

Textos multimodales en joyería: estudio del significado de los elementos visuales en revistas especializadas

Multimodal texts in jewelry: Exploring the meaning of visual elements in specialized magazines

Autoría

Resumen

El presente estudio tiene por objeto explorar la interconexión de elementos visuales y discursivos en el lenguaje de la joyería, como componentes intrínsecos de un discurso semiótico y multimodal que comunica significados culturalmente arraigados. Por tanto, la hipótesis central parte de la intersección de la semiótica discursiva (Kress *et al.* 2000) a través de la expresión plástica del lenguaje de la joyería (Acaso 2011). La investigación busca desentrañar los significados codificados en los textos multimodales en joyería, revelando cómo estos elementos forman un “paisaje semiótico” (Jaworski y Thurlow 2010) que comunica, a través de símbolos y formas, una rica narrativa cultural. Desde un enfoque semiótico-discursivo, pretendemos dar un paso más en el estudio del lenguaje de la joyería, a penas abordado desde la literatura científica dentro del ámbito lingüístico. Nuestro objetivo principal se centra en estudiar cómo funciona la producción y recepción de significados en el contexto de la comunicación, es decir, buscamos comprender cómo los elementos semióticos son utilizados en el discurso de la joyería para construir significados y cómo estos son interpretados por los receptores, y el efecto que generan en una cultura determinada. Con el fin de aplicar esta propuesta a un contexto real, se ha llevado a cabo la compilación de un subcorpus extraído de una revista de divulgación del ámbito joyero de reconocido prestigio. Para la metodología de análisis de los elementos extraídos del corpus, hemos diseñado una propuesta de elaboración propia basada en los postulados de Acaso (2011) y su estudio sobre el lenguaje visual, aplicado al ámbito de la joyería. Por último, la aplicabilidad práctica de este trabajo pretende contribuir al campo de la semiótica aplicado al lenguaje de la joyería con la expectativa de que esta metodología sea efectiva para tal fin y, además, proporcione pautas esenciales para los traductores del sector joyero.

Palabras clave:

multimodalidad; semiótica discursiva; discurso de la joyería; texto multimodal, paisaje semiótico.

GISELLA POLICASTRO-PONCE
Universidad de Córdoba
172popog@uco.es
<https://orcid.org/0000-0002-1446-0206>

Para citar este artículo:

Policastro-Ponce, G. (2024). Textos multimodales en joyería: estudio del significado de los elementos visuales en revistas especializadas, *ELUA*, 42, 65-82. <https://doi.org/10.14198/ELUA.26957>

Recibido: 02/02/24
Aceptado: 24/04/24

© 2024 Gisella Policastro-Ponce



Licencia: Este trabajo se comparte bajo la licencia de Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional de Creative Commons (CC BY-NC-SA 4.0): <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

Abstract

The present study aims to explore the interconnection of visual and discursive elements in the language of jewelry, as intrinsic components of a semiotic and multimodal discourse that communicates culturally embedded meanings. Therefore, the central hypothesis stems from the intersection of discursive semiotics (Kress *et al.* 2000) with other fields, specifically through the visual expression of jewelry language (Acaso 2011). The research seeks to unravel the encoded meanings in multimodal texts in jewelry, revealing how these elements form a “semiotic landscape” (Jaworski and Thurlow 2010) that communicates, through symbols and forms, a rich cultural narrative. From a semiotic-discursive approach, we aim to take a step further in the study of jewelry language, scarcely addressed in the scientific literature within the linguistic domain. Our main objective focuses on studying how the production and reception of meanings function in the context of communication; that is, we seek to understand how semiotics elements are used in jewelry discourse to construct meanings and how these are interpreted by recipients, and the effect they generate in a given culture. In order to apply this proposal to a real context, a subcorpus has been compiled from a renowned jewelry dissemination magazine. For the methodology of analyzing the elements extracted from the corpus, we have designed a proposal of our own based on the postulates of Acaso (2011) and her study on visual language, applied to the field of jewelry. Finally, the practical applicability of this work aims to contribute to the field of semiotics applied to the language of jewelry with the expectation that this methodology will be effective for this purpose and, furthermore, provide essential guidelines for translators in the jewelry sector.

Keywords:

multimodality; discursive semiotics; jewelry discourse; multimodal text; semiotic landscape.

1. INTRODUCCIÓN

El paisaje semiótico ha cobrado protagonismo en las últimas décadas, no sólo a través de la investigación académica, sino también gracias a los avances tecnológicos que han transformado el modo en que percibimos, compartimos y producimos información. Este cambio de paradigma implica un cambio del fenómeno comunicativo de lo monomodal a lo multimodal, en el que las representaciones visuales cobran protagonismo como elemento clave en la construcción de significados. Desde la perspectiva teórica de la semiótica multimodal (Kress y van Leeuwen 2010; van Leeuwen 2015; O'Halloran *et al.* 2016, entre otros), analizamos e identificamos la información a través de signos y símbolos en un entorno específico, el texto multimodal, partiendo del supuesto de que los intereses del productor de un signo establecen una “relación motivada” entre el significante y el significado, dando lugar, por tanto, a “signos motivados” (Svensson 2020, p. 10).

En otras palabras, quienes generan signos buscan crear la representación más adecuada de lo que desean expresar, centrando su

interés directamente en los medios formales de representación y comunicación. Kress y van Leeuwen (2010) enfatizan la dimensión social y cultural dentro de los modos de representación y, precisamente por ello, establecen como necesario identificar los planos de organización discursiva, que denominan modos de representación y comunicación de significados.

La producción multimodal, por tanto, es el resultado de un conjunto de formas de representación que contemplan lo verbal y lo no verbal y que coexisten en un mismo conjunto textual (Svensson 2019). Este concepto es lo que se denomina “texto multimodal”, según autores como Kress y van Leeuwen (2010), Halliday (2001) o Jewitt *et al.* (2016). Los recursos semióticos son considerados elementos multifuncionales capaces de crear significado y manifestarse de diversas formas dentro del texto, como analizaremos en las siguientes páginas. De esta forma, como señala Sánchez Rivera (2007, p 14) “lo multimodal legitima el uso de la representación visual en la escena comunicativa”. En el contexto actual, la relevancia de estas perspectivas se destaca

aún más debido a la creciente importancia de las nuevas tecnologías, que han propiciado un cambio hacia la comunicación basada en lo visual. Plataformas digitales, redes sociales y dispositivos multimedia han promovido la creación y el consumo de contenido visual sin precedentes. En este sentido, comprender cómo estas nuevas formas de comunicación visual afectan a los lectores es esencial para analizar el impacto sociocultural y cognitivo de las representaciones visuales en la era digital.

En nuestro estudio, sostenemos como premisa que el lenguaje de la joyería, lejos de ser simplemente una expresión estética, constituye un complejo entramado semiótico imbuido de significados culturales y simbólicos, que utiliza la comunicación visual y simbólica para confeccionar un discurso que trasciende su función meramente estética (Juan Tortosa 2020; Gómez Gallego 2021). El potencial narrativo y expresivo de una pieza de joyería se refleja tanto en el lenguaje verbal como no verbal, y su conjugación constituyen el ejemplo de perfecta simbiosis multimodal. Como describe Juan Tortosa (2020, p. 27):

los objetos y materiales vinculados, reconocidos o aceptados como joyas para gran parte de la sociedad, tienen una serie de simbologías con una gran fuerza (...) y una carga conceptual y simbólica muy fuerte a sus espaldas, que hay que saber trabajar y articular de manera coherente para así, poder crear un buen lenguaje plástico con el que elaborar una obra de arte de calidad.

Se propone que cada elección en el diseño de joyería, desde símbolos específicos hasta la elección de determinados materiales, contribuye a la construcción de un mensaje simbólico y cultural. En este enfoque integrado, se reconoce que la joyería no solo se presenta como una forma de embellecimiento personal, sino como una expresión artística que comunica aspectos culturales, sociales e individuales (Cabral Almeida 2015). Por tanto, la hipótesis central amplía la percepción tradicional de la joyería, destacando su potencial como un lenguaje semiótico distintivo y significativo. Un aspecto crucial de nuestra exploración

es la conexión entre el paisaje semiótico, la teoría multimodal y la semiótica discursiva. Estos enfoques no existen de manera aislada; más bien, se entrelazan en la construcción de significado en contextos comunicativos. En nuestro estudio, trataremos de explicar cómo dichos enfoques convergen y se influyen mutuamente en la construcción de significado en contextos comunicativos.

Partiremos de una revisión de la literatura científica entorno a los conceptos clave, explorando cómo el paisaje semiótico y la teoría multimodal se han consolidado como herramientas esenciales para analizar la comunicación visual en el contexto contemporáneo (Calvi 2018). Al examinar estos conceptos de manera conjunta, pretendemos ofrecer una comprensión más completa de cómo las representaciones visuales moldean la experiencia comunicativa. Asimismo, identificaremos la presencia de estos rasgos en la tipología textual objeto de estudio, con el fin de determinar su consideración como texto multimodal.

Posteriormente, abordaremos el apartado práctico de nuestro estudio en el que proponemos una metodología de análisis para identificar la interconexión entre los elementos visuales en el lenguaje de la joyería. Debido a la dimensión plástica de este discurso, hemos considerado abordar esta exploración desde un enfoque mixto que aplica los postulados del lenguaje visual de Acaso (2011) al discurso semiótico y multimodal. Para ello, se ha seleccionado una revista de divulgación de joyería de reconocido prestigio para la compilación de un corpus que comprende un total de 36 textos multimodales y un subcorpus que incluye el producto visual y el producto verbal de cada fragmento seleccionado para su análisis.

Como consecuencia directa, no sólo se profundizará en la comprensión de los significados de los elementos visuales objeto de análisis, sino que también pretendemos ofrecer una herramienta valiosa para aquellos involucrados en el proceso de traducción, permitiéndoles abordar con mayor precisión y sensibilidad los matices simbólicos presentes en este tipo de textos especializados.



2. LA SEMIÓTICA EN SUS DIVERSAS MANIFESTACIONES: TEXTO MULTIMODAL Y LENGUAJE VISUAL DE LA JOYERÍA

Con el fin de comprender la comunicación en todas sus dimensiones, consideramos necesario analizar los diferentes enfoques teóricos que convergen en nuestro estudio. Partiendo de la afirmación de Kress y van Leeuwen (2001, p. 2), “los principios comunes de semiótica operan de forma cruzada”, de manera que procederemos a revisar los aspectos esenciales de las disciplinas imbricadas en nuestro estudio, con el fin de validar la premisa de nuestro estudio.

La Semiótica Multimodal, propuesta por Kress y van Leeuwen (2001, 2010), destaca la interacción y combinación de diversos modos comunicativos, como lo verbal, lo visual y lo gestual, en la construcción de significado. Esta teoría reconoce que la comunicación no se limita a la lengua escrita o hablada, sino que abarca una variedad de modos simbólicos que coexisten en un mismo mensaje. Al mismo tiempo, la Teoría Multimodal amplía esta perspectiva, abarcando la combinación de múltiples modos de comunicación en cualquier tipo de texto.

En la medida en que los elementos visuales participan activamente en la transmisión de significado (Kress y van Leeuwen 2001), dentro del marco de la Semiótica Multimodal, enfatizan la importancia de la gramática visual al reconocer la complejidad de los signos visuales en el paisaje comunicativo (Svensson 2019). Ahora bien, en esta convergencia, resulta necesario explorar la relación entre el lenguaje y el contexto social (Halliday 2001), lo que nos permitirá identificar cómo el lenguaje cumple funciones específicas en diferentes contextos socioculturales. De esta forma, la Semiótica Social examina cómo los signos y símbolos están arraigados en contextos culturales y sociales específicos, estableciendo un vínculo importante en la comprensión de la comunicación.

Sin embargo, en este escenario, surge la necesidad de organizar la información, así como los elementos visuales que participan activamente en la transmisión de significado.

Por tanto, como expone Svensson (2019) sobre los fundamentos de la Semiótica Multimodal, resulta necesario definir una gramática visual que contribuya a reconocer, analizar e interpretar la complejidad de los signos visuales en el paisaje comunicativo. En este contexto, resulta necesario abordar también la dimensión que nos ofrece la Semiótica Discursiva (Kress *et al.* 2000). Este enfoque nos proporciona un marco teórico sólido para comprender cómo los elementos visuales y textuales interactúan en la creación de mensajes y cómo estos afectan la interpretación del receptor.

La propuesta de análisis del discurso semiótico de autores como Kress y van Leeuwen (2010), Bezemer y Kress (2015) y Jewitt *et al.* (2016) se enfoca en la textualidad, los contextos sociales y la producción del texto, así como en su interpretación. Esta perspectiva se distingue de la semiótica social y de las prácticas convencionales de la semiótica al partir del supuesto de que los intereses del productor de un signo establecen una relación motivada entre el significante y el significado, dando lugar a “signos motivados”. En otras palabras, quienes generan signos buscan crear la representación más adecuada de lo que desean expresar, centrando su interés directamente en los medios formales de representación y comunicación. De esta forma, se “desplaza la lengua como medio exclusivo de representación y pasa del paisaje comunicativo y representativo de la lengua al paisaje semiótico” (Svensson 2020, p. 10). En esta sinergia, el texto multimodal se erige como el denominador común que aglutina las diversas manifestaciones semióticas que ofrecen un marco teórico esencial para desentrañar los sistemas de signos visuales presentes en el acto comunicativo.

En el estudio que nos ocupa, el género textual seleccionado, el artículo de divulgación, presenta una serie de características que conjugan entre la semiótica y el arte plástico, convirtiéndolo en candidato a texto multimodal por sus propiedades discursivas. Confirmamos esta afirmación mediante un análisis metafuncional que nos permita evidenciar “las relaciones entre los elementos de un discurso y cómo configuran el género de

la divulgación científica” (Camacho y Ahumada 2022, p. 44). Partimos de la definición de Díaz Rojo (2000, p. 72), que nos explica que “la divulgación es entendida como la difusión de los conocimientos científicos destinada a un público general, mediante una versión simplificada, a través de canales escritos y audiovisuales”. Así, el discurso divulgativo recurre a elementos no verbales para “acompañar y sustentar los contenidos de los textos, capturando la atención del lector” (Pontrandolfo 2017, p. 182). Este “aparato paratextual” (Preite 2013, p. 249) conformado por todo tipo de elementos visuales (imágenes, tablas, gráficos, etc.) tiene como finalidad “delinear un sistema semiótico que acompaña y facilita la lectura de los textos por parte de los usuarios” (Pontrandolfo 2017, p. 193). La relación entre los recursos multimodales presentes en los textos divulgativos y el texto al que acompañan se expresa mediante la construcción de significado. En otras palabras, como sugieren Camacho y Vázquez Ahumada (2022, p. 42), “ejercen una función en un evento comunicativo concreto”. Sin olvidar que estos “signos motivados” están ligados a un determinado contexto temporal y sociocultural.

En concreto, los rasgos discursivos anteriormente enumerados se ven enfatizados en los textos que conforman nuestro corpus de análisis. Esto es debido a que el material multimodal presente en este tipo de textos presenta una doble función dentro del discurso multimodal:

una meramente semiótica (en la que objetos reales, iconos o gestos acompañan a la ejecución del discurso verbal, aportando elementos de naturaleza semántica) y una multimodalidad exclusivamente verbal o lingüística (en la que esos eventuales objetos, iconos o textos aparecen verbalizados en el discurso) (Gallos Camacho 2021, p. 10).

La autora estudia la función de las piezas de joyería y su diseño visual desde los enfoques de la teoría del discurso multimodal de O’Halloran en textos literarios. En consonancia con los hallazgos de Gallos

Camacho (2021), “la potencial significación” (p. 6) de los recursos semióticos en el lenguaje de la joyería se debe tanto al material usado para la presentación del recurso propiamente dicho, es decir, el valor simbólico de la imagen *per se*, como a los “usos sociales establecidos para este medio o mecanismo semiótico” (p. 6). Asimismo, es importante resaltar que la representación de estas piezas de joyería se encuentra estrechamente ligada al referente del objeto en sí mismo. Dentro de un contexto cultural determinado, estos objetos hacen alusión a un tipo de conocimiento que refleja las concepciones de los individuos.

En lo que respecta a nuestra indagación, las conclusiones de la autora aportan valor a nuestra premisa y nos ha permitido ahondar en la comprensión de los mecanismos comunicativos subyacentes al discurso semiótico-multimodal de la joyería. En este sentido, los textos objeto de estudio pueden considerarse textos multimodales puesto que cumplen con la doble dimensión semiótica: a) la interpretación del valor estético y simbólico que la imagen cobra dentro del discurso; y b) la intervención de la imagen en la construcción de significado, estrechamente ligada al referente del objeto en sí mismo y a un contexto cultural determinado.

Así, la semiótica discursiva se convierte en un vehículo para comprender cómo estos códigos visuales se entrelazan creando una sinergia, en la que el arte plástico emerge como un componente intrínseco en la construcción del lenguaje de la joyería, donde los elementos multimodales no solo encarnan una función estética, sino que se erigen como portadores de significado cultural y social.

Cabe señalar que las publicaciones sobre el sector de la joyería abordan principalmente su enfoque histórico, cultural o el lenguaje plástico, desde disciplinas como el arte, la historia, la filosofía o el diseño gráfico, entre otras (Medina *et al.* 2013; Cabral Almeida 2015; Pignotti 2016; Juan Tortosa 2020; Gómez Gallego 2021). Sin embargo, existe un escaso número de estudios sobre el lenguaje o la terminología del ámbito de la joyería. Por ello, el presente estudio aporta una visión innovadora, al añadir un enfoque semiótico-discursivo al lenguaje de la joyería. Además,



pretende contribuir a nutrir esta línea de investigación desde un enfoque lingüístico a penas abordado hasta la fecha.

En última instancia, nuestra aportación tiene como propósito la propuesta de una metodología de análisis que cumpliría una doble función: imbricar a las distintas disciplinas asociadas a la semiótica desde un enfoque multimodal y desde el lenguaje visual de los artefactos multimodales, y ofrecer al futuro traductor de estos textos multimodales una serie de pautas que le ayuden en su labor identificativa de estos recursos y su traslación a otro contexto sociocultural.

3. PROPUESTA TEÓRICO-PRÁCTICA PARA EL ANÁLISIS SEMIÓTICO-DISCURSIVO DEL TEXTO MULTIMODAL

Con la revisión crítica como base, procedemos a presentar nuestra propuesta de análisis metodológico. En este paso, buscamos sintetizar los postulados de Acaso (2011), que emplearemos como cimiento estructural para conjugarlos con los axiomas de la semiótica discursiva (Kress *et al.* 2000) y la multimodalidad (Kress y van Leeuwen 2001). Todo ello nos permitirá explorar de manera profunda las complejidades del lenguaje asociado a la joyería. Esta integración persigue la generación de un marco metodológico más completo y contextualizado, que aprovecha el modelo de análisis existente en el campo de la expresión plástica de la imagen y, al mismo tiempo, incorporando los principios sustantivos de semiótica discursiva y la multimodalidad. Esta convergencia busca no solo fortalecer la comprensión y aplicabilidad en nuestra área específica de investigación, sino también instaurar una sinergia entre disciplinas que, aunque complementarias, suelen operar de manera aislada.

En su obra titulada “El lenguaje visual” (2011), Acaso aborda el estudio del lenguaje visual como herramienta de comunicación en cualquier ámbito profesional. Centrando su atención en la expresión plástica de los elementos no verbales o “productos visuales”, la autora recoge como instrumento de análisis de la representación visual un sistema estructurado en cuatro fases distintivas.

Expondremos, a continuación, el modelo de Acaso (2011), dividido en cuatro fases o pasos, y los subapartados correspondientes, de forma descriptiva e integraremos, según proceda, las proposiciones de la semiótica discursiva y multimodal que consideramos que deben aplicarse en cada caso, conformando de esta forma nuestra propuesta personal.

1. Primer paso: clasificación del producto visual
1.1. Clasificación por las características físicas del soporte
1.2. Clasificación por función
2. Segundo paso: estudio del contenido del producto visual
2.1. Análisis preiconográfico de los elementos narrativos y del lenguaje visual
2.2. Análisis iconográfico de los elementos narrativos y del lenguaje visual
3. Tercer paso: estudio del contexto
4. Cuarto paso: enunciación de los mensajes, manifiesto y latente

Tabla 1. Instrumento de análisis de la representación visual de Acaso (2011).

3.1. Primer paso: clasificación del producto visual

En primer lugar, es necesario detenerse para analizar el producto visual, lo que Acaso denomina la “contemplación de la imagen” (2011, p. 150), que nos permitirá descifrar y comprender el mensaje en fases posteriores. Este proceso interpretativo precisa de una fase de reconocimiento previo para determinar el producto conceptualmente y establecer una serie de criterios para su clasificación. Un sistema de organización del producto visual será determinante para discernir las categorías con las que posteriormente vamos a trabajar. En la concreción de la categorización de la representación visual según Acaso, diferenciamos entre:

- i) identificar las características físicas del soporte, que puede ser bidimensional (en la que la realidad se representa en dos dimensiones, pudiendo ser estática o en movimiento) y tridimensional



(que contempla la representación de la realidad en tres dimensiones o la recontextualización del objeto, en el que este haya sido “modificado explícitamente, alterando su ubicación y funciones naturales” (*Ibidem*, p. 107); y

ii) determinar la función del producto, en la que se distinguen tres subcategorías:

- a) Representaciones visuales informativas; se centra en el contenido objetivo y descriptivo del mensaje. Corresponderían a la función cognitiva. Pueden subdividirse en tres subgrupos: epistémicos (representación fiel de la realidad); simbólicos (representación de la realidad de forma abstracta) y didácticos (representación de la información con carácter pedagógico, de forma explícita o implícita).
- b) Representaciones visuales comerciales; corresponderían a la función apelativa o conativa. Persigue la promoción del producto visual o el entretenimiento del receptor.
- c) Representaciones visuales artísticas; se caracterizan por “la necesidad de crear un código nuevo en cada objeto que produce” y “que este lenguaje nuevo posea laguna referencia a través de la cual el espectador desarrolle su propio significado” (p. 133). Por lo tanto, es el usuario quien legitima su función a través de su participación como parte activa.

3.2. Segundo paso: estudio del contenido del producto visual

La autora propone un análisis del estudio del contenido del producto visual en dos fases (análisis preiconográfico y análisis iconográfico), que permitirá discernir entre “lo que cuenta la imagen (narración) y las herramientas del lenguaje visual que se han utilizado para ello” (p. 151), de acuerdo con la terminología acuñada por Panofsky (1996).

Antes de abordar ambas fases, es necesario diferenciar entre el elemento narrativo y las herramientas del lenguaje visual. El primero comprende los elementos que

integran la configuración visual, y pueden ser personajes, objetos o hechos. Por otro lado, las herramientas del lenguaje visual empleadas para la configuración de dicha narración hacen referencia a los recursos de los que nos valemos para construir significantes y significados de los mensajes y que nos permiten organizar dichos elementos. Acaso (2011, p. 49-88) dedica en su obra un capítulo completo para la descripción de dichas herramientas, clasificándolas entre “herramientas de configuración” y “herramientas de organización”, que expondremos y explicaremos en la siguiente tabla:

Herramientas del lenguaje visual
i) Herramientas de configuración.
Los aspectos que se identifican en este apartado hacen referencia a las dimensiones físicas y expresiones plásticas que configuran el producto visual. Podemos diferenciar entre: el tamaño, la forma, el color, la iluminación y la textura.
El tamaño determina la relación física del usuario respecto de la representación visual y se basa en los siguientes criterios: impacto psicológico, el efecto de notoriedad y la comodidad de manejo o ubicación. Estos criterios hacen referencia a las sensaciones personales que el usuario experimenta con respecto al producto, pudiendo establecerse una relación de predominio bien por parte del usuario o bien por parte de la propia imagen. Estos aspectos afectan a la interpretación del significado de la representación visual.
La forma determina los límites exteriores de la imagen, y podemos diferenciar entre la forma orgánica, que se corresponde con la representación del mundo natural y suele ser irregular, o la forma artificial, que suele ser producto de una creación humana y suele ser regular. Con respecto a la forma del producto visual, podemos establecer tres niveles de análisis:
Forma del producto visual como objeto; hace referencia a las características visuales físicas. En las representaciones bimodales, dicha forma se denomina “formato”. Para determinar el formato nos basamos en tres criterios: la adaptación del soporte, el sentido de lectura y el contenido simbólico. Sin embargo, en las representaciones tridimensionales, la forma quedará determinada por los propios límites del producto.
Forma del contenido del producto visual; hace referencia a las características formales de dicho producto dentro de los límites del mismo.
Forma del espacio que alberga el producto visual; hace referencia al espacio que alberga y en el que aparezca ubicado el producto y que influirá en su significado connotativo.

El **color**, que presenta una serie de características asociadas, como son: la luminosidad, saturación, la textura y la temperatura. En este trabajo, nos alejaremos de las cualidades pictóricas y expresivas, para centrarnos en la simbología cromática. A este respecto, Acaso propone una serie de criterios de selección del color que, de acuerdo con la autora, son clave para la transmisión de significado y a nuestro parecer deben ser tenidos en cuenta en la interpretación y lectura de la imagen. Enumeramos a continuación únicamente aquellos criterios que resultan pertinentes para nuestro estudio, como son: el contenido simbólico, el contraste visual y la identificación con el público objetivo. Estos tres criterios varían según el contexto de lectura de la imagen y juegan un papel relevante para la correcta identificación del mensaje que se desea transmitir.

La **iluminación** y la **textura** son cualidades que contribuyen de manera significativa a la apreciación estética y perceptiva de cualquier entorno visual. Para determinar la iluminación, tendremos en cuenta los siguientes criterios: tipo de fuente (natural o artificial), cantidad (alta o baja), temperatura (caliente o fría) y orientación (a favor de la lectura, a contralectura, picado o contrapicado). En lo que respecta a la textura, es decir, la materia con la que está construida el producto visual, podemos diferenciar entre el material del soporte y el material que se aplica sobre el soporte. Además, distinguimos distintos tipos de sistemas de representación de la textura: real (para imágenes tridimensionales), simulada o visual (para imágenes bidimensionales) y ficticia (que implica una percepción engañosa por parte del usuario, con un determinado fin en particular, como por ejemplo crear un virtuosismo hiperrealista).

Descripción semiótica:

Desde el enfoque planteado por Kress *et al.* (2000), todos los elementos anteriormente enunciados deben analizarse desde la perspectiva de la semiótica social. Para analizar este tipo de elementos, los autores establecen como criterio la diferenciación entre el “espacio visual” y “las relaciones del espectador y la imagen”. Por lo tanto, la determinación de los cinco elementos enumerados por Acaso (2011) dependerán del criterio cultural subyacente respecto al espacio visual y los elementos que lo integran, así como el posicionamiento social del usuario respecto al objeto, “construyendo una compleja representación del mundo” por parte del sujeto, en relación con “el mundo producido por una representación particular” (p. 407).

Por lo tanto, se pone de manifiesto la importancia del marcado carácter cultural y contextual de este análisis. Observamos que un mismo producto visual puede cumplir varias funciones dependiendo del contexto del emisor y del receptor, y que en ocasiones puede ser diferente. Por lo tanto, para un correcto análisis del producto visual resulta necesario identificar correctamente el aspecto conceptual y social del emisor para determinar qué idea quiere transmitir.

Ahora bien, cuando entran en contacto dos dimensiones culturales diferentes, como es el caso de la traducción de un texto multimodal, entran en juego las relaciones entre el discurso elaborado por el emisor con una intención concreta enmarcada en un contexto social determinado y la posible interpretación que el usuario meta pueda dar al mismo desde su dimensión sociocultural. En este escenario, recae en el traductor la labor de establecer una relación entre los dos “saberes socialmente contruidos”.

ii) Herramientas de organización.

Las características recogidas en esta construcción del producto visual corresponden a la ordenación de las herramientas del lenguaje visual dentro de los límites del espacio. Como señala la autora, “esta ordenación constituye un sistema jerárquico preestablecido que pretende transmitir un significado” (2011, p. 76).

En nuestro estudio, esta herramienta nos permite identificar un análisis formal (identificado con el concepto de composición), en el que identificaremos la composición de los elementos en su conjunto desde la perspectiva estética, y un análisis adaptativo (identificado con el concepto de retórica visual), en el que haremos presente la semiótica discursiva, para establecer la relación entre el discurso lingüístico y los recursos semióticos.

Acaso identifica dos tipos de herramientas: a) la composición y b) la retórica visual.

La **composición** de la imagen consiste en la ordenación de las herramientas del del lenguaje visual con una clara intención visual que tiene como resultado establecer una relación determinada entre los elementos de la representación visual y “forma un esqueleto invisible mediante el que el autor y el receptor ordenan dichas herramientas”. Entre los recursos de composición, distingue: los recursos que generan una composición reposada (constantes, simétricos, completos, centrados, etc.) y los recursos que generan una composición dinámica (asimétricos, oblicuos, incompletos, descentrados, etc.) (véase los ejemplos ilustrativos recogidos en la obra, pp. 77-87).

La **retórica visual** (Barthes 1964) constituye la “sintaxis del discurso connotativo” (p. 88). En la creación e interpretación del producto visual, dentro de un acto comunicativo, podemos diferenciar entre el lenguaje propio y el lenguaje figurado (Nuere 2010). Nos referimos tanto al contenido literal y objetivo (el significante) como al contenido simbólico y subjetivo (el significado). Estos dos aspectos están intrínsecamente conectados, y según la noción de “*punctum*” introducida por Barthes, la transición de una lectura simple a una figurada se logra mediante el uso de diversas figuras retóricas.

A continuación, procedemos a describir las dos fases de análisis del estudio del contenido del producto visual.

i) Análisis preiconográfico

Comprende el análisis de los elementos que integran la configuración visual, y pueden ser personajes, objetos o hechos. Dicho análisis determinará los significantes y el discurso denotativo de los elementos del producto visual, ciñéndose a su descripción objetiva.

En nuestro trabajo, dicho análisis se centrará específicamente en detallar las herramientas de configuración y organización presentes, así como en comprender su desempeño dentro del contexto del texto multimodal. Este enfoque nos permitirá no solo identificar los elementos visuales, sino también contribuirá en la interpretación posterior para analizar cómo interactúan y contribuyen al mensaje general del texto visual.

ii) Análisis iconográfico

Comprende el análisis connotativo de los elementos narrativos, con el que se pretende identificar la proyección valorativa y la función que ejercen las herramientas anteriormente descritas. En esta fase, se busca desglosar recursos semióticos con el fin de capturar la complejidad de la narrativa visual y desvelar las capas de significado subyacentes en el texto multimodal examinado.

En lo que respecta a nuestro estudio, Acaso parte de la noción de “*punctum*” acuñada por Barthes, para atravesar la “frontera del discurso denotativo al connotativo poniendo en funcionamiento todos nuestros resortes de significación” (2011, p. 154). En nuestro caso, en esta fase analítica, aplicaremos el modelo formulado por Kress y van Leeuwen (2001) que comprende cuatro estratos: discurso, diseño, producción y distribución. En este contexto, el concepto de “estratos” es empleado por los autores para describir las distintas dimensiones o componentes de un fenómeno comunicativo, especialmente en relación con la lingüística funcional de Halliday. Además, resaltan su interrelación y compatibilidad al describir diferentes aspectos del discurso, sin concebirlos como capas jerárquicamente ordenadas.

Primer estrato: discurso

El primer estrato de Kress y van Leeuwen (2001) corresponde a la “identificación del discurso o serie de discursos que el emisor va a utilizar para el diseño de su acto comunicativo” (Rodríguez y Velásquez 2011, p. 43).

Para abordar este estrato inicial, los autores plantean responder a interrogantes fundamentales relacionados con los recursos semióticos empleados por el autor. Estas preguntas incluyen aspectos como la identificación de los personajes principales representados en la caricatura (quién), la comprensión del tema abordado (qué), la delimitación del lugar donde se desarrollan los hechos (dónde), la contextualización temporal de la situación presentada (cuándo), y la descripción detallada del acontecimiento al que se refiere la caricatura (cómo). Estos aspectos, a su vez, resultan cruciales para determinar los discursos presentes y su dinámica interactiva en la composición.

Segundo estrato: diseño

Este segundo estrato conjuga “el lado conceptual de la expresión, y es el lado expresivo de la concepción” (Kress y van Leeuwen 2001, p.4). El diseño se sitúa en una posición intermedia entre el contenido y la expresión, representando el aspecto conceptual de la expresión y, al mismo tiempo, la faceta expresiva de la concepción. Los diseños utilizan recursos semióticos en diversos modos y combinaciones de estos modos.

De acuerdo con las aportaciones de Rodríguez y Velásquez (2011, p. 4), este estrato:

comprende un aspecto ideativo (conceptual y social), y otro material; el ideativo se refiere a las ideas que el emisor desea comunicar en contexto, y el material, a los recursos semióticos que tiene a su disposición para transmitir el mensaje. En este estrato se conceptualiza un nuevo discurso. Posteriormente, se establecen las relaciones que existen entre ellos para determinar qué idea quiere transmitir (...), así como los recursos semióticos que emplea para materializarla.

Por tanto, funcionan como herramientas para comprender los discursos en el contexto de situaciones comunicativas particulares. Sin embargo, los diseños también aportan algo novedoso: posibilitan y dan lugar a situaciones comunicativas que modifican el conocimiento socialmente construido en la interacción social.

En el contexto de este estudio, se analizan los discursos identificados de la siguiente manera: mediante la configuración de discursos, se determinan los conocimientos socialmente construidos presentes en subcorpus, y a través de una (inter)acción específica, se exploran las relaciones entre los discursos identificados; y mediante una combinación específica de modos, se describen los recursos semióticos empleados en la creación del acto comunicativo.

Tercer estrato: producción

Kress y van Leeuwen (2001, p. 5) definen la producción como “la organización de la expresión, a la articulación material real del evento semiótico o a la producción material real del artefacto semiótico”. Recogen en sus reflexiones la necesidad de contemplar diferentes habilidades: de tipo técnico, manual, visual y otras habilidades no relacionadas a modos semióticos sino a “medios semióticos”, entendiendo el concepto de “medio” como “‘medio de ejecución’ (la sustancia material elaborada en la cultura y trabajada en un tiempo cultural)” (*idem*).

Es esencial destacar que, en esta fase, se realiza una revisión documental con el objetivo de identificar los discursos circundantes relacionados con cada uno de los temas abordados en el texto multimodal. Como resultado de esta consulta documental, se reconstruyen los eventos ocurridos en relación con los temas planteados.

Cuarto estrato: distribución

El cuarto estrato hace referencia al medio de difusión de dichos recursos semióticos. Dicho espacio visual queda determinado por el formato y el acto comunicativo que lo caracteriza, siendo necesario conocerlo previamente para poder identificarlo de forma apropiada en la interpretación final. Cabe señalar que el significado final es concebido por Kress y van Leeuwen (2001) por el doblete “articulación e interpretación”, puesto que es necesario contemplar la doble visión: que los recursos semióticos son articulados por un emisor para ser interpretados por el receptor y viceversa.

3.3. Tercer paso: estudio del contexto

Esta fase cobra especial sentido en el ámbito objeto de estudio de nuestro trabajo. Uno de los objetivos de la presente investigación radica en la contribución de nuestros resultados en la labor del traductor. Traducir el material multimodal presente en un texto y destinado a un público extranjero que no está familiarizado con la cultura del país de origen requiere un conocimiento exhaustivo de las conductas, necesidades, preferencias e intereses del usuario meta, teniendo además presente la significación que el emisor origen deseaba transmitir. Podemos deducir que el traductor se enfrenta al reto de descifrar el significado en la lengua original y lograr una presencia efectiva en la mente del usuario meta (Policastro Ponce 2020).

El planteamiento de esta fase, en el marco de nuestro análisis, se divide en dos subfases,

en la que además se contemplarán y aplicarán los postulados de la semiótica discursiva en cada nivel:

- i. Identificación de la relación entre el producto visual y su contexto original: Durante esta subfase, el traductor se enfocará en reconocer y comprender la conexión intrínseca que existe entre el producto visual y el entorno en el cual fue originado. Se llevará a cabo un análisis detallado de los elementos visuales presentes en su contexto original, considerando cómo estos elementos interactúan y adquieren significado dentro de la esfera cultural y social en la que fueron concebidos.
- ii. Identificación de la relación entre el producto visual origen y el meta: En esta subfase, la atención del traductor se dirige hacia la comprensión de cómo se establecerá la relación entre el producto visual original y su adaptación al nuevo contexto cultural. El traductor debe identificar cómo los elementos visuales serán traducidos y reinterpretados para preservar su efectividad comunicativa en la nueva cultura receptora. Es esencial considerar cómo estos elementos pueden ajustarse a las sensibilidades y expectativas del público meta, asegurando una transición fluida y significativa de un contexto a otro.

3.4. Cuarto paso: enunciación de los mensajes

En palabras de Acaso (2011), esta fase se concibe como la “unión de todas las piezas del puzle que, una a una, desprendían cierta información y que adquieren un nuevo significado al formar todas ellas una estructura común” (p. 158). Resulta interesante la forma en la que la autora concibe el desarrollo de este paso, puesto que encaja a la perfección con el proceso que debe de llevar a cabo el traductor y que se ha expuesto en el apartado anterior. Para su ejecución, establece dos tipos de mensajes diferentes: el manifiesto y el latente, que procedemos a explicar y relacionar con el proceso traductor.

El mensaje manifiesto es “la información que el receptor considera que está recibiendo” (*ibidem*, p. 159) de forma explícita. Mientras que el mensaje latente es “la información implícita que el espectador recibe de verdad”.

En el proceso traductor, el primer mensaje o mensaje manifiesto lo asociamos al resultado del análisis preiconográfico e iconográfico en contexto del producto visual original por parte del traductor, en la cultura meta y texto multimodal A. Por otro lado, el segundo mensaje o mensaje latente correspondería al mismo resultado de análisis, pero sometido a un proceso de traducción en el que el traductor adaptaría los aspectos concretos que considere necesario modificar en el texto multimodal B.

Esbozado el marco teórico de nuestra metodología, así como su estructura, procedemos a detallar el proceso de compilación de nuestro subcorpus y, posteriormente, llevar a cabo la aplicación y valoración práctica de nuestra propuesta.

1. COMPILACIÓN DEL SUBCORPUS

Detallamos los pasos seguidos en la creación de un corpus monolingüe especializado en un subdominio específico de la joyería, centrado en la dimensión semiótica discursiva, y en un género textual en particular como las revistas divulgativas. Se trata de un corpus especializado que comprende un total de 36 textos multimodales extraídos multimodales de la revista “Contraste”, perteneciente al Grupo Dúplex, disponible en formato electrónico en su hemeroteca virtual. Se trata de la editorial española líder en el sector de la joyería y de periodicidad mensual.

El motivo por el que se selecciona esta fuente se debe, precisamente, a la frecuencia regular de publicación que garantiza la disponibilidad de un extenso contenido multimodal, además de por el reconocido prestigio de la misma como referente en el sector a nivel nacional e internacional.

En nuestro caso, seleccionamos los 12 números mensuales de cada año desde el periodo comprendido entre 2020 y 2022, con el fin de contar con material reciente. Descargamos el

archivo en formato pdf. de la revista completa para la compilación del subcorpus, que se ha explotado de forma manual. Los criterios que utilizamos en la compilación de nuestro subcorpus han sido los siguientes:

Criterios	Descripción
Número de textos multimodales	36
Medio	Escrito y electrónico
Temática	Revista de divulgación especializada en el ámbito de la joyería
Contenido	Texto multimodal que cumpla con las características esbozadas por Kress <i>et al.</i> (2000) y sea susceptible de ser analizado desde la semiótica discursiva, permitiendo establecer un nexo relacional entre el elemento verbal y no verbal.
Idioma	Español
Fecha	2020-2022
Explotación	Manual

Tabla 2. Criterios de selección de nuestro corpus.

Durante el proceso de selección de los textos multimodales nos enfrentamos a diversos desafíos por una serie de complejidades específicas. Estas dificultades estuvieron intrínsecamente vinculadas a la búsqueda de textos que cumplieran con las características delineadas por Kress *et al.* (2000). Estos no solo debían ser textos multimodales en su estructura, sino también susceptibles de un análisis desde la perspectiva de la semiótica discursiva. Este enfoque implicaba la capacidad de establecer un nexo relacional significativo entre los elementos verbales y no verbales presentes en los textos seleccionados. La búsqueda de textos que encarnaran estas cualidades específicas demandó un cuidadoso escrutinio y evaluación para asegurar la coherencia con los principios teóricos y metodológicos que guían nuestro estudio.



2. APLICACIÓN PRÁCTICA DE LA METODOLOGÍA PROPUESTA

En la aplicación práctica de la propuesta teórico-práctica diseñada para el análisis semiótico-discursivo del texto multimodal, hemos desarrollado una ficha de análisis con el propósito de facilitar y hacer más práctica la valoración de los resultados. La ficha de análisis proporciona una estructura organizada que permite registrar de manera sistemática los elementos esenciales que deben

ser considerados durante el estudio semiótico discursivo multimodal.

Con este instrumento no solo hemos querido simplificar la aplicación de la metodología propuesta, sino también facilitar la interpretación de los resultados obtenidos, promoviendo así la eficacia y la utilidad práctica de la metodología en investigaciones futuras. El modelo de ficha de análisis es el siguiente:

FASE 1. CLASIFICACIÓN DEL PRODUCTO VISUAL		
a) Características físicas [<i>Marca con una X según proceda</i>]		
Bidimensional	Tridimensional	
b) Función [<i>Marca con una X</i>]		
Informativa o cognitiva	Apelativa o conativa	Artística
c) Otra información adicional		
FASE 2. ESTUDIO DEL CONTENIDO DEL PRODUCTO VISUAL		
a) Análisis preiconográfico		
i. Herramientas de configuración		
Tamaño y relación con el usuario [<i>Descripción</i>]		
Forma		
- Objeto [<i>Descripción</i>]		
- Contenido del producto visual [<i>Descripción</i>]		
- Espacio [<i>Descripción</i>]		
Color: [<i>Descripción</i>]		
Iluminación y textura: [<i>Descripción</i>]		
ii. Herramientas de organización [<i>Descripción</i>]		
iii. Semiótica discursiva (Discurso): [<i>Respuesta a los interrogantes: quién, qué, dónde, cuándo y cómo</i>]		
a) Análisis iconográfico [<i>Descripción del Diseño, Producción y Distribución</i>]		
FASE 3. ESTUDIO DEL CONTEXTO		
i. Identificación de la relación entre el producto visual y su contexto original [<i>Descripción</i>]		
ii. Identificación de la relación entre el producto visual origen y el meta [<i>Descripción</i>]		



FASE 4. INTERPRETACIÓN DEL MENSAJE	
i. Mensaje manifiesto	[Descripción]
ii. Mensaje latente	[Descripción]

Tabla 3. Modelo de ficha de análisis de elaboración propia.

Como corolario a nuestro estudio, ilustramos nuestra metodología mediante un ejemplo, detallando casos concretos que ejemplifican el proceso analítico en el terreno de estudio, acompañado de la ficha de análisis correspondiente debidamente cumplimentada.

La cumplimentación de cada ficha se realizará de la siguiente forma:

- En primer lugar, se contemplará el texto multimodal (lectura del elemento textual y visualización del elemento no textual).
- Fase 1. Se marcará con una X los apartados correspondientes o se aportará información descriptiva, según proceda.
- Fase 2.
 - Análisis preiconográfico. Para la identificación de las herramientas visuales, nos basaremos en la propuesta de Acaso (2011). Este apartado queda completado por una

sección reservada a la identificación de la semiótica discursiva en dicho análisis preiconográfico, a partir del primer estrato de Kress y van Leeuwen (2001).

- Análisis iconográfico. En este apartado, aplicaremos el modelo de Kress y van Leeuwen (2001) (segundo, tercer y cuarto estrato).

Fase 3. Según proceda, se expondrán aquellos aspectos socioculturales relevantes, tanto del ejemplo original como las posibles consideraciones que deberá tener en cuenta el traductor.

Fase 4. Se abordará el estudio semiótico-discursivo del texto multimodal, a modo de conclusión de lo anteriormente expuesto y teniendo en cuenta los dos tipos de mensajes que podemos identificar (manifiesto y latente).

Ejemplo 1. Subcorpus 5. Año 2022. Diciembre	
Elemento textual	Elemento no textual
<p>En moda, hablamos de una tendencia controvertida y futurista; en materia joyas, del regreso del <i>bling</i> y el resurgir de todo lo plateado. La tendencia metálica se cuela con fuerza este otoño tanto en armarios como en joyas; más allá de lentejuelas y cristales, las prendas con efecto metalizado se hacen virales y, al mismo tiempo, se acompañan con joyas que brillan más que nunca. De la pasarela a la calle hablamos, sin duda, de la tendencia que ha llegado para quedarse y que ha conquistado a todo tipo de público.</p> <p>Así, los armarios más futuristas y atrevidos se combinan con joyas en formato maxi, esenciales y otras que combinan texturas y materiales y que juegan con sus formas. Todas ellas con un denominador común: el <i>bling bling</i> que siempre ha conquistado al universo de la joyería. ♦</p>	

FASE 1. CLASIFICACIÓN DEL PRODUCTO VISUAL

a) Características físicas

Bidimensional X Tridimensional

b) Función

Informativa o X Apelativa o X Artística
cognitiva conativa

c) Otra información adicional

Fotografía realista

FASE 2. ESTUDIO DEL CONTENIDO DEL PRODUCTO VISUAL

a) Análisis preiconográfico

i. Herramientas de configuración

Tamaño y relación con el usuario

Presenta un formato horizontal, a una escala ampliada, vista superior oblicua y en relación de predominio con el usuario, de manera que su visualización genera un efecto de notoriedad, al presentarse en un tamaño que supera los límites de lo habitual.

Forma

- Objeto

Presenta una forma artificial, formato horizontal, propio de la cultura occidental. La presentación de la información verbal y no verbal se presenta también en el formato de lectura occidental (de izquierda a derecha).

- Contenido del producto visual

Presenta una forma geométrica, que representa un objeto real pero que adopta una forma artificial.

- Espacio

Fondo neutro.

Color:

Cobra especial atención en este texto multimodal por la referencia al color plateado en el elemento textual que se evidencia en la paleta cromática elegida, con tonos plateados y dorados, con un toque metalizado. La simbología cromática apela también al estilo estético *bling* que se describe en el elemento textual. Siguiendo el planteamiento de Acaso (2011), nos encontramos con un tipo de color-luz, que genera un contraste visual y realza el contenido simbólico del elemento no verbal.

Iluminación y textura:

Respecto a estas cualidades estéticas, y de acuerdo con los criterios esbozados por Acaso (2011) y Caivano (2001), en su caso respecto a su investigación en torno a los objetos visuales desde un punto de vista semiótico producidos por la luz, el tipo de iluminación es artificial, en clave baja, temperatura fría y orientación en picado. Por otro lado, la textura que presenta es ficticia, puesto que se aleja en cierta medida de la información que percibiríamos a través del sentido del tacto, siendo además muy empleado en el lenguaje divulgativo como es el caso de esta tipología textual.

ii. Herramientas de organización

La composición del producto visual es constata, simétrica, completa y centrada, por lo que podemos afirmar que se trata de una composición reposada, según Acaso (2011).

iii. Semiótica discursiva (Discurso):

En este caso, no procede dicha descripción. Correspondería exclusivamente a lo enunciado con anterioridad.

a) Análisis iconográfico

Atendiendo a los estratos de Kress y van Leeuwen (2001), procedemos al análisis iconográfico:

En lo que respecta al diseño, la imagen representa visualmente la idea de joyería metalizada y brillante, en sintonía con la tendencia futurista y el resurgimiento de lo plateado en la moda y las joyas, como se describe en el texto. La conceptualización aquí se centra en la estética brillante, futurista y lujosa asociada con estos elementos visuales, al cromatismo, la luminosidad y la textura artificiales que acompañan a la imagen. Todo ello, proporciona una representación tangible de la tendencia descrita en el elemento verbal.

Respecto a la producción, el texto utiliza recursos semióticos como palabras descriptivas (“metálica”, “efecto metalizado”, “extra de bling”, “maxi”, “texturas”, “formas”, “bling bling”) para transmitir la idea de la tendencia futurista y la importancia del brillo en las joyas. Estos términos no solo describen las características visuales, sino que también evocan emociones y sensaciones asociadas con la moda y la joyería brillante. Efectos que se han materializado visualmente en el producto comunicativo.

Por último, la producción en la que se enmarca este texto multimodal es de tipo divulgativo, aunque al mismo tiempo aborda un campo temático concreto, el de la joyería, que lleva asociado, no solo un léxico específico, sino también un simbolismo sociocultural propio, caracterizada por determinados códigos plásticos.

FASE 3. ESTUDIO DEL CONTEXTO

La pulsera tipo brazalete de la imagen lleva intrínseco un significado cultural, pues estas piezas han portado diferentes significados según la época histórica. En la época antigua, se consideraban símbolos de estatus y protección y, en algunas ocasiones, incluían diseños que narraban historias o leyendas (Pignotti 2016). En culturas nativas, este artículo desempeñaba un papel importante en las prácticas espirituales y rituales, con un profundo significado simbólico. Posteriormente, durante la época renacentista se convirtieron en elementos estéticos de moda y expresión personal, una tendencia que se ha mantenido hasta la época contemporánea. Según Caivano (2008) y su investigación en torno a la significación del color en la cultura occidental (en la que se enmarca el texto multimodal), el dorado y plateado de la pieza se asocian a la sofisticación, elegancia y refinamiento.

En lo que respecta al uso de dicha combinación cromática y de materiales en las piezas de joyería, tradicionalmente (según una ley no escrita), no debían mezclarse materiales como plata y oro en accesorios, por lo que debían utilizarse por separado. Sin embargo, la moda es un fenómeno dinámico y cambiante, que evoluciona y se ve influenciado por factores culturales o sociales. Por lo tanto, el diseño de las piezas de joyería se adapta continuamente, por lo que el significado de las piezas de joyería puede ser reinterpretado y resignificado a lo largo del tiempo, en línea con los cambios en la sociedad y la moda.

En el contexto actual, en relación con la fusión entre lo plateado y dorado, se ha observado una resurgencia de esta combinación de materiales. En concreto, como se observa en la pieza analizada, se ha recurrido a la tendencia conocida como *layering*, que se refiere a la superposición de capas, bien de accesorios, ropa o joyería, que pretenden crear un conjunto visualmente interesante. En este caso, se refiere a la combinación de plata y oro en diferentes dimensiones y grosores.

FASE 4. INTERPRETACIÓN DEL MENSAJE

i. Mensaje manifiesto

La pieza asociada al texto es un elemento visual que representa la idea de joyería metalizada y brillante, en consonancia con la tendencia futurista y el resurgimiento del color plateado en la moda y las joyas. Su significado radica en su capacidad para transmitir esta idea de manera visual, utilizando diversos recursos estéticos y semióticos para evocar emociones y sensaciones asociadas con la moda y la joyería brillante. Además, la interpretación del concepto clave del texto, la tendencia *bling bling*, no resultaría efectiva sin la presencia del artefacto visual. Estos aspectos visuales contribuyen a crear una representación tangible de la tendencia descrita en el texto asociado, reforzando así su mensaje. La presencia del artefacto visual en nuestro análisis contribuye a trascender la mera descripción literal (denotativa) del mensaje hacia una comprensión más profunda y connotativa, que implica la capacidad de una imagen para provocar una respuesta emocional o simbólica en el espectador, y así activar los resortes de significación más allá de la mera representación visual (*punctum*).

ii. Mensaje latente

Al aplicar el modelo de Kress y van Leeuwen (2001), que comprende cuatro estratos (discurso, diseño, producción y distribución), estamos considerando diferentes dimensiones o componentes del fenómeno comunicativo. En nuestro caso, al analizar el artefacto visual asociado al texto, estamos explorando cómo este afecta al discurso, al diseño, a la producción y a la distribución de significados y qué consideraciones deberá tener el traductor a la hora de trasladar este mensaje a la lengua, y, por ende, cultura meta.

En lo que respecta al diseño, el traductor debe comprender cómo se diseñó el producto visual originalmente (fase 2). Esto es crucial para entender cómo se comunican los significados en el texto original y cómo pueden ser interpretados por la audiencia meta. Por ejemplo, si el diseño original utiliza colores brillantes y texturas llamativas para transmitir la idea de lujo y opulencia, el traductor debe asegurarse de seleccionar elementos descriptivos y expresivos similares en la traducción que comuniquen el mismo mensaje.

En relación con la producción, puede influir en la selección de equivalencias visuales o descriptivas en la traducción, o bien en su adaptación a la cultura meta, bien por cuestiones interpretativas, culturales o de otro tipo. El traductor debe ser creativo en encontrar formas de transmitir los mismos significados utilizando elementos visuales disponibles en la lengua y cultura meta, así como la recurrencia a técnicas de traducción explicativas o descriptivas, si fuera necesario.

Respecto a la distribución, puede afectar la selección de términos y expresiones en la traducción, especialmente si el texto está dirigido a audiencias con diferentes niveles de familiaridad con la cultura de origen. A este respecto, será necesario que el traductor valore si, por ejemplo, el texto original se distribuye en un contexto más general, como una publicación divulgativa sobre joyería dirigida a un público más amplio, es posible que no sea necesario realizar tantas adaptaciones en la traducción. Sin embargo, se deben tener en cuenta las diferencias culturales y lingüísticas entre la audiencia de origen y la audiencia meta para garantizar que el mensaje se comunique de manera efectiva y respetuosa con ambas culturas. Mientras que, si se publica en una revista de moda dirigida a una audiencia muy familiarizada con las tendencias actuales en joyería, es posible que incluya términos específicos o modismos que sean comunes en ese contexto pero que no sean fácilmente comprensibles para una audiencia diferente en la cultura meta.

Por último, en relación con el discurso, el traductor debe considerar cómo se construyen los significados a través de la interacción entre elementos visuales y verbales. Esto implica comprender cómo se describen y presentan los conceptos en el texto original y cómo pueden ser interpretado, garantizando la coherencia y la cohesión textual del texto original, así como la integración efectiva de elementos visuales y verbales en el texto meta.

Cabe señalar que, en determinadas culturas el exceso de ostentación al que se refiere el texto puede considerarse negativo o vulgar. Esto se debe a que, desde un punto de vista de la semiótica social, ciertos elementos estéticos pueden ser contrarios a valores socioculturales arraigados, en los que dicha combinación cromática, la propia tendencia estilística o la pieza de joyería sea considerada una falta de modestia o discreción (Bourdieu 2016).

Por tanto, la tarea del traductor va más allá de la simple transposición lingüística; requiere una apreciación sofisticada de los matices culturales y una destreza para modificar los elementos semióticos con el fin de lograr los efectos comunicativos deseados en la cultura receptora.

6. CONCLUSIONES

Este artículo presenta una revisión crítica de la semiótica discursiva y las disciplinas afines, desde la perspectiva del lenguaje visual aplicado al campo de la joyería. Este sector se caracteriza por la carencia de una exploración científica exhaustiva es una necesidad insatisfecha y urgente en el panorama científico y académico.

En concreto, se ha tratado de dilucidar los distintos modos de creación de significado de los recursos semióticos (Jewitt, Bezemer y O'Halloran 2016) en un texto multimodal en particular: las revistas de joyería. A partir de un análisis de esta tipología textual, se han puesto de manifiesto las particularidades que caracterizan al lenguaje de la joyería. Adicionalmente, dada la dimensión artística que rodea a este ámbito, se ha identificado necesario ahondar desde el enfoque de la semiótica discursiva, con el fin de interpretar la interrelación entre los elementos no verbales y su dimensión estética y plástica

y el significado que generan en un espacio y tiempo determinados.

Otra de las contribuciones destacables de este estudio radica en la conjugación de las artes plásticas con la semiótica multimodal, sobre la base de una propuesta metodológica de elaboración propia. Este diseño innovador nos ha permitido establecer una la relación entre la imagen y el texto se basa en una cuidadosa sincronización entre los aspectos ideativos (ideas conceptuales y sociales) y los materiales (recursos semióticos y representación visual), creando una experiencia de comunicación completa que refuerza la narrativa sobre la tendencia de joyería en el contexto sociocultural en el que se aborda. En nuestro caso, el discurso de la joyería plantea desde este enfoque nuevas dimensiones comunicativas no exploradas pero identificadas como existentes en el presente estudio.

Paralelamente, nuestra proposición no se ha limitado a un marco de exposición teórica, sino que, además, hemos considerado necesario poner en práctica nuestro modelo de análisis.

En nuestro intento por comprobar la utilidad de dicha propuesta, hemos seleccionado como texto multimodal una prestigiosa revista de joyería de carácter divulgativo, a partir de la cual hemos compilado un subcorpus multimodal. En aras de proporcionar un instrumento de análisis práctico, hemos diseñado una ficha de análisis basada en nuestra propuesta metodológica. Su aplicación práctica nos ha permitido corroborar su utilidad, así como la efectividad e idoneidad de nuestro planteamiento. No obstante, somos conscientes de que el trabajo práctico presenta ciertas limitaciones que implicarían una ampliación de las muestras de estudio de dicha propuesta. Es por ello nuestro propósito ahondar en este estudio, y ofrecer al lector futuras contribuciones que demuestren una mayor representatividad en lo que respecta a los ejemplos prácticos.

Para concluir, consideramos que las reflexiones finales de nuestro estudio nos llevan a reafirmar la hipótesis inicial con la que pretendíamos explorar las posibilidades de la semiótica discursiva (Kress *et al.* 2000) más allá de su función convencional. Tal y como propone Foucault (1996, pp. 44-45), “la cuestión que plantea el análisis de la lengua a propósito de un hecho cualquiera de discurso es siempre éste: ¿según qué reglas podrían construirse otros enunciados semejantes?”.

BIBLIOGRAFÍA

- Acaso, M. (2011). *El lenguaje visual*. Grupo Planeta (GBS).
- Barthes, R. (1964). *Réthorique de l'image. Communications*, (4), 40-51. <https://doi.org/10.3406/comm.1964.1027>
- Bezemer, J., y Kress, G. (2015). *Multimodality, learning and communication: A social semiotic frame*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315687537>
- Bourdieu, P. (2016). *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Taurus.
- Cabral Almeida Campos, A. M. (2015). *La joyería contemporánea como arte. Un estudio filosófico* (Tesi Doctoral, Universitat Autònoma de Barcelona). Recuperado de: https://ddd.uab.cat/pub/tesis/2014/hdl_10803_285125/amcac1de1.pdf
- Caivano, J. L. (2001). La investigación sobre los objetos visuales desde un punto de vistasemiótico, con particular énfasis en los signos visuales producidos por la luz: color y cesía. *Cuadernos. Universidad de Jujuy, Argentina*, (16:17), 85-89.
- Caivano, J. L. (2008). La investigación sobre color en la arquitectura: Breve historia, desarrollos actuales y posible futuro. *Óptica Pura*, (41:4), 333-348.
- Calvi, M.V. (2018). Paisajes lingüísticos hispánicos: panorama de estudios y nuevas perspectivas. *LynX Panorámica de Estudios Lingüísticos*, (17), 5-58.
- Camacho, J., y Ahumada, M. A. V. (2022). Multimodalidad en tres tipos de textos de divulgación de la ciencia para niños. *Estudios de Lingüística Aplicada*, (75), 37-73. <https://doi.org/10.22201/enallt.01852647p.2022.75.1004>
- Díaz Rojo, J. A. (2000). El modelo ecolingüístico de comunicación especializada: investigación y divulgación. *Ibérica: Revista de la Asociación Europea de Lenguas para Fines Específicos (AELFE)*, (2), 69-84.
- Foucault, M. (1996). *De lenguaje y literatura*. Paidós.
- Galloso Camacho, M. (2021). La lectura de la joya en el cuerpo de la mujer: La ajorca de oro de Bécquer y de Ilangô Adigal. *Álabe*, (23). <https://doi.org/10.15645/Alabe2021.23.1>
- Gómez Gallego, L (2021). *Egō. Búsqueda de identidad a través de la joyería contemporánea* [Tesis Doctoral. Universitat Politècnica de València].
- Grupo U. (1992). *Tratado del signo visual. Para una retórica de la imagen*. Cátedra.
- Halliday, M. A. K. (1982). *El lenguaje como semiótica social. La interpretación social del lenguaje y del significado*. Fondo de Cultura Económica.
- Jaworski, A. y Thurlow, C. (2010). Introducing semiotic landscapes. En Jaworski, A., Thurlow, C. (Eds.). *Semiotic Landscapes: Language, Image, Space* (pp. 1-40). Continuum.

- Jewitt, C., Bezemer, J., y O'Halloran, K. (2016). *Introducing multimodality*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315638027>
- Juan Tortosa, M. (2020). *Lajoyería como lenguaje plástico. Una propuesta artística trazada a través del objeto joya y su relación con el cuerpo y el espacio* [Tesis doctoral. Valencia: Universitat Politècnica de València]. <http://hdl.handle.net/10251/149396>.
- Kress, G. y Van Leeuwen, T. (2001). *El discurso multimodal. Los modos y los medios de comunicación contemporánea*. Hodder Arnold Publication.
- Kress, G., Van Leeuwen, T., y García, R. L. (2000). Semiótica discursiva. En Van Dijk y A. Teun (Eds.). *El discurso como estructura y proceso. Estudios del discurso: introducción multidisciplinaria* (pp. 373-416). Gedisa.
- Kress, G. y Van Leeuwen, T. (2010). *Multimodality: a social semiotic approach to contemporary communication*. Routledge.
- Medina, A., Hernandis, B., Agudo, B., González, J., y Cardozo, J. (2013). Aspectos sociales, culturales y tecnológicos como determinantes del diseño en el producto joya contemporánea: Creación de valor a través de lo autóctono, lo natural y lo auténtico. *Trabajo y sociedad*, (21), 295-315.
- Nuere Menéndez-Pidal, S. (2010). Retórica visual: una herramienta necesaria en la creación e interpretación de productos visuales. *Revista de artes y humanidades Unica*, (11:2), 99-116.
- O'Halloran, Kay L., Tan, S. & Marissa K.L.E. (2015). En J. Webster (Ed.). *Multimodal Semiosis and Semiotics* (pp. 386-411). Bloomsbury.
- Panofsky, E. (1996). *Iconografía e iconología. Il significato nelle arti visive*. Einaudi.
- Pignotti Ramaccini, C. (2016). Joyería Contemporánea, un nuevo fenómeno artístico. Análisis de las relaciones entre la joyería europea y mexicana en la actualidad [Tesis doctoral] Universitat Politècnica de València.
- Policastro Ponce, G. (2020). La semiótica visual como estrategia de neuromarketing en textos digitales de promoción turística y su importancia para la traducción. *Onomázein*, (7), 224-241.
- Pontrandolfo, G. (2017). Géneros divulgativos de la comunicación jurídica: el caso de los blawgs. *Círculo de lingüística aplicada a la comunicación*, (72), 177-200. <https://doi.org/10.5209/CLAC.57908>
- Preite, C. (2013). Comunicare il diritto: strategie di divulgazione del discorso giuridico. En C. Bosisio & S. Cavagnoli (eds.). *Comunicare le discipline attraverso le lingue: prospettive traduttiva, didattica, socioculturale*, vol. 1 (pp. 245-262). Guerra Edizioni.
- Rodríguez Camargo, D. P. y Velásquez Orjuela, A. M. (2011). Análisis crítico del discurso multimodal en la caricatura internacional del periódico The Washington Post. *Cuadernos de lingüística hispánica*, (17), 39-52.
- Sánchez Rivera, S. L. (2007). Análisis semiótico discursivo de las representaciones sociales de la juventud difundidas en los Mass Media. *Mediaciones*, (5:7), 13-25. <https://doi.org/10.26620/uniminuto.mediaciones.5.7.2007.13-25>
- Svensson, V. C. (2019). Análisis de aulas virtuales desde la multimodalidad. *EduTec. Revista Electrónica De Tecnología Educativa*, (69), 53-74. <https://doi.org/10.21556/edutec.2019.69.1339>
- Svensson, V. C. (2020). La perspectiva multimodal en el estudio de los EVEA. El descubrimiento de lo obvio. *Virtualidad, Educación Y Ciencia*, (11:21). <https://doi.org/10.60020/1853-6530.v11.n21.29433>
- Van Leeuwen, Theo (2015). Multimodality. En D. Tannen, H. E. Hamilton y D. Schiffrin (Eds.). *The Handbook of Discourse Analysis*. 2.ª edición (pp. 447-465). Wiley Blackwell. <https://doi.org/10.1002/9781118584194.ch21>