

## SIGNOS DIGITALES E ICONICOS EN LA COMUNICACION AUDIOVISUAL

Roberta Bacic

La comunicación es propia del hombre y básica en toda relación interpersonal. Esta comunicación podemos lograrla ya sea a través del lenguaje, las imágenes, los gestos, las actitudes o una combinación de estas posibilidades. El proceso enseñanza-aprendizaje es, por esencia, comunicación entre sus distintos componentes, es decir, profesor-alumno, alumno-alumno, quienes en su afán de interrelacionarse harán uso de los elementos anteriormente señalados.

Luego de este preámbulo general deseamos centrar al lector en un aspecto concreto y específico de la comunicación, cual es la necesidad indiscutible de todo comunicador de hacer referencia con dos alternativas factibles: mostrar realmente al objeto en cuestión al interlocutor o bien utilizar un signo para representarlo.

¿Qué entenderemos por signo? W.Howard Levie y Kenneth E.Dickie (1977) señalan: *Un signo es un estímulo producido intencionalmente por un comunicador para hacer referencia a algún otro objeto, evento o concepto.* Los signos pueden clasificarse en ICONICOS y DIGITALES. Langer (1942), Morris (1946) y Knowlton (1964,1966) han señalado las características y distinciones propias que deben hacerse al referirse a estos tipos de signos.

Signo icónico es aquel que se asemeja a la cosa que representa: fotografía, modelo, maqueta, etc.. Charles Morris (1962) señala que la fotografía es un signo icónico, porque ofrece semejanzas con lo denotado y es por ello el análogo mismo del objeto que representa. W.Howard Levie y

Kenneth E. Dickie (1977) señalan, por otro lado, que signo digital es aquel que bajo ningún aspecto se parece al objeto que representa; es arbitrario. Las palabras, los números, el código Morse y los semáforos son ejemplos de signos digitales.

En la acción educativa los medios que utilizamos en la comunicación son de gran ayuda para alcanzar los objetivos que nos proponemos y debemos conocer de ellos tanto sus atributos como los signos que necesitamos para transmitirlos y llegar a nuestros interlocutores. Unos medios nos sirven para comunicar cierto tipo de mensajes y otros medios para transmitir otro tipo de mensajes.

La imagen puede, en muchos casos, ilustrar claramente una idea o concepto sobre cosas concretas, pero lo hará difícilmente en relación con abstracciones. Si mostramos una imagen que represente un bosque quemado, no necesitaremos de muchas palabras, pues el impacto visual será fuerte y suficiente. Sin embargo, si queremos presentar el efecto que el incendio de bosques produce en la erosión, requeriríamos de un sinnúmero de imágenes secuenciales para lograr nuestro propósito. En este caso proponemos una alternativa más rica, que pueda ofrecernos una mayor posibilidad de comunicación, cual es la combinación del mensaje visual con el lingüístico. Entran, en este caso, a jugar un rol complementario los signos digitales con los signos icónicos.

#### BIBLIOGRAFIA TEMATICA

Bullaude, José : Enseñanza Audiovisual, Santiago, Edit. Universitaria, 1970.

Knowlton, J.Q.: On the definition of "picture", A.V. Communication Review, 1966, pp. 157-183.

Langer, S.K.: Philosophy in a new key: a study in the symbolism of reason, rite and art, Harvard University Press, 1942.

Levie, W. Howard/Dickie, Kenneth E.: "El análisis y aplicación de los medios", en Revista de Tecnología Educativa-Vol. 3 Nº 4, 1977, pp. 417-160.

Morris, Charles: Signo, lenguaje y conducta, Buenos Aires, Losada, 1962.