

COMITÉ PATROCINANTE

Eliseo Verón (Argentina); Haroldo de Campos (Brasil); Gérard Deledalle, Jean-Claude Grubar (Francia); Umberto Eco, Paolo Fabbri (Italia); † Thomas A. Sebeok (USA).

DIRECTOR

Lucrecia Escudero Chauvel (Argentina).

JEFE DE REDACCIÓN

Claudio Guerri (Argentina).

COMITÉ DE REDACCIÓN

Lucrecia Escudero Chauvel, Claudio Guerri, Juan Ángel Magariños de Morentin, Rosa María Ravera, Oscar Steimberg, Oscar Traversa (Argentina); Eduardo Peñuela Cañizal, Diana Luz Pessoa de Barros, Monica Rector, Maria Lucia Santaella (Brasil); Armando Silva Tellez (Colombia); Rafael del Villar Muñoz (Chile); Jorge Lozano, José Romera Castillo, José María Paz Gago (España); Adrián Giménez-Welsh (México); Oscar Quezada Macchiavello (Perú); Fernando Andacht (Uruguay); José Enrique Finol, Teresa Espar (Venezuela).

COMITÉ CIENTÍFICO

Nicolás Rosa, Presidente (Argentina); Winfried Nöth (Alemania); Noé Jitrik (Argentina), Jean-Marie Klinkenberg, Herman Parret (Bélgica); Decio Pignatari (Brasil); Román Gubern, Carmen Bobes (España); Erik Landowski (Francia); Pino Paioni (Italia); José Pascual Buxo (México); Desiderio Blanco (Perú); Floyd Merrell (USA).

COMITÉ ASESOR

Leonor Arfuch, Ana María Camblong, Olga Corna, María Teresa Dalmasso, Susana Frutos, Isabel Molinas, Silvia Tabachnik, Estela Zalba (Argentina); Ana Claudia Alvez de Oliveira, Carlos Assis Iasbeck, Silvia Borelli, José Luis Fiorim, Irene Machado, Eduardo Neiva, Eufasio Prates (Brasil); Ana María Burdach (Chile); Jesús Martín Barbero, Eduardo Serrano Ojuela (Colombia); Desiderio Navarro (Cuba); Juan Alonso, Pilar Couto, Aquiles Esté, Charo Lacalle, Cristina Peñamarín, Teresa Velázquez, Santos Zunzunegui (España); Eero Tarasti (Finlandia); Claude Chabrol, Patrick Charaudeau, Jean-Paul Desgoutte, François Jost, Guy Lochard (Francia); Bernard McGuirk (Gran Bretaña); Gianfranco Marrone, Patrizia Violi (Italia); Alfredo Tenoch Cid Jurado, Ana María del Gesso Cabrera, Roberto Flores, Aída Gambetta Chuk, María del Rayo Sankey García (México); Norma Tasca (Portugal); Rosario Sánchez Vilela (Uruguay); Walter Mignolo (USA); Frank Baiz, Liddy Palomares (Venezuela).

LECTURAS

Olga Corna, Susana Frutos (Argentina), Beth Brait (Brasil).

AGENDA

Alfredo Tenoch Cid Jurado (México).

CORRESPONSALES

Carlos A. Scolari, Teresa Velázquez (España); Guillermo Olivera (Gran Bretaña); Paolo Bertetti (Italia); Monica Rector (USA).

INTERCAMBIO REVISTAS

José Romera Castillo, Charo Lacalle (España).

SITIO WEB

Carlos A. Scolari (España), Rafael del Villar Muñoz (Chile).

Dirección postal deSignis: 12, Rue de Pontoise – París 75005 – Francia

E-mail: lucreciachauvel@aol.com o claudioguerri@fibertel.com.ar

www.designisfels.net

deSignis es una Asociación Internacional, Ley 1901 (Francia), declarada de interés público con número de registro: 1405367K.

Este número ha sido publicado con el aporte especial del Centro de Investigaciones en Cultura (IAG Kulturwissenschaft) lo Universität Kassel, Alemania.

También ha colaborado el Department of Hispanic & Latin American Studies y la Postgraduate School of Critical Theory & Cultural Studies (School of Modern Languages) de la Universidad de Nottingham (Gran Bretaña).



El iconismo en la pintura de la época moderna se refiere a la tendencia a representar la realidad a través de imágenes simbólicas y alegóricas, en lugar de la representación directa de la naturaleza.



En la obra de Goya, el iconismo se manifiesta en la figura del coloso, que simboliza la fuerza bruta y la destrucción, contrastando con la fragilidad humana y la guerra.

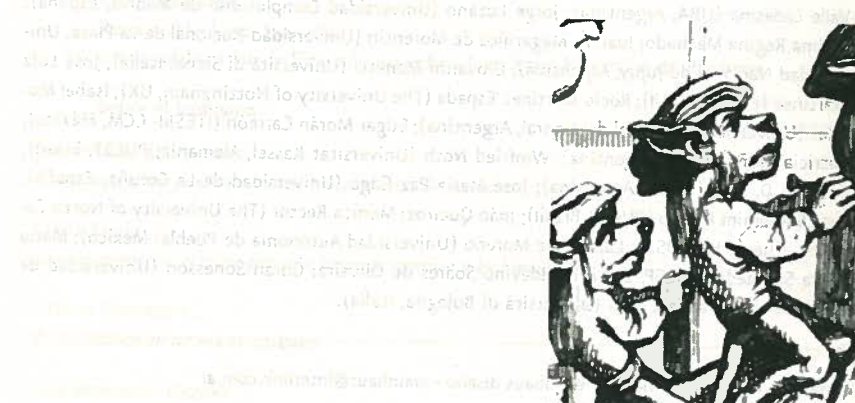
Este tipo de representación iconográfica busca transmitir mensajes profundos sobre la condición humana y los conflictos sociales de la época.

El iconismo en la pintura de la época moderna se refiere a la tendencia a representar la realidad a través de imágenes simbólicas y alegóricas, en lugar de la representación directa de la naturaleza.

En la obra de Goya, el iconismo se manifiesta en la figura del coloso, que simboliza la fuerza bruta y la destrucción, contrastando con la fragilidad humana y la guerra.

ICONISMO

EL SENTIDO DE LAS IMÁGENES



En la obra de Goya, el iconismo se manifiesta en la figura del coloso, que simboliza la fuerza bruta y la destrucción, contrastando con la fragilidad humana y la guerra.

Este tipo de representación iconográfica busca transmitir mensajes profundos sobre la condición humana y los conflictos sociales de la época.

COLABORARON EN deSIGNIS N° 4

Ana Claudia Alves de Oliveira (PUCSP, Brasil); Fernando Andacht (Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Brasil); Maria Lourdes Bacha; Márcio Venício Barbosa; José Luis Caivano (UBA, Argentina); Nelly Cejas (UNAM, México); Alfredo Tenoch Cid Jurado (ITESM-CCM, México); Olga Corina (Universidad Nacional de Rosario, Argentina); Lucía Corrain (Università di Bologna, Italia); Ricardo Curiel Martínez (ITESM-CCM, México); Jean-Paul Desgoutte (Université de París, Francia); Lucrecia Escudero Chauvel (Université de Lille 3, Francia); Priscila Farias; Yvana Fachine (UNICAP, Brasil); Jean Fisette (Universidad de Quebec, Canadá); Claudio Guerri (UBA, Argentina); William S. Huff (University at Buffalo, USA); Paula Islas Muñoz (ITESM-CCM, México); Jean-Marie Klinkenberg (Universidad de Lieja, Bélgica); Eric Landowski (CNRS, Francia); María del Valle Ledesma (UBA, Argentina); Jorge Lozano (Universidad Complutense de Madrid, España); Fatima Regina Machado; Juan Á. Magariños de Morentin (Universidad Nacional de La Plata, Universidad Nacional de Jujuy, Argentina); Giovanni Manetti (Università di Siena, Italia); José Luiz Martinez (PUCSP, Brasil); Rocío Martínez Espada (The University of Nottingham, UK); Isabel Molinas (Universidad Nacional del Litoral, Argentina); Edgar Morán Carreón (ITESM-CCM, México); Patricia Muñoz (UBA, Argentina); Winfried Nöth (Universität Kassel, Alemania); PUCSP, Brasil); Esteban D. Palací (UBA, Argentina); José María Paz Gago (Universidad de La Coruña, España); José Benjamim Picado (PUCSP, Brasil); João Queiroz; Monica Rector (The University of North Carolina, Chapel Hill, USA); Luisa Ruiz Moreno (Universidad Autónoma de Puebla, México); Maria Lucia Santaella (PUCSP, Brasil); Valdevino Soares de Oliveira; Göran Sonesson (Universidad de Lund, Suecia); Patrizia Violi (Università di Bologna, Italia).

DISEÑO	Horacio Wainhaus diseño - wainhaus@interlink.com.ar
colaboración	Bárbara Prat
DISEÑO DE SITIO WEB	Carlos Scolari - carlos.scolari@uvic.es
ARMADO	Mora Digiovanni - moradigiovanni@hotmail.com
CORRECCIÓN	
en español	María Isabel Siracusa - telecharcas1@arnet.com.ar
en portugués	Gabriela Cetlinas - cetlinas@elsitio.net
en inglés	William S. Huff, Monica Rector
SECRETARIA deSIGNIS	María Inés Rojas - designis.inesrojas@fibertel.com.ar

deSignis (ISSN 1578-4223) es publicada por Editorial Gedisa: Paseo Bonanova 9, 1.º, 1.ª - 08022 Barcelona
 Impreso en Artes Gráficas Delsur S.H. - Almirante Solier 2450, Avellaneda, Pcia. de Buenos Aires.
 Impreso en Argentina

ICONONISMO. EL SENTIDO DE LAS IMÁGENES

Editorial: Repensar la iconicidad

LUCRECIA ESCUDERO CHAUVEL

I. ESCENARIOS

Responsable: Lucia Santaella

con la colaboración de Fernando Andacht y Juan Ángel Magariños de Morentin

Sobre el iconismo

JEAN-MARIE KLINKENBERG

Claves cognitivas para una solución al problema del iconismo

15

LUCIA SANTAELLA

Icono y cognición: el icono puro, los iconos perceptivos y los hipóconos

27

GÖRAN SONESSON

La iconicidad en un marco ecológico

45

JOSÉ BENJAMIM PICADO

O problema do iconismo: um dogma semiótico

61

Palabras e imágenes

FERNANDO ANDACHT

El irresistible poder del hipócono en la vida cotidiana

75

WINFRIED NÖTH

Iconicidade na linguagem

95

LUISA RUIZ MORENO

Grados y niveles de iconización

105

JEAN-PAUL DESGOUTTE

Palabras e imágenes

119

ESTEBAN D. PALACÍ

¿Existe la deixis en la imagen?

129

Imágenes vivas

JUAN ÁNGEL MAGARIÑOS DE MORENTIN

La recuperación de la memoria visual

139

CLAUDIO GUERRI

- El nondongo semiótico: un ícono diagramático y tres niveles de iconicidad* 157

Íconos musicales

JOSÉ LUIS CAIVANO

- Sinestesia visual y auditiva: la relación entre color y sonido desde un enfoque semiótico* 175

JEAN FISETTE

- Falar do virtual: a música como caso exemplar do ícone* 187

JOSÉ LUIZ MARTINEZ

- Sons, sentimentos e idéias: aspectos da iconicidade musical* 205

II. PUNTOS DE VISTA

Conversando con Joseph Ransdell

- JOSEPH RANDELL ENTREVISTADO POR FERNANDO ANDACHT 221

III. DISCUSIÓN

PATRIZIA VIOLI

- Eco y el referente* 235

IV. LECTURAS

- Marie Carani (ed.), *Iconicité, hypoiconicité/hypoicons*, VISIO - La revue de l'Association Internationale de Sémiotique Visuelle (AISV), vol. 3, nº 1, primavera de 1998 (Priscila Farias) 255

- Cornelis de Waal, *On Peirce*. Stanford: Wardsworth Philosopher Series, 2001 (João Queiroz) 259

- Lucia Santaella, *Matrizes da Linguagem e Pensamento: sonora, visual, verbal*. São Paulo: Fapesp/Iluminuras, 2001, 431 pp. (Valdevino Soares de Oliveira) 262

- Algirdas Julien Greimas, *Da imperfeição*. São Paulo: Hacker Editores, 2002, 155 pp. (Yvana Fechine) 268

V. PERFILES

- FRANCA MARIANI por Giovanni Manetti, traducción de Olga Corna 273

VI. AGENDA

- Informaciones de congresos, seminarios, revistas 275

EDITORIAL

REPENSAR LA ICONICIDAD

Imago en latín es la máscara mortuoria; *eidōlon* en griego, espectro, retrato, alma del muerto en su sombra, doble. Ambas raíces, la griega y la latina, se encuentran en la palabra *imagen*. Si la imagen ha invadido la comunicación, el concepto teórico de *iconismo* ha producido un debate persistente e intenso en el seno de la semiótica del que este número de *deSignis* intenta dar cuenta con la inteligente coordinación de Lucia Santaella y la colaboración generosa y pertinente de Fernando Andacht y Juan Ángel Magariños de Morentin.

El lugar común "vivimos en un mundo de imágenes" señala cómo estas se hallan presentes en tanto instrumento de conocimiento y de descubrimiento científico, si pensamos en su uso en la astronomía o la meteorología, desde los rayos X hasta la imaginería médica, pasando por los modelos y los diagramas, y cómo contribuyen a construir nuestro imaginario cultural con complejas articulaciones de mimesis, de abstracción formal, de representación espacial, de testimonio o de recuerdo, de identidad o de veneración, de prohibición o de encantamiento. La imagen publicitaria, la plástica, la mediática, la científica, la religiosa o la virtual plantean radicalmente el problema de sus lecturas e interpretaciones y también solicitan un intercambio activo entre disciplinas, como por ejemplo la historia del arte, la estética, las neurociencias, la comunicación o la antropología cultural.

La imagen, como concepto "empírico", es heterogénea: designa simultáneamente una categoría teórica (¿lo visual?), un sistema de expresión (¿la pin-