelo ya que las funciones comunicativas son las “variables dependientes del diseñador, el texto y el contexto” elementos principales para el estudio aquí expuesto. (Vilchis, L. 2002, p.45)

Manuel López Rodríguez, define a las funciones del modelo de la siguiente manera:

Función de intencionalidad o emotiva, que corresponde al emisor, la cual da origen al proceso de comunicación, es decir, si no se presenta una intención de comunicación se está imposibilitado a comunicar. Ésta refleja el matiz emotivo o expresivo de lo que aparentemente pretende decir el emisor, “no niega la intención, se funde con ella.”(p. 216).

Función conativa o de conato, que corresponde al receptor, ésta se dirige a llamar la atención del receptor hacia el mensaje, “halla su más pura expresión gramatical en el vocativo y el imperativo”. Es la función que persigue influir en la conducta del receptor. (p. 216).

Función referencial, que corresponde al contexto, se trata de una función cognoscitiva, cuya razón de ser primordial es aquello a lo que se hace referencia, “el contenido de la comunicación”. (pp. 216, 217)

Función poética o estética, que corresponde al mensaje, el referente pierde su categoría de instrumento de la comunicación y se convierte en su objeto, “el mensaje se vuelve su propio referente, al referirse a sí mismo”. (pp. 217, 218)

Función fática, que corresponde al contacto, es “la llamada de atención que obtiene la función conativa” ésta tiene que ser prolongada el tiempo necesario para la recepción del mensaje de acuerdo a la intención entre el emisor y el receptor. (p. 219)

Función metalingüística, que corresponde al código, “metalenguaje es el llamado lenguaje del lenguaje”. En el caso de la comunicación gráfica, un metalenguaje serían ciertos índices internos del mensaje que nos darán su clave de interpreta-

ción. Ésta tiene por objeto definir el sentido de los signos de esta tiene por objeto definir el sentido de los signos de un lenguaje en particular. (p. 219)

El modelo de comunicación se esquematiza de la siguiente



En la práctica del análisis utilicé el siguiente formato.

<p><b>Mascota</b></p>     <p>Nombre: País: Año: Diseño:</p>	<p>Emisor. Función Emotiva o Función de intencionalidad.</p>
	<p>Receptor. Función Connativa.</p>
	<p>Contexto. Función Referencial. Contexto cultural Contexto global</p>
	<p>Mensaje. Función poética o función estética.</p>
	<p>Código. Función metalingüística</p>
	<p><b>Conclusión:</b> Interpretación sintáctica y semiótica del discurso gráfico de las mascota, en referencia al los códigos utilizado en ella.</p>

En la ficha anterior se exponen las conclusiones de la interpretación semiótica de cada uno de los discursos gráficos de las mascotas de los mundiales FIFA, con el propósito de obtener las consideraciones finales las cuales se derivaron de dichas conclusiones obtenidas de la totalidad de los análisis realizados y así esquematizar de forma diacrónica la manera en que la globalización ha influido en símbolos de carácter nacional de difusión global.

# ANÁLISIS





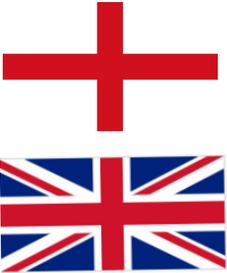
Una vez realizada la explicación de los puntos formadores del diseño metodológico y de los criterios que conformaron las bases para los análisis gráficos discursivos que conforman la muestra, los presento a continuación.



Comenzamos con Inglaterra, sede de la VIII Copa del Mundo, (1966) su elección como país anfitrión se decidió en el congreso FIFA en el año de 1960 en Roma, Italia, siendo el presidente de la FIFA el Inglés Stanley Rous. Esta gesta deportiva es la más grande de la cual se tiene registro en esta nación cuna del fútbol moderno, y ganadora de la Copa Mundial en única ocasión en ese año y hasta la fecha. Wembley fue el estadio donde se realizó la ceremonia de apertura, el primer partido y la gran final. Dicho estadio es el más famoso de Inglaterra, al igual que se dice que Inglaterra y fútbol son palabras sinónimas. Inglaterra presentó por primera vez una mascota oficial llamada “Willie”.



<p>Mascota</p>  <p>Nombre: "Willie" País: Inglaterra Año: 1966</p>	<p><b>Código morfológico</b> Esquemas formales (condiciones <b>sintácticas</b> de la imagen)</p>			
	Simplicidad	×	Complejidad	
	Unidad	×	Fragmentación	
	Actividad	×	Pasividad	
	Neutralidad		Acento	×

	<p><b>Código cromático</b> Nivel de condición del código cromático en relación a los colores de la bandera del país sede, en la fecha que se emitió la comunicación.</p>				
	Nivel de condición	Nulo	Mínimo	Medio	Máximo
					×

**Comentarios:** El nivel de condición del código cromático es absoluto ya que el personaje porta en la camiseta y en las calcetas los colores de la bandera del Reino Unido de la Gran Bretaña e Irlanda del Norte. (Vallejo P. 2006 p. 94)

Estos al ser saturados y compuestos de matices primarios, predominan. Los demás colores que, al igual son saturados pertenecen a variaciones secundarias de matices presentándose el acento cromático en la Cruz de San Jorge; el nombre del santo era invocado por los caballeros que lucharon bajo la protección del emblema con la cruz roja horizontal en la Guerra de los Cien Años (1338-1453). (Prail, A. 2003) Ésta representa, la bandera nacional de Inglaterra desde el siglo XIII. (Vallejo P. 2006 p. 95).

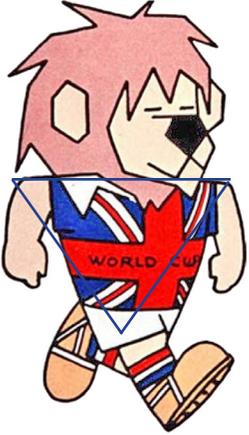
Para la mayoría de Europa el color rojo es símbolo de fuerza, energía, violencia.

	<b>Código tipográfico</b>
	<p><b>Composición gráfica:</b> tipografía sin serif, o de palo seco, en altas, con trazo manual, de texto continuo.</p> <p><b>Relación del texto tipográfico</b></p> <p><b>Evento deportivo:</b> el texto escrito “WORLD CUP” en la parte central de la camiseta del personaje informa que el evento al cual representa es la copa mundial y por la posición en donde se encuentra que se realizará en Inglaterra. Al estar escrito en mayúsculas le otorga cierta importancia a la información, pero su tamaño es muy pequeño y la palabra “CUP” no se entiende.</p>

### Anatomía del mensaje visual:

	<b>Grados de iconicidad</b> (relación entre la realidad y nuestra experiencia)	Nivel de realismo de una imagen		
		<b>bajo</b>	<b>medio</b>	<b>alto</b>
	<b>Isomorfismo</b> (calidad más alta de iconicidad)	×		
	<b>Mesomorfismo</b> (valor medio de iconicidad)			
	<b>Amorfismo</b> (grado más bajo de iconicidad)			
Siendo el nivel bajo en lo que corresponde al realismo de la imagen que en cierto grado cuesta más trabajo por su trazo formal o abstracción vincular con la realidad.				

**Descripción de la imagen:** El personaje refleja a la figura de un león, ya que las características físicas del felino están presentes, nos comunica directamente como es físicamente el animal, pero al tratarse de una caricatura tiene un grado de iconicidad de isomorfismo bajo, ya que se ha hecho una abstracción de la realidad, pero a pesar de haber reducido su expresión icónica se cumple con el objeto de reproducirle. El león porta playera, short, y calcetas deportivas lo que sugiere que se trata de un evento deportivo.



**Aspecto físico del personaje asociado a las condiciones expresivas y gráficas del mensaje.**

Círculo		Cuadrado		Triángulo	X
---------	--	----------	--	-----------	---

Comentarios: El cuerpo del personaje remite a una forma triangular, lo cual le proporciona un aura de amenaza y maldad. El trazo lineal utilizado y los polígonos de la melena, se relacionan con formas angulosas y cortantes, lo cual le otorga un carácter agresivo.

Considero que el estilo gráfico utilizado en la mascota corresponde por sus características al estilo gráfico internacional. <sup>1</sup>

<sup>1</sup> Estilo gráfico Internacional (1950-1980)  
 Características:  
 Unidad visual del diseño sin ninguna decoración  
 Uso de tipografía Sans- Serif  
 Utilización de formas geométricas  
 Información presentada de manera clara e imparcial



**Relación de la mascota gráfica con elementos distintivos del escudo nacional del país sede al que representa.**

Nivel de relación	Nula	Mínima	Mucha	Absoluta
			X	

**Postura:** La figura del personaje es activa, camina firmemente, de tres cuartos, muestra orgullo en el porte, cuerpo enfático y hombros levantados.

**Figura retórica: Prosopopeya**

Comentarios: La figura retórica predominante en la imagen es la prosopopeya. La prosopopeya “figura de Peninou”, la cual tiene como objetivo la “antropomorfización”. (López, M. 1993, p. 362) Son seres, animales, plantas, objetos en general carentes de inteligencia a los cuales se les dota de palabra y son capaces de pertenecer a un discurso, el receptor se ve cautivo por el mensaje ante esos elementos personificados, en el caso del personaje “Willie” el león es personificado con atributos y características humanas que le otorgan carácter y cualidades únicas.

## Interpretación semiótica de la unidad de análisis

Mascota



Nombre: "Willie"  
País: Inglaterra  
Año: 1966

### Emisor.

**Función Emotiva o Función de Intencionalidad:** El país representante presenta como mascota gráfica para el evento de la copa mundial FIFA 1966 a "Willie", un león con cuerpo enfático e imponente; el felino camina con paso firme, porta con orgullo y gallardía la camiseta con la bandera del Reino Unido, con el mensaje escrito "WORLD CUP" al centro de ésta, informando que su país es el representante de dicho evento. Su aspecto y porte expresa seguridad y prepotencia.

### Receptor.

**Función Connativa.** La función connativa no es directa, ya que el león no mira de frente, por lo tanto no se trata de un imperativo o vocativo, su función connativa es más que imperativa de actitud imperiosa, de orgullo, de prepotencia. La cruz de color rojo al centro, crea el primer contacto en la comunicación.

### Contexto.

#### Función Referencial

#### Contexto Cultural.

La función referencial del contenido del mensaje de la mascota "Willie" nos remite al contexto de identidad nacional del país representante, ésta función es clara ya que el león es utilizado en Inglaterra como símbolo predominante en los escudos de armas en los cuales se ha visto plasmada la historia del país. En la actualidad el escudo nacional de Inglaterra esta compuesto por tres leones, su descripción en heráldica sería de la siguiente manera, con tres leones pasantes, (figura animal en actitud de andar, de perfil y mirando a la diestra) denominado león leopardo, con la cabeza de frente, en color oro, lampasados y armados de azur, sobre un fondo de gules. El uso de la figura del león se remonta al escudo utilizado por Ricardo I, conocido como Ricardo "Corazón de León" de 1198 a 1340; éste personaje histórico cuenta con una de las leyendas más conocidas en la cual se relata que sacó el corazón por la boca a un león vivo, por la que recibió el apodo de "Corazón de León". En la historia de Inglaterra, sobre todo en las contadas acerca de Robin Hood y por el novelista Sir Walter Scott en "Ivanhoe", Ricardo I es el espejo del valor y la caballeridad. (*National Geographic*, Número 82, p. 76)



La función referencial es reforzada con el uso de la bandera nacional del Reino Unido. El nombre de “Wille” Guillermo en diminutivo (aquel que protege) es un nombre de tradición franca, difundido por toda Europa en la época medieval por influencia de numerosos santos destacando San Guillermo de Aquitania, quien defendió la frontera con la península Ibérica, por encargo de su primo Carlomagno. También es un nombre ligado a la nobleza, entre otros destaca “Guillermo el Conquistador”, duque de Normandía que conquistó Inglaterra. Lo anterior evidencia que el nombre de la mascota se relaciona con la tradición política y religiosa del Reino Unido. (*Gran enciclopedia Esparsa, 2005 Volumen 11*) (*blog - inglaterra. com 2011*)

### Contexto Global.

En el contexto global se vive una aparente recuperación de posguerra pues Europa y Japón se encontraban reconstruidas; los productos de lujo alimentos y bienes que habían escaseado, inundaban los mercados. Algunos de los hechos históricos más relevantes que caracterizaron a esta época fueron por ejemplo, en 1961 el levantamiento del muro de Berlín, el cual se convirtió en un símbolo de la división de Europa y del mundo durante la Guerra Fría. Se implantaron varias dictaduras militares en Latinoamérica. Personajes públicos mueren violentamente. Para algunos la libertad se encontraba en el sufragio universal, para otros en el uso de la píldora anticonceptiva. EE. UU. y la URSS, continúan con la intensa carrera espacial, por otra parte los franceses ven un programa de televisión transmitido desde los EE.UU. gracias al primer satélite comercial de telecomunicaciones, el “Telstar”.

Por otra parte en lo que corresponde al arte, fue un periodo de renovación, época de experimentación de todo tipo y nacimiento de nuevos estilos. El artista Roy Lichtenstein, estadounidense, fue una de las grandes figuras del Pop Art, se destaca su cuadro *Whaam!*, el cual expuso en la Tate Gallery, Londres, Lichtenstein se especializó en enormes aplicaciones de imágenes publicadas en revistas y en tiras de tebeos. No se puede dejar de mencionar a Andy Warhol, artista pop y realizador cinematográfico, el cual también destaca en esta época con sus obras más famosas, la serie: *Botes de Sopa Campbell's* y la película *Chelsea Girls*.





La industria del cine sufrió una crisis en los sesenta. La televisión, le arrebató su público habitual. La pequeña pantalla era barata, accesible y de producción inmediata: una nueva estrella de pop podía aparecer en escena antes de que se secase la tinta de su contrato. En comparación, la reproducción cinematográfica era lenta, complicada y muy costosa. Ante tal situación, Hollywood invirtió más dinero que nunca. La película de “Ben Hur” consiguió 11 premios Oscar en 1960 e instauró el modelo a seguir en la mayoría de las películas de la década, en ese mismo año también fue muy famosa la película de “Psicosis” de Alfred Hitchcock. Otras películas épicas fueron “El Cid”, “Lawrence de Arabia” y “Cleopatra”. (pp. 124,125)

En televisión se estrenan tres series importantes, “Batman”, “The Green Hornet” (el avispon verde) y “Star Trek” (Viaje a las estrellas). (Colección. Un año para recordar 1966)



### Mensaje.

**Función Poética o Función Estética.** Inglaterra presenta a “Willie”, representado por un león cuyo contenido simbólico además de informarnos e indicarnos que la justa deportiva se realizará en su país nos expresa a un país orgulloso de su historia, poderoso, con un sistema político monárquico, ya que el león es considerado entre los animales de la selva como el rey, éste, además es símbolo de “fuerza, coraje, ferocidad, valor y bravura”, lo que me permite interpretar por el contexto donde se genera la comunicación, que jugará con fuerza arrasadora dispuesto y seguro para triunfar en la contienda de la Copa Mundial. (signos y símbolos. consultado el 3 de diciembre del 2012 de: wordpress.com y [http://www.acropolis.org.uy/Investiga\\_y\\_Comparte/Simbolos/Leon.php](http://www.acropolis.org.uy/Investiga_y_Comparte/Simbolos/Leon.php))

## Código.

### Función Metalingüística.

La mascota realizada en su mayoría por formas geométricas, le brinda agresividad e imponencia al personaje que con paso firme y cuerpo enfático expresa seguridad y carácter prepotente. La simplicidad y unidad del manejo de las formas remite de manera clara a un león que porta la camiseta del Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte, lo cual refleja de forma inmediata su identidad, además el león es un símbolo de trascendencia histórica del país sede ya que éste se ha utilizado predominantemente e inclusive en la actualidad se utiliza en el escudo nacional. El significado simbólico de este felino en el contexto nacional es de fuerza, coraje, ferocidad, valor y bravura. “Wille” cuenta con cierto grado de abstracción icónica, por lo tanto considero que su grado de iconicidad es de isomorfismo medio, se ubica un acento predominante en la cruz de color rojo que representa al país de Inglaterra en la configuración de la bandera del Reino Unido e Irlanda del Norte, en la cual está escrito con mayúsculas “WORD CUP” informando que la Copa Mundial se realizará en su país. El nombre de la mascota gráfica remite a personajes históricos de la nación en lo referente a su tradición religiosa y política.

En lo que respecta al código futbolístico el discurso emplea diferentes signos que en cierto grado y manera nos remiten a éste, los cuales son el uniforme deportivo y el texto escrito, lo cual sugiere la actividad y evento que promociona.

### Conclusión:

La mascota de Inglaterra es conformada con elementos simbólicos de identidad nacional del país sede, ya que el símbolo utilizado para la emisión del discurso es un león cuya antropomorfización le otorga cualidades únicas al discurso.

El león es un símbolo utilizado predominantemente en los escudos de armas del país representante, el cual significa “fuerza, coraje, ferocidad, valor y bravura”. El felino con paso firme

Mascota



Nombre: “Willie”

País: Inglaterra

Año: 1966

y carácter imponente porta con gallardía y prepotencia la camiseta con la bandera del Reino Unido de Inglaterra e Irlanda del Norte, reflejando de manera directa su identidad y fusión con Gales, Escocia e Irlanda del Norte bajo un mismo trono. El mensaje escrito “Wold Cup” en lo que corresponde a los elementos que conforman la bandera se encuentra escrito sobre la bandera nacional de Inglaterra lo cual refuerza la función referencial correspondiente a los códigos de identidad nacional.

El discurso de la mascota gráfica ejemplifica a un país conquistador, fuerte, y con un sistema político históricamente monárquico. El nombre de la mascota “Willie” hace referencia a la tradición religiosa y política del país sede. La comunicación esta inmersa en los códigos de identidad nacional lo cual le otorgan claridad al mensaje que se quiso transmitir y estos corresponden a la historia cultural, política y religiosa del país representante.

Los códigos globales marcan el inicio de una época de avances tecnológicos, cambios políticos y sociales los cuales repercutirán en la historia mundial, pero estos no se ven reflejados en el discurso.

Continuamos con México 1970 que presenta a “Juanito” quien gracias al sistema satelital “Telstar” se dio a conocer por primera vez en imágenes a color.



## Construcción gráfica discursiva de las mascotas de los mundiales FIFA.

<p>Mascota</p>  <p>Nombre: "Juanito" País: México Año: 1970</p>	<p><b>Código morfológico</b> Esquemas formales (condiciones <b>sintácticas</b> de la imagen)</p>			
Simplicidad	×	Complejidad		
Unidad	×	Fragmentación		
Actividad	×	Pasividad		
Neutralidad		Acento		×

<p><b>Código cromático</b></p> <p>Nivel de condición del código cromático con relación a los colores de la bandera del país sede, en la fecha que se emite la comunicación.</p>					
	Nulo	Mínimo	Medio	Máximo	Absoluto
				×	

**Comentarios:** El nivel de condición del código cromático es máximo ya que el personaje porta en el uniforme los colores de la bandera del país anfitrión, el verde, blanco y rojo al ser saturados y compuestos de matices primarios predominan. Los demás colores que son difuminados pertenecen a variaciones secundarias de matices.

El código futbolístico se manifiesta en el personaje de manera clara ya que éste utiliza además del uniforme deportivo, zapatos de fútbol y aparece el balón utilizado en dicha disciplina.

## Código tipográfico

**Composición gráfica:** Tipografía diseñada por Lance Wyman para el sistema gráfico complejo de identidad realizado para las Olimpiadas de México 1968; conformada por líneas múltiples en repetición formando patrones. (Meggs, P. 1991, p. 480)

### Relación del texto tipográfico

**País sede:** Lance Wyman consideró como referencia para la realización del diseño tipográfico, antiguos utensilios aztecas y elementos del arte popular mexicano, aspectos distintivos de la cultura mexicana. El texto escrito “México 70” con el mismo tipo de letra utilizado en el evento de las Olimpiadas igualmente de carácter deportivo y a nivel mundial, permite la correlación del personaje con el país anfitrión. La colocación del mensaje en la parte central del sombrero, de palma (materia prima comúnmente utilizada para su elaboración en México) símbolo distintivo de la indumentaria del país anfitrión y al no pertenecer a la vestimenta de un jugador de futbol, nos llama la atención y le otorga jerarquía a la información que se quiere transmitir, identificándose el acento de la mascota, en mi consideración, en éste elemento y en el mensaje escrito “México 70”.

**Evento deportivo.** El texto informa el año del evento



## Anatomía del mensaje visual:

Grados de iconicidad (relación entre la realidad y nuestra experiencia)	Nivel de realismo de una imagen		
	bajo	medio	alto
<b>Isomorfismo</b> (calidad más alta de iconicidad)		×	
<b>Mesomorfismo</b> (valor medio de iconicidad)			
<b>Amorfismo</b> (grado más bajo de iconicidad)			

Siendo el nivel bajo en lo que corresponde al realismo de la imagen que en cierto grado cuesta más trabajo por su trazo formal o abstracción vincular con la realidad.



**Descripción de la imagen:** El personaje está dibujado de forma detallada y realista, refleja la figura de un niño, vestido con traje deportivo, que porta un sombrero de paja, de ala ancha y copa alta; color de piel morena clara, cabello negro lacio, ojos rasgados, de frente, un poco obeso, por lo cual su playera en la parte abdominal es corta y deja observar su ombligo, cara de forma redonda, sus mejillas se resaltan por estar esbozando una sonrisa, tiene flexionada la pierna derecha ya que pisa un balón de fútbol, posa su mano en la rodilla de manera firme, por lo cual su brazo derecho esta flexionado, el izquierdo le cuelga de manera relajada.

La mascota presenta un grado de iconicidad de isomorfismo medio, pues el personaje reproduce en su figura la realidad por semejanza, expresando lo que vemos sin tener dificultad para lograr su reconocimiento.

<p>Escudo Nacional de México</p>  <p>Entidad  Estados Unidos Mexicanos</p>	<p><b>Relación de la mascota gráfica con elementos distintivos del escudo nacional del país sede al que representa.</b></p>			
Nivel de relación	Nula	Mínimo	Media	Absoluta
	✗			

	<p><b>Aspecto físico del personaje asociado a las condiciones expresivas y gráficas del mensaje.</b></p>			
	Círculo	✗	Cuadrado	Triángulo
<p>Comentarios: El personaje al ser conformado en su mayoría por formas curvas inspira ternura y simpatía, ésta pertenece a la “categoría de caricaturas pacíficas e ideal para la realización de personajes infantiles” (Buenrostro, 2010 p. 80). La sonrisa representa una señalización facial comúnmente considerada como indicador de efectos positivos, como felicidad, placer y ternura. (Ricci, P; Cortesi, S. 1980, p. 142)</p>				

**Postura:** La postura del personaje es activa, su expresión corporal remite a la posición comúnmente utilizada por los jugadores de futbol al ser fotografiados. Se encuentra de frente.

**Figura retórica: Metonimia**

Comentarios: La metonimia es una figura retórica de “adjudicación de un sentido por otro que lo refiere, dado que ambos pertenecen a un universo referencial habitualmente común. Toma así la causa por el efecto, la cualidad por el portador, el continente por el contenido o viceversa, y su asociación descansa en que comúnmente comparten su sentido”. (Tapia A. 1991, p. 64)

**Interpretación semiótica de la unidad de análisis**

**Emisor.**

**Función Emotiva o Función de Intencionalidad:** México presenta a “Juanito” un niño que porta el uniforme de la selección tricolor, conformado con los colores de la bandera nacional. En su vestimenta destaca un sombrero de paja típico de la indumentaria del país representante con el mensaje escrito al centro del sombrero “México 70”, el cual informa el lugar y año de realización del evento. Sus rasgos faciales ojos rasgados y cabello negro lacio muestran la herencia indígena cultural del mismo, con la sonrisa manifiesta el trato amable característico de los mexicanos hacia los extranjeros, además deja al descubierto el ombligo, inspirando ternura y simpatía.

**Receptor.**

**Función Connativa.** La función del receptor, o connativa es clara y directa, el mensaje me invoca a mí, receptor, pues me mira de frente. Su función de “contacto” está presente en la llamada de atención que se representa en el sombrero elemento que, en mi consideración es el acento predominante de la imagen: El personaje al contar con un grado de iconicidad de isomorfismo medio, facilita la comunicación con el receptor. “Juanito” nos informa que la fiesta del mundial se realizará en su país y nos invita cordialmente a jugar y divertirnos con él, lo “hace sentir”.

Mascota



Nombre: “Juanito”  
País: México  
Año: 1970

## Contexto.

### Función Referencial

### Contexto Cultural.

El contexto que se vive en el país es aparentemente pacífico ya que a escasos dos años atrás el pueblo mexicano fue impactado por los hechos ocurridos en la “matanza de Tlatelolco”.

La fiesta mundial de futbol se realizó en México; expresando en la manera de ilustrar a la mascota que México es un país tradicional, amable, pacífico, arraigado en sus raíces culturales. (Bonfil, 1991, pp. 132, 133 ). El nombre de Juan<sup>1</sup> es uno de los nombres más grandes de la cristiandad y uno de los más frecuentes, empezando por San Juan Bautista, al igual que Juan Diego Cuauhtlatatzin<sup>2</sup>, conocido como San Juan Diego, quien fue el primer indígena de América Latina que, según la tradición católica en México presenció la aparición de la Virgen de Guadalupe en 1531. Partiendo de lo anterior podemos considerar que el nombre de “Juanito” hace alusión a la religión católica que la mayoría de los mexicanos pertenece.

El sombrero forma parte de los usos, costumbres, tradición cultural e histórica de México, ya que distingue la vestimenta del mexicano, dependiendo de la región es el tipo de material con el que se elabora. Éste fue utilizado en sus principios como defensa del sol o frío, pero transpasó las fronteras de las inclemencias del tiempo al distinguir costumbres, comunidades, clases sociales, grupos religiosos y políticos a lo largo de la historia de México por lo tanto representa parte primordial de la identidad de los mexicanos, además, la diversidad de formas y materiales utilizados para su realización también representan la riqueza del arte popular mexicano. (Rodríguez, A.) Posteriormente, otras formas expresivas se sumaron para transmitir las narrativas de identidad, es el caso del arte y el cine, cuyos papeles para imaginar la nación y personalidad del mexicano resultó definitivo, convirtiéndose el sombrero en símbolo de la de la historia cultural, fiesta y música popular de nuestro país.

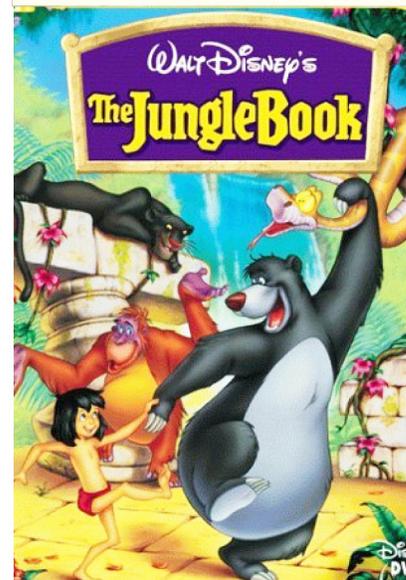
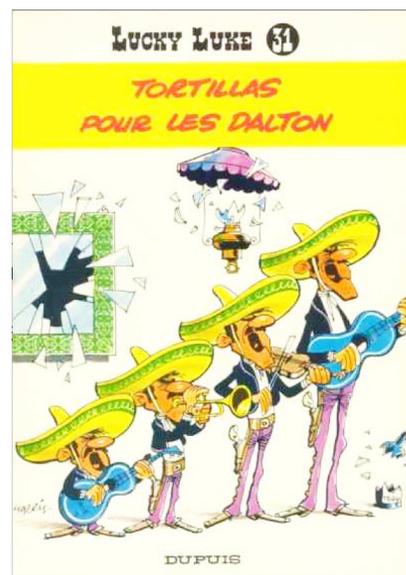
<sup>1</sup> Procede del hebreo Yo-hasnam, con el significado de “Dios es misericordioso”. Otra etimología muy cercana es la de Jo-hanan o Jo-hannes, que significa “Dios está a mi favor”.

<sup>2</sup> Cuauhtlatatzin significa “el águila que habla” en idioma náhuatl.

## Contexto Global

Es la época de las rebeliones y represiones, jóvenes de distintos países alzan la voz para demandar el respeto a la autonomía, la igualdad de oportunidades y el término de las guerras. El conflicto de Vietnam continúa, los soviéticos invaden Checoslovaquia; en China se inicia la revolución cultural, y con ella la lectura multitudinaria del libro rojo de Mao Zedong. El 4 de abril de 1968 Martín Luther King activista por los derechos civiles en EE.UU. y premio Nobel de la Paz es asesinado. En México se oculta la masacre bajo la gloria olímpica.

Por otra parte se le da la bienvenida a la novela cumbre del “boom” latinoamericano: Gabriel García Márquez publica “Cien años de soledad”. Para viajar el supersónico avión “Concorde”, los astronautas pasan cada vez más tiempo en el espacio. En 1969 se da “un pequeño paso para el hombre ... y un gran salto para la humanidad”, Neil Armstrong baja de Apolo 11 y planta sus huellas en la superficie lunar. Los televidentes no se pierden ni un capítulo de “Viaje a las estrellas”. Ante los lamentos de sus fans, el final de los Beatles es inminente; en Woodstock, el rock alza la voz en contra de la guerra. De las historietas de humor con relación al tópico mexicano destaca “Los Dalton Van a México” editado por “Dupuis”, en 1967. En el cine Disney presenta en ese mismo año “The Jungle Book” (El libro de la selva), en ciencia ficción sobresale la película “Planet of the Apes” (El planeta de los simios) en 1968. En México los televidentes disfrutaban del programa “Siempre en domingo”, y para los niños el 10 de noviembre de 1969 se empieza a transmitir el programa “Plaza Sésamo” y “Scooby Doo”. En 1970 “Capulina” se enfrenta a vampiros y se transmiten los primeros episodios de “El chavo del ocho” de la serie Chespirito. ( Colección. Un año para recordar 1967,1968,1969 y 1960 ) En caricaturas, de las más conmemoradas de 1960 a 1970 destacan “El gallo Claudio”, “Los Tres Mosqueteros”, “El inspector Ardilla”, transmitida en 1965 en el show de la “Hormiga Atómica”, Hanna-Barbera presenta por segunda vez por la cadena CBS en el año de 1966, Canuto y Canito. Sobresale también “Los super amigos”(Super Friends), “Speedy Gonzáles” y “Los Picapiedra” entre otros. (Vnicolav, 2000-2012 Aquellos años 60 y 70 ).







**Mensaje.**

**Función Poética o Función Estética.**

La función poética es reconocida al encontrarnos con una ilustración que nos invita de forma simpática y amable a jugar futbol, su carácter benigno nos hace “sentir” su cordialidad y simpatía, porta el uniforme con los colores de la bandera nacional de su país y además utiliza el sombrero para distinguir su origen e identidad. La mascota es objeto de comunicación que informó en su tiempo que el mundial se efectuaría en México, incluso ahora nos sigue informando que se efectuó en dicho lugar, aunque éste nivel informativo queda opacado por el nivel estético, ya que la carga simbólica de los elementos que conforman su composición, considero que muestran el carácter y personalidad de los mexicanos, sus raíces indígenas, e historia del país al cual representa “Juanito”, además el nombre hace alusión a la tradición religiosa de los mexicanos.

**Mascota**



Nombre: “Juanito”

País: México

Año: 1970

Mascota



Nombre: "Juanito"  
País: México  
Año: 1970

**Código.**

**Función Metalingüística.**

La expresión formal de "Juanito" es simple y realista, utiliza la ilustración para expresarse; la unidad del manejo de las formas le otorgan un claro reconocimiento, está realizado en su mayoría por contornos circulares inspirando ternura y simpatía, el uniforme deportivo está compuesto por los colores de la bandera nacional, sus rasgos faciales muestran la herencia indígena cultural de su país, encontrándose el acento predominante en el sombrero, símbolo de la identidad nacional de su país reforzando el mensaje con el texto escrito "México 70".

Con lo que respecta al código futbolístico éste se manifiesta en el símbolo del balón, los tachones de futbol, y el uniforme deportivo, quedando claro que la mascota promociona un evento deportivo de carácter futbolístico.

**Conclusión de la Interpretación semántica de las funciones comunicativas del discurso gráfico de la mascota "Juanito", en referencia a los códigos simbólicos utilizados en ella.**

La mascota de México 1970, "Juanito" (nombre que hace alusión a la religión católica) al presentar rasgos faciales comunes de la herencia indígena expresa sus raíces culturales, muestra un carácter benigno y simpático reflejando así la personalidad de los mexicanos. Porta los colores de la bandera nacional; acentuando el mensaje con el sombrero, símbolo de la historia cultural, fiesta y música popular de México, en el cual lleva escrito en la parte central "México 70". Lo anterior hace de la composición de los códigos simbólicos utilizados en el discurso gráfico una referencia de significación unísona que refleja su sentido en el contexto nacional.

El código futbolístico, se manifiesta con el elemento del balón, el traje deportivo y la postura de "Juanito".

La FIFA, volvió a elegir una sede mundialista que heredaba la estructura de los Juegos Olímpicos, Alemania Occidental. El evento se realizó del 13 de junio al 7 de julio de 1974 y participaron 16 equipos. Una de las sorpresas de éste mundial fue la participación de Alemania Democrática.

Tip y Tap fueron difundidos de manera global ya que fue el primer mundial transmitido por televisión en esa dimensión.



## Construcción gráfica discursiva de las mascotas de los mundiales FIFA.

<p>Mascota</p>  <p>Nombre: "Tip y Tap" País: Alemania Occidental Año: 1974</p>	<p><b>Código morfológico</b> Esquemas formales (condiciones <b>sintácticas</b> de la imagen)</p>			
Simplicidad	✗	Complejidad		
Unidad	✗	Fragmentación		
Actividad	✗	Pasividad		
Neutralidad		Acento		✗

	<p><b>Código cromático</b></p> <p>Nivel de condición del código cromático con relación a los colores de la bandera del país sede, en la fecha que se emite la comunicación.</p>			
Nivel de condición	Nulo	Mínimo	Medio	Absoluto
		✗		

### Condiciones semánticas por la que los colores tienen referencias culturales.

Los personajes muestran en su composición los colores del uniforme histórico de la selección alemana, camiseta blanca y short negro que representan los colores de la bandera de Prusia, otorgándoles una asociación histórica en cuanto a los símbolos de identidad nacional.

El contacto con el medio dependiente de los hechos históricos, políticos y sociales que se viven en Alemania, conducen a acordar la asociación del color blanco que presenta el balón con la paz (González, I. 2008 pp. 188) y el negro y amarillo utilizado en el cabello con las diferencias raciales.

<p><b>Código tipográfico</b></p>	
<p>Composición gráfica: Tipografía con rasgos caligráficos, sin serif en mayúsculas con contraste de grosor en las astas, y en los números, legible. Colocación: en el centro de la camiseta de los personajes.</p>	
<p><b>Relación del texto tipográfico</b> País sede:</p> <hr/> <p>Evento deportivo. Las iniciales WM quieren decir “Weltmeisterschaft” en alemán y con el número “74” forman la abreviatura WM74 (Copa Mundial 74).</p>	

**Anatomía del mensaje visual**

<p><b>Grados de iconicidad</b> (relación entre la realidad y nuestra experiencia)</p>	<p>Nivel de realismo de una imagen</p>			
	<p><b>bajo</b></p>	<p><b>medio</b></p>	<p><b>alto</b></p>	
<p><b>Isomorfismo</b> (calidad más alta de iconicidad)</p>		<p>×</p>		
<p><b>Mesomorfismo</b> (valor medio de iconicidad)</p>				
<p><b>Amorfismo</b> (grado más bajo de iconicidad)</p>				
<p>Siendo el nivel bajo en lo que corresponde al realismo de la imagen que en cierto grado cuesta más trabajo por su trazo formal o abstracción vincular con la realidad.</p>				

**Descripción de la imagen:**

La mascota gráfica está dibujada en forma de una caricatura sencilla y realista. El personaje refleja la figura de dos jóvenes vestidos con traje deportivo, con camiseta de manga larga, mostrando los dos el ombligo, con short negro, calcetas blancas con negro, usan unos grandes tachones de fútbol; de color de piel clara, el joven de la derecha es de complexión media de cabeza redonda y cabello negro el cual está peinado de forma indiferente, tiene pecas en la frente y unas marcadas



chapas circulares en las mejillas las cuales resaltan su franca sonrisa que deja a la vista sus dientes, sus ojos son ovalados con la mano derecha sostiene un balón y con el brazo izquierdo abraza a su compañero. Porta en su camiseta las letras mayúsculas WM. El personaje de la izquierda tiene la cabeza en forma de óvalo, es más alto, su complexión es media, su cabello es rubio y esta peinado de forma indiferente. Tiene marcado en las mejillas unas chapas en forma de círculo los cuales resaltan su franca sonrisa que nos muestra sus dientes; sus ojos son ovalados y negros. Con su brazo derecho abraza a su compañero y el izquierdo se encuentra levantado, de forma entusiasta saluda, muestra la palma de su mano y los dedos abiertos, esto le otorga al personaje una postura activa. Porta en su camiseta el número 74.

La mascota presenta un grado de iconicidad de isomorfismo medio, pues el personaje reproduce en su figura la realidad por semejanza, expresando lo que vemos sin tener dificultad para lograr un reconocimiento.



**Relación de la mascota gráfica con elementos distintivos del escudo nacional del país sede al que representa.**

Nivel de relación	Nula	Mínimo	Media	Absoluta
	✗			



**Aspecto físico del personaje asociado a las condiciones expresivas y gráficas del mensaje.**

Círculo	✗	Cuadrado		Triángulo	
---------	---	----------	--	-----------	--

Comentarios: los personajes al ser conformados en su mayoría por formas curvas, inspiran “ternura y simpatía”. Los dos personajes manifiestan una sonrisa que muestra los dientes expresando “sinceridad y apertura”. Nos miran directamente reflejando “agrado y simpatía”, el personaje del lado izquierdo levanta el brazo de manera impetuosa y saluda mostrando la palma de la mano en “solicitud de confianza”. Se abrazan fraternalmente, señal de compañerismo y unión. (González. I, 2008 pp. 193,195)

**Postura:** asociado a las condiciones expresivas del mensaje

Comentarios: La postura de los personajes es activa, uno de ellos saluda de forma entusiasta lo cual en mi consideración representa el acento o índice predominante en la imagen.

Levanta su mano para que lo veas, abraza a su compañero y su compañero abraza al balón.

### **Código futbolístico**

Comentarios: Se encuentra representado con el uniforme deportivo, zapatos de fútbol y el balón totalmente blanco.

### **Figura retórica: Metonimia**

Comentarios: La metonimia es una figura retórica de “adjudicación de un sentido por otro que lo refiere, dado que ambos pertenecen a un universo referencial habitualmente común. Toma así la causa por el efecto, la cualidad por el portador, el continente por el contenido o viceversa, y su asociación descansa en que comúnmente comparten su sentido”. (Tapia A. 1991, p. 64)

## **Interpretación semiótica de las funciones comunicativas de las unidades de análisis**

### **Emisor.**

#### **Función Emotiva o Función de Intencionalidad:**

Alemania Occidental presenta a la mascota “Tip y Tap”, dos jóvenes que portan el uniforme histórico de la selección de fútbol con el mensaje escrito en el centro de sus camisetas informando que la Copa Mundial se realizará en su país en el año de 1974. Uno de ellos te saluda de forma entusiasta en solicitud de confianza, abraza a su compañero y su compañero abraza a un balón, usan unos enormes tachones de fútbol, miran de frente con agrado y simpatía. Sus rasgos físicos muestran diferencias, en lo que se refiere a estatura y color de cabello, pero los dos sonríen expresando sinceridad y apertura .

Mascota



Nombre: “Tip y Tap”  
País: Alemania Occidental  
Año: 1974

### **Receptor.**

**Función Connativa.** La función del receptor o connativa es directa. El mensaje invoca al receptor, pues mira de frente, evoca, invita, persuade a la unión, fraternidad y paz sin importar las diferencias físicas.

El “contacto” de la comunicación se logra con el acento en la imagen que levanta el brazo permitiéndome interpretar “¡mírame, estamos aquí!” y de manera simpática te invita a participar en la copa mundial.

### **Contexto.**

**Función Referencial**

**Contexto Cultural.**

Alemania Occidental experimentaba, en la fecha que se realizó el mundial, la división de su nación y familias separadas por el “Muro de Berlín”, símbolo de la división y presencia de la Guerra Fría, construido en agosto de 1961 y resultante de los hechos ocurridos en la Segunda Guerra Mundial. El pueblo alemán vive la división política e ideológica, consecuente de la guerra. Estados Unidos, Gran Bretaña, y Francia ocupan la República Federal de Alemania, la sociedad “cambió”, su estilo de vida y sus actitudes se occidentalizaron y americanizaron. La URSS estableció en su zona de ocupación a la República Democrática de Alemania. *(Ocaña, J. 2003)*

Alemania, cuna de personajes como Bismarck y Hitler, es un país que vivió en carne propia el horror de los colapsos de la Primera y Segunda Guerra Mundial de la cual fue protagonista, y perdedora en las dos guerras, hechos que marcan de manera contundente su pasado histórico.

La Segunda Guerra Mundial, considerada como la más sangrienta del siglo con hechos como el “holocausto”, contribuyó a que la imagen del pueblo alemán, percibida desde estos hechos quedara marcada en la memoria del mundo entero y en las generaciones futuras.

La imagen de la identidad del alemán se relacionaría con la de un “terrible hombre máquina, uniformado y con casco de punta, quien la instrucción militar le había arrebatado todo sentimiento y en quien el lenguaje humano se reducía a la voz de mando y al saludo militar”. *(Álvarez, A. 2003, pp. 27, 30,31,32,33,34, 35.)*

La dictadura nazi “cambió el sentido de los tradicionales símbolos alemanes” y los empleó para sus propios intereses. *(Ospina, J. 2008)*

## Contexto Global

En el contexto global se vivía entre otros sucesos, la incertidumbre y temor latente de la Guerra Fría, conflicto clave de las relaciones internacionales durante casi medio siglo librado en los frentes políticos económicos y propagandísticos. En 1971 la OPEP fija unilateralmente los precios del petróleo. Se celebran las Olimpiadas de Múnich 1972, el grupo terrorista palestino Septiembre Negro secuestra y asesina a once integrantes del equipo de Israel, a pesar de la tragedia los juegos Olímpicos continuaron con aparente normalidad. En 1973 En Argentina muere el presidente, Juan Domingo Perón, su esposa María Estela Martínez de Perón asume el cargo convirtiéndose en la primera mujer Jefe de Estado en Sudamérica.

Por otra parte en lo referente a la cultura y el entretenimiento en 1971 se inaugura Disney World, en Orlando Florida. Pablo Neruda es acreedor al premio Nobel de Literatura en 1972. El “Oscar” para la mejor película es para el Padrino (EE.UU.)

En tecnología y ciencia la invención de equipos electrónicos, la radio a transistores, la primera calculadora científica de mano, video discos, Atari lanza el video juego de generación, “Pong”. En 1973 Martín Cooper hace la primera llamada con un teléfono celular desde Nueva York. Comienzan las microcomputadoras.

### **Mensaje.**

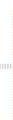
#### **Función Poética o Función Estética.**

“Tip y Tap” representan en mi consideración, un reflejo del contexto situacional que se vive en el espacio y tiempo que se emite el discurso, Alemania Occidental vive la separación de su nación, saben lo que es la guerra y expresan en su discurso el sentimiento de su nación el cual se vincula con la unión, fraternidad y paz.

### **Código.**

#### **Función Metalingüística.**

“Tip y Tap” presentan en lo que refiere a sus cualidades formales, simplicidad, actividad y acento. Está dibujada en forma de una caricatura sencilla y realista. En lo que respecta al código cromático presenta un nivel mínimo de relación con la bandera y nulo con el escudo nacional ya que los personajes portan los colores de la selección de fútbol. Presenta unidad, el manejo de las formas le otorgan un grado de isomorfismo medio, lo cual facilita la comunicación.



**Conclusión** de la interpretación semántica de las funciones comunicativas del discurso gráfico de la mascota “Tip y Tap”, en referencia al los códigos simbólicos utilizados en ella.

En el discurso gráfico de “Tip y Tap” de Alemania Occidental se pudo identificar con lo que respecta al los resultados del análisis que conforman los valores de la estructura sintáctica, y en la interpretación simbólica de las funciones comunicativas que los diferente símbolos empleados en el mensaje, no tienen relación con los símbolos de identidad nacional. El contexto de situación mediata lo justifica, por lo que al discurso se le determina un significado social dependiente de los códigos de identidad cultural.

La historia del país como protagonista de las dos guerra mundiales, la situación política, y social que se vive el país representante, determina su discurso. El color del uniforme se vincula con los lazos de pertenencia histórica cultural y geográficos de lo que fue Prusia.

La mascota a su vez, en mi consideración, actúa como símbolo del cambio de la identidad alemana que pretende resarcir la imagen que dejaron marcados los hechos de las guerras. Alemania Occidental emite en el discurso apertura, disposición, fraternidad, sinceridad, agrado, solicitud de confianza y paz.

El código futbolístico presenta el balón de color blanco, éste por el contexto situacional donde se emite la comunicación me refiere al significado simbólico de convención asociado con la paz.

Continuamos con Argentina en donde las fuerzas armadas derrocan el gobierno constitucional de María Estela, también llamada “Isabelita” Martínez de Perón. Tras golpe de Estado, (24 de marzo de 1976) se da origen a la dictadura denominada Proceso de Reorganización Nacional, dictadura cívico militar comandada por las tres Fuerzas Armadas, cuyos impulsores fueron Jorge Videla, Emilio Massera, Orlando Agosti entre otros, “el proceso” como se denominó a esta época, es considerada la dictadura más sangrienta de la historia de Argentina, con el terrorismo de estado, la desaparición y muerte de miles de personas, el robo sistemático de recién nacidos y la constante violación de los derechos humanos. En este marco de violencia creciente y controversias es que se lleva a cabo el mundial, que con el apoyo de la gran afición colocó a la selección anfitriona en la ganadora de la Copa Mundial FIFA.

Argentina presenta a “Gauchito”.



## Construcción gráfica discursiva de las mascotas de los mundiales FIFA.

<p>Mascota</p>  <p>Nombre: "Gauchito" País: Argentina Año: 1978 Diseñador: Néstor Córdoba</p>	<p><b>Código morfológico</b> Esquemas formales (condiciones <b>sintácticas</b> de la imagen)</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <tr> <td style="width: 25%;">Simplicidad</td> <td style="width: 10%;">×</td> <td style="width: 50%;">Complejidad</td> <td style="width: 15%;"></td> </tr> <tr> <td>Unidad</td> <td>×</td> <td>Fragmentación</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Actividad</td> <td>×</td> <td>Pasividad</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Neutralidad</td> <td></td> <td>Acento</td> <td>×</td> </tr> </table>	Simplicidad	×	Complejidad		Unidad	×	Fragmentación		Actividad	×	Pasividad		Neutralidad		Acento	×
Simplicidad	×	Complejidad															
Unidad	×	Fragmentación															
Actividad	×	Pasividad															
Neutralidad		Acento	×														

	<p><b>Código cromático</b></p> <p>Nivel de condición del código cromático en relación a los colores de la bandera del país sede, en la fecha que se emite la comunicación.</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <thead> <tr> <th style="width: 15%;">Nivel de condición</th> <th style="width: 10%;">Nulo</th> <th style="width: 10%;">Mínimo</th> <th style="width: 10%;">Medio</th> <th style="width: 10%;">Máximo</th> <th style="width: 10%;">Absoluto</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td style="text-align: right;">×</td> </tr> </tbody> </table>	Nivel de condición	Nulo	Mínimo	Medio	Máximo	Absoluto						×
Nivel de condición	Nulo	Mínimo	Medio	Máximo	Absoluto								
					×								

**Comentarios:** El nivel de condición del código es absoluto ya que el personaje muestra en la camiseta, el sombrero, las calcetas y el balón los colores azul celeste y blanco, predominando estos en la composición cromática, lo cual le otorga una identificación inmediata al referente. Utiliza también el amarillo color primario y el castaño que pertenece a una variación secundaria de matices, se presentan saturados, dichos colores (celeste, blanco, amarillo y castaño) son los que componen la bandera nacional del país representante. El color amarillo muestra el acento en la imagen, éste representa en la composición cromática del símbolo nacional de la bandera de Argentina: el "sol incaico" o "sol de mayo". También utiliza en su composición el negro, lo cual podría referirnos en lo que respecta al cabello a una característica física predominante de las personas latinoamericanas.

<p><b>Código tipográfico</b></p>	
<p><b>Composición gráfica:</b> Tipografía de trazo manual, sin serif en mayúsculas, de texto continuo legible.</p> <p><b>Relación del texto tipográfico</b></p> <p><b>País sede:</b> El texto escrito en altas “ARGENTINA 78” en la parte del ala interior del sombrero informa que la copa mundial de 1978 se realizará en Argentina, al estar escrito en mayúsculas y encontrarse en la parte superior le otorga jerarquización a la información que se quiere transmitir</p> <p><b>Evento deportivo.</b> El texto informa el año del evento</p>	

**Anatomía del mensaje visual:**

<p><b>Grados de iconicidad</b> (relación entre la realidad y nuestra experiencia)</p>	Nivel de realismo de una imagen			
	bajo	medio	alto	
<p><b>Isomorfismo</b> (calidad más alta de iconicidad)</p>		X		
<p><b>Mesomorfismo</b> (valor medio de iconicidad)</p>				
<p><b>Amorfismo</b> (grado más bajo de iconicidad)</p>				
<p>Siendo el nivel bajo en lo que corresponde al realismo de la imagen que en cierto grado cuesta más trabajo por su trazo formal o abstracción vincular con la realidad.</p>				

**Descripción de la imagen:** El personaje refleja la figura de un joven, con uniforme deportivo y con algunos elementos representativos de la indumentaria del “gaucho” como son el sombrero, el pañuelo al cuello y el rebenque <sup>1</sup>. Su complexión es mediana, de cabello negro, piel morena, ojos negros, no te mira de frente, sonríe mostrando sus dientes, su postura es erguida, con actitud orgullosa y amenazante pues el personaje porta en la mano derecha un utensilio de dominio. La mascota presenta un grado de iconicidad de isomorfismo medio ya que reproduce en su figura la realidad por semejanza, expresando lo que vemos sin tener dificultad para lograr un reconocimiento.

<sup>1</sup> Látigo, corto, recio de jinete utilizado por los gauchos de las llanuras de Suramérica, utilizado principalmente para azuzar a la caballería.



**Relación de la mascota gráfica con elementos distintivos del escudo nacional del país sede al que representa.**

Nivel de relación	Nula	Mínimo	Media	Absoluta
	✗			



**Aspecto físico del personaje asociado a las condiciones expresivas y gráficas del mensaje.**

Círculo	✗	Cuadrado	✗	Triángulo		
---------	---	----------	---	-----------	--	--

Comentarios: La mascota es conformada por trazos curvos, inspirando ternura y simpatía, lo cual la coloca en la categoría que corresponde a las caricaturas pacíficas, ideal para la realización de personajes infantiles. Pero al mismo tiempo podemos observar que el torso, o tronco del cuerpo podría adaptarse a un cuadrado, figura básica utilizada predominantemente en los personajes con aspecto amenazante. La sonrisa representa una señalización facial comúnmente considerada como indicador de efectos positivos, como felicidad, placer y ternura.,(Ricci, P; Cortesi, S. 1980, p. 142) pero también se observa un medio círculo en la parte inferior que podría referirnos a un grito.

Debido a la proporción de la misma, podemos considerar que dicha mascota pertenece a las caricaturas icónicas, utilizadas en animaciones limitadas o algún tipo de ilustración simple, ya que su proporción no pasa de dos cabezas. (Buenrostro, M. 2010, p.80).

Se puede observar por el tamaño del balón, que se encuentra en primer plano.

**Postura:** La postura de los personajes es activa, con altiva gallardía.

**Código futbolístico:** Se encuentra representado con el uniforme deportivo, zapatos de futbol y balón de fútbol que corresponden a los colores de la bandera nacional.

**Figura retórica: Metonimia**

**Interpretación semiótica de la unidad de análisis**

**Emisor.**

**Función Emotiva o Función de Intencionalidad:** Argentina presenta a la mascota “Gauchito” un joven que porta en su atuendo algunos elementos representativos del gaucho, considerado figura mítica y modelo arquetípico de la construcción de la identidad nacional argentina, además de ser un estereotipo. El personaje porta con altiva gallardía la camiseta del país al que pertenece, con el mensaje escrito en el sombrero informa que la copa mundial se realizará en su país en ese año, está contento y orgulloso pues es hábil y domina el balón de la misma manera en que el gaucho al caballo. Sus rasgos físicos y color de piel nos muestran el origen criollo del gaucho. La mascota es diseñada por Néstor Córdoba, bajo la impronta de los estudios de Manuel García Ferré donde se realizó la primera serie latinoamericana de dibujos animados destinada al mercado televisivo “Hijitus” (1967). El “Gauchito” se realizó en el marco de un cortometraje que no se llevó a cabo.

**Receptor.**

**Función Connativa.** la función del receptor, el mensaje no me invoca, pues no me mira de frente, no me exige, no se trata de un vocativo o imperativo, su función connativa podría residir desde la vertiente indicativa e informativa, en el manejo de la expresión, que muestra su carácter manifestado en el “Gauchito”.

**Contexto.**

**Función Referencial**

**Contexto Cultural.**

El personaje porta la indumentaria que hace referencia al personaje del “Gauchito”, éste surgió como modelo de la identidad argentina en dos obras literarias difundidas en repercusión a la emancipación del país estando en el poder Juan Manuel de Rosas (1835-1852). Posteriormente en la voz de un cierto Martín Fierro, el autor José Hernández maneja un lenguaje oral hecho de refranes, de sentencias, con quejas, con cantos, para proclamar los esfuerzos de libertad y de justicia es así, como la figura del gaucho se reconoce como símbolo de la literatura y de toda la sociedad argentina. Aún la élite dirigente miraba en forma aprobatoria a este personaje y la pintura recurría una y otra vez a su representación; la fotografía de fines del siglo XIX y principios del

Mascota



Nombre: “Gauchito”

País: Argentina

Año: 1978

Diseñador: Néstor Córdoba  
(1929- 2008)

XX también hizo hincapié en la documentación de la vida gauchesca. Su personalidad es la de un vagabundo de la pampa, rústico y varonil, que demuestra su valentía y honor en circunstancias de peligro, ganándose su sustento en el campo, hábil jinete y criador de ganado se caracterizaba por ser melancólico, su altivez y carácter reservado. De esta manera la comunicación del referente está dada de forma clara ya que además de los elementos del gaucho nos presenta en el uniforme los colores de la bandera de Argentina.

Néstor Córdoba creador de “Gauchito” , fue director y animador de las producciones de los estudios de Argentina y el mundo. Considerado un pionero del mundo de la animación en Argentina. Dedicó su vida a la creación, a la animación y a la enseñanza en Argentina y Brasil.



### Contexto Global

Algunos de los hechos relevantes son como por ejemplo en la aviación, el Concorde realiza sus primeros vuelos comerciales; en el mundo cibernético se funda la empresa de microcomputadoras Apple, se inventa la primera impresora láser. Astronautas rusos permanecen 96 días en el espacio, posteriormente se descubre que el planeta Urano tiene al menos cinco anillos. En EEUU. se usa fibra óptica para comunicaciones telefónicas; la televisión a color alcanza cobertura global, siendo en el año de 1978 uno de los mayores éxitos “Hulk el hombre verde” y en el cine “Superman” es el héroe de las multitudes. El mundo se contagia de la fiebre de la música disco y se baila al estilo de John Travolta.

### Mensaje.

#### Función Poética o Función Estética.

La función poética de la mascota es expresada y reconocida en el carácter del “gaucho” cuya personalidad ha sido descrita en la función referencial, la cual hace “sentir”, pero esta vez no se trata de un caballo o de dominar al ganado sino al balón. La mascota es objeto de comunicación que informó en su tiempo que el mundial se efectuaría en Argentina, incluso ahora nos sigue informando que se efectuó en

Argentina, aunque éste nivel informativo queda opacado por el nivel estético, ya que la carga simbólica de todos los elementos que conforman su composición nos muestran rasgos representativos de la identidad cultural a la cual pertenece “Gauchito”.

### **Código.**

#### **Función Metalingüística.**

La expresión formal de “Gauchito” realizada en caricatura es simple y realista, la unidad del manejo de las formas le otorgan un claro reconocimiento, lo cual facilita la comunicación, está realizada en su mayoría por contornos circulares y en cuyo tronco se observan dos bloques uno rectangular y otro cuadrado inspirando simpatía y con carácter de prepotencia, encontrándose el acento predominante el pañuelo de color amarillo característico de la indumentaria del “Gaucha”. La tipografía utilizada en el mensaje gráfico informa de forma legible que la copa mundial se realizará ese año en Argentina, la colocación de ésta que corresponde a la parte central del sombrero le otorgan la jerarquía requerida en la carga informativa para la promoción y difusión del evento deportivo. El código cromático se refiere a la bandera nacional, manifestándose la expresión metalingüística de la conjunción de los elementos en la significación simbólica que cobra su sentido en el referente.

### **Conclusión:**

El personaje muestra diversos elementos en su composición sintáctica que conllevan a interpretar que el discurso parte de la premisa planteada desde el referente.

“Gauchito” es creado para la promoción y difusión del evento mundial FIFA de 1978 llevado a cabo en Argentina, el contacto de la comunicación está dado ya que la mascota porta el mensaje escrito y muestra en su vestimenta los colores de la bandera y elementos característicos de la indumentaria del gaucha, además el personaje cuenta con un balón con los colores de la bandera que aparece en primer plano y es dominado hábilmente por el personaje, lo anterior permite connotar de manera indicativa e informativa que el evento mundial de fútbol se realizará en dicho país.

Los elementos utilizados de manera combinatoria en la expresión de la mascota de Argentina permiten interpretar en base al análisis de las funciones expuestas el significado simbólico, el cual corresponde al código de identidad nacional y cultural ya que los elementos que la conforman establecen una comunicación que revela y cobra sentido en el contexto sociocultural.



Continuamos con España que presenta a “Naranjito” .  
El evento se encontró a cargo de Raimundo Soporta, Presidente del Comité Organizador. En la convocatoria para el diseño de la mascota participaron 200 agencias y 586 diseños, el ganador fue elegido el 29 de mayo de 1979. La mascota es seleccionada por el jurídico Jaime Pedro Hernández, un representante del Ministerio de Cultura, otro de Bellas Artes, otro de la Federación Española de Fútbol, un técnico de relaciones públicas y un representante de los medios de comunicación. Ésta fue diseñada por María Dolores Salto y José María Martín Pacheco en el estudio de publicidad Bellido en Sevilla.



**Construcción gráfica discursiva de las mascotas de los mundiales FIFA.**

<p>Mascota</p>  <p>Nombre: "Naranjito" País: España Año: 1982 Diseñadores: María Dolores Salto y José María Martín Pacheco.</p>	<p><b>Código morfológico</b> Esquemas formales (condiciones <b>sintácticas</b> de la imagen)</p>			
Simplicidad	✗	Complejidad		
Unidad	✗	Fragmentación		
Actividad	✗	Pasividad		
Neutralidad		Acento		✗

	<p><b>Código cromático</b> Nivel de condición del código cromático en relación a los colores de la bandera del país sede, en la fecha que se emite la comunicación.</p>				
Nivel de condición	Nulo	Mínimo	Medio	Máximo	Absoluto
				✗	

**Comentarios:** El nivel de condición del código es máximo ya que el personaje muestra en su composición cromática los colores de la bandera nacional, estos son presentados en lo que corresponde a su anatomía que sería el cuerpo de color amarillo y en la camiseta de color rojo, las calcetas también nos muestran los colores de la misma, de igual manera el personaje está vestido con los colores que porta la selección nacional de fútbol español, el acento se podría identificar en el blanco y negro del balón pues estos resaltan de los demás colores mostrados en la composición y se encuentra en primer plano, el verde seco, utilizado en el tallo, las hojas y los ojos es una variación secundaria de matices, todos se presentan saturados.



**Código tipográfico:** El personaje no cuenta con ningún texto escrito

**Anatomía del mensaje visual:**

	<b>Grados de iconicidad</b> (relación entre la realidad y nuestra experiencia)	Nivel de realismo de una imagen		
		<b>bajo</b>	<b>medio</b>	<b>alto</b>
	<b>Isomorfismo</b> (calidad más alta de iconicidad)	×		
	<b>Mesomorfismo</b> (valor medio de iconicidad)			
	<b>Amorfismo</b> (grado más bajo de iconicidad)			
Siendo el nivel bajo en lo que corresponde al realismo de la imagen que en cierto grado cuesta más trabajo por su trazo formal o abstracción vincular con la realidad.				

**Descripción de la imagen:** el personaje refleja la figura de una naranja, con uniforme deportivo, ojos grandes, amplia sonrisa, no te mira de frente, extremidades muy cortas y tachones de futbol. Sostiene con su brazo derecho un balón de futbol. La mascota presenta un grado de iconicidad de isomorfismo bajo, ya que reproduce en su figura la realidad por semejanza, expresando lo que vemos.

Escudo de España 	<b>Relación de la mascota gráfica con elementos distintivos del escudo nacional del país sede al que representa.</b>			
Nivel de relación	Nula	Mínimo	Media	Absoluta
	×			

	<b>Aspecto físico del personaje asociado a las condiciones expresivas y gráficas del mensaje.</b>				
	Círculo	×	Cuadrado		Triángulo
Comentarios: La mascota es conformada por trazos curvos, y circulares inspirando ternura y simpatía, lo cual la coloca en la categoría que corresponde a las caricaturas pacíficas, ideal para la realización de personajes infantiles. La sonrisa representa una					

señalización facial comúnmente considerada como indicador de efectos positivos, como felicidad, placer y ternura. (Ricci, P; Cortesi, S. 1980, p. 142).

Debido a la proporción de la misma, podemos considerar que dicha mascota pertenece a las caricaturas icónicas, utilizadas en animaciones limitadas o algún tipo de ilustración simple, ya que su proporción no pasa de dos cabezas. (Buenrostro, M. 2010, p.80).

**Postura:** , Su postura es característica de los jugadores de futbol al ser fotografiados.

**Código futbolístico:** Se encuentra representado con el uniforme deportivo, zapatos de futbol y el balón de futbol que representa un índice en la imagen identificado en el código cromático.

**Figura retórica:** prosopopeya

### Interpretación semiótica de la unidad de análisis

#### Emisor.

**Función Emotiva o Función de intencionalidad:** España presenta a la mascota “Naranjito”, una fruta que porta el uniforme de la selección nacional que pertenecen a los colores de la bandera del país anfitrión. Con extremidades muy pequeñas, una gran sonrisa y una expresión amable y simpática sostiene un balón de futbol con la mano izquierda, lo cual nos podría referir a una invitación cordial a jugar fútbol.

#### Receptor.

**Función Connativa:** la función del receptor, el mensaje no me invoca a mí receptor, pues no me mira de frente, su función connativa reside en mi consideración desde la vertiente indicativa y estética, ya que el índice o acento en la imagen jerarquiza que se trata de un evento deportivo y el manejo de la expresión, muestra su carácter tierno y amable que me persuade de forma amable a jugar con él. Esto es una relación “cognitivo- afectivo” cuyo objetivo es movilizar la participación del receptor “los signos apuntan a una motivación del destinatario” y de esta manera se desencadenan reacciones afectivas subconscientes.

(Guiraud, P. 1992, p.13)

Mascota



Nombre: Naranjito  
País: España  
Año: 1982  
Diseñadores:  
María Dolores Salto  
y José María Martín  
Pacheco.

## Contexto.

### Función Referencial

#### Contexto Cultural.

El diseñador José María menciona cómo es que nace la idea con respecto al referente, “en Sevilla huele a azahar y está llena de naranjos. Si hasta exportamos a Inglaterra porque allí hacen mermelada de naranja amarga. La mascota se me ocurrió paseando por las calles. Como dije en su momento, era suave, dulce y agradable.” (*Mundinteractivos, S. A. 2007*) El diseñador además hace los siguientes comentarios de lo que se vivía en el contexto nacional en esos años y señala algunos de los fenómenos ocurridos alrededor de la mascota al ser promocionada por televisión. “España se hacía democrática y evitábamos a toda costa cualquier idea o diseño que remitiera a la recién culminada dictadura.... resolví alejarme de estereotipos como el toro, el torero, la pandereta o el traje de flamenca... tal despliegue llegó también con fuertes críticas. Una periodista escribió, sin conocerme, que el creador de Naranjito tenía una mentalidad franquista, Naranjito era lo más nefasto que se había hecho en España(...) Incluso hubo un comentario del creador de un célebre programa de concurso, según el cual, Naranjito era una copia de uno de sus personajes que tenía forma de calabaza. Pero el único parecido entre ambas creaciones era su redondez, y era lógico porque eran frutas(...) La Federación Española revendió los derechos de Naranjito a la empresa británica “West Nally”, especialista en promocionar eventos deportivos a nivel mundial. Me enteré de que habían hecho una serie animada con Naranjito y sus amigos, solo cuando la vi por televisión. Poco antes del Mundial viajé a Bulgaria y quedé asombrado porque allí todo el mundo estaba usando ropas con la efigie de Naranjito. El fenómeno fue absoluto. Había muñecos a escala, libros, afiches y videoclips.”

En 1982 se estrena la serie animada de “Fútbol en acción” cuya temática era el fútbol y el mundial del año 1982, con 26 episodios “Naranjito” el protagonista y héroe de la serie se hacía acompañar de su novia “Clementina” y sus amigos “Citronio” y el robot “Imarchi” sus enemigos o personajes malvados eran “Zruspa” y los cocos, que seguían sus órdenes. ( Consultado el 21 de marzo de: *SOHO.COM.CO COPYRIGHT©2010 PUBLICACIONES SEMANA S.A. de <http://www.soho.com.co/contacto/articulo/a-mi-se-me-ocurrio-naranjito/5514> y <http://www.youtube.com/watch?v=95Nh57NiVqU> )*

Las camisetas que tenían el diseño de “naranjito” se pusieron de moda, especialmente en los niños, “ ¡Mami, mami, cómprame la camiseta de Naranjito!. Y es que si no tenías tu camiseta del evento, no eras nadie. Hay que ver qué guapetones estábamos con la dichosa camiseta, que aunque estuviera manchada de barro y oliese a sobaco, prácticamente solo nos la quitábamos para ir a dormir”. ( Consultado el 20 de marzo del 2012 de: <http://somosochenteros.blogspot.mx/2011/11/moda-la-camiseta-de-naranjito.html> )

La naranjas proceden del sur de la Cordillera del Himalaya y del sur de China, donde se han encontrado especies silvestres que tienen mucho parecido con las actuales, los árabes la implantaron en España en el siglo X, tanto en Andalucía como en Valencia, lugar donde las naranjas han alcanzado la fama internacional de mayor calidad.

( Consultado el 21 de marzo de: <http://www.botanical-online.com/naranjas.htm> )



Comercial de televisión que promociona la mascota gráfica de una golosina llamada “Naranjito”



Serie de televisión “Fútbol en acción”



Cabe mencionar que ésta es la primera mascota mundialista que se tiene registro la cual es protagonista de una serie de televisión.

### Contexto global:

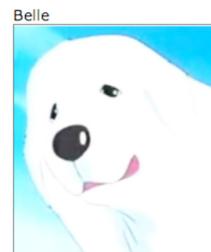
En el plano político se continúa con el temor y desconcierto de la Guerra Fría, Ronald Reagan es electo presidente de EE.UU.; el Papa Juan Pablo II sufre un atentado; Inglaterra obtiene la soberanía de las islas Malvinas, Margaret Thatcher, recibe un paquete bomba. Felipe González, candidato del partido Socialista Obrero Español, gana por mayoría absoluta las elecciones presidenciales de España entre otros. En el plano de la ciencia se descubren los primeros casos del Síndrome de Inmuno-Deficiencia Adquirida “SIDA” en EE.UU.. En tecnología la URSS lanza su estación espacial MIR. La computadora personal es elegida “hombre del año”. En el entretenimiento Michel Jackson lanza el álbum más vendido de la década “Thriller”, en México nace un “sol” Luis Miguel. Destacan las nuevas bandas como Timbiriche, Mecano, KISS, Queen, Duran Duran, entre otros, los ritmos “pop” comienzan a invadir el panorama musical. En el cine “E.T. el extraterrestre” película de ciencia ficción, que conmueve a los niños y en el plano romántico, el lanzamiento de un “sex symbol”: Richard Gere, con “Reto al destino”. En TV. las series de dibujos animados “Kum Kum” protagonizada por pequeños cavernícolas, “Hola Sandy Bell”, la favorita de las niñas; “Belle & Sebastián”, las aventuras de un niño y su tierno perrote para niños y niñas por igual; “Tom y Jerry” divertida protagonizada por un gato y un ratón, entre otras. Por la expresión gráfica utilizada en el trazo de la mascota podría interpretar que su trazo estilístico tiene cierta asociación con las caricaturas estadounidenses, principalmente en la forma de los ojos.



“Kum Kum” anime japonés



“Hola Sandy Bell” anime japonés



Belle & Sebastián anime japonés



TOM Y JERRY “Filmation Studios”  
(1980 – 1982) Cómics estadounidense

### Mensaje.

**Función Poética o Función Estética:** la función poética de la mascota es expresada y reconocida en el carácter benigno de “Naranjito” cuya personalidad es “tierna y simpática”, lo hace “sentir” en su expresión.

### Código.

**Función Metalingüística:** la expresión formal de “Naranjito” realizada en caricatura es simple y realista, la unidad del manejo de las formas le otorgan reconocimiento. La mascota, está realizada en su mayoría por contornos circulares, lo cual le otorga carácter pacífico el acento predominante se encuentra en el balón que nos indica que se trata de un evento futbolístico. El código cromático hace referencia a los colores de la bandera nacional. El código tipográfico no es utilizado lo cual dificulta la comunicación en lo que respecta a la codificación del referente.

### Conclusión:

El personaje muestra diversos elementos en su composición sintáctica que conllevan a interpretar que el discurso parte de la premisa planteada desde la función poética o estética, destacando el significado en su expresión benéfica y simpática, de tal manera que puedo interpretar que es aquí donde la comunicación cobra mayor relevancia, el carácter manejado en la imagen me persuade a identificarme “sentimentalmente” con él. El índice en la imagen o acento nos indica el juego que promociona la mascota (fútbol). Quedando la información acerca del referente en segundo plano que en este caso serían los colores que porta, los cuales corresponden a los de la bandera nacional.

Mascota



Nombre: Naranjito  
País: España  
Año: 1982  
Diseñadores:  
María Dolores Salto  
y José María Martín  
Pacheco.

El elemento portador del mensaje es una fruta típica de España y la carga semántica de los colores que la componen, me refieren a los códigos de identidad cultural. En cierta manera el nivel informativo e indicativo quedaría expresado, en la interpretación que conjuntamente me expresan su sentido, pero al no contar con un código tipográfico el mensaje podría considerarse incompleto.

Su estilo de gráfica corresponde a las caricaturas de mayor aceptación transmitidas a nivel global y realizadas por EE.UU. “Naranjito” adquiere su nivel máximo de aceptación, reconocimiento e identificación al ser promocionada y difundida por los medios como la televisión, y es ahí donde el signo se convierte en “el icono del momento”.

Siendo así, ésta es la primera mascota que adquiere un cierto nivel de relación con los códigos globales.

Por primera vez en los mundiales FIFA se realiza el evento de la Copa de Fútbol en una sede que anteriormente había sido designada, se trata de México, quien fue en 1970 y que 16 años después y tras sufrir una de las peores catástrofes naturales como fue el terremoto de 1985, es anfitrión nuevamente en 1986 en sustitución de Colombia.

Para la selección de la mascota, se convocó a un concurso abierto, cuya respuesta originó cerca de seis mil logotipos y más de once mil mascotas, “Pique” fue diseñada por el equipo de “MPC, Medios Profesionales de comunicación SA integrado por Emma Rosa Ramírez Valle, Octavio Romero Gil, Raúl Hitrón Schiavón, Efrén Ávila Islas, Rebeca Martínez y Segundo Pérez Cuevas”. (06 Magenta, 1984, p. 26).



## Construcción gráfica discursiva de las mascotas de los mundiales FIFA.

<p>Mascota</p>  <p>Nombre: "Pique" País: México Año: 1986 Diseñadores: Equipo de medios profesionales de comunicación SA</p>	<p><b>Código morfológico</b> Esquemas formales (condiciones <b>sintácticas</b> de la imagen)</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <tr> <td style="width: 25%;">Simplicidad</td> <td style="width: 10%;">×</td> <td style="width: 25%;">Complejidad</td> <td style="width: 10%;"></td> </tr> <tr> <td>Unidad</td> <td>×</td> <td>Fragmentación</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Actividad</td> <td>×</td> <td>Pasividad</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Neutralidad</td> <td></td> <td>Acento</td> <td>×</td> </tr> </table>	Simplicidad	×	Complejidad		Unidad	×	Fragmentación		Actividad	×	Pasividad		Neutralidad		Acento	×
Simplicidad	×	Complejidad															
Unidad	×	Fragmentación															
Actividad	×	Pasividad															
Neutralidad		Acento	×														

	<p><b>Código cromático</b></p> <p>Nivel de condición del código cromático en relación a los colores de la bandera del país sede, en la fecha que se emite la comunicación.</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <thead> <tr> <th>Nivel de condición</th> <th>Nulo</th> <th>Mínimo</th> <th>Medio</th> <th>Máximo</th> <th>Absoluto</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td style="color: red;">×</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Nivel de condición	Nulo	Mínimo	Medio	Máximo	Absoluto					×	
Nivel de condición	Nulo	Mínimo	Medio	Máximo	Absoluto								
				×									

**Comentarios:** El nivel de condición del código es máximo ya que el personaje muestra en su composición cromática los colores de la bandera nacional, estos son presentados en lo que corresponde a su anatomía y vestimenta, el verde en el cuerpo del personaje, la cabeza, y la copa del sombrero; el rojo, en la camiseta, las calcetas, los motivos de los tachones y los vies que recorre la orilla del ala del sombrero; el blanco, en el short, vies del cuello de la camiseta, en la copa del sombrero, y en las calcetas. De igual manera el personaje está vestido con los colores que porta la selección nacional de fútbol Mexicana. Presenta el negro en el trazo gráfico del personaje, en el bigote, en los tachones y en la copa del sombrero.

El acento predominante se podría identificar en el amarillo del ala del sombrero el cual es enfatizado a su vez por el rojo que recorre las franjas superiores del mismo, estos son colores primarios (del círculo cromático pigmento) los cuales resaltan y llaman la atención de los demás colores mostrados en la composición. El verde es un color secundario, todos se presentan saturados.

**Código tipográfico:** El personaje no cuenta con ningún texto escrito

**Anatomía del mensaje visual:**

Grados de iconicidad (relación entre la realidad y nuestra experiencia)	Nivel de realismo de una imagen		
	bajo	medio	alto
Isomorfismo (calidad más alta de iconicidad)	X		
Mesomorfismo (valor medio de iconicidad)			
Amorfismo (grado más bajo de iconicidad)			



Siendo el nivel bajo en lo que corresponde al realismo de la imagen que en cierto grado cuesta más trabajo por su trazo formal o abstracción vincular con la realidad.

**Descripción de la imagen:**

El personaje es trazado en base a la caricatura cómica, refleja la figura de un humano, con cabeza de chile, un gran sombrero, ojos pequeños, te mira de frente, sus características faciales son enfatizadas por un gran bigote, sonríe; su configuración corporal, en lo que respecta a su apariencia formal se basa en una “tipología del estereotipo” de la cultura mexicana, por lo cual su reconocimiento lo sitúa en una categoría preexistente, facilitando su reconocimiento lo cual permite comprender de antemano sus características y valorar el mensaje con respecto al referente. (Gubern, R. 1988, p. 182) Pero cuya característica particular e individual en mi consideración es el cuello, cabeza y la copa del sombrero son un chile. El personaje además recarga su mano izquierda en un gran balón de fútbol, porta uniforme deportivo y unos enormes tachones de fútbol. La mascota presenta un grado de iconicidad de mesomorfismo medio, ya que reproduce en su figura la realidad por semejanza, su expresión gráfica corresponde a la caricatura humorística o cómica, expresando lo que vemos sin tener dificultad en su reconocimiento.

Escudo Nacional de México



Entidad Estados Unidos Mexicanos

**Relación de la mascota gráfica con elementos distintivos del escudo nacional del país sede al que representa.**

Nivel de relación	Nula	Mínimo	Media	Absoluta
	✗			



**Aspecto físico del personaje asociado a las condiciones expresivas y gráficas del mensaje.**

Círculo	✗	Cuadrado		Triángulo	
---------	---	----------	--	-----------	--

Comentarios: La mascota es conformada por trazos curvos en su mayoría, inspirando simpatía, lo cual la coloca en la categoría que corresponde a las caricaturas pacíficas, ideal para la realización de personajes infantiles. La sonrisa representa una señalización facial comúnmente considerada como indicador de efectos positivos, como felicidad, placer y ternura. (Ricci, P; Cortesi, S. 1980, p. 142). Debido a la proporción de la misma, podemos considerar que dicha mascota pertenece a las caricaturas utilizadas para “tipo TV” ya que aunque su proporción es variable por lo general no pasa de las 4 cabezas, siendo el sombrero el índice predominante en la imagen ya que es el objeto de mayor tamaño. (Buenrostro, M. 2010, p.40).

**Código futbolístico:** Se encuentra representado con el uniforme deportivo, zapatos de fútbol de gran tamaño al igual que el balón pero la comunicación no pierde su carácter principal en el referente.

**Figura retórica:** Prosopopeya

**Interpretación semiótica de la unidad de análisis**

**Emisor.**

**Función Emotiva o Función de intencionalidad:** México presenta a la mascota “Pique”, una caricatura cómica de un humano con cabeza de chile, con complexión delgada pero sobresale su abdomen, de estatura baja, con extremidades pequeñas, ojos pequeños, de frente. Su sonrisa es enfatizada por el inconfundible bigote característico de algunos héroes revolucionarios mexicanos, porta un gran sombrero,

símbolo de la identidad mexicana en lo que se refiere a su historia y a su música, viste con el uniforme de la selección nacional cuyos colores pertenecen a la bandera del país anfitrión, sus zapatos deportivos y el balón son grandes; su expresión es amable y simpática. Todos estos elementos nos podrían referir a que el mexicano es amable, pícaro y simpático, que está orgulloso de su historia y gastronomía, y que en su país se realizará la fiesta deportiva del Mundial de Fútbol

### Receptor.

**Función Connativa:** la función del receptor, el mensaje me invoca a mí receptor, pues me mira de frente, su función connativa podría residir desde la vertiente estética, e indicativa ya que el elemento del chile, caricaturizado en la configuración morfológica es lo que distingue a la mascota mostrándonos su carácter “pícaro” y simpático, desde la vertiente indicativa el acento que se puede identificar con el símbolo del sombrero, llama mi atención manteniendo la comunicación el tiempo que se requiere para poder expresar de forma clara el mensaje. En mi consideración la mascota “te invita” a disfrutar de la fiesta del Mundial.

### Contexto.

#### Función Referencial

#### Contexto Cultural.

“Pique” es un nombre de “tipo social” ya que es reconocido e interpretado por las personas que habitan en el país, principalmente en la cultura popular. (Pimentel, L. 1998, p.63) El nombre en mi consideración nos hace referencia al chile, que es picoso, característico de la gastronomía mexicana; el chile al igual que el maíz son condimentos claves utilizados antes de la conquista y forman parte esencial de la alimentación del mexicano, en el caso de la mascota se ilustra a un chile jalapeño considerado en lo que respecta a lo culinario de excelente sabor y fama. El nombre también podría referirnos al carácter pícaro del mexicano.

El bigote también es un elemento que parte de la identidad histórica de México, el referente se puede ubicar en dirigentes revolucionarios como son Pancho Villa y Emiliano Zapata, éste último considerado de los más fotografiados de la Revolución Mexicana, reconocido en su fisonomía por utilizar el bigote de la misma forma, la figura de éstos dirigentes revolucionarios ha sido difundida en el plano de la educación y ha traspasado las fronteras, a la fecha Emiliano Zapata es considerado símbolo de la historia de México, el cual portar sombrero de ala ancha, característico no solamente de él sino de otros héroes revolucionarios y de todos los mexicanos que participaron en ella; el sombrero también es característico de la vestimenta del “mariachi”,

### Mascota



Nombre: “Pique”

País: México

Año: 1986

Diseñadores:  
Equipo de medios  
profesionales de  
comunicación SA

Mascota

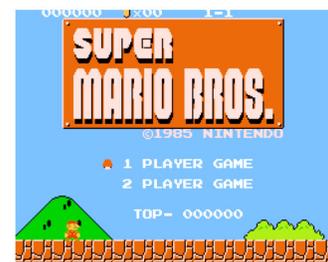


Nombre: Pique  
País: México  
Año: 1986  
Diseñadores:  
Equipo de medios  
profesionales de  
comunicación SA

conjunto musical que interpreta música de cuerdas, canto y trompetas típico de México, su música y vestimenta son reconocidas en todo el mundo . La conjunción de los signos que se emplean en la construcción del discurso gráfico de la mascota parte de códigos prefijados basados en convenciones o acuerdos cuya narrativa es reconocida no sólo en el contexto nacional sino a “nivel universal” ya que estos han sido difundidos y repetidos por los medios de comunicación como son el cine en la llamada “Época de oro” con películas como: “Allá en el rancho grande”, comedia ranchera difundida a nivel internacional, la cual generó el surgimiento de memorables películas con el mismo género de “comedia ranchera”, consolidándose artistas como Pedro Armendáriz, Jorge Negrete, Pedro Infante, por mencionar algunos. En la pintura, con artistas como Diego Rivera.



**Contexto Global:** La tecnología avanza a pasos agigantados, Apple presenta la primera computadora personal que usa un “mouse” en 1984. El ruso Alekséi Pázhitnov, en pleno apogeo de la Guerra Fría, inventa uno de los videojuegos más famosos de todos los tiempos que hasta la fecha es muy popular “El Tetris”; un año después sale a la venta el video juego “Super Mario Bros” producido por la compañía



El video que se convertiría en el más repetido de la historia musical lanzado por primera vez en televisión es “Thriller” de Michael Jackson. El año de 1982 todos los niños aman a “los pitufos”, Hanna y Barbera (que ya había creado a Tom y Jerry y más tarde, a los Picapiedra y al Oso Yogui) empezó a trabajar en una serie de televisión para la cadena NBC en los Estados Unidos. Se produjeron 256 episodios, que todavía se siguen difundiendo actualmente en 30 países aproximadamente. El 18 de abril “Disney Channel comienza sus transmisiones en EE.UU., y “Super Mario Bros” es producido por la compañía Nintendo.

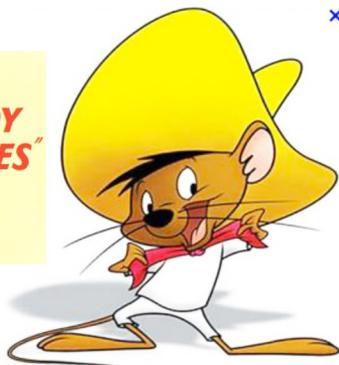
En el plano de las caricaturas difundidas por televisión puedo mencionar la de “Speedy Gonzáles”, el ratón más veloz de todo México con su característica frase de “¡Ándale! ¡Ándale! ¡Arriba! ¡Arriba!” es reconocida con el premio del mejor corto animado de 1955, dejando de ser transmitida en los años de 1999 al 2002 pues mostraba “estereotipos étnicos”; (FoxNews.com. March 28, 2002.) sin embargo los fanáticos del personaje lo consideraban “icono cultural” y es así que Cartoon Network vuelve a transmitir los episodios.

Otra caricatura difundida que alcanza un reconocimiento a niveles internacionales es la producida por el dibujante belga Maurice de Bevere, conocido como Morris y creador de “Lucky Luke” (1946) -una de las historietas más populares en Europa a partir de 1949 los dibujos se acompañaron de textos creados por el francés bonaerense René Goscinny, “Lucky Luke” es una parodia del salvaje oeste que pronto comenzó a tener su propia serie de libros. La historia ha sido traducida a 30 idiomas y sus ventas alcanzan 300 millones de ejemplares, Morris dedica su ejemplar “Tortillas pour les Dalton” . Los Dalton van a México” en el año de 1967. ( Consultado el 30 de marzo del 2012 de: [http://www.comics.com.ve/cartoon/lucky\\_luke.asp](http://www.comics.com.ve/cartoon/lucky_luke.asp) )

Mascota



Nombre: “Pique”  
País: México  
Año: 1986  
Diseñadores:  
Equipo de medios profesionales de comunicación SA



Considero que en “Pique” se observa cierta influencia en el estilo gráfico utilizado en el manejo de sus formas con las caricaturas antes mencionadas como son el tamaño y posición de los pies y en su aspecto fisonómico corporal.

### **Mensaje.**

**Función poética o función estética:** La función poética de la mascota es expresada y reconocida en el carácter simpático y amable de “Pique” cuya personalidad es “pícaro”, lo hace “sentir” en su expresión.

### **Código.**

**Función metalingüística:** La expresión formal del “Pique” en mi consideración es realizada como caricatura humorística que cuenta con rasgos característicos de las caricaturas difundidas en el contexto global. La unidad del manejo de las formas le otorgan un claro reconocimiento a un humano con cabeza de chile, con un gran bigote y que porta un enorme sombrero.

La mascota está realizada en su mayoría por contornos circulares, lo cual le otorga carácter pacífico y simpático, el acento predominante se encuentra en el sombrero, elemento característico de la identidad histórica y cultural del país representante. El código cromático hace referencia a los colores de la bandera nacional. El balón de gran tamaño y los zapatos de fútbol le otorga a la mascota la jerarquización de la información con respecto a la actividad del evento que se está promocionando. El código tipográfico no es utilizado, pero la conjugación formal de los elementos utilizados corresponden al estereotipo del mexicano, que nos muestra su tradición histórica, su música, gastronomía, y el humor pícaro del mexicano, por lo cual el mensaje de la comunicación en lo que respecta a la codificación del referente, es muy clara.

### **Conclusión:**

El personaje muestra diversos elementos en su composición sintáctica que conllevan a interpretar que el discurso parte de la función poética o estética, destacando el significado en su expresión simpática y pícaro enfatizada por el chile, de tal manera que puedo interpretar que es aquí donde la comunicación cobra mayor relevancia, la expresión del personaje me persuade a participar de la fiesta del Mundial que se realizará en México, destacando su música, carácter, y gastronomía. El índice en la imagen o acento predominante representado por el símbolo del sombrero indica que la fiesta de la copa de fútbol se realizó en México.

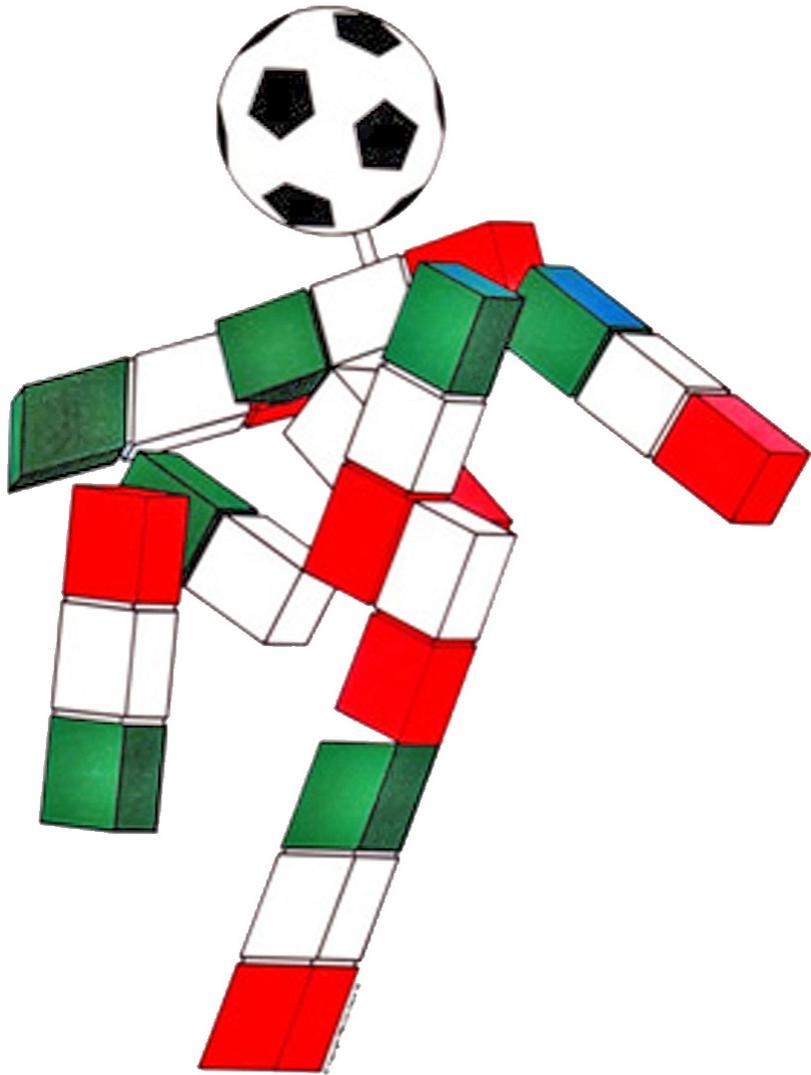
El uniforme deportivo, los tachones y el balón me informan que la actividad que se realizará es futbolística, los colores utilizados en el uniforme corresponden a los representativos de la bandera nacional, lo cual me informa e indica que el evento se realizará en México. El manejo de la forma, le otorga un grado de iconicidad de isomorfismo bajo, por lo cual se considera unidad en el manejo de sus formas con cierta abstracción pero, sin tener dificultad para reconocerlo.

La conjunción de los elementos formales cubren el nivel informativo e indicativo cobrando su sentido en el referente nacional y cultural.

Lo anterior expuesto me lleva a considerar que los códigos utilizados en la mascota cobran su máximo reconocimiento en el contexto cultural y nacional y que es aquí donde adquiere su significación simbólica, perteneciendo “Pique” a los códigos simbólicos de identidad cultural.

“Pique” refiere ciertas similitudes en su estilo gráfico discursivo con historietas y caricaturas difundidas en el contexto global basada en una “tipología del estereotipo” de la cultura mexicana, por lo que considero que el discurso se encuentra mezclado con los códigos globales y su reconocimiento lo sitúa en una categoría preexistente, pero lo anterior contribuyó a facilitar su reconocimiento con el país al que representó.

Italia también por segunda vez país anfitrión de la Copa Mundial de fútbol FIFA (1934 y 1990 ) invirtió en la reforma y construcción de estadios con diferentes créditos otorgados por el Parlamento Italiano para tener lista la sede para la justa deportiva, que se realizó del 8 junio al 8 de julio de 1990.  
Italia presenta a la mascota “Ciao”.



## Construcción gráfica discursiva de las mascotas de los mundiales FIFA.

<p>Mascota</p>  <p>Nombre: "Ciao" País: Italia Año: 1990</p>	<p><b>Código morfológico</b> Esquemas formales (condiciones <b>sintácticas</b> de la imagen)</p>			
	Simplicidad		Complejidad	✗
	Unidad		Fragmentación	✗
	Actividad	✗	Pasividad	
	Neutralidad		Acento	✗

	<p><b>Código cromático</b></p> <p>Nivel de condición del código cromático en relación a los colores de la bandera del país sede, en la fecha que se emite la comunicación.</p>					
	Nivel de condición	Nulo	Mínimo	Medio	Máximo	Absoluto
						✗

**Comentarios:** El nivel de condición del código es absoluto ya que el personaje muestra en su composición cromática los colores de la bandera nacional, éstos son presentados en lo que corresponde a su anatomía que sería el cuerpo de color verde, blanco y rojo; estando el primero ligeramente sombreado. Utiliza el blanco y el negro en lo que respecta al balón, el trazo de la línea en la figura también es de color negro. En cuanto al acento en la imagen considero que los colores del balón por ser colocados en la parte superior y al no ser manejados en la repetición sucesiva de tres o dos colores que conforman el cuerpo de la figura logran captar mi atención.

**Código tipográfico:** El personaje no cuenta con ningún texto escrito

**Anatomía del mensaje visual:**

	<p><b>Grados de iconicidad</b> (relación entre la realidad y nuestra experiencia)</p>	<p>Nivel de realismo de una imagen</p>		
		<b>bajo</b>	<b>medio</b>	<b>alto</b>
	<p><b>Isomorfismo</b> (calidad más alta de iconicidad)</p>			
	<p><b>Mesomorfismo</b> (valor medio de iconicidad)</p>	✘		
<p><b>Amorfismo</b> (grado más bajo de iconicidad)</p>				
<p>Siendo el nivel bajo en lo que corresponde al realismo de la imagen que en cierto grado cuesta más trabajo por su trazo formal o abstracción vincular con la realidad.</p>				

**Descripción de la imagen:**

El cuerpo del personaje es representado por diferentes composiciones de cubos fragmentados que al unirse se relaciona con un ser humano, con cabeza de balón, y postura activa, ya que presenta una pierna flexionada. La mascota presenta un grado de iconicidad de mesomorfismo bajo, pues tiene un cierto grado de abstracción, dificultando su reconocimiento.

**Relación de la mascota gráfica con elementos distintivos del escudo nacional del país sede al que representa.**

 <p>Entidad  República Italiana Adoptado 1948</p>	<p><b>Relación de la mascota gráfica con elementos distintivos del escudo nacional del país sede al que representa.</b></p>			
	<p>Nivel de relación</p>	Nula	Mínimo	Media
	✘			

<b>Aspecto físico del personaje asociado a las condiciones expresivas y gráficas del mensaje.</b>					
Círculo		Cuadrado		Triángulo	
Comentarios: El personaje al no tener ningún rasgo facial, su condición expresiva es nula. Considero que “Ciao” no pertenece propiamente al sistema de la caricatura, por su construcción geométrica y abstracta me refiere a un identificador abstracto.					



**Postura:** La figura del personaje expresa actividad, movimiento y dinamismo, la cual podría referirme a la posición que mantiene una persona al jugar con una pelota y hacer “dominadas” con la parte superior de los muslos, actividad característica de los futbolistas.

**Código futbolístico:** El elemento que llama más la atención y se identifica como índice predominante en la imagen es la cabeza del jugador, simbolizada por un balón de fútbol, “Ciao” representa a un hombre con la postura característica de este deporte que se llama “dominada”, por lo que los elementos que conforman la mascota y su expresión corporal cobran sentido el código futbolístico.

**Figura retórica:** Prosopopeya

**Interpretación semiótica de la unidad de análisis**

**Emisor.**  
**Función Emotiva o Función de Intencionalidad:** Italia presenta a la mascota “Ciao” un hombre representado por la configuración de varios cubos ensamblados que al ser armados y acomodados conforman el cuerpo de éste en forma activa y deportiva reconocida en el lenguaje futbolístico como “dominada”, su cabeza es representada por un balón de fútbol, los colores corresponden a la bandera nacional del país anfitrión.



### **Receptor.**

**Función Connativa:** La función connativa es confusa ya que se trata de una imagen que no cuenta con expresión facial, no me invoca, no me invita, no me persuade, no me exige, por lo tanto considero que la función connativa en el mensaje reside desde la vertiente informativa e indicativa limitándose al evento futbolístico y al lugar donde se llevará a cabo.

### **Contexto.**

#### **Función Referencial**

**Contexto Cultural :** Italia actualmente es considerado el país en el mundo con el número mayor de “bienes artísticos y documentales declarados Patrimonios de la Humanidad por la UNESCO”, dato que nos refleja su enorme tradición histórica y legado cultural. (*Guía Blog Italia. Cultura. 2012*). El mayor simbolismo de esta nación se ubica en la reminiscencia continua a la Roma Imperial, base de la civilización Europea. La iconografía más difundida de éste, esta ligada a monumentos como el Coliseo de Roma, la Torre de Pisa, a figuras destacadas en el arte, escultura, literatura, teatro y música tales como, Leonardo Da Vinci, Dante, Miguel Ángel, Verdi y hasta Pavarotti.

Italia presenta a la mascota “Ciao” que significa “hola”, saludo informal en italiano, el cual cuenta por primera vez con un patrocinador, “la firma fotográfica japonesa Fuji”. (*educar. org*)

**Contexto Global:** En el contexto político la incertidumbre de una guerra nuclear se ha terminado, la confrontación militar entre Estados Unidos y la Unión Soviética esta desapareciendo y se da el fin de la llamada Guerra Fría, después de 28 años (9 de noviembre de 1989) se derriba el Muro de Berlín, el mundo ya no se caracteriza por la división sino por la integración, ahora se plantea una unidad política, económica e ideológica, surgiendo una nueva era en las relaciones globales.

En el plano tecnológico, de 1980 a 1989 fue la época “de los clásicos videojuegos” ya que se produjo el lanzamiento de juegos que más conversiones han tenido (exceptuando a Pong) y de los que más se han extraído ideas y argumentos. (*Retro Informática. Historia de los videojuegos*) En Japón sale a la venta (21 de abril de 1989) el “Game Boy” de Nintendo.



En cibernética se crea en 1984 el primer sistema de nombres de dominio en Internet -DNS- que permite recordar mejor los nombres de páginas web. Se presenta también en este año la primera computadora personalizada “Macintosh” la cual es promocionada y difundida con la palabra en pantalla “hello” (hola) que identificó a su campaña publicitaria. En 1987, Nuevos sistemas Microsoft lanza Windows 2.0, Thomas y John Knoll empiezan a desarrollar la primera versión de Photoshop (programa de retoque de fotografía).



Mascota

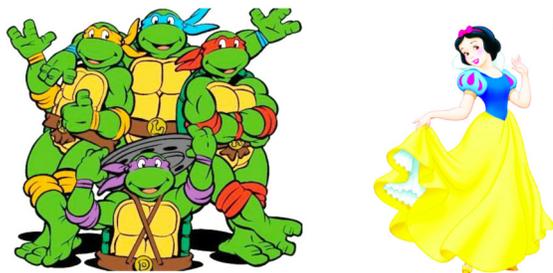


Nombre: “Ciao” (Hola)  
País: Italia  
Año: 1990

Los juguetes que presentaron mayor demanda en el mercado en los años de 1980 a 1990 son: “Rubik’s Cube”, “Transformes Optimus Prime”, “Lego”, entre otros. (*Juguetes más populares/vendidos de los últimos 100 años*)



En televisión la serie de “Las tortugas ninja” que inicia en EE. UU. (1987), en 1989 es de las más populares, los niños no se pierden un sólo capítulo de las aventuras de Leonardo, Rafael, Miguel Ángel y Donatello. En el cine La primera princesita “Blanca Nieves” de Disney cumple 50 años de su lanzamiento.



Por lo anterior es que puedo interpretar que la estructura y forma gráfica del personaje “Ciao” se ve influenciado en gran medida por el contexto referencial global que se vivía en el mundo. Por los videojuegos japoneses y diferentes juguetes popularizados los cuales sugieren esta tendencia de acomodados de cuadros y cubos, y que además los juguetes al ser ensamblados o unidos adquieren diferentes formas.

### **Mensaje.**

**Función poética o función estética:** la función poética de la mascota es expresada en el movimiento o actividad del personaje, cuya cabeza es un balón, donde la carga informativa en cierto grado en lo que se refiere a la actividad que se realizará en el evento que promociona está dada, pero considero que el no tener ningún rasgo facial y representar a un ser humano refiere a un concepto global, “universal” que abarca a todos los hombres. El cuerpo del personaje se podría referir al movimiento y cambio que se vive en el plano tecnológico, político, económico e ideológico, cambios que repercuten en todo el mundo y en todos los ámbitos.

### **Código.**

**Función metalingüística.** La expresión formal de “Ciao” realizada por formas geométricas que al ser ensambladas nos aluden a la figura de un hombre en movimiento, cuya postura refiere al movimiento característico de los practicantes de este deporte al hacer dominadas con el balón con la parte superior de los muslos, indica que el movimiento se refiere a la actividad futbolística, la cabeza es un balón de fútbol, lo cual también alude al fútbol; por lo que podría interpretar que la carga informativa en cuanto a la actividad que se realizará en el evento que promociona está dada.

En lo que se refiere al manejo de la forma es compleja y fragmentada presentando un grado de mesomorfismo bajo, ya que se puede observar en su conformación abstracta una relación de semejanza con la realidad que nos permite reconocer que su figura me refiere a un hombre en movimiento, en el código cromático existe un acento o índice predominante en la imagen, pues la cabeza en forma de balón llama mi atención; la conformación de los demás colores en forma alternada y repetitiva me envuelve y el mensaje se centra ahí en el acomodo de dichos colores, los cuales me dan las posibilidades del reconocimiento de un hombre. No utiliza código tipográfico. Por lo tanto puedo considerar que la conjunción de los elementos, adquieren su significación en el contexto global, pues es ahí en el sentido global donde la conjunción de los elementos formales empleados en la mascota me otorga posibilidades para la interpretación y significación del mensaje.

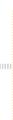
**Conclusión:** Interpretación sintáctica y semiótica del discurso gráfico de la mascota, en referencia al código utilizado en ella.

En el discurso gráfico de “Ciao” se pudo identificar en lo que respecta al análisis sintáctico y expresivo del mensaje gráfico, que es una imagen compleja y con un grado de mesomorfismo bajo, ya que es un objeto fragmentado, sintetizado, y abstracto pero se logra reconocer en su construcción cúbica, que éste representa a un humano en actividad deportiva. Que el índice predominante en la imagen representado por el balón de fútbol nos refiere al código o lenguaje futbolístico por lo que se alude la postura del mismo en dicho código.

Con lo que respecta al código cromático, la mascota cuenta con un nivel absoluto con respecto a los colores de la bandera nacional, pero la falta de código tipográfico hace que dicha comunicación se torne ambigua ya que los elementos que conforman a la mascota gráfica no cuentan con ninguna referencia en los códigos de identidad cultural, el carácter del personaje no es expresado, su nombre hace alusión a un saludo informal.

En el código cromático existe un acento o índice predominante en la imagen, pues la cabeza en forma de balón llama mi atención; la conformación de los demás colores en forma alternada y repetitiva me envuelve y el mensaje se centra ahí, en el acomodo de dichos colores, los cuales me dan las posibilidades del reconocimiento de un hombre por lo que la conformación de los elementos cobran su sentido en el código futbolístico y el símbolo del balón de carácter global.

Su estilo discursivo presenta ciertas características prevalecientes en el contexto global como son las formas cúbicas utilizadas en la realización de los personajes de los videojuegos y juguetes más vendidos en la época.



La 15ª Copa Mundial se llevó a cabo entre el 17 de junio y el 17 de julio de 1994, en EE. UU. que no contaba con una gran tradición futbolística, pero con un gran desarrollo económico e infraestructura óptima de estadios, por su gran capacidad. Es seleccionado como país anfitrión, teniendo un record de público, de 3.587.538 espectadores.

EE. UU. presenta la mascota “Striker” diseñada por el estudio de animación estadounidense Warner Bros.



## Construcción gráfica discursiva de las mascotas de los mundiales FIFA.

<p>Mascota</p>  <p>Nombre: "Striker" País: Estados Unidos Año: 1994 Diseño: Warner Bros</p>	<p><b>Código morfológico</b> Esquemas formales (condiciones <b>sintácticas</b> de la imagen)</p>			
	Simplicidad	×	Complejidad	
	Unidad		Fragmentación	×
	Actividad	×	Pasividad	
	Neutralidad		Acento	×

	<p><b>Código cromático</b> Nivel de condición del código cromático en relación a los colores de la bandera del país sede, en la fecha que se emite la comunicación.</p>				
	Nivel de condición	Nulo	Mínimo	Medio	Máximo
				×	

**Comentarios:** El nivel de condición del código cromático es máximo ya que el personaje muestra en su composición los colores de la bandera nacional, y son también los que utiliza la Federación de Fútbol de los Estados Unidos; éstos son presentados en lo que corresponde a la vestimenta o uniforme deportivo que porta la mascota, de color rojo, blanco y azul. Utiliza el blanco y el negro en lo que respecta al balón, el trazo de la línea en la figura también es de color negro, utiliza el marrón en lo correspondiente al cuerpo del personaje, todos aparecen saturados el rojo y azul corresponden a los colores primarios "pigmento" y el café del cuerpo es una variación terciaria de matices la cual predomina en la composición.



### Código tipográfico

**Composición gráfica:** Tipografía sin serif, o de palo seco, en altas de texto continuo legible en color rojo y azul.

### Relación del texto tipográfico

**País sede:** El texto escrito “USA 94” en la parte superior de la camiseta del personaje nos informa a que país representa, los colores corresponden a los de la bandera nacional, es pequeña y en posición lateral por lo cual considero que no es un elemento que se pueda determinar como acento predominante de significación de la imagen.

**Evento deportivo:** Informa el año del mundial,

### Anatomía del mensaje visual:



#### Grados de iconicidad

(relación entre la realidad y nuestra experiencia)

Nivel de realismo de una imagen

bajo

medio

alto

#### Isomorfismo

(calidad más alta de iconicidad)

×

#### Mesomorfismo

(valor medio de iconicidad)

#### Amorfismo

(grado más bajo de iconicidad)

Siendo el nivel bajo en lo que corresponde al realismo de la imagen que en cierto grado cuesta más trabajo por su trazo formal o abstracción vincular con la realidad.

### Descripción de la imagen:

El personaje refleja en su figura a un perro, las características físicas del animal están presentes y se logra reconocer en su figura la realidad por semejanza, pero al tratarse de una caricatura tiene un grado de iconicidad de isomorfismo bajo, ya que se ha hecho una abstracción de la realidad, pero a pesar de haber reducido su expresión icónica se cumple con el objeto de reproducirle claramente. Considero que “Striker” corresponde a la clasificación de caricaturas de tipo icónico, utilizadas en animaciones limitadas o para algún tipo de ilustración simple, sus formas son muy simples y por lo general su proporción no pasa de las dos cabezas. (Buenrostro, M. 2010, p.40).

**Aspecto físico del personaje asociado a las condiciones expresivas y gráficas del mensaje.**

Círculo		Cuadrado		Triángulo	✗
---------	--	----------	--	-----------	---

El trazo lineal del personaje es conformado por líneas curvas inspirando ternura y simpatía, lo cual lo coloca en la categoría que corresponde a las caricaturas pacíficas, ideal para la realización de personajes infantiles. La sonrisa representa una señalización facial comúnmente considerada como indicador de efectos positivos, como felicidad, placer y ternura. (Ricci, P; Cortesi, S. 1980, p. 142). Nos muestra los dientes expresando sinceridad y apertura (García, A. 2004). Nos mira directamente, lo que me remite a una expresión de agrado por la otra persona, (Davis, F. 2000, p. 83) En la forma de la cabeza y en el hocico se puede apreciar que corresponden a la figura geométrica de un triángulo, lo cual proporciona un aura de amenaza muy sutil. Las orejas, que en mi consideración son el índice predominante en la imagen, están erectas, lo cual corresponde al lenguaje canino como señal de atención. (revistacanina.com)



Sello de los Estados Unidos



Entidad Estados Unidos de América

**Relación de la mascota gráfica con elementos distintivos del escudo nacional del país sede al que representa.**

Nivel de relación	Nula	Mínima	Mucha	Absoluta
	✗			

**Postura:** la figura del personaje es activa, el personaje presenta una postura característica de los jugadores de futbol al posar y ser fotografiados coloca una de sus manos en la cintura, lo cual connota una actitud de reto y desafío, con la palma abierta lo cual expresa apertura y sinceridad. ( El arte de la estrategia, Trucos Psicológicos, Lenguaje Corporal )



**Código futbolístico:** Se encuentra representado con el uniforme deportivo, zapatos de fútbol, el balón y en la postura del personaje

**Figura retórica:** Prosopopeya



Nombre: "Striker"  
País: Estados Unidos  
Año: 1994  
Diseño: Warner Bros

### Interpretación semiótica de la unidad de análisis

#### Emisor.

**Función Emotiva o Función de intencionalidad:** Estados Unidos presenta a la mascota "Striker" un perro contento, simpático, y alerta para defender en el juego a su país. El cual porta en el uniforme los colores de la bandera nacional, con el mensaje escrito en su camiseta "USA 94", por lo cual me informa que el mundial se desarrollará en su país en el año de 1994.

#### Receptor.

**Función Connativa:** La función connativa, el personaje nos mira de frente, se dirige a mí receptor con agrado y simpatía, me persuade a participar. Su función connativa podría residir desde la vertiente estética ya que en el manejo de la expresión, me invita y desafía de forma amistosa a jugar con él. Esto es una relación "cognitivo-afectivo" cuyo objetivo es movilizar la participación del receptor "los signos apuntan a una motivación del destinatario" y de esta manera se desencadenan reacciones afectivas subconscientes. (Guiraud, P. 1992, p.13)

#### Contexto.

##### Función Referencial

**Contexto Cultural :** Estados Unidos de América (EE.UU.), país multicultural, de corrientes migratorias, está conformado por una gran variedad de tradiciones, grupos étnicos y valores, representa sus reminiscencias auténticas en el arte con temas como grandes batallas, paisajes y el folklore indio, lo que hoy es "El Oeste". (Guía Blog Estados Unidos. Historia. 2012). La iconografía más difundida de este país esta ligada a monumentos como, La Estatua de la Libertad, El Monte Rushmore entre otros; a personajes como "El Tío Sam", al símbolo patrio como es su bandera. Ésta nación ha expresado y difundido su cultura popular en el cine, televisión, música, cómic y deportes, relacionando nombres, géneros, películas, marcas y frases como "Lo que el viento se llevó",

“Star Wars”, “Mickey Mouse”, Marilyn Monroe, “Plaza Sésamo”, “Los Simpson”, Elvis Presley, Michael Jackson, Madona, “Popeye”, “Snoopy”, “Superman”, “Barbie”, hamburguesa y Coca Cola. El día de la Independencia 4 de julio de 1976 es una de las fechas más señaladas en el imaginario festivo; el ave nacional es el águila calva.

La participación de los Estudios Walt Disney durante la Segunda Guerra Mundial, contribuyendo en la realización de cerca de mil doscientas insignias para diferentes organizaciones militares siendo una de las aportaciones más importantes las insignias realizadas por sus artistas para las diferentes unidades del ejército, fortaleciendo y consolidando la moral y el espíritu de los soldados en el campo de batalla en el transcurso de este enfrentamiento, utilizando estos emblemas como forma de identificación distintiva y no para fines comerciales. (González, J. 2004, pp. 121 a 130) Por lo anterior es que considero que el clásico estilo de gráfica desarrollado por Walt Disney representan un símbolo de identidad cultural de EE.UU.

**Contexto Global:** El perro es considerado por la sociedad americana y de diferentes países como Finlandia, Canadá y España como “un miembro más de la familia” (*El origen del perro 1997-2011*). Pero este no es considerado un símbolo que represente la identidad cultural ni nacional de los EE.UU.. El significado simbólico del perro representado en un escudo, es el de valor, vigilancia y lealtad.

En el terreno de la animación tras el éxito de Disney otros estudios surgieron como los Warner Bros con “Bugs Bunny”, “El pato Lucas” y “Porky” los cuales fueron “un ejemplo de las anárquicas filmes de Tex Avery junto con Walter Lantz y su “Pájaro Loco”. (*Buenrostro, J. 2010, p.21*)

La llegada de la televisión y su exigencia en la realización para productos rápidos, derivó la simplificación del trabajo más ordinario de la industria, incluyendo el de la animación.

La mascota “Striker” fue diseñada por la Warner Bros, (*Actually Notes, 2007-2010*) estudio de animación estadounidense que actualmente es uno de los más grandes productores de cine y televisión del mundo; los personajes en conjunto de “Looney Tunes”, fue la serie que de 1942 a 1969 se consideró de las más populares en el cine. (*Minialmanaque, un año para recordar. 1991*)

Comenta un aficionado español “...recibía yo un Mundial de Estados Unidos que ya de por sí me parecía atractivo por el simple hecho de disputarse en el país norteamericano. Todo empezaba a vestirse con cosas relacionadas con el campeonato del mundo.

Mascota



Nombre: “Striker”

País: Estados Unidos

Año: 1994

Diseño: Warner Bros

Mascota



Nombre: "Striker"  
País: Estados Unidos  
Año: 1994  
Diseño: Warner Bros

Así, uno de los recuerdos que aún tengo muy frescos son aquellas latas de Coca-Cola en donde la mascota del torneo, Striker, portaba las banderas de las selecciones participantes. El 'merchandising' para la cita fue espectacular y aún tengo por mi casa alguna lata de ese refresco de cola con varios bolígrafos en su interior. A muchos de mi generación les tocó trasnochar para poder seguir a la selección española. Partidos disputados en la madrugada de nuestro país provocó que si te asomabas por la ventana podías ver todas las calles oscuras y las luces de los salones de las casas encendidas" (Estepa, J. 2012)

Se evidencia que la mascota "Striker" cuenta con similitudes en su estilo gráfico en los personajes de "Canuto y Canito" creado por la factoría estadounidense de Hanna-Barbera. transmitida por primera vez en 1961, posteriormente los derechos de emisión fueron adquiridos por CBS reemitiéndose los capítulos de 1963 hasta 1966.



"Canuto y Canito"



En el cine las películas que son condecoradas con el "Oscar" son: "Danza con lobos" (1990), "El silencio de los inocentes" (1991), "Los imperdonables" (1992) "La lista de Schindler" (1994).

En tecnología y ciencias, el 26 de febrero de 1991 el estadounidense Tim Berners-Lee, denominado "el padre de la web" presenta el primer navegador por Internet. IBM y Apple hacen computadoras compatibles entre sí.

## Mensaje.

**Función poética o función estética.** El personaje “Striker” el cual es representado por sus características expresivas con carácter, amigable, y simpático, está contento y alerta, listo para defender a su país en el juego, me reta a jugar con él “lo hace sentir” en su expresión.

## Código.

**Función metalingüística.** La expresión formal de “Striker” realizada en caricatura con características en su trazo formal que me remiten a los cómics y caricaturas estadounidenses, muestra simplicidad, unidad, pasividad lo cual la coloca en un grado de iconicidad de mesomorfismo alto ya que podemos reconocer en su figura a un perro; con uniforme deportivo, que posa pisando un balón de fútbol, que porta en su uniforme los colores de la bandera nacional y de la selección anfitriona y que lleva escrito en su camiseta el mensaje “USA 94”, conjunción de códigos que me permiten interpretar el mensaje emitido por el emisor. El aspecto físico del perro me expresa, simpatía, felicidad, y desafío; las orejas del personaje por su posición erecta representan el acento predominante en la imagen, expresan que se encuentra alerta ante la situación por acontecer; su postura y sonrisa le otorga cierto grado de desafío.

**Conclusión: Interpretación sintáctica y semiótica del discurso.** En el discurso gráfico de “Striker” se pudo identificar en lo que respecta a los resultados del análisis sintáctico, expresivo y de interpretación simbólica de las funciones que, la mascota cuenta con un grado de iconicidad de isomorfismo bajo, lo cual le otorga claridad al discurso que evoca que, los códigos utilizados en su construcción morfológica, cromática y tipográfica me remiten al emisor, ya que se empleó para la construcción del discurso códigos de identidad del país representante que vinculan su significación directamente con los EE.UU., estos elementos son: trazo gráfico, característico de las caricaturas realizadas y difundidas en su país, los colores de la bandera nacional y el mensaje escrito “USA 94”.

Por otra parte el país anfitrión presenta a un perro el cual no es considerado símbolo de la identidad nacional ni cultural de EE.UU., lo cual me enuncia en el sentido o significación del discurso una mezcla de elementos tanto de un símbolo “universal” como la de iconos traducibles que me evocan a la identidad del país sede.

El mensaje de los diferentes signos empleados van dirigidos al receptor con la intención de estimular su participación apelando a sus sentimientos.

Mascota



Nombre: “Striker”

País: Estados Unidos

Año: 1994

Diseño: Warner Bros

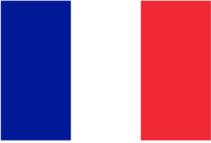
La XVI Copa del Mundo se realizó por segunda vez en Francia del 10 de junio al 12 de julio de 1998, es el tercer país en organizar dos campeonatos (1938-1998).

Francia presenta a Footix, el diseño de la mascota es realizado por Fabrice Pialot.



## Construcción gráfica discursiva de las mascotas de los mundiales FIFA.

Mascota				
	<b>Código morfológico</b> Esquemas formales (condiciones <b>sintácticas</b> de la imagen)			
	Simplicidad		Complejidad	✗
	Unidad		Fragmentación	✗
	Actividad	✗	Pasividad	
	Neutralidad		Acento	✗
Nombre: "Footix" País: Francia Año: 1998 Diseño: Fabrice Pialot				

<b>Código cromático</b>					
Nivel de condición del código cromático en relación a los colores de la bandera del país sede, en la fecha que se emite la comunicación.					
					
Nivel de condición	Nulo	Mínimo	Medio	Máximo	Absoluto
				✗	

**Comentarios:** El nivel de condición del código cromático con respecto a la referencia nacional es alto ya que el personaje muestra en su composición los colores de la bandera nacional en grado máximo;. Estos son presentados en lo que corresponde al cuerpo del ave azul, las plumas de la cabeza y cola el rojo; en los ojos y el mensaje escrito, el blanco. Esta combinación de colores de la bandera de Francia también está presente en el balón. Utiliza el amarillo en la parte del pico y el negro en lo que respecta al balón, y el trazo de la línea en la figura, todos aparecen saturados. En cuanto al acento en la imagen considero que el amarillo del pico sobresale de los demás colores de la composición y por la posición en que se encuentra representa un índice en éste código.

	<p><b>Código tipográfico</b></p>
	<p><b>Composición gráfica:</b> Tipografía sin serif, o de palo seco, en altas de texto continuo legible en color blanco.</p>
<p><b>Relación del texto tipográfico</b></p> <p><b>País sede:</b> El texto escrito “FRANCE 98” en la parte superior del cuerpo del personaje nos informa a que equipo pertenece la mascota y el año del mundial, la tipografía sin serif le otorga cierta modernidad, el tamaño y posición le otorgan legibilidad a la información que se quiere transmitir.</p> <p><b>Evento deportivo:</b> Informa el año del mundial,</p>	

**Anatomía del mensaje visual:**

	<p><b>Grados de iconicidad</b></p>	<p>Nivel de realismo de una imagen</p>		
	<p>(relación entre la realidad y nuestra experiencia)</p>	<p><b>bajo</b></p>	<p><b>medio</b></p>	<p><b>alto</b></p>
	<p><b>Isomorfismo</b> (calidad más alta de iconicidad)</p>			
	<p><b>Mesomorfismo</b> (valor medio de iconicidad)</p>	<p>×</p>		
	<p><b>Amorfismo</b> (grado más bajo de iconicidad)</p>			
<p>Siendo el nivel bajo en lo que corresponde al realismo de la imagen que en cierto grado cuesta más trabajo por su trazo formal o abstracción vincular con la realidad.</p>				

**Descripción de la imagen:**

El personaje refleja en su figura a un ave, que extiende el ala derecha y me presenta a un balón de fútbol en forma semi ovalada y con la otra hace una señal en la cual levanta un dedo, las plumas de su cabeza y cola son rojas, su cuerpo es de color azul, su complexión es fuerte, está parado ligeramente de lado, con un ala hace un gesto y la otra la extiende para presentarme un balón, en sus patas se pueden distinguir que sobresalen de la parte inferior unos semicírculos lo que me denota que porta zapatos de futbol, con pico grande y amarillo me sonrío, tiene ojos grandes, me mira y sus cejas están levantadas. En su figura se logra reconocer la realidad por semejanza a un ave, pero ya que ésta cuenta con un cierto grado de abstracción no es claro el reconocimiento de cuál ave se está representando, por lo cual considero que su grado de iconicidad es de mesomorfismo bajo.

**Relación de la mascota gráfica con elementos distintivos figurativos del escudo nacional del país sede al que representa.**

Nivel de relación	Nula	Mínimo	Media	Absoluta
	✗			



**Aspecto físico del personaje asociado a las condiciones expresivas y gráficas del mensaje.**

Círculo	✗	Cuadrado	✗	Triángulo	✗
---------	---	----------	---	-----------	---

Comentarios: El trazo lineal del personaje es conformado por líneas curvas inspirando ternura y simpatía, lo cual la coloca en la categoría que corresponde a las caricaturas pacíficas, ideal para la realización de personajes infantiles. Su sonrisa es amable lo cual nos otorga un significado de un mensaje cálido y positivo. Nos mira directamente lo que me remite a una expresión de agrado por la otra persona. (Davis, F. 2000, p. 83). En la forma del pico se puede apreciar que corresponde a la figura geométrica de un triángulo, lo cual proporciona un aura de amenaza muy sutil, pero la combinación de la mirada, levantar las cejas y sonreír, conjuntamente, nos señalan a una invitación con actitud de seducir. En la parte superior del tronco del cuerpo se aprecia predominantemente la figura de un cuadrado lo cual le otorga un carácter imponente.



**Postura:** La figura del personaje es activa, su postura en lo particular me refiere a la posición de un actor que promociona un producto, en éste caso el balón, ya que sostiene y te muestra el balón quedando este en primer plano. Levanta ligeramente el ala izquierda haciendo una señal con el dedo llamando nuestra atención.

**Código futbolístico:** El elemento que llama más la atención y se identifica como índice predominante en referencia al código futbolístico es el balón en forma de huevo ya que se encuentra en primer plano "Footix", promociona dicho producto, en este caso el símbolo del balón de fútbol, por lo que el discurso adquiere un nivel de significación mayor en dicho código y un carácter global. El ave también porta unos tachones ya que se alude que los semicírculos presentados en las patas representan estos por la actividad que se promociona.

## Figura retórica: Prosopopeya

Mascota



Nombre: Footix

País: Francia

Año: 1998

Diseño: Fabrice Pialot

### Interpretación semiótica de la unidad de análisis

#### Emisor.

**Función Emotiva o Función de intencionalidad:** Francia presenta a la mascota “Footix” un ave en la cual se observan los colores de la bandera nacional. Presenta un balón de fútbol con forma de huevo, con expresión simpática y seductora, su complexión es fuerte. Porta en lo que se refiere a la parte superior de su cuerpo el mensaje escrito “France 98”.

#### Receptor.

**Función Connativa:** la función connativa, el personaje es fuerte, nos mira de frente, se dirige a mí, receptor de forma simpática, alegre, y seductora, presenta un balón y me incita a enfrentarme con él en un partido de fútbol. En mi consideración él acento o índice que crea el primer contacto de la comunicación se identifica en el color amarillo del pico, posteriormente las terminaciones de la cresta me dirigen hacia el balón que por encontrarse en primer plano también representa un índice en la imagen que sostiene con la mano y finalmente el discurso se dirige al código tipográfico.

#### Contextos

##### Función Referencial.

**Contexto cultural:** Francia presenta a Footix, el diseño de la mascota es realizado por Fabrice Pialot, que menciona que el personaje es “un gallo que posee una personalidad fuerte y distintiva, alegre, atrevida y deportiva”. Su nombre es elegido en una encuesta realizada entre el 13 y 26 de noviembre, participaron para la elección 18,500 franceses quedando “Footix” este es una mezcla de “football en francés y el recuerdo de la historia gala que hoy mantiene viva el héroe del comic Asterix”<sup>1</sup>. El gallo se vincula a partir del periodo revolucionario como representación de la identidad nacional, éste aparece en un escudo, sobre el sello del Primer Cónsul y la alegoría de la fraternidad lleva a menudo un bastón rematado con un gallo. Napoleón substituye la República por el Imperio y a partir de entonces, el águila reemplaza al gallo, ya que de acuerdo con el Emperador: “El gallo no tiene fuerza alguna y no puede ser la imagen de un imperio como Francia”. Tras un período de ausencia, las “Tres Gloriosas” de 1830 rehabilitan la imagen del gallo francés y el Duque de Orleans firmará una orden en la cual se indica que el gallo habría de figurar en las banderas y los botones

de los uniformes de la guardia nacional. En la Primera Guerra Mundial, la reafirmación del sentimiento patriótico hará del gallo la figura de la resistencia y de valor franceses frente al águila prusiana. El gallo se convierte así en el símbolo de una Francia de origen campesino, orgullosa, obstinada, valiente y fecunda. Si bien el gallo no figura como un símbolo oficial de la República, sigue representando una cierta idea de la Nación. ( Sitio Oficial de la Presidencia de la República francesa. Francia y sus símbolos.)

1 Asterix , personaje principal de las historietas en caricaturas creado por Alberto Uderzo (dibujo) y René Goscinny (guión) los cuales buscaban representar “un héroe bien francés” tras explorar diferentes periodos de la historia se inspiran en la Galia y los Galos. Aparece por primera vez en el año de 1959; las aventuras de “Astérix el Galo” obtiene un gran éxito. “Astérix es el héroe del cómic francés” reconocida por ser la primera serie aceptada por niños y adultos, es considerada una de las historietas más populares de Francia. La historia se desarrolló alrededor del año 50 a. C. en una aldea ficticia al noreste de la Galia la única parte del país que no ha sido conquistada por Julio César, la resistencia de estos aldeanos se debe a la fuerza sobrehumana que adquieren tras beber una porción mágica, la trama principal es el intento del ejército romano por ocupar la aldea y evitar que el druida prepare la pócima, o de conseguir algo de ella para su propio beneficio los cuales son frustrados por Astérix y Obélix, personajes principales de la historieta. Se han realizado diversas películas con dibujos animados y con actores reales, a la fecha se planea la película de “Astérix en Bretaña en 3D”. Los nombres de los personajes, “nombres galos con terminación ix da mucho juego en francés. Cabe señalar que el primer satélite lanzado por Francia en 1965 se llamó Astérix, y Footix la mascota de la Copa de la FIFA 1998, en honor a los sufijos -ix de los galos. ( Consultado el 2 de mayo del 2012 de: <http://www.asterix.com/enciclopedia/autores/albert-uderzo.html> )



### Contexto Global:

En tecnología y ciencia en 1995 se presenta al mercado el sistema operativo Windows 95 y el navegador Internet Explorer. Se anuncia la creación del DVD. Se lanza al mercado la primera cámara fotográfica digital comercial.



Mascota



Nombre: Footix

País: Francia

Año: 1998

Diseño: Fabrice Pialot

En televisión entre las series más populares “Dinosaurios”, “Pinky y Cerebro” (Pinky and the Brain) producidas por Steven Spielberg, las cuales tienen más popularidad con los adultos que con los niños. Ganadora del Oscar: Corazón Valiente. Se estrena la primera película hecha totalmente por computadora “Toy Story” (1995). En el año de 1996 en televisión de las más populares caricaturas “Dragón Ball GT”, “Rugrats: Adventures in Diapers”. En Japón sale a la venta el primer videojuego de Pokémon al año siguiente tras gran éxito se lanza la serie en T.V. obteniendo un éxito inmediato. La televisión inglesa presenta una serie espacial para bebés y niños menores de cuatro años “Teletubbies”. En mi consideración el estilo gráfico de la mascota “Footix” cuenta con ciertas características que corresponden a las caricaturas americanas más populares.



americana



americana



americana



americana



japonesa



japonesa



inglesa

## **Código.**

**Función Metalingüística.** “Footix” presenta en su trazo formal complejidad, fragmentación, actividad y acento. Con lo que respecta al código cromático se encuentra un nivel de relación máxima de éste y el país al cual representa, se puede identificar en la composición cromática un acento en la imagen que sería el pico de color amarillo. En lo que se refiere a la parte superior de su cuerpo, aparece el mensaje escrito “Francia 98” el cual presenta cualidades de legibilidad y cuyo mensaje me remite al país y al año en que se realizó el evento. En cuanto al grado de iconicidad, éste es de un nivel de mesomorfismo bajo, ya que el manejo de la forma presenta un cierto grado de abstracción que le otorga confusión en el momento de su reconocimiento, ya que se puede observar en su construcción formal que se trata de un ave, pero puede tratarse en mi consideración de un perico, de un pájaro carpintero o como menciona el diseñador y los medios de comunicación de un gallo, el cual representa para los franceses por acuerdo y uso común un símbolo de identidad nacional. El gallo es representado a su vez con los elementos característicos del deporte que promociona los tachones de fútbol y el balón objeto que representa un símbolo de carácter “universal” de la actividad que se llevará a cabo (el fútbol) éste en mi consideración el elemento que en la conjunción de los elementos de la estructura sintáctica generada en las interrelaciones entre los códigos morfológico, iconográfico, tipográfico y cromático el núcleo de la comunicación o mensaje principal.

**Conclusión:** Interpretación sintáctica y semiótica del discurso gráfico de la mascota, en referencia a los códigos utilizado en ella.

En el discurso gráfico de “Footix” se pudo identificar con lo que respecta a los resultados del análisis que conforman los valores de la estructura sintáctica y en la interpretación de las funciones comunicativas de la interpretación simbólica, que se logra el contacto de la comunicación, la cual se mantiene para poder emitir el mensaje en el que se informa que el evento mundial se celebrará en Francia en el año de 1998, información contenida en el código tipográfico y cromático de los elementos que conforman su aspecto físico. En lo que se refiere a la expresión corporal y postura muestran el carácter fuerte de los franceses ya que el objeto portador del mensaje me refiere en cierto grado a un gallo, el cual representa en la historia de Francia, un símbolo de identidad nacional el cual con expresión alegre, simpática y

seductora me incita a jugar con él con actitud imperiosa, que el núcleo de la comunicación o mensaje principal se encuentra en el producto que publicita representado en el símbolo del balón, el cual le otorga relevancia al evento mundial que se celebrará en su país.

Por otra parte también se observó que el grado de iconicidad de la imagen presenta cierta abstracción y su grado de iconicidad es de mesomorfismo bajo, por lo cual podría decir que la información transmitida cuenta con ambigüedad, pero que el contexto de la importancia que representa el emisor externo (FIFA) difunde e informa en los medios de comunicación, que se trata de un gallo llamado “Footix” cuyo nombre es la combinación de fútbol con la terminación “ix”, utilizada comúnmente en los nombres galos, circunstancias contextuales que en conjunción influyen en la interpretación del significado que lo relacionan con los códigos de identidad nacional del país al que representa.

En el contexto global se observa que el estilo gráfico de la caricatura presenta cierta relación con las caricaturas americanas.

Este fue el primer mundial del Nuevo Milenio, en el Continente Asiático, y el primero en contar con una organización conjunta entre dos países Corea del Sur y Japón quienes presentaron a “Kaz”, “Ato” y “Nik” con el nombre colectivo de “Spheriks” los cuales fueron diseñados por Interbrand en Corea y Japón.



## Construcción gráfica discursiva de las mascotas de los mundiales FIFA.

<p style="text-align: center;">Mascota</p>  <p style="text-align: center;">Nombre: “Kaz”, “Ato”, “Nik” con el nombre colectivo de “Spheriks” Países: Corea del Sur y Japón Año: 2002</p>	<p style="color: red; font-weight: bold;">Código morfológico</p> <p>Esquemas formales (condiciones <b>sintácticas</b> de la imagen)</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <tr> <td style="width: 25%;">Simplicidad</td> <td style="width: 25%;"></td> <td style="width: 25%;">Complejidad</td> <td style="width: 25%; color: red;">✗</td> </tr> <tr> <td>Unidad</td> <td></td> <td>Fragmentación</td> <td style="color: red;">✗</td> </tr> <tr> <td>Actividad</td> <td style="color: red;">✗</td> <td>Pasividad</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Neutralidad</td> <td></td> <td>Acento</td> <td style="color: red;">✗</td> </tr> <tr> <td>Realismo</td> <td></td> <td>Distorsión</td> <td style="color: red;">✗</td> </tr> </table>	Simplicidad		Complejidad	✗	Unidad		Fragmentación	✗	Actividad	✗	Pasividad		Neutralidad		Acento	✗	Realismo		Distorsión	✗
Simplicidad		Complejidad	✗																		
Unidad		Fragmentación	✗																		
Actividad	✗	Pasividad																			
Neutralidad		Acento	✗																		
Realismo		Distorsión	✗																		

### Código cromático



Nivel de condición del código cromático con relación a los colores de la bandera del país sede, en la fecha que se emite la comunicación.

Nivel de condición	Nulo	Mínimo	Medio	Máximo	Absoluto
		✗			

Comentarios: El nivel de condición del código cromático con respecto a la referencia, con los colores de las banderas nacionales de los dos países es mínima, ya que los personajes muestran predominantemente los colores violeta, amarillo y azul en lo que se refiere a su estructura corporal. El color azul es empleado en la bandera de Corea del Sur, pero su asociación es confusa ya que el color en la mascota contiene ciertos efectos de transparencia. El personaje “Ato” en mi consideración es amarillo con ciertas sombras marrón, anaranjadas y rojas, por lo cual encuentra una relación mínima con el color rojo de las banderas nacionales. El acento en la imagen con lo que respecta al código cromático se manifiesta en el personaje predominantemente de color amarillo ya que sobresale de la composición por su tamaño y se encuentra al centro.

**Relación de la mascota gráfica con relación al código cromático del escudo nacional del país sede al que representa.**

Nivel de relación	Nula	Mínimo	Media	Absoluta
			✗	

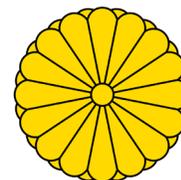
El escudo de Japón es conocido oficialmente como el emblema de la flor de crisantemo y es el emblema del emperador de Japón. Este símbolo es utilizado por los miembros de la familia imperial.

Azul en Japón es el color de la brujería, encontrar una flor azul o un pájaro azul es símbolo de buena suerte. En Japón se piensa que el rojo tiene, poderes curativos, se usa el HARAMAKI banda para cubrir el estomago de color rojo para mantenerlo caliente, mejorar las funciones estomacales e intestinales, además de las de los órganos reproductivos (hormonales). En los anuncios de las farmacias (antiguas) hay un TENGU ( dios de la antigüedad , tiene una larga nariz y su cara es de color rojo) , a los ancianos de 60 años, se les viste con un CHANCHANCO vestimenta como chaleco de color rojo para desearles salud y larga vida. También el HANKO sello personal se pone en este color pues es símbolo de la propia carne (como una firma con sangre).

Al anaranjado en Japón, se le relaciona más con el fuego, los deseos de lucha y progreso y como las frutas, para desear el desarrollo y crecimiento de los niños. Se acostumbra poner una mandarina (naranja) sobre el MOCHI (pasta de arroz de fin de año), para que el próximo año sea de mayor progreso que el actual.

El amarillo es el color del emperador. Actualmente se le ve como símbolo de notoriedad, el color blanco corresponde al de los dioses, pues se relaciona con la luz (transparente) libre de impurezas. El morado simboliza riqueza y buena posición social.

En el caso particular de éstas mascotas, se hace necesaria la exposición de la significación simbólica de los colores en lo que respecta a su cultura, los cuales refieren a deseos positivos, y categorías importantes.



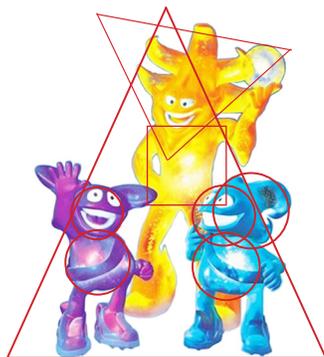
**Código tipográfico:** Los personaje no cuenta con ningún texto escrito

**Anatomía del mensaje visual:**

	<p><b>Grados de iconicidad</b> (relación entre la realidad y nuestra experiencia)</p>	<p>Nivel de realismo de una imagen</p>		
		<p><b>bajo</b></p>	<p><b>medio</b></p>	<p><b>alto</b></p>
	<p><b>Isomorfismo</b> (calidad más alta de iconicidad)</p>			
	<p><b>Mesomorfismo</b> (valor medio de iconicidad)</p>			
	<p><b>Amorfismo</b> (grado más bajo de iconicidad)</p>			<p>✗</p>
<p>Siendo el nivel bajo en lo que corresponde al realismo de la imagen que en cierto grado cuesta mas trabajo por su trazo formal o abstracción vincular con la realidad.</p>				

**Comentarios:**

Los personajes reflejan en su figura a “seres”, con características humanas ya que los tres presentan ojos, boca, piernas y brazos. Estos presentan en su conformación algunos elementos que pudieran vincularse con algún objeto, animal o elemento de la naturaleza; pero su conformación total cuenta con un nivel de abstracción que no me permite relacionarlo con ningún modelo en específico real, por lo cual considero que la anatomía del mensaje visual cuenta con un grado de iconicidad de isomorfismo alto. En lo que se refiere al “código o lenguaje futbolístico” utilizado en ellos los personajes de color violeta y azul presentan en la parte inferior de sus “botas” unos pequeños semicírculos que podrían referirme a los tachones de fútbol, el personaje amarillo levanta y sostiene a manera de dominio una esfera que podría referirme al balón, elementos que por la complejidad de sus formas y tratamiento del código cromático no son identificables claramente.



**Aspecto físico del personaje asociado a las condiciones expresivas y gráficas del mensaje.**

Círculo	✗	Cuadrado	✗	Triángulo	✗
<p>Comentarios: El trazo lineal de los personajes violeta y azul es conformado en su mayoría por líneas curvas, inspirando ternura y simpatía. El personaje amarillo presenta en su trazo lineal cier-</p>					

tos picos o elementos angulosos, los cuales se evidencian en la parte superior de lo que correspondería a la cabeza, ésta además corresponde a la figura de un triángulo, ya que en la parte inferior se percibe una forma angulosa lo cual se maneja en la representación de personajes villanos con un aura de amenaza y maldad. (Buenrostro, M. 2010, pp.79, 80). Las tres figuras podrían conformarse en un triángulo lo cual en lo que respecta a esta clasificación les proporciona un aura de amenaza muy sutil. Ninguno de los personajes mira de frente, el personaje magenta presenta ojos semi-ovalados mira arriba y su expresión me refiere a cierta inocencia. El personaje amarillo presenta ojos rasgados y mira hacia un lugar no fijo hacia abajo, pero al ser en proporción de los otros dos personajes mucho más alto me podría referir a prepotencia o dominio, su sonrisa considerando su conformación me expresa temor. El personaje azul cuenta con ojos grandes semi-ovalados y mira hacia arriba, mantiene la boca cerrada, muestra una gran sonrisa y enseña sus dientes, con el brazo derecho hace una señal levantando un dedo, expresando que está atento y que se cuestiona algo. El personaje violeta, sonríe y muestra los dientes expresando sinceridad y apertura. Éste cuenta con unas grandes orejas en forma ovalada y se encuentran en forma semi – horizontal, lo cual le otorga una expresión pacífica, levanta su mano derecha y saluda. El cuerpo de los personajes violeta y azul es semicircular, lo cual les otorga características de ternura.

Mascota



Nombre: “Kaz”, “Ato”, “Nik”  
con el nombre  
colectivo de “Spheriks”

Países: Corea del Sur y Japón

Año: 2002

**Postura:** Las posturas de los personajes son activas, ya que todas expresan cierto movimiento. La postura del personaje “Kaz” (violeta) presenta el brazo derecho levantado con la palma de la mano y los dedos abiertos, lo cual me expresa sinceridad, apertura, inocencia, en solicitud de confianza, señal que no es muy representativa en la conjunción de los elementos ya que cuenta con unas grandes orejas que no permiten identificar de forma inmediata el saludo, por lo cual no se podría considerar un acento predominante en la imagen. El personaje “Nik” (azul) refiere con el brazo derecho una señal a manera de cuestionamiento; el personaje “Ato” (amarillo) se encuentra de pie con la mano en la cintura, lo cual me refiere a reto o desafío, y con la otra sostiene un balón.

**Código futbolístico:** En lo que se refiere al código o lenguaje futbolístico utilizado en ellos los personajes de color violeta y azul presentan en la parte inferior de sus “botas” unos pequeños semicírculos que podrían referirme a los tachones de fútbol, el personaje amarillo levanta y sostiene a manera de dominio una esfera que podría referirme al balón, elementos que por la complejidad de sus formas y tratamiento del código cromático no son identificables claramente.

## Figura retórica: Prosopopeya

### Interpretación semiótica de la unidad de análisis



#### Emisor.

**Función Emotiva o Función de Intencionalidad:** Corea del Sur y Japón presentan a las mascotas “Spheriks” 3 “seres” extraterrestre semi transparentes donde sus colores predominantes son: el de “Kaz” morado, el de “Ato” amarillo y el de “Nik” azul, con algunas características morfológicas humanas, ya que se puede observar que cuentan con brazos, manos, piernas, tronco, ojos y boca, elementos que me dan la pauta para su interpretación expresiva y carácter, éstos a su vez son conformados con otros elementos que no pertenecen a seres humanos, lo cual se puede apreciar predominantemente en las formas de la cabeza. En el caso de “Kaz”, unas grandes orejas y en el caso de “Ato” y “Nik” a manera de cuernos, “Ato” tiene fuego en los pies, podría estar volando o entre llamas, “Nik y Kaz” cuentan con unas botas de fútbol.

La expresión de los 2 pequeños “Kaz y Nik” es simpática, tierna e inocente “Kaz” te saluda y “Nik” está atento de la situación y se cuestiona algo, “Ato” es muy alto en comparación a “Kaz y Nik”. “Ato” también sonríe pero cuenta con una expresión temible y maligna cuya postura es prepotente y desafiante, presenta su brazo izquierdo semi flexionado hacia arriba y sostiene con los dedos hábilmente un balón.

El emisor (Corea del Sur y Japón) desde el contexto donde se manifiesta la comunicación (Copa Mundial FIFA) me supone que el mensaje que emite es. “Yo poseo y domino el balón soy fuerte, temible, y malvado, me carcajeo de forma maléfica para causarte temor, y te desafío a jugar.” “Kaz” y “Nik” son los jugadores, uno saluda y el otro se pregunta qué podrá pasar.

#### Receptor.

##### Función Connativa:

El mensaje de la comunicación es fragmentado, ya que cada uno de los personajes cuenta con actitudes diferentes y ciertos acentos o índices, pero ninguno se dirige directamente a mí receptor ya que ninguno me mira de frente, el mensaje es emitido para “todo el mundo” y hasta para los que no están en éste mundo, lo anterior pudiera interpretarse pues uno de los índices que se presentan en “Kaz” es el saludo, el cual no es el tradicional de los países orientales, en donde se hace una inclinación, es decir, saluda a todos los que entiendan su saludo.

“Ato” en cambio cuenta con el índice predominante en la imagen, su tamaño me indica superioridad y predominio, al mismo tiempo los diferentes sistemas de signos manifestados en él, me remite en diferentes formas y significados predominantemente a las deidades de los países orientales, “Ato” es quien posee “el dominio” del balón; Nick le pregunta “algo” a alguien que se encuentra en el cielo.

## Contextos

### Función Referencial.

**Contexto cultural:** La tradición cultural de Japón se encuentra muy influenciada por las ideas de honor, obligación y deber, el sincretismo religioso parte de religiones tales como el budismo, el cristianismo y su religión nativa el “Shinto”. Corea del Sur se basa predominantemente en el budismo y el confucianismo, a su vez los dos países han tenido una fuerte influencia cultural China.

La mitología oriental es extremadamente compleja, comprende una infinidad de deidades o “espíritus”, por dar un ejemplo tan sólo el panteón “Shinto” (Japón) se compone de una colección aproximada de 8.000.000 de dioses. Sin embargo, las religiones originarias tanto de Corea y Japón convergen en patrones similares con respecto al culto de los antepasados a los cuales les brindan ofrendas y una cierta veneración, a su vez el tipo de vida originada del trabajo agricultor del pueblo vincula sus ritos con los cuales se pensaba que se podía influir a las fuerzas de la naturaleza y a las estaciones del año, en estas prácticas también destacan los personajes de chamanes y posteriormente los emperadores. La palabra emperador en Japón significa el “soberano celestial”.

A continuación, mencionaré algunos de los símbolos, monumentos, y personajes más representativos de la identidad cultural de Corea y Japón, los cuales se vinculan a las costumbres, tradiciones e historia que enriquecen el imaginario de la cultura oriental.

En Corea se encuentra el Palacio Gyeongbokgung (palacio de la “bendición feliz”), fundado por la Dinastía Joseon en 1392, el palacio es apreciado de forma especial bajo la luna llena, la cual es considerada por los antepasados coreanos como elemento simbólico que contiene poderes especiales ya que puede concederles sus deseos más profundos. De entre los ritos más representativos del folklore coreano que forman parte de todo un conjunto de mitos populares, se encuentran las danzas, las cuales son objeto de representaciones escénicas entre las cuales destacan “Hakchum” (Danza de las grullas) del período Goryeo. Chunaengjeon (Danza del ruiseñor que canta en la primavera) de la época Joseon, el baile de máscaras o “Talchum” y la antigua

danza cortesana “Cheoyongmu” (hijo del rey dragón “Yongwang”), la cual tenía por finalidad apartar a los espíritus malignos y garantizar la tranquilidad en los banquetes reales o durante los exorcismos practicados en la víspera del año nuevo para invocar la buena suerte. El “cheoyongmu” lo ejecutan cinco hombres vestidos respectivamente de blanco, azul, negro, rojo y amarillo, colores que simbolizan los cuatro puntos cardinales y el centro del mundo. Llevan la máscara de color vino y dientes blancos del hombre-dios. ( *unesco.com* y *Servicio de cultura e información de Corea. Ministerio de Cultura, Deporte y Turismo p. 185* )



La figura del Samurai ha servido de base tanto de novelas como de películas en donde se representa la historia y creencias orientales, la palabra “samurai” se utiliza para designar a gran variedad de guerreros del antiguo Japón. El monte Fuji es el pico más alto de todo Japón, es considerado sagrado desde la antigüedad, éste como volcánico es un tema recurrente en el arte y literatura japonesa, Fu significa riqueza y ji es “samurai”, en la cultura japonesa se enseña a entender y tomar como ejemplo al monte Fuji y ser tan alto como él en lo espiritual.



La cultura japonesa cuenta con algunos dioses y criaturas divinas como los guardianes de la ciudad de Kyoto, los cuales protegen una zona de la ciudad según su localización en los puntos cardinales, estas son Suzaku, Genbu, Seiryuu y Byakko.



“Suzaku” elemento del fuego “Byakko” elemento del viento “Seiryuu” elemento del agua “Genbu” elemento de la tierra

Otros figuras reconocidas en la cultura oriental son los guardianes de “Kongorikishi” o “Nioh”, según la tradición protegieron a Buda durante sus viajes a la India, éstos generalmente se encuentran en la entrada de los templos son “A-gyo” situado a la izquierda del templo y “U-nyo” a la derecha, cuentan con una expresión de enfado “A-gyo” tiene actitud feroz, rechaza las fuerzas maléficas y tiene la boca abierta lo cual representa en su cultura la violencia, el principio y el nacimiento, “U-nyo” tiene boca cerrada, representa el fin o la muerte, y abrigo de los buenos espíritus. Estas figuras también representan el uso de la energía ardiente (el que enseña los dientes) y de la energía latente. (Japanese buddhist statuary). A continuación presentaré también algunas imágenes de las 28 estatuas de deidades guardianas que se encuentran en el templo Sanjusangen-do templo budista de Kioto, Japón.



“A-gyo” “U-nyo”



Los “Spheriks” fueron diseñados por Interbrand en Corea y Japón, los gerentes generales Don Chang y Terry Oliver, explicaron que “se buscó expresar un enfoque innovador y revolucionario acorde con el espíritu moderno”. Conocedores del gusto de los coreanos y japoneses por las narraciones de cuentos de fantasía y tecnologías sofisticadas, se decidió que ésta era la mejor forma de llevar el mensaje de la emoción compartida de la Copa Mundial. “Varios equipos creativos en Corea y Japón desarrollaron toda una serie de historias, hasta que una de ellas fue elegida definitivamente por KOWOC, JAWOC y la FIFA”. (Consultado el 6 de junio del 2011 de: <http://es.fifa.com/aboutfifa/organisation/marketing/news/newsid=71557/>)

El 1 de diciembre de 1999 Fantasy Film lanza las mascotas de la Copa Mundial de la FIFA 2002 presentando una breve película de dibujos animados, cuyos héroes serán las figuras populares del torneo en 2002. Para la película se utilizó la tecnología más avanzada en el campo de la animación por computadora y los caracteres aparecerán casi siempre como figuras tridimensionales. Sus nombres se eligieron por los votos emitidos por dos tercios de millón de personas de todo el mundo los cuales se depositaron en los restaurantes McDonald's.

A finales de 2001 se emitió el primer episodio de una serie de televisión de dibujos animados, compuesta por 26 episodios y un total de 13 horas de duración. El argumento de cada episodio giraba en torno al desarrollo de un partido de “Spherikball”, que disputaban los alegres “Atmospheriks” (entre ellos “Ato”, “Kaz” y “Nik”). “Ato” es el director de la academia de mascotas, guía y maestro espiritual, cree ser interesante, versátil y muy experimentado, es el más popular y querido de todas las criaturas de “Atmozone”. “Kaz” es un soñador que se ocupa de todos los asuntos mundanos, es muy amable y considerado. “Nik” es inteligente y tiene muchos deseos de aprender, su fuerte es la agresividad y la velocidad, mientras que su punto débil es reflexionar demasiado sobre las cosas. Para la serie también se crearon los, “Nulmospheriks”, los tramposos, mezquinos y deprimentes. En “Atmozone” lugar en el cielo donde viven las mascotas se juega el “Spherikball”, parecido al fútbol en muchos aspectos aunque con algunas diferencias “estrabóticas”, entre ellas, el uso de “puntos interactivos”, entradas a túneles de alta velocidad que pueden propulsar a un jugador de un extremo del terreno a otro. El vencedor definitivo recibe como premio el honor de ir a crear la atmósfera de la Copa Mundial. La moraleja subyacente en todos los partidos de “Spherikball” es la defensa del juego limpio”. Al mismo tiempo se inauguró el sitio web en diciembre de 2001, coincidiendo con el sorteo de la fase final.

En lo que se refiere a ésta función referencial el personaje “Ato” cuenta con elementos formales y de expresión que corresponden en cierto grado a modelos de arquetipos<sup>1</sup> que se manifiestan en la cultura oriental, los cuales refieren principalmente a los guardianes de los templos o palacios budistas, por lo cual su significación adquiere sentido en el carácter de estas deidades místicas. Al mismo tiempo la parte superior de la cabeza, podría tratarse de el monte Fuji, los picos que sobresalen de su cabeza a las ornamentas utilizadas por los “samurai” en los cascos, el significado simbólico de los colores me refiere en el caso de “Kaz” y “Nik” a dos personas con diferentes culturas y creencias que quieren sanar sus diferencias ya que portan una banda que recorre su estómago siendo uno de ellos rico y de buena posición social. “Ato” es símbolo de lucha y progreso y me refiere a la cultura oriental.

En lo referente a las características particulares que se utilizan en el tradicional manga (Japón) y manhwa (Corea) se podría decir que las mascotas no presentan en su configuración estilística ninguna de ellas.



<sup>1</sup> Esquemas lógicos, estructurales y generalizados de modelos tipificados de figuras ancestrales y míticas. Tema en el cual se profundiza en el subcapítulo 1.1.3 Imaginario. pp. 40,41,42.



Para las determinaciones anteriores en lo referente a la interpretación del contexto cultural y los elementos que componen a la mascota gráfica se realizó una entrevista con la Lic. Yuko Hatta originaria de Osaka, Japón, la cual se presenta a continuación.

3 de junio del 2012. San Luis Potosí, S.L.P.

Nombre: Yuko Hatta

País: Japón

Estado: Osaka

Edad: 41 años

P= ¿Qué me puedes decir de esta imagen?

R= Es algo hecho para niños, como para un evento deportivo grande o importante, como de caricatura para niños.

P= ¿Crees que los colores de los personajes son representativos de tu cultura?

R= El amarillo si, parece fuego, sol. El azul no tanto, me parece agua. El morado ese no, es muy raro el color morado en Japón este color no es común ver. Ni gente que se vista de morado. Tal vez se podría usar como para un muñequito de llavero.

- Ésta es la mascota que se usó para el Mundial de fútbol de tu país.

P= ¿Crees que el personaje amarillo se pueda relacionar con algo representativo de la cultura oriental?

R= En la entrada al templo hay 2 guardianes uno de cada lado, estos no son humanos y protegen al templo. A eso es a lo que se podría parecer el personaje amarillo.

P= ¿Guardianes? ¿Cómo?

R= Los guardianes son los encargados de velar el templo de demonios y fuerzas malignas.

P= ¿Qué crees que pueda expresar la cara del amarillo?

R= Se ríe pero no está feliz o alegre, como que te quiere causar temor, autoridad, como poder.

El azul no hay relación con mi cultura, parece agua. De lo demás no sé que sea.

P= ¿Qué crees que esté haciendo el personaje morado?

Pues es como niño, saluda.

P= ¿El saludo es representativo de tu país?

R= No, no usamos este saludo, más bien (inclinó la cabeza y parte de su tronco hacia adelante) el carácter de las personas en Japón es reservado, el japonés casi no habla, somos tímidos no expresivos, esperan que la gente sepa que es lo que tú quieres por tu mirada, tono de voz, o movimientos, no quieren iniciar una decisión, esperan que la otra persona decida porque tú le estas expresando algo pero con tus movimientos o mirada.

P= ¿El azul crees que es tímido?

R= No como que quiere decir ¿y que esta pasando aquí?

P= ¿Puedes recordar a las mascotas del mundial?

R= No, no las recuerdo.

- El mundial fue en el año 2002.

P= ¿Cómo puede ser posible que no recuerdes nada si fue increíble su inauguración?, de verdad ¿nunca antes habías visto a las mascotas?

R= No, en ese año yo no estaba en ese en Japón, yo estaba en Estados Unidos y no supe mucho de él, en Estados Unidos las cosas que transmiten por televisión sólo son las que les interesa que se sepan de Estados Unidos, el fútbol no es muy importante para ellos, a ellos les gusta el fútbol americano. Mi esposo es mexicano y me decía hay que ir a Japón porque va a ser el mundial, mi hija acababa de nacer y yo no le daba importancia y no, no ví nada del mundial.

El deporte que más se practica en Japón es el béisbol.

P= ¿Los nombres de los personajes te refieren a los nombres de tu país? Nik, no tiene que ver nada con lo oriental, es más americano o del oeste.

“Kaz” sí, en Japón se usa mucho el “Kaz” para nombres más largos como “Kazuno”, “Kazuhiro” y “Kazuyoshi” y a estas personas se les llama nada más “Kaz”.

Recuerdo que hubo un futbolista japonés que se hizo famoso, y se llama “Kazu Miura” el fue probablemente a Brasil a aprender fútbol, para mí era guapo, cuando regresó hizo equipo o grupo y empezó a enseñar el fútbol a los niños, cuando metía gol, el gritaba, se alegraba y hacía cosas que no era común ver, pues nosotros por ejemplo, aplaudimos (su forma de aplaudir fue con las manos a la altura de la boca las manos de forma muy recta y con los dedos juntos y discretamente separó una de la otra y con movimientos rápidos juntó una con otra, y casi no hizo ruido) y al verlo a él pensabas ¿qué le está pasando?.

P= ¿Y el de “Ato”?

R= Había una caricatura muy famosa en Japón que se llamó “Atom”, éste tenía fuego como el amarillo (“Ato”)en los pies y volaba, tenía una fuerza muy grande que usaba cuando se molestaba.

P= ¿Crees que la banda que traen los personajes pequeños que podrían ser niños?, ¿sí crees que sean niños?

R= Sí, sí podrían ser niños

P= ¿Pueda ser representativa de la vestimenta tradicional de tu cultura?

R= No al kimono o alguna otra no, cuando los deportistas en atletismo hacen relevos, el último de ellos lleva una banda, me parece más deportivo.

P= ¿En algunas de las fiestas tradicionales usan el dragón o no?

R= Hay una fiestas y carnavales en verano y las personas cargan a Shishimai y van bailando para hacer como que si este se fuera moviendo en forma ondulada. Shishi es un animal que se parece al león pero no lo es y Mai significa baile

P= ¿Me puedes decir 4 cosas que representativas de Japón?

R= Sol, Tsuru, Sakura( árbol de cerezo), Momiji (hoja colorado de Maple) en otoño. La gente en Japón acostumbra mucho a ir de día de campo o por las noches a convivir con su familia o amigos debajo de un Momiji, nos gusta admirarlos e inclusive sales de tu trabajo antes para apartar el lugar, pasan por la televisión que hay un Momiji que esta muy bonito en algún lugar y todos quieren ese. Las hojas son como las de Canadá tienen forma como de estrella

P= ¿Qué crees que sostiene el personaje amarillo?

R= Una pelota

P= ¿Crees que es de fútbol?

P= No, pero supongo que sí, porque los chiquitos traen unos zapatos de futbol el amarillo, abajo es fuego.

P= ¿Crees que la pelota por como está pintada en tonos blanco azul y al final un resplandor amarillo puede que sea mágica?

R= No, nosotros no conectamos con Buda o Dios como en México, no decimos por ejemplo, si Dios quiere o si Buda quiere, pero si conectamos muchas cosas con la naturaleza, si llueve está enojado el cielo.

P= ¿Hay un templo en Japón que dicen que se ve diferente cuando es luna llena y que ésta te concede tus deseos más profundos?

R= Si cuando se es niño las mamás te dicen que cuando es luna llena pidas un deseo a la luna pero no de esa manera como tus deseos más profundos algo más normal.

Pero esto es pelota. Y los chiquitos llevan como estos zapatos de fútbol.

Gracias.

## Anime



### Contexto Global

En lo referente al contexto global, con respecto a los diferentes cómics y animes de mayor popularidad de los años 1999 y 2000 la mascota "Ato" y los "Nulmospheriks" (personajes malos utilizados para la serie de los "Spheriks") refieren a ciertas características morfológicas de los personajes de Dragon Ball Z. En lo que respecta a la forma de los ojos y los picos utilizados en el cabello, pero el manejo cromático y abstracción gráfica de los "Spheriks" hacen que ésta relación se dificulte, o no sea muy evidente.

Cómics



Anime





Anime de los "Spheriks"



## Mensaje.

### Función Poética o Función Estética.

“Ato” con expresión maléfica y mirada severa, tiene el dominio del balón; “Kaz” es inocente y tierno, levanta su mano para saludar de forma entusiasta pues sus botas se desprenden del suelo; “Nik” es listo, está atento y se pregunta ¿qué ...?. Los dos son muy modernos ya que utilizan unas botas deportivas nunca antes vistas. Los tres son de otro planeta, son semitransparentes y tienen luz interna. “lo hacen sentir”.

## Código.

**Función Metalingüística:** Los “Spheriks” presentan en su trazo formal complejidad, distorsión, fragmentación, actividad y acento. Con lo que respecta al código cromático se encuentra un nivel de relación bajo de los personajes con los países representantes. No tiene código tipográfico, presenta un grado de iconicidad de mesomorfismo bajo, por lo cual la comunicación en relación a la identificación del país representante, evento que promociona, y año de realización de éste, no se manifiesta de forma clara. Con lo que respecta al código futbolístico, la complejidad de sus formas y el tratamiento del código cromático no me permiten identificarlo claramente. El aspecto físico y postura de los personajes asociado a las condiciones expresivas del mensaje le otorgan a cada uno de los personajes diferentes personalidades y carácter individual, la figura retórica que se identifica en el discurso visual es la prosopopeya ya que se le brindan características humanas a los objetos, lo cual permite sus posibles interpretaciones como “seres”.

Mascota



Nombre: “Kaz”, “Ato”, “Nik”  
con el nombre  
colectivo de “Spheriks”

Países: Corea del Sur y Japón

Año: 2002

**Conclusión:** Interpretación semiótica del discurso gráfico de la mascota, en referencia al los códigos utilizado en ella.

Los diferentes códigos o sistema de signos que conforman el discurso gráfico de los “Spheriks” supone que son “seres” de otro planeta o “extraterrestres”, producto de la imaginación y fantasía del hombre cuya significación adquiere sentido en el imaginario del universo cultural.

En el caso de “Ato” se manifiesta una posible interpretación de que éste, cuenta con características en su conformación morfológica y de carácter que refieren a las deidades místicas de la cultura oriental denominados “Guardianes”, siendo así, podría decir que “Ato” cobra sentido de significación en un modelo arquetípico, que tipifica la violencia, el inicio y el nacimiento.

“Ato” por sus características formales en lo que se refiere a los picos de la cabeza, fuerza y expresión facial podría referirse a “Goku” (“Dragon ball Z”), personaje que en su transformación adquiere una melena rubia con picos amarillos, emana energía y adquiere poderes sobre humanos, el cual ha sido difundido por los medios de comunicación masiva y que es en la actualidad un personaje “famoso” en gran parte del mundo. Siendo así “Ato” también cuenta con características de significación simbólica de un estereotipo<sup>1</sup> contemporáneo.

“Kaz” es un “extraterrestre” tierno y simpático que tiene riqueza, por lo cual es de buena posición social (ya que es predominantemente morado). En “Kaz” se observa un índice predominante en la imagen que representa el saludo, el cual es de forma abierta y sincera (saludo y personalidad que no es característico de las personas orientales). Por los diferentes signos que conforman a “Kaz” es que podría definir que éste personaje no corresponde a los códigos de identidad cultural ni nacional.

“Nick”, es un “extraterrestre” que inspira ternura y simpatía, es de color azul y en Japón significa brujería y buena suerte, cuya mirada se dirige al cielo. Su postura refiere a que se podría estar preguntando algo, “Nik” por el simple hecho de ser extraterrestre y no pertenecer a ningún lugar de la tierra y ser conformados con múltiples elementos que pudieran referirse a agua, viento, carnero, niño, cuenta con un nivel de significación compleja e ilimitada.

El código o lenguaje futbolístico se manifiesta en las botas que portan “Kaz” y “Nick” ya que cuentan con elementos parecidos a los zapatos de fútbol y que por estos elementos es que podría identificar al objeto que sostiene “Ato” como el balón de fútbol, aunque no cuenta con las características específicas de éste deporte como podrían ser los hexágonos. “Kaz” y “Nik” portan una banda que pudiera referirse al atletismo en la cultura oriental, ya que el fútbol no es un deporte que se practica en esos países, probablemente se utilizó para que la mascota contara con un símbolo que en su cultura pudiera ser reconocido y se identificara como un evento deportivo. Siendo así, los “Spheriks” también cuentan con diferentes signos que se utilizan no sólo en el fútbol sino en otros deportes.

Se evidencia en estas mascotas de Corea-Japón (2002) y en la de Alemania Occidental (1974) que el símbolo del balón pierde relación con el código futbolístico ya que el balón no presenta la figura del pentágono tradicional y en relación con la historia, tanto Alemania y Corea por



consecuencia del colapso de la Segunda Guerra Mundial se les dividió su territorio en dos bloques políticos. Esto representa en mi consideración una constante en la interpretación de la significación del balón que remite a la paz.

En mi opinión se refleja el fenómeno de la globalización en los siguientes aspectos: En la intervención de los medios de comunicación para la interpretación del discurso de las mismas no habiendo en mi consideración una vinculación evidente en su construcción con la tecnología. Dicho discurso se evidencia en la temática empleada de forma global en películas y caricaturas contemporáneas de mundos imaginarios con tecnologías avanzadas. Esto hace que las mascotas se tornen influenciadas por los códigos globales y exista cierta mezcla de los códigos globales y culturales.

Se hace uso de un arquetipo para lograr el vínculo de significación simbólica de uno de los personajes y así contribuir al reconocimiento de significación del imaginario social para lograr la identificación de los personajes con los individuos donde se realizará el evento

En la intervención de empresas transnacionales para recabar la opinión global en la elección de los nombres de las mascotas.

Por lo anterior puedo decir que los “Spheriks” cuentan con códigos implícitos en su configuración que me refieren por sus grados de significación a códigos globales que cobran sentido en el imaginario del universo cultural visual.

Para el enriquecimiento del análisis presentado realicé una entrevista a la Lic. Yuko Hatta originaria de Japón. La cual se incluye en el análisis de la función referencial en contexto cultural.

En lo referente al análisis manga (Japón) y manhwa (Corea) y las características de configuración estilística se contó con el aporte de la opinión de la Lic. DG. Rocío Reynaga quien se encuentra actualmente elaborando una investigación de éste tema.

Alemania realiza por segunda vez la Copa Mundial de Fútbol, ahora como nación unificada después de la caída del muro de Berlín en el año de 1989. Su nombre actual es República Federal de Alemania y presenta las mascotas “Goleo VI” y Pille” diseñadas por “Henson Company”



## Construcción gráfica discursiva de las mascotas de los mundiales FIFA.

Mascota	<b>Código morfológico</b> Esquemas formales (condiciones <b>sintácticas</b> de la imagen)			
	Simplicidad	✗	Complejidad	
	Unidad		Fragmentación	✗
	Actividad	✗	Pasividad	
	Neutralidad		Acento	✗
<p>Nombres: “Goleo VI y Pille” País: Alemania Año: 2006 Diseño: Jim Henson</p>				

### Código cromático

Nivel de condición del código cromático con relación a los colores de la bandera del país sede, en la fecha que se emite la comunicación.



Nivel de condición	Nulo	Mínimo	Medio	Máximo	Absoluto
		✗			

**Comentarios:** El nivel de condición del código cromático con respecto a la referencia cultural es mínimo, ya que el personaje no muestra en su composición los colores de la bandera nacional, la mascota cuenta con una melena que va desde el negro hasta el castaño claro, ésta me refiere que se trata de un león joven.

Los colores que el personaje muestra en la camiseta pertenecen al uniforme de la selección de fútbol alemana. Por lo anterior, la referencia de sentido en el código cromático se manifiesta en el lenguaje futbolístico. Presenta el color negro en los tachones (zapatos de fútbol).

La mascota presenta un balón de fútbol con grandes ojos azules y una amplia sonrisa de color rojo. El índice o acento predominante en la imagen, en mi consideración se manifiesta en el color rojo de la boca del balón de fútbol.



### Código tipográfico

**Composición gráfica:** Tipografía sin serif, o de palo seco, condensada, legible en color negro.

### Relación del texto tipográfico

**País sede:**

**Evento deportivo:** El código tipográfico presenta los números “06” en la parte central de la camiseta, la tipografía sin serif y condensada le otorga cierta modernidad, el tamaño y posición le otorgan legibilidad a la información que se quiere transmitir, en este caso es una abreviación del año en el que se celebró el mundial.

### Anatomía del mensaje visual:

	<b>Grados de iconicidad</b> (relación entre la realidad y nuestra experiencia)	Nivel de realismo de una imagen		
		<b>bajo</b>	<b>medio</b>	<b>alto</b>
	<b>Isomorfismo</b> (calidad más alta de iconicidad)	<b>X</b>		
	<b>Mesomorfismo</b> (valor medio de iconicidad)			
<b>Amorfismo</b> (grado más bajo de iconicidad)				
Siendo el nivel bajo en lo que corresponde al realismo de la imagen que en cierto grado cuesta más trabajo por su trazo formal o abstracción vincular con la realidad.				

### Descripción de la imagen:

El personaje refleja en su figura claramente las características físicas de un león, joven que viste una camiseta y zapatos de futbol, juega con un balón de fútbol el cual tiene una amplia sonrisa y grandes ojos.



Escudo de armas de la República Federal de Alemania  
Aguila Federal (Bundesadler)



Entidad  República Federal de Alemania

**Relación de la mascota gráfica con elementos distintivos figurativos del escudo nacional del país sede al que representa.**

Nivel de relación	Nula	Mínimo	Media	Absoluta
	X			



**Aspecto físico del personaje asociado a las condiciones expresivas y gráficas del mensaje.**

Círculo	X	Cuadrado	X	Triángulo	X
---------	---	----------	---	-----------	---

Comentarios: El trazo lineal del personaje “Pille” es conformado en su mayoría por líneas curvas inspirando ternura y simpatía, lo cual la coloca en la categoría que corresponde a las caricaturas pacíficas, ideal para la realización de personajes infantiles. Su sonrisa es amable, lo cual nos otorga un significado de un mensaje cálido y positivo.

“Goleo VI” En la parte superior del tronco del cuerpo se aprecia predominantemente la figura de un cuadrado, lo cual le otorga un carácter imponente. Su cara y hocico corresponde a la figura de un triángulo, se maneja en la representación de personajes villanos con un aura de amenaza y maldad muy sutil. (Buenrostro, M. 2010, pp.79, 80).

La expresión facial del personaje en lo que se refiere al lenguaje de los felinos denota que su carácter es amigable ya que tiene el pelo liso, la cola erguida, las orejas hacia delante, ojos grandes abiertos. La posición de su cola es signo de que esta contento.

**Postura:** la figura del personaje es activa, ésta mascota en particular es representada como una botarga (disfraz que utilizan las persona para representar a personajes, simulando un peluche gigante), lo cual le permite adquirir las posturas que se quiera adoptar dependiendo de la situación en donde se manifieste cierta comunicación, “Goleo” adquiere posturas diferentes con referencia a la actividad que promocióna.

**Código futbolístico:** El elemento que llama más la atención y se identifica como índice predominante en referencia al código futbolístico es el balón, ya que adquiere características humanas, por lo cual el discurso adquiere un nivel de significación mayor en dicho código y un carácter global, el león porta tachones y la camiseta del equipo de la selección nacional.

## Interpretación semiótica de la unidad de análisis

### Emisor.

**Función Emotiva o Función de intencionalidad:** la República Federal de Alemania presenta a dos mascotas, una botarga de un hombre vestido de león con aspecto fuerte e imponente pero con expresión amigable, el cual porta la camiseta del equipo de Alemania con los números en la parte central 06. Viste además unos tachones; juega contento con un balón de fútbol que tiene grandes ojos azules característicos de las personas europeas, en este caso específico de las personas de Alemania y una amplia sonrisa, lo cual denota ternura y simpatía.

### Receptor.

**Función Connativa:** los personajes invitan amigablemente, de forma simpática y alegre a jugar fútbol, dejando claro que me enfrente a un león que juega fútbol de manera inteligente. En mi consideración y recordando que en el análisis presentado, la función fática se incluye en ésta función connativa donde el índice que crea el primer contacto en la comunicación es el balón, específicamente su boca.

### Función Referencial

**Contexto Cultural:** Alemania realiza por segunda vez la Copa Mundial de Fútbol, ahora como nación unificada después de la caída del muro de Berlín en el año de 1989, su nombre actual es República Federal de Alemania, presenta las mascotas “Goleo VI”, su nombre revela que es un gran aficionado y jugador de fútbol “GO-Leo-GO”, “¡Vamos, Leo, vamos!” y “Pille” (nombre popular en alemán para el balón de fútbol) es el compañero y amigo de “Goleo”, el cual tiene los conocimientos de todos los datos y hechos futbolísticos “es una enciclopedia futbolística parlante”, inclusive conoce la temperatura del césped. (*fifa.com*) El León se puede vincular en la historia de los escudos de armas en el Sacro Imperio Romano Germánico ya que Alemania se ubica en el centro de Europa, pero el animal que preponderantemente destaca entre sus escudos imperiales es el águila real de color negro. En este



caso al ser utilizado como vestimenta de un hombre, su relación en mi consideración se vincula con las prácticas de la mayoría de las tribus primitivas en las cuales el hombre se vestía con elementos representativos del animal y se pensaba que podía adquirir sus capacidades físicas, tales como fuerza, ferocidad, virilidad, dominio y superioridad. El repertorio simbólico del león tienen connotaciones sagradas en todo el mundo, en occidente por ejemplo, el león es considerado como “el rey de los animales”, temido y respetado por su ferocidad; en China se considera un símbolo de poder, valor, velocidad y belleza.

El hábitat del felino se ubica actualmente en África y en América, por lo cual no es un animal que se pueda considerar representativo del territorio Alemán. Por lo anterior, la función referencial en cuanto al contexto nacional es ambigua. En mi consideración el objeto de estudio adquiere su sentido en el lenguaje futbolístico en donde comúnmente se realiza ese “rito” y Alemania eligió un león para ser identificado por el significado simbólico que por acuerdo común se tiene del mencionado animal.

#### Contexto Global:

“Goleo y Pille” fueron diseñados por “Henson Company”, compañía norteamericana, creadores de “The Muppets”.

“Goleo y Pille” fueron presentados el 13 de noviembre del 2004 por el “astro” futbolístico Pelé y Franz Beckenbauer, Presidente de la FIFA, poco después “Goleo y Pille” se presentaron como actores en su propia serie de televisión, la cual fue lanzada mundialmente por EM.TV SA



en los sectores de televisión de señal abierta y el llamado “entretenimiento casero”. (Home Entertainment). (fifa.com). A vísperas del mundial “Goleo y Pille” aparecen en portadas de revistas, escaparates, pantallas y son muy solicitados en programas de televisión. “Goleo” va siempre acompañado por su inseparable amigo “Pille” el balón parlante; los une su interés por el fútbol y su ilusión por la fiesta más grande del mundo. (Guía Oficial de la copa Mundial FIFA 2006 Alemania. Landucci S.A de C.V.)

### **Mensaje.**

**Función Poética o Función Estética.** “Goleo VI”, representa en mi consideración a un hombre disfrazado de león, expresando así las cualidades físicas y simbólicas que este animal ha adquirido en las diferentes partes del mundo donde se transmite el mundial de fútbol. “Goleo” jugará como un león demostrando su superioridad, fuerza, valor, y dominio del balón, porta la camiseta del equipo al que representa y defenderá con ferocidad, no usa short ya que es un león y es una forma de demostrar su energía y fortaleza, pero al mismo tiempo su carácter es amigable para con todos los participantes de la fiesta deportiva a la cual te invita a participar y a divertirte; su mejor amigo “Pille”, le enseñará todo lo referente al tema y estrategias del fútbol ya que es un experto. “Lo hacen sentir”

### **Código.**

**Función metalingüística.** “Goleo y Pille” presentan en lo que se refiere a sus cualidades formales, simplicidad, fragmentación, actividad y acento. En lo que respecta al código cromático se encuentra un nivel de relación medio de éstos y el país al cual representan se puede identificar en la composición cromática un acento predominante, el cual se localiza en la boca de color rojo de “Pille”. “Goleo” porta en su camiseta los número 06, enfatizando el año en el que se celebra el mundial con cualidades de legibilidad. En cuanto al grado de iconicidad éste es de un nivel de Isomorfismo medio, ya que la botarga cuenta claramente con las características físicas y morfológicas de un león y además es un jugador de fútbol de Alemania, ya que porta la camiseta del equipo y usa tachones, índices o acentos en la imagen de “Goleo” que me refieren al código o lenguaje futbolístico. “Pille” símbolo<sup>1</sup> del fútbol cuenta claramente con las características de un balón de fútbol, el cual es inteligente y experto en el tema.

En mi consideración los diferentes sistemas de signos o códigos utilizados en la composición sintáctica de las mascotas de Alemania cobran sentido en los elementos de carácter futbolístico y es ahí donde se manifiesta la comunicación.

1.- por símbolo se entiende “una metáfora solidificada y gastada” de tal manera que una persona que está muy acostumbrada a establecer una relación entre el balón de futbol con el deporte futbolístico podría explicar el origen metafórico de dicho símbolo. (Esqueda, R. 2000, p. 75)



**Conclusión:** Interpretación semiótica del discurso gráfico de la mascota, en referencia al los códigos utilizado en ella.

En el discurso gráfico de las mascotas de Alemania, se pudo identificar en lo que respecta a los resultados del análisis que conforman los valores de la estructura sintáctica y en la interpretación simbólica de las funciones comunicativas, que el significado de los diferente símbolos empleados en el mensaje del discurso cobran sentido y significación predominantemente en la actividad que se realizará, es decir en el evento futbolístico que se promociona, donde se muestran las habilidades físicas y de inteligencia con la que jugarán los alemanes, quedando un cierto grado de ambigüedad en la identificación de los códigos de identidad nacional, por lo tanto, los diferentes sistemas de signos utilizados en la composición del discurso son de carácter predominantemente global.

En el 2010 Sudáfrica realiza por primera vez uno de los eventos deportivos más importantes del planeta, presentando a la mascota “Zakumi” desde el 22 de septiembre del 2008. Su nombre esta formado por la sílaba “ZA” las siglas de Sudáfrica y la palabra “Kumi”, que significa “10” en varios idiomas africanos. Fue diseñada por Andries Odendaal.



## Construcción gráfica discursiva de las mascotas de los mundiales FIFA.

<p>Mascota</p>  <p>Nombre: "ZaKumi" País: Sudáfrica Año: 2010 Diseño: Andries Odendaal</p>	<p style="color: red;"><b>Código morfológico</b></p> <p>Esquemas formales (condiciones <b>sintácticas</b> de la imagen)</p> <table border="1"> <tr> <td>Simplicidad</td> <td></td> <td>Complejidad</td> <td style="text-align: center;">✗</td> </tr> <tr> <td>Unidad</td> <td></td> <td>Fragmentación</td> <td style="text-align: center;">✗</td> </tr> <tr> <td>Actividad</td> <td style="text-align: center;">✗</td> <td>Pasividad</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Neutralidad</td> <td></td> <td>Acento</td> <td style="text-align: center;">✗</td> </tr> </table>				Simplicidad		Complejidad	✗	Unidad		Fragmentación	✗	Actividad	✗	Pasividad		Neutralidad		Acento	✗
Simplicidad		Complejidad	✗																	
Unidad		Fragmentación	✗																	
Actividad	✗	Pasividad																		
Neutralidad		Acento	✗																	

### Código cromático

Nivel de condición del código cromático con relación a los colores de la bandera del país sede, en la fecha que se emite la comunicación.



Nivel de condición	Nulo	Mínimo	Medio	Máximo	Absoluto
		✗			

**Comentarios:** el nivel de condición del código cromático con respecto a la referencia cultural es mínimo ya que el personaje muestra en su composición, tres de los seis colores de la bandera nacional, verde, amarillo y blanco.

Los colores que el personaje muestra en su composición corporal y vestimenta son: verde, amarillo, café, blanco y negro. El verde tiene connotaciones simbólicas que refiere primordialmente a Sudáfrica, pero la camiseta es blanca, lo que sugiere que se refiere a los ciudadanos blancos del mismo país, por lo que en mi consideración, se podría referir a los vínculos históricos que comparte con el Reino Unido.

El índice o acento predominante en el código cromático, se manifiesta en la “melena” de color verde del felino, lo cual sugiere que se trata de la tierra de Sudáfrica.

Los colores de la bandera nacional (27 de abril de 1994) conforman una síntesis de los principales colores representados en todas las banderas anteriores que ha tenido el país. El rojo, blanco y azul se presentan en la primera bandera y posteriormente aparece el verde, negro y dorado. Debido a la gran variedad de significados que ésta muestra, tanto en la conjunción de los colores como de manera individual para cada grupo de habitantes de Sudáfrica. La interpretación que ha sugerido de los colores y diseño de la bandera podría interpretarse de la siguiente manera: El diseño central de la bandera que comienza como una “V” en el lado del asta y se une en el centro de la bandera para continuar hasta el borde externo como una “Y”, se podría interpretar como “la convergencia de los diversos elementos de la sociedad sudafricana, que emprenden unidos el camino hacia el futuro”. Esta idea de convergencia y unidad coincide con el lema del escudo “Ex Unitate Vires” (en la unidad está la fuerza). El color rojo simboliza la sangre, el azul el cielo, y el verde que en el diseño significa la unión representa la esperanza y la tierra de Sudáfrica; el negro a los ciudadanos sudafricanos de color, el blanco a los ciudadanos sudafricanos blancos, y el amarillo a los recursos naturales como el oro. *(consultado el 26 de junio del 2012 de <http://www.embajada-sudafrica.cl/simbolos.htm> y [http://www.metroflog.com/banderas--del--mundo/20091018/sud\\_frica](http://www.metroflog.com/banderas--del--mundo/20091018/sud_frica) y <http://www.fedecomex.org/paises/index.php?pais=sudafrica>).*

En África negra el color es un símbolo de connotaciones religiosas, impregnado de sentimiento y poder. Los colores son otros tantos medios de acceder al conocimiento del otro y de actuar sobre él.

El blanco es el color de los muertos, su significación ritual va más lejos aún, ya que sirve también para alejar la muerte. Se le atribuye un poder curativo, a menudo en los ritos de iniciación el blanco es el color de la primera fase de la lucha contra la muerte.

El amarillo ocre es el color neutro, intermediario, el que sirve para guarnecer los fondos, pues es el color de la tierra y de hojas muertas.

El negro es color de la noche, de la prueba, del sufrimiento, de misterio.

El verde ocasionalmente se emplea solo: los follajes verdes son adornos de iniciados en la fase de “victoria de la vida”. *(consultado el 26 de junio del 2012 de pp. 5,6. <http://www.unl.edu.ec/educativa/wp-content/uploads/2010/06/El-color-andino.pdf>)*



**SOUTH  
AFRICA  
2010**

### Código tipográfico

**Composición gráfica:** tipografía sin serif, o de palo seco, en altas, de trazo manual, legible en color negro.

### Relación del texto tipográfico

**País sede:** el código tipográfico presenta el mensaje “South Africa 2010” (en inglés, uno de los once idiomas oficiales de Sudáfrica) en la parte central de la camiseta, la tipografía sin serif y el trazo manual le otorgan en mi consideración cierta expresión pictórica, ya que los fustes, astas curvas y transversales de la tipografía no tienen el mismo grosor, expresando así que el mundial se celebrará en ese año en su país, la tipografía cuenta con cualidades de legibilidad, el tamaño y ubicación de la misma le otorga importancia al mensaje que se quiso expresar.

**Evento deportivo:** año en el que se celebró el mundial.

### Anatomía del mensaje visual:

Grados de iconicidad (relación entre la realidad y nuestra experiencia)	Nivel de realismo de una imagen		
	bajo	medio	alto
Isomorfismo (calidad más alta de iconicidad)			
Mesomorfismo (valor medio de iconicidad)	X		
Amorfismo (grado más bajo de iconicidad)			



Siendo el nivel bajo en lo que corresponde al realismo de la imagen que en cierto grado cuesta más trabajo por su trazo formal o abstracción vincular con la realidad.

### Descripción de la imagen:

El personaje refleja en su figura las características de un felino, que en este caso, se trata de un leopardo o pantera parda cuyas características morfológicas son muy similares a las del jaguar y guepardo, pero éste último es menos agresivo que el leopardo. “Zacumi” presenta cier-

tas características morfológicas que hacen identificarlo con el animal como son: forma de ojos, nariz, boca, orejas, extremidades fuertes y larga cola, color amarillo y manchas oscuras. El leopardo se distingue de entre los felinos por sus manchas oscuras y pelaje amarillo rojizo, el color del pelaje del leopardo parece atender a razones de camuflaje, llegando a ser su máximo exponente de variación melánica la pante-ra negra, la cual es relativamente común en las poblaciones de Asia; siendo en su mayoría los de color amarillo y manchas oscuras los que predominan en el hábitat de África. ( consultado el 2 de julio del 2012 de <http://www.bloogie.es/animales-y-mascotas/gatos/213-el-leopardo-panthera-pardus-el-gran-felino-mas-extendido> y <http://www.damisela.com/zoo/mam/carnivora/felidae/pardus/index.htm>).

La mascota presenta además una melena exuberante en la cabeza lo cual no es distintivo de éste animal, viste uniforme deportivo y sostiene con su mano derecha un balón de futbol. Por lo anterior es que considero que el grado de iconicidad es de mesomorfismo alto.

**Relación de la mascota gráfica con elementos distintivos figurativos del escudo nacional del país sede al que representa.**

Nivel de relación	Nula	Mínimo	Media	Absoluta
	✗			



**Aspecto físico del personaje asociado a las condiciones expresivas y gráficas del mensaje.**

Círculo	✗	Cuadrado	✗	Triángulo	✗
---------	---	----------	---	-----------	---

Comentarios: En la figura del personaje “Zakumi” la cabeza podría corresponder a la figura geométrica de círculo, inspirando ternura y simpatía, pero muestra ciertas formas angulosas en lo que corresponde a la melena del personaje, lo cual le brinda un aura de amenaza muy sutil.

En la parte superior del tronco del cuerpo y en la forma de la cara se aprecia predominantemente la figura de un cuadrado, lo cual le otorga un carácter imponente.



Sus patas están abiertas y permanece firmemente parado; se puede apreciar la figura de un triángulo lo cual se maneja en la representación de personajes villanos con un aura de amenaza. (Buenrostro, M. 2010, pp.79, 80).

La mascota presenta una mirada fija y sostenida, lo cual expresa amenaza. (Davis, Flora. 2000 p. 83). En mi consideración manifiesta un índice predominante en la imagen.

La expresión corporal del personaje en lo que se refiere al lenguaje de los felinos denota una actitud a la defensiva y encolerizada ya que tiene la cola agitada en todos los sentidos, orejas sobre los costados y pupilas dilatadas .

**Postura:** La figura del personaje es activa, ya que su “cabello” y cola nos expresan movimiento, su postura es firme, se presenta de pie con una mano en la cadera, lo cual expresa una actitud agresiva y de preparación, de la misma manera la mano en la cintura nos expresa reto y desafío. (El arte de la estrategia, Trucos Psicológicos, Lenguaje Corporal). consultado el 3 de julio 2012 en: <http://es.scribd.com/doc/2902117/TRUCOS-PSICOLOGICOS-lenguajes-corporal> )

**Código futbolístico:** Respecto al código futbolístico la mascota sostiene en su mano derecha un balón de color blanco y negro, lo que refiere que se trata de un balón de fútbol, porta uniforme deportivo, las manchas que presenta el cuerpo del felino son de color café, estas tienen forma de pentágono y hexágono figura que me refiere a las formas geométricas con las que se compone un balón de fútbol.

**Figura retórica: Prosopopeya**

### Interpretación semiótica de la unidad de análisis

#### Emisor.

**Función Emotiva o Función de Intencionalidad:** La República de Sudáfrica presenta a “Zakumi”, un leopardo con melena verde, con carácter imponente y seguro, el cual lleva el mensaje escrito en su camiseta “SOUTH AFRICA 210”. Está preparado para el juego, muestra un balón de futbol, desafiándome a jugar en la justa deportiva mundial.

### Receptor.

**Función Connativa.** El personaje me mira de frente, me invoca a mí receptor, la función connativa es directa el personaje me reta a jugar con él.

### Contextos

#### Función Referencial.

#### Contexto Cultural

La historia deportiva de Sudáfrica con la FIFA es discontinua ya que fue suspendido en 1962 debido a la política del Apartheid que imperaba en el país y que desde el Estado ejercía el racismo y discriminaba a la población negra del país, quedando así expulsado de la FIFA durante 15 años hasta 1991. (consultado el 14 de julio del 2012 en <http://es.scribd.com/doc/32920698/Mundial-Sudafrica-2010>)

“Zakumi” fue diseñado por Andries Odendaal, de Ciudad del Cabo y es la primera mascota a la que se le confiere fecha de nacimiento, 16 de octubre de 1994, compartiendo el aniversario de la democracia de su país y el día de la juventud. (consultado el 14 de julio del 2012 en <http://es.fifa.com/worldcup/archive/southafrica2010/organisation/mascot/>)

El leopardo cuenta con presencia histórica en Sudáfrica, pero a la vez se encuentra presente en todo tipo de bosques, en lugares rocosos, en sabanas y selvas. Antigüamente se consideraba un híbrido de un león y una pantera.

Antes de que se iniciara el proceso de colonización del continente Africano, la mayor parte de los pueblos eran “animistas”, posteriormente los nativos que se convirtieron al cristianismo o al islamismo se esforzaron por mantener vivos los principios y valores fundamentales que presiden este sistema de creencias como son la unidad y la armonía dentro de la familia, el clan, con los antepasados y los espíritus.

En este contexto se diferenciaron dos manifestaciones artísticas básicas, los “fetiches y máscaras”. La realización de una máscara o de un fetiche se acompaña de un ritual específico, como el sacrificio previo de un animal. (consultado el 15 de julio del 2012 en pp. 12,13 recuperado de <http://es.scribd.com/doc/70386813/Africa-Varios-Mitos>)

#### Contexto Global

El leopardo, presenta connotaciones simbólicas en todo el mundo, es reconocido como símbolo del coraje, la crueldad y de los instintos salvajes; en Egipto, se asocia con la fertilidad, éste a su vez aparecen en el arte heráldico como símbolo de valor y fuerza, asociando esas

### Mascota



Nombre: “Zakumi”

País: Sudáfrica

Año: 2010

Diseño: Andries Odendaal



cualidades a los linajes que los ostentan. El jaguar cuyas características morfológicas son muy similares a las del leopardo es considerado símbolo de la encarnación de la deidad azteca suprema, Tezcatlipoca, y los relieves mayas muestran a sacerdotes vestidos con pieles de jaguar para los sacrificios.

En los diferentes escudos nacionales de Sudáfrica destacan predominantemente los ñu (antílope), sprinbok (gacela), orix (antílope con aspecto de caballo) los colmillos de elefante, y el ave serpentina.

El leopardo es un animal venerado en África, donde representa “luz del sol”. La piel del leopardo significa realeza y se usa para apartar el peligro. Las marcas en la piel parecen ojos, el leopardo es conocido como Gran Vigilante.



El certamen de la Copa Mundial FIFA produce su primera estrella del mundial dos años antes de realizarse la fiesta deportiva, “Zakumi” viajó por toda África “esta muy orgulloso de Sudáfrica y quiere que el mundo se dé la mano en en este país”, explicó Lucas Radebe, ídolo del fútbol sudafricano y gran amigo de “Zakumi”. (consultado el 15 de julio del 2012 de <http://es.fifa.com/worldcup/archive/southafrica2010/organisation/mascot/>.) La mascota del mundial tuvo su propia historieta cómica titulada “Las aventuras de Zakumi”, la cual se publicó en todos los grandes periódicos del país los fines de semana, hasta el inicio de la Copa Mundial. Además contó con su serie animada “Kung Fu Zakumi” con 20 episodios y

24 minutos de duración, la cual se transmitió en Sudáfrica y en otros 50 países (con excepción del Continente Americano). El lema oficial de Zakumi fue “Juega limpio”.(consultado el 15 de julio del 2012 de <http://www.todoslosmundiales.com.ar/mascotas-de-los-mundiales-de-futbol/63-zakumi-sudafrica-2010/181-zakumi-la-mascota-oficial.html>)

“Zakumi” en mi consideración presenta un estilo de gráfica que mezcla un estilo de dibujos estadounidenses basado en los cómics tradicionales y el anime japonés basado en los mangas, esto se observa predominantemente en la melena y en los ojos del personaje.



**Mensaje.**

**Función poética o función estética.** “Zakumi”, representa en mi consideración a un leopardo “moderno y actual” expresando así las cualidades físicas y simbólicas que este animal ha adquirido en las diferentes partes del mundo donde se transmitió el mundial de fútbol. El dominio del balón lo tiene Sudáfrica, “Zakumi” lo hace

sentir con su mirada fija y sostenida cargada de poder, está preparado para la contienda y desea la victoria, con actitud prepotente te reta a jugar con él.

**Código.**

**Función metalingüística.** “Zakumi” presenta en lo que se refiere a sus cualidades formales, simplicidad, fragmentación, actividad y acento. En lo que respecta al código cromático se encuentra un nivel de relación mínimo de éstos y el país al cual representa, se puede identificar en la composición cromática un acento predominante, el cual, se localiza en la melena verde cuya significación actualmente acordada podría significar a la tierra de Sudáfrica. “Zakumi” tiene escrito en la camiseta el país al que pertenece y el año en el que se realizó el mundial, mensaje con características manuales y expresión pictórica que remite al territorio del país representante. En cuanto al grado de iconicidad, éste es de un nivel de mesomorfismo alto ya que presenta características físicas y morfológicas muy similares a las de un leopardo, pero se puede observar en él, una exuberante melena verde la cual no es característica de este animal y cuyo dibujo corresponde en mi consideración a las representaciones de los animes contemporáneos. Presenta un balón, símbolo de la actividad que se realizará el cual presenta las características de un balón de fútbol.

**Mascota**



Nombre: “ZaKumi”

País: Sudáfrica

Año: 2010

Diseño: Andries Odendaal

**Conclusión:** Interpretación semiótica del discurso gráfico de la mascota, en referencia al los códigos utilizado en ella.

Mascota

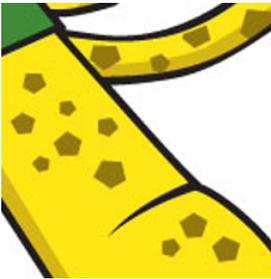


Nombre: "ZaKumi"

País: Sudáfrica

Año: 2010

Diseño: Andries Odendaal



En el discurso gráfico de la mascotas de Sudáfrica, se pudo identificar en lo que respecta al los resultados del análisis que conforman los valores de la estructura sintáctica, y en la interpretación simbólica de las funciones comunicativas, que el significado de los diferente símbolos empleados en el mensaje del discurso, cobra sentido y significación, en una mezcla de elementos que en cierto grado representan el sincretismo de la raza blanca y negra que se vivió y se vive hasta la fecha en el país representante. El objeto portador del mensaje (el leopardo) es un símbolo que contiene connotaciones simbólicas tanto en África como en las múltiples partes del mundo donde se transmite el mundial cuyo significado simbólico es relativamente similar, pero éste al contar con un mensaje escrito esclarece la comunicación, se manifiestan varios índices predominantes como son los ojos y la melena del felino, lo cual le otorga cualidades globales al discurso ya que se evidencia la gráfica del anime japonés contemporáneo con la influencia de los cómics americanos que impera en la época actual.

El código futbolístico se manifiesta claramente, con el elemento del balón, pero a su vez el uniforme que porta el personaje no corresponde con los colores representativos de la selección Sudafricana y nuevamente se mezclan los códigos globales con los de identidad nacional que adquieren sentido tanto en el contexto global como en el imaginario social sudafricano, en mi consideración con la vigente democracia del país y sus políticas pacifistas. Las manchas del felino también son elementos que me remiten al código futbolístico pero que adquieren una significación específica en el continente africano de "gran vigilante".



# CONCLUSIONES



A continuación se hará alusión a los planteamientos determinados en el protocolo de la investigación, en el cual se establecieron los argumentos estructurales del presente estudio denominado, *“Transformación de los códigos culturales, en las sociedades globalizadas: Las mascotas de los mundiales FIFA (1966-2010)”*. Posteriormente expondré a manera de esquema el contraste de resultados de forma diacrónica de las determinaciones obtenidas de cada una de las muestras analizadas, dando resolución a los objetivos específicos, así como a las evidencias de los supuestos de la investigación.

El estudio se desarrolló sobre la base de la interrogante central, la cual cuestionó lo siguiente:

\*¿Cómo ha influido la globalización en la construcción gráfica discursiva de las mascotas de los mundiales FIFA de 1966 al 2010, en lo que se refiere al desarrollo y transformación de los códigos simbólicos?.

Se contempló como premisa que los diseños de las mascotas gráficas de los mundiales FIFA, suponen el concepto de opción en la elección de los diferentes códigos que las conforman, pero éstas, están diseñadas inmersas en una comunicación intencional que debido a la importancia del emisor externo o promotor y a la magnitud del evento, adquieren un carácter de símbolos de identidad del país sede que se elige para la realización de la Copa Mundial de Fútbol, por lo tanto éstas se determinaron como las unidades de análisis de la investigación.

Posteriormente se plantearon las interrogantes específicas derivadas de la interrogante central, con el objetivo de encaminar de manera coherente la investigación, las cuales cuestionaron lo siguiente:

\*¿Cómo es la construcción gráfica discursiva de cada una de las mascotas de los mundiales FIFA?

\*¿Cuáles son los códigos simbólicos de identidad nacional de los discursos gráficos de cada una de las mascotas de los mundiales FIFA?

\*¿Cuáles son los códigos de identidad cultural de los países sede donde se han realizado los mundiales FIFA, que se presentan en lenguaje empleado para la construcción discursiva de la mascota representante?

\*¿Cuáles son los códigos globales que se presentan en los discursos gráficos de cada una de las mascotas de los mundiales FIFA?

\*¿Qué cambios se han evidenciado en los códigos simbólicos empleados en el discurso gráfico de las mascotas de los mundiales FIFA, influenciados por el fenómeno de la globalización?

Todas estas preguntas enfocaron su interés en la evolución y transformación de los códigos culturales insertos en las sociedades globalizadas, el contexto histórico y los contenidos narrativos que se emplearon para la construcción gráfica discursiva en las mascotas de los mundiales FIFA, para consecuentemente acceder a la aportación planteada, que fue:

conocer la manera en que la globalización está condicionando que se modifique el lenguaje gráfico empleado en símbolos de carácter nacional y de difusión global.

Las posibilidades de conocer la forma en que la globalización ha condicionado que los códigos simbólicos de identidad cultural se transformen por los efectos de la globalización, fue posible gracias a que las unidades de análisis fueron diseñadas en una temporalidad de 1966 al 2010 y se analizó la totalidad de la muestra.

La temporalidad que presenta la muestra permitió que se formularan los supuestos de la investigación que refirieron lo siguiente:

\* Los códigos simbólicos de identidad cultural permanecen en la construcción formal y semiótica de los discursos gráficos de las mascotas de los mundiales FIFA, hasta el año de 1986.

\* Los efectos de la globalización transforman los códigos simbólicos de identidad cultural convirtiéndose en sub-códigos.

Los anteriores planteamientos se fundamentaron en la inclusión de diferentes autores y estudios de investigación, donde se estipula que la globalización recibe un mayor impulso y algunos mencionan incluso que el nacimiento de este fenómeno se presenta después de la caída del muro de Berlín, hecho ocurrido en el año de 1989 y que de entre las consecuencias destaca una aguda crisis de pérdida de identidad nacional.

Teniendo sobre la base los anteriores planteamientos se estableció el objetivo general y los objetivos específicos de la investigación los cuales indicaron lo siguiente:

Objetivo general:

Determinar de qué manera ha influido la globalización, en la construcción gráfica discursiva de las mascotas de los mundiales FIFA de 1966 al 2010, en lo que se refiere al desarrollo y transformación de los códigos simbólicos.

Objetivos específicos:

Definir la construcción gráfica discursiva de cada una de las mascotas de los mundiales FIFA.

Detectar los códigos simbólicos de identidad nacional de los discursos gráficos de cada una de las mascotas de los mundiales FIFA.

Determinar los códigos de identidad cultural de los países sede donde se han realizado los mundiales FIFA, que se presentan en lenguaje empleado para la construcción discursiva de la mascota representante.

Detectar los códigos globales que se presentan en los discursos gráficos de cada una de las mascotas de los mundiales FIFA.

Definir los cambios que se han evidenciado en los códigos simbólicos empleados en el discurso gráfico de las mascotas de los mundiales FIFA, influenciados por el fenómeno de la globalización.

La investigación contempló las siguientes definiciones generadas de la revisión de varios autores, con respecto al objeto de estudio de la misma, las cuales puntualizaron: Que los códigos culturales, son esquemas lógicos de pensamientos heredados de un pasado o imaginario simbólico (arquetipos), del inconsciente colectivo y el consiente individual del presente, que construyen la cultura que articulan.

Que los códigos simbólicos de identidad son las costumbres, creencias, tradiciones e historia de una cultura, delimitada por un territorio que le confieren características propias, generando identidad común entre sus habitantes y su historia cultural, la cual le otorga la posibilidad de distinguirse o diferenciarse de las demás culturas.

Acerca de los sub-códigos simbólicos o códigos globales se puede decir que: la creación de estos mitos no corresponde a los miembros de una comunidad o país. Se generan en países muy desarrollados y su influencia se extiende a los países más débiles, influyendo en la ideología, creencias y comportamientos de sus integrantes ayudando a crear modelos de carácter internacional, a través de los cuales se anulan las diferencias regionales y el mito obtiene su carta de naturalización cuando surgen imágenes híbridas.

Posteriormente, con el propósito de obtener las resoluciones finales, se elaboraron los análisis de los discursos de las mascotas de los mundiales FIFA, relacionados con los aspectos formales, sintácticos, expresivos y semióticos empleados en la construcción gráfica de las mismas, con sus respectivas conclusiones interpretativas las cuales posibilitaron la resolu-

ción de los objetivos de la investigación y determinaciones finales que expongo a continuación.

El primer objetivo específico señaló lo siguiente: Definir la construcción gráfica discursiva de cada una de las mascotas de los mundiales FIFA.

Se pudo constatar que dichos discursos están conformados por diferentes códigos que al fusionarse generaron un proceso de significación simbólica, dependientes de los códigos de identidad nacional, cultural o global que en algunas de las muestras analizadas dicho discurso se mezcló con los códigos simbólicos de identidad tanto nacional como cultural y en otros se evidenció la mezcla de los tres códigos simbólicos respectivamente.

En el plano de la expresión (relaciones sintácticas) se utilizó para la representación gráfica, por lo general, el dibujo y la caricatura pero en el caso de Alemania (2006) esta se representó como botarga y el balón de fútbol adquirió cualidades humanas.

El código cromático se relacionó en algunas de las muestras analizadas con el símbolo nacional de la bandera del país sede al que representaron y a su vez con el uniforme deportivo de la selección nacional, por lo cual, para la determinación de los códigos simbólicos de identidad nacional se partió de la relación del código cromático utilizado en las mascotas gráficas y su relación con la bandera del país sede en el momento que se emitió el discurso, ya que los colores de los uniformes de las selecciones de fútbol nacionales son identificadas por el público aficionado y no por el público en general.

A su vez, se detectó que la primera mascota que presentó Inglaterra en el año de 1966, contó con relación en su morfología con el símbolo de identidad nacional del escudo, por lo que se analizó si esta relación figurativa se podría presentar en las demás y favorecer en la detección de los códigos de identidad nacional.

En las muestras seleccionadas se evidenció que el mensaje tipográfico se relacionó con el país sede donde se realizó el mundial, con el año o con el evento deportivo y que algunas no presentaron código tipográfico, por lo cual, se analizaron sus vinculaciones con los diferentes códigos simbólicos.

Sus diferentes aspectos físicos y posturas mostraron el carácter con el cual se quiso representar a la nación sede del país representante elegido para el mundial FIFA; pero además, la postura se asoció también en algunas de las unidades con el código futbolístico, por lo que se identificaron los acentos discursivos, los cuales junto con la interpretación semiótica de las funciones comunicativas manifestaron las características del tópico empleado en el discurso y así se pudo establecer las relaciones con los diferentes códigos simbólicos.

Los tropos idóneos que conformaron el estilo discursivo de las mascotas gráficas fueron: Las figuras retóricas de la metonimia y la prosopopeya, por lo que se buscó si la antropomorfización adquirida en las configuraciones morfológicas de las mascotas de los mundiales FIFA, contaban con similitudes de estilo con las caricaturas más populares emitidas en el panorama global y contribuir favorablemente en la identificación de los códigos globales.

El segundo objetivo específico señaló lo siguiente: Detectar los códigos simbólicos de identidad nacional de los discursos gráficos de cada una de las mascotas de los mundiales FIFA.

La identificación de dichos códigos se realizó sobre la base del código cromático, con la correlación de las muestras y los colores que comprenden al símbolo de la bandera nacional de cada país sede en el momento que se realizó el evento mundial de la copa; con la relación formal de los elementos distintivos del escudo nacional de cada país sede al cual pertenecen y con el código tipográfico.

Para lograr una mayor comprensión de los resultados obtenidos en relación a éste y los posteriores objetivos específicos se presenta un esquema de correlación.

Dicha forma de esquematizar los diferentes niveles de resultados de las consideraciones antes mencionadas, engloban la síntesis de los resultados de las fichas de cada una de las muestras, no sin antes puntualizar que el método de investigación que se empleó para la presente no permite cuantificar los resultados por lo que no se les adjudicó un porcentaje.

Absoluta	*			*								
Máxima		*						*				
Media					*	*	*					
Regular												*
Poca												
Mínima			*							*	*	
Nula												
												
	1966 Inglaterra	1970 México	1974 Alemania	1978 Argentina	1982 España	1986 México	1990 Italia	1994 Estados Unidos	1998 Francia	2002 Corea Japón	2006 Alemania	2010 Sudáfrica

Donde la palabra absoluta corresponde al nivel más alto de relación de los discursos de las unidades analizadas con referencia a los códigos de identidad nacional identificados en ellas.

Como se puede observar en el esquema, dicha relación encontró su nivel más alto de relación con los códigos de identidad nacional en las mascotas gráficas de Inglaterra (1966) y en Argentina (1978). “Willie” portó en su vestimenta la bandera, el símbolo utilizado para su representación se relacionó con el símbolo que se emplea actualmente en el escudo de dicha nación, pero el texto tipográfico se refirió al evento deportivo.

En el caso de Argentina (1978) “Gauchito” ofrece una relación absoluta en su configuración cromática con respecto a la bandera nacional y además la composición tipográfica contó con características de legibilidad, su ubicación en el símbolo de la indumentaria del gaucho, posición, tamaño y mensaje con referencia a su país contribuyeron a la identificación favorable de su nación.

El tercer objetivo planteado fue: Determinar los códigos de identidad cultural de los países sede donde se han realizado los mundiales FIFA que se presentan en el lenguaje empleado para la construcción discursiva de la mascota representante.

Las consideraciones obtenidas de dicho objetivo específico se determinaron en el análisis formal, sintáctico y expresivo en lo que respecta a los grados de iconicidad y primordialmente en la interpretación semiótica de la función referencial en la sección de contexto cultural, donde para su correlación se analizaron aspectos relacionados con los rasgos fisonómicos en donde algunas de ellas adquirieron características humanas por presentarse una antropomorfización y el vínculo de significación simbólica se manifestó en referencia a las características físicas del lugar que brindaron una relación con la raza o aspectos físicos generalizados de los habitantes del país en cuestión.

La configuración de los discursos que presentaron algunas de ellas también manifestó vínculos de significación simbólica dependientes de la situación geográfica, como son las fruta típica, animales representativos, aspectos de la gastronomía así como del carácter de los habitantes en donde conjuntamente se asocian los demás elementos que conforman los códigos de identidad cultural, como son: su historia, modo de vida, hábitos, costumbres, tradiciones, valores artísticos, religiosos y políticos.

En algunos de los nombres de los personajes y en el código futbolístico también se encontraron ciertas evidencias de significación simbólica con los aspectos antes mencionados que se ven inmersos en los códigos de identidad cultural y que conjuntamente en la interpretación de las funciones comunicativas se revelaron dichas vinculaciones en el contenido de la conjunción de los códigos que se emplearon en la construcción del discurso gráfico de las mascotas de los mundiales FIFA. Las anteriores consideraciones se esquematizan de la siguiente forma

Absoluta	*	*		*		*						
Máxima			*		*							
Media												
Regular								*	*			
Poca										*	*	*
Mínima												
Nula							*					
												
	"Willie" Inglaterra	"Juanito" México	"Tip y Tap" Alemania	"Gauchito" Argentina	"Naranjito" España	"Pique" México	"Ciao" Italia	"Striker" Estados Unidos	"Footix" Francia	"Los Speriks" Corea Japón	"Goleo VI y Pille" Alemania	"Zakumi" Sudáfrica

Donde la palabra absoluta corresponde al nivel más alto de relación en la interpretación formal, expresiva y semiótica de los discursos gráficos de las unidades de análisis en referencia con los códigos de identidad cultural.

Con la resolución de los objetivos anteriores es que el supuesto que afirmaba que los códigos simbólicos de identidad cultural permanecen en la construcción formal y semiótica de los discursos gráficos de las mascotas de los mundiales FIFA, hasta el año de 1986, resultó verdadero.

El cuarto objetivo específico fue: Detectar los códigos globales que se presentan en los discursos gráficos de cada una de las mascotas de los mundiales FIFA.

Los códigos globales se evidenciaron en los discursos de las mascotas gráficas con referencia en el código futbolístico en su representación gráfica y expresiva ya que los índices o acentos discursivos que se detectaron en las muestras, hicieron que la comunicación favoreciera su nivel de connotación en la actividad promocional. Algunas de ellas utilizaron como objeto portador del discurso, símbolos con connotaciones universales y no de identidad referencial; también en los grados de iconicidad de algunos de los personajes se reveló abstracción, ambigüedad y complejidad formal por lo que se dificultó y amplió la relación de significación simbólica y la comunicación se transformó incierta. En el estilo gráfico discursivo algunas de ellas evidenciaron similitudes con las caricaturas transmitidas a nivel global; la falta de código tipográfico también influyó a que los códigos simbólicos adquirieran connotaciones globales.

Las siguientes consideraciones se esquematizan de la siguiente forma.

Absoluta							*			*	*	
Máxima								*		*		*
Media												
Regular												
Poca												
Mínima					*	*						
Nula	*	*	*	*								
												
	1966 Inglaterra	1970 México	1974 Alemania	1978 Argentina	1982 España	1986 México	1990 Italia	1994 Estados Unidos	1998 Francia	2002 Corea Japón	2006 Alemania	2010 Sudáfrica

Donde la palabra absoluta corresponde al nivel mas alto de relación de los discursos de las unidades de análisis con respecto a los códigos globales identificados en ellas.

Como se puede observar en el esquema, las mascotas de España (1982) y México (1986) mostraron ya mínima mezcla de relación con los códigos globales y se determinaron en dicho nivel pues los dos países utilizaron en la construcción del discurso, símbolos cuya significación simbólica encontró su relación en los códigos de identidad cultural y nacional del país que cada una representó, pero los personajes en la interpretación del análisis contaron con similitudes en el estilo gráfico discursivo, en el caso de España, con las caricaturas estadounidenses, además se evidenció por el mismo autor que la intervención de los medios de información masiva y la difusión

de la serie animada en la que participó “Naranjito” cumpliendo un papel protagónico, elevó la identificación de la mascota con los habitantes del país representante.

En el caso de México (1986) se identificó que el discurso adquirió similitudes con historietas cómicas y caricaturas estadounidenses basadas en tipologías del estereotipo del mexicano por lo que el discurso se situó en una categoría preexistente, lo cual favoreció su reconocimiento con referencia al país que representó por lo tanto su discurso se reafirmó en los códigos de identidad cultural.

Los cambios en la vida social se manifiestan de manera paulatina y lenta, a no ser que exista algún hecho contundente como las guerras o el término de éstas, que marquen un impacto tanto en la sociedad donde se generan como a nivel mundial. Tal es el caso de Alemania, (1974) donde se justificó su nivel de referencia con los códigos de identidad cultural, pues se encontraba en el momento que se emitió la comunicación sufriendo las consecuencias de la división política, ideológica y social, aunada a la hibridación cultural, evidenciándose dichos hechos contextuales situacionales en el discurso gráfico de la mascota “Tip y Tap”.

El fin de la Guerra Fría, definido como el inicio de la globalización, se hizo patente en la mascota de Italia (1990) y en las subsecuentes.

Por lo anterior, es que el supuesto que afirmaba que los efectos de la globalización transforman los códigos simbólicos de identidad cultural convirtiéndose en sub-códigos, es verdadero.

El quinto objetivo específico fue: Definir los cambios que se han evidenciado en los códigos simbólicos empleados en el discurso gráfico de las mascotas de los mundiales FIFA, influenciados por el fenómeno de la globalización. Dichos cambios son los siguientes:

\* Los discursos gráficos de las mascotas FIFA, son conformados con símbolos en cuya construcción revelaron a partir de Italia 1990 un nivel significativo de la mezcla de códigos simbólicos de identidad y global.

\* Dicha mezcla simbólica pierde total relación con los códigos de identidad cultural en la mascota gráfica de Italia (1990).

\* La falta de códigos simbólicos de identidad se reemplaza con la información difundida por los medios de información masiva.

\* Los medios de información masiva contribuyeron en la transformación de la interpretación simbólica de los códigos utilizados en la construcción gráfica discursiva de las mascotas de los mundiales FIFA.

\* La identificación de las mascotas gráficas de los mundiales FIFA con los habitantes del país sede que representaron, se incrementó con la intervención de los medios de información masiva, donde fueron promocionadas con el término de “Estrellas del momento”. Su popularidad se masificó con la producción de series televisivas, películas, discos, historietas, sitios Web etc. donde los personajes de las mascotas cumplieron el papel protagónico para los fines de mercadeo en que se vieron inmersas.

Es así como doy por concluida la presente investigación habiendo cumplido con la resolución de los objetivos, la aportación planteada en sus inicios y las evidencias afirmativas de los supuestos; siendo de utilidad la misma para continuar con el estudio y análisis de las subsecuentes mascotas gráficas de los mundiales FIFA y como muestra metodológica para el estudio de similares investigaciones.

Comentario:

En la actualidad vivimos el desarrollo de una estructura social cambiante, marcada estratégicamente por la comercialización de productos, servicios e ideologías.

Así como en un partido de fútbol, juego de equipo donde la capacidad y habilidad de los jugadores aunado al apoyo de la afición, contribuye al triunfo de todos y en ese momento es donde hemos escuchado la frase, “tú da el pase, si se logra meter el gol, tú diste el pase y si no, sigue intentándolo”.

Al realizar la presente investigación, pude constatar que el diseño gráfico es un generador clave que contribuye en las acciones comunicativas, lo que nos compromete a los profesionistas del diseño gráfico a situar en el centro de la planificación de nuestro trabajo la premisa conceptual con forme a la ética profesional y no ser sólo informantes de la noticia, aprovechando nuestras capacidades de persuadir a las voluntades sociales para que dejen de ser un espectador más de la historia, sino que, participen en ella.

Con esta premisa me permito hacer una invitación para que desde esta oportunidad disciplinaria nos reconciliemos con

los aciertos del pasado como lo es el arraigo o sentido de pertenencia al lugar de origen, donde se concentran las costumbres, tradiciones y valores que identifican a un grupo social, a no desechar el pasado como algo inservible, sino que, hagamos un rescate de aquellos aspectos de valor, para contribuir en la construcción y búsqueda de la identidad.

# REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS



Albrow, M. (1997). *The Global Age*. Stanford: Stanford University Press.

Barthes, R. (1986). *Lo obvio y lo obtuso. Imágenes, gestos, voces*. Barcelona: Ed. Paidós.

Barthes, R. (2001). *S/Z*. Madrid: Siglo XXI Editores.

Barthes, R. (2003). *Del deporte y los hombres*. Buenos Aires: Ed. Paidós.

Barona, T. (2007). *Chamanismo, tiempos y lugares sagrados*. México: Universidad del Valle de México, Colección Artes y Humanidades.

Beuchot, M; Mier, R; Lizarazo, D; Pereda, C. (2007). *Semántica de las imágenes*. México: Ed. Siglo XXI editores.

Blaxter, L; Hughes, Ch; Tight, M. (2000). *Cómo se hace una investigación*. Barcelona España: Ed. Gedisa. Primera edición.

Bonfil, G. (1991). *Pensar en nuestra cultura*. México: Alianza

Buenrostro, J. (2010). *Guía de animación*. Tesis de Maestro en Licenciatura en Diseño Gráfico, de la UASLP.

Calderón, H. (2009). *Introducción al conocimiento de la imagen*. México: Siglo XXI Editores.

*Colección un año para recordar (1960 a 1999)*. México: Ed. Otras Inquisiciones, S. A. de C. V.

Castoriadis, C. (2004) *La institución imaginaria de la sociedad 2*: Barcelona, Ed. Tusquets.

Costa, J. (2004). *Identidad corporativa*. México: Ed. Trillas.  
Durand, G. (2000). *Lo imaginario, ciencia y filosofía de la imagen*. Barcelona: Ediciones del Bronce.

Crow, D. (2005). No te creas una palabra. México: Ed. Promopress.

D.A. Dondis (2010) La sintaxis de la imagen. Barcelona España: Ed. Gustavo Gili, SL.

Echeverría, B. (2001). Definición de cultura. México: Itaca/UNAM.

Eco, U. (1974). La estructura ausente. Introducción a la semiótica. Barcelona: Ed. Lumen.

Eco, U. (1991). Tratado de semiótica general. Barcelona: Ed. Lumen.

Esqueda, R. (2003) El juego del diseño. México: Ed. Designio.

Espinosa, P. (Comp.) (2005). Semiótica de los mass-media. Imperio del discurso de la comunicación global. México: Ed. Océano.

Frutiger, A. (2000). Signos, símbolos, marcas, señales. México: Ed. Gili.

García Canclini, N. (2005, 18ª Reimp.) Culturas Híbridas. México: Ed. Grijalbo.

González, C. (1986) Imagen y sentido: elementos para una semiótica de los mensajes visuales. México: Universidad Nacional Autónoma de México.

González, I. (2008) La mujer mexicana del siglo XX en las estampillas postales. Tesis de Maestro en Ciencias del Hábitat con Orientación terminal en Diseño Gráfico, de la UASLP.

González, J. (2004) Las mascotas gráficas. México: Universidad de Guadalajara.

Gubern, R. (1988). Mensajes icónicos en la cultura de masas. Barcelona: Lumen.

Guiraud, P. (1989). La semiología. México: Siglo XXI Editores.

Hernández, R; Fernández, C; Baptista, L. (2010) Metodología de la investigación. México: Ed. Mc Graw Hill. Quinta edición.

Ianni, O. (1999). La era del Globalismo. México: Siglo XXI Editores.

Jung. C. (1995) El hombre y sus símbolos. España: Ed. Paidós.

Lescott, J. (2008) Los sesenta en fotografías. China: Parragon Books.

Lescott, J. (2008) Los setenta en fotografías. China: Parragon Books.

López, M. (1993) Semiótica de la comunicación gráfica. México: Universidad Autónoma Metropolitana.

Marshall, B. (1988) Todo lo sólido se desvanece en el aire. México, Argentina, España: Siglo XXI

Oliver, S. (1977) Introducción a la heráldica. España: Status ediciones.

Ortiz, R. (2004). Mundialización y cultura. Bogotá, Convenio Andrés Bello.

Paláu, T. (2002). Introducción a la semiótica de la arquitectura. México: Universidad Autónoma de San Luis Potosí.

Ortiz, R. (2004). Mundialización y cultura. Bogotá, Convenio Andrés Bello.

Paláu, T. (2002). Introducción a la semiótica de la arquitectura. México: Universidad Autónoma de San Luis Potosí.

Paniagua, S. (2007). Foro de historia y crítica de la arquitectura mexicana. Hacia una interpretación del fenómeno arquitectónico en el marco de la globalización. México:CIP/UNAM.

Puente, O., Puente, G., Careaga, I. (2005). Animismo. México: Siglo XXI Editores.

Puente, O., Puente, G., Careaga, I. (2005). Animismo. México: Siglo XXI Editores.

Ricci, P; Cortesi, S. (1980) Comportamiento no verbal y comunicación. Barcelona: Ed. Gustavo Gili, S.A.

Schwanitz, D. (2004). La cultura. Todo lo que hay que saber. México: Ed. Taurus.

Smith, D. (2006). Globalization, the Hidden Agenda, Massachusetts-Cambridge: PolityPress.

Tapia, A. (2004). El diseño gráfico en el espacio social. México: Ed. Designio.

Tapia, A. (1991). De la retórica a la imagen . México: Universidad Autónoma Metropolitana.

Valero, L; Eugenio, M. (2003). Simbología y Diseño de la Heráldica Gentilicia Galaica. Madrid: Hidalguía.

Vilchis, L. (2002) Diseño Universo de Conocimiento. México: Centro Juan Acha A.C.

Vilchis, L. (2002) Metodología del Diseño. México: Centro Juan Acha A.C

Vitta, M. (2003). El sistema de las imágenes. Etica de las representaciones cotidianas. Barcelona: Ed.Paidós.

Zabludousky, G. (2010) Modernidad y Globalización. México: Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM: Ed. Siglo XXI Editores.

# REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

Albrow, M. "Interpreting the Emergence of the Concept of Globalization", ponencia presentada en el Research Committee for the History of Sociology Budapest (1992). Consultado el 27 de junio del 2011 en: <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001204/120486so.pdf>

Álvarez, A. 2003, Tesis "Mezcla de una herencia transformada" UDLAP. Consultado el 15 de junio del 2012 en: [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lap/theiss\\_a\\_a/capitulo2.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lap/theiss_a_a/capitulo2.pdf)

Français, A. (2000) El Crepúsculo del Estado-Nación, UNESCO. Consultado el 5 abril del 2011 en: <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001204/120486so.pdf>

Barahona, A. (2003) Filología y Lingüística XXIX (2). Consultado el 16 de mayo del 2011 en: <http://132.248.9.1:8991/hevila/RevistadefilologiaylinguisticadelaUniversidaddeCostaRica/2003/vol29/no2/1.pdf>

Boeree (1998). Teoría de la personalidad. Consultado el 8 abril del 2011 en: <http://psiconet.org/Jung/>

Cánovas, M., Álvarez, G. Universidad Iberoamericana León Guanajuato. Consultado el 5 abril del 2011 en: [http://www.comunicacion.ugto.mx/coepes/index.php?option=com\\_content&view=article&id=126:identidadnacionaliua&catid=3:articulos&Itemid=50](http://www.comunicacion.ugto.mx/coepes/index.php?option=com_content&view=article&id=126:identidadnacionaliua&catid=3:articulos&Itemid=50)

Cooper, J. (1988) El simbolismo, Lenguaje universal: Lidium. Consultado el 19 de abril del 2011 en: <http://es.scribd.com/doc/29034286/Cooper-J-C-El-Simbolismo-Lenguaje-Universal>

Diccionario de la Real Academia Española: Vigésima segunda edición. Consultado el 21 abril del 2011 en: [http://buscon.rae.es/drae/SrvltConsulta?TIPO\\_BUS=3&LEMA=Her%E1ldica](http://buscon.rae.es/drae/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=Her%E1ldica)

FIFA. com Consultado en el 2011 y 2012 en: <http://es.fifa.com/aboutfifa/organisation/marketing/fifapartners/cocacola.html>

Globalización: Definición y conceptos. Consultado el 25 abril del 2011, en: [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lri/martinez\\_g\\_bi/capitulo2.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lri/martinez_g_bi/capitulo2.pdf)

Heraldizando (C) (2008). Consultado el 27 de abril del 2011, en: <http://www.heraldizando.com/es/simbologia/esmaltesycolores>

Introducción: El fin de la Guerra Fría  
©ITAM. ESTUDIOS. filosofía-historia-letras Invierno 1991-1992. Consultado el 27 marzo del 2011 en: [http://biblioteca.itam.mx/estudios/estudio/letras27/notas2/sec\\_2.html](http://biblioteca.itam.mx/estudios/estudio/letras27/notas2/sec_2.html)

Juguetes más populares/vendidos de los últimos 100 años. Consultado el 18 de abril del 2012 en: <http://www.woratek.com/2011/12/28/juguetes-mas-populares-vendidos-de-los-ultimos-100-anos/>

Liberal, A. (2003)

Consultado el 17 abril del 2011 en: <http://books.google.com.mx/books?hl=es&id=eDYqM8LjdyMC&dq=metamorfosis+de+los+animales+en+los+dioses+griegos&q=Metamorfosis+de+los+animales#v=snippet&q=Metamorfosis%20de%20los%20animales&f=false>

Máximo, P. Historia de las religiones

Consultado el 3 abril del 2011 en:  
<http://www.historia-religiones.com.ar/el-totemismo-12>.

Ocaña, J. Historia de las Relaciones Internacionales durante el siglo XX. Consultado el 4 de junio del 2012 en: <http://www.historiasiglo20.org/GLOS/muroberlin.htm>

Ramos, D. (2008) Deporte e identificación.

Consultado el 19 abril del 2011 en:  
<http://www.efdeportes.com/efd119/deporte-e-identificacion.htm>.

Rodríguez, A. Dia Siete. Consultado el 3 de noviembre del 2012 en: <http://xml.diasiete.com/pdf/397/13POSTER%20SOMBREROS.pdf>

Vilchis, L. d. (2010). Argumentos de la textualidad del diseño gráfico en sus diversas expresiones discursivas. El diseño gráfico como discurso.

Consultado el 27 marzo del 2011 en: [http://foroalfa.org/articulo/104/El\\_diseno\\_grafico\\_como\\_discurso](http://foroalfa.org/articulo/104/El_diseno_grafico_como_discurso).

## Referencias de Imágenes

Lescott, J. (2008) Los sesenta en fotografías. China: Parragon Books.

Lescott, J. (2008) Los setenta en fotografías. China: Parragon Books.

Colección un año para recordar (1960 a 1999). México: Ed. Otras Inquisiciones, S. A. de C. V.

Productora “Zvnka” autor Vnicolav Chp3ovak Copyright 2000-2012 Buenos Aires.-Argentina.

Aquellos años 60 y 70 super mega página gigante historia de los dibujos animados. Consultado el 31 de noviembre del 2012 en: <http://www.hora13.com/nostalgias/DIBUJOS%20CHICOS/DIBUJOS%20CHICOS.htm>