

KRESS, Gunther R. (2010). *Multimodality: A Social Semiotic Approach to Contemporary Communication*. London & New York: Routledge. 213 pp. ISBN 978-0-415-32061-0.

Los análisis (inusuales) del catálogo de entidades semióticas (usuales) que se desarrollan en este volumen no son sino las ilustraciones y los ejemplos que alternan el desarrollo de un abordaje teórico acerca de la condición multimodal del significado y la comunicación humanos. Así, el libro comienza con el análisis de tres carteles con indicaciones para estacionar. En el capítulo segundo, el autor desarrolla con detenimiento las consideraciones teóricas de su marco de análisis, particularmente en referencia al entorno social de la comunicación contemporánea –tema sobre el que volveremos más adelante; en el capítulo tercero, se analizan las condiciones de la comunicación en una sala de cirugía, el tratamiento de la digestión en dos manuales escolares y dos de los mapas de las visitas a una muestra en un museo; en el capítulo cuarto, el autor analiza ilustraciones hechas por niños, el portal de un sitio web, los sobres de condimentos de tres líneas áreas distintas, dos envases de un mismo desodorante, un auto armado con piezas lego y dos fotos de un mismo salón tomadas de distinta forma; en el capítulo quinto, su corpus incluye un mapa conceptual de la circulación de la sangre, la narración de la misma circulación, la escritura alfabética y en caracteres, el dibujo de una línea de tiempo occidental, un esquema modular y una bandeja oriental para el almuerzo; en el capítulo sexto, se estudian la fachada y el hall de entrada de un edificio, la foto de un mismo rostro inserta en un pasaporte y en fuera de ese contexto, sellos y una suma de dibujos que incluye una clasificación doméstica y una escolar; en el capítulo séptimo, dos mondadores o pelapapas y los distintos portales de una misma página web se constituyen en objeto de análisis; en el capítulo octavo, la reflexión teórico y analítica se centra en los dibujos y los gestos que hiciera un profesor en una clase sobre la circulación de la sangre y afiches hechos en el aula con diferentes consignas acerca de un mismo tema; en el capítulo noveno, se aborda el estudio de los signos de aprendizaje en la escritura y en los dibujos hechos por dos niños de seis años; en el capítulo décimo –en coautoría con Adami– se analiza un teléfono móvil: el modelo N95 desarrollado por Nokia.

Los análisis de este corpus amplio y heterogéneo son la puesta en acción del enfoque teórico y estudian los potenciales semióticos y los facilitantes (en inglés, *affordances*) de los modos y ensambles, en particular, y su proyección posible, en general. En otras palabras, qué puede significar un modo que no pueda significar otro, cómo se construyen los signos (en los distintos modos), cómo se forman los significados, cómo se comunican y qué implica comunicarlos.

Sostiene Kress que el mundo del significado ha sido siempre multimodal, que los modos de los que disponemos para representar, conocer y comunicar son múltiples – la *imagen*, el *color*, la *forma*, el *habla*, los *gestos*, la *escritura*, la *disposición* (retórica). Y que, aunque hegemónica durante siglos, la escritura es

solo una de las tecnologías de la comunicación, solo una de las formas de transcribir nuestra relación con el mundo y representarlo. Las nuevas tecnologías, medios y dispositivos de comunicación, en un contexto social globalizado en el que el mercado comparte y supera el poder del estado, amplían y fomentan la agencia individual de opciones y elecciones en la factura del sentido. La manipulación de la información, la producción del conocimiento y la constitución de la subjetividad, todas formas de aprendizaje, implican un proceso incesante de creación de significados en desarrollo gobernado por un equilibrio pujante entre los recursos culturales y las elecciones individuales.

Kress adopta, por eso, la perspectiva *funcional* del modelo semiótico propuesto por Halliday (1978). Una teoría completa de la comunicación necesita representar significados acerca de acciones, estados y eventos del mundo –*función ideativa*–, significados acerca de la relación social de quienes estén involucrados en la comunicación –*función interpersonal*– y tener la capacidad de formar *textos*, es decir, entidades semióticas complejas que puedan proyectar un mundo (social) completo, que puedan, a su vez, funcionar como mensajes internamente cohesivos y coherentes con el entorno –*función textual*.

Los diferentes modos, es decir, los diferentes recursos semióticos discretos que satisfagan los requisitos teóricos funcionales, poseen diferentes potenciales para producir significados. Esos potenciales producen un efecto fundamental en la elección del modo o ensamble en instancias específicas de comunicación. Si los dispositivos o facilitantes de los modos difieren, es evidente que no configuran el mundo de la misma forma. Los modos podrán concebirse, entonces, como tecnologías de transcripción para representar el mundo. Las opciones y las elecciones modales son, por eso, tanto individuales como socialmente motivadas.

La *sociedad* es el dominio de la (inter)acción humana, el terreno del *trabajo*, las prácticas, los usos y los efectos del poder. La *cultura* es un recorte evaluativo de los efectos del *poder* social. La *globalización*, sin embargo, constituida de diversa forma en distintos lugares, en interacción con la vasta variedad cultural, social, económica y política del globo, produce efectos e impactos en las condiciones que hacen posible que características de uno o varios lugares –sean financieras, culturales o tecnológicas– estén presentes y activas en otro u otros. En el mundo, prácticas y valores de todo tipo están sujetos a fuerzas externas al dominio comprendido por lo local e inmediato. La relativa estabilidad del mundo social de hace uno o varios siglos (según la región) devino, durante las últimas tres décadas, en *inestabilidad*. La movilidad provisional y sincrética de las nuevas formas de representación y comunicación propició y produjo cambios de largo alcance en el dominio del significado, es decir, el dominio de quienes hacemos el significado.

Contra la subjetividad del *ciudadano* (de Estado), que adhiere mayormente a las nociones de responsabilidad, *convención* y *clase* sociales, la globalización y el mercado instalan y prefieren la subjetividad del *consumidor* (participante),

imbricado en las concepciones de *opción y estilo de vida* – *estilo* entendido como la política de las opciones, cuyos principios también controla el mercado. El avance del capitalismo que busca y crea nuevos nichos de mercado fomenta la fragmentación social, maximiza las opciones y, en eso, desarticula la noción de *clase social en estilo de vida*. Teóricos de la representación y la comunicación humanas proponen un término aparentemente más apropiado y comprensivo, *mundo de vida* (en alemán, *lebenswelt*), que agrupa factores y recursos sociales y culturales, tales como educación, género, generación, etnicidad, ocupación o profesión (Schütz & Luckmann, 1984). El impacto, entonces, de los potenciales modales y semióticos y los posibles efectos de aceleración y desarrollo de las tecnologías para la producción y la comunicación de mensajes necesitan ser considerados en este contexto.

Las nuevas formas de accesibilidad, diseminación, movilidad, conectividad y ubicuidad que facilitan los nuevos dispositivos tecnológicos condicionan los criterios de la composición de textos, ya sean multi o monomodales. Procedimientos como copiar –cortar, descargar, arrastrar, re-contextualizar– y pegar confieren protagonismo al intérprete o usuario y ponen en crisis los criterios de autoría, autenticidad y legitimidad de cierto tipo de textos y, entonces, cierto tipo de información y conocimiento (Barthes, 1968). Los límites de los marcos ontológicos, epistemológicos, discursivos y genéricos devienen, pues, borrosos. Tanto la canonicidad de los modos –sea la escritura o la imagen– como los marcadores discursivos de *poder* (Foucault, 1982) son relativos a condiciones *genéricas* (Bakhtin, 1986) circunstanciales.

Una teoría socio semiótica de la multimodalidad en la que se inscribe la obra de Kress representa, pues, un cambio de paradigma (Kuhn, 1968) respecto de las concepciones tradicionales del lenguaje, es decir, un cambio de punto de vista. El lenguaje, entendido como el recurso total de la expresión y las representaciones, como el fundamento de la racionalidad, suficiente para todo lo que pueda ser dicho, escrito, pensado, sentido o soñado (Eco, 1979), según una teoría de la semiosis social, es sólo un recurso representativo y comunicativo parcial e insuficiente. En este modelo, la categoría del lenguaje –la oralidad y la escritura, según la escisión de sus modos– es satelital (Kress & van Leeuwen, 1996). Si los modelos lingüísticos priorizan la generalización formal y sistemática de los fenómenos integrales de la comunicación, un enfoque socio semiótico de la comunicación multimodal –el estudio de los modos– prioriza la *materialidad específica* de las instancias comunicativas en un *entorno determinado* de acuerdo con la estabilidad relativa de los recursos en un *momento preciso*.

Un abordaje de esta naturaleza tiene, por eso, dos ramificaciones teóricas complementarias: la semiótica y la multimodal. La primera se refiere a los signos, al significado y a la formación de signos y significados; la segunda, a los recursos materiales involucrados en dicha factura del significado, a los modos, cuya constante reformulación depende también de la actualización de los dispositivos y facilitantes, su potencia y sus limitaciones. El interés sintético del

abordaje propuesto por Kress en este libro radica, entonces, en los potenciales semióticos de los modos y los ensambles, en su materialidad y en su lógica.

Sobre tales presupuestos, Kress delinea en los tres primeros capítulos, un esquema de la comunicación. Y, a medida que el libro avanza, el esquema, sus categorías y supuestos adquieren claridad y precisión. Se considera que la comunicación es un proceso compuesto por dos estadios. Al primero lo gobierna el *interés* del hacedor inicial (*retórico*) del *texto* o *complejo signico*, con la intención de manifestar el complejo semiótico como un *mensaje* y que el mismo opere en tanto *estímulo discreto* (en inglés, *prompt*) para uno o más intérpretes. En el segundo estadio, serán el *interés* y la *atención* del *intérprete* los que conduzcan la *selección crítica* y el *encuadre* del mensaje inicial. Asimismo, el significado hecho en tal interpretación puede convertirse en la base de un nuevo *complejo signico* para la composición de un *mensaje* nuevo.

Desde la perspectiva del hacedor inicial (*retórico diseñador/ productor*, que pueden o no ser los mismos) la secuencia comienza con un (*estímulo discreto* anterior y su *interpretación*) *complejo signico* nuevo (basado en el *interés* y la sensibilidad de las características de la audiencia) un *mensaje* intencional en tanto *estímulo discreto* la *atención* y el *compromiso* del interlocutor con el *mensaje* y una (posible) respuesta. Desde la perspectiva del intérprete, la secuencia está conformada por el *mensaje* el *interés* del receptor la *atención* el *compromiso* la *selección* el *encuadre* el *diseño* y el nuevo signo (interno), cuya exteriorización posible formaría las bases de un nuevo *complejo signico*. Ambos estadios son instancias de *trabajo semiótico*, ambos son productores de nuevos signos.

Sendos estadios portan, asimismo, una subdivisión contingente (uno de cuyos momentos puede o no cumplirse, según la dirección de la interacción), a saber, el trabajo semiótico *interno* y el trabajo semiótico de *exteriorización*. En otros términos, el momento *crítico* (el *interés*, la *atención* y el *compromiso*), orientado a la relación entre el pasado remoto y el inmediato, y el momento del *diseño* (la *selección*, la *transformación* y el *encuadre*), orientado al futuro inmediato. El *diseño* representa el estadio *prospectivo* de la empresa: el medio que proyecta el interés en el mundo con la intención de causar un efecto.

Esta concepción del *trabajo* (semiótico) enfatiza la orientación y los propósitos sociales de la teoría. Este *trabajo* implica experiencia y aprendizaje, involucra y produce cambios en quien trabaja, en las herramientas y en aquello en lo que se trabaja. Cada uno de estos cambios, sociales y funcionales, producen y corporizan nuevos significados. El efecto de tales cambios es el de producir recursos culturales. La *cultura* es, entonces, el nombre de los recursos que han sido hechos, producidos y transformados como resultado del trabajo (social), imbuidos de los significados del trabajo de aquellos quienes hicieron y rehicieron los recursos. Es, entonces, 'lo social' lo que genera 'lo cultural' y, en eso, 'lo semiótico'. Contra los sistemas y las gramáticas, los *recursos semióticos* producidos por esta fuerza de interacción socialmente transformativa portan

la regularidad discernible de las prácticas sociales y, así, su estabilidad relativa.

En un esquema con estas características el significado es siempre (*hecho*, no *usado* de) nuevo y las entidades que lo representan (en cualquier modo o ensamble) son un todo integrado; la forma, el significado y el uso son inseparables. Contra la distinción lingüística (hegemónica): sintaxis, semántica y pragmática, Kress –de acuerdo con Peirce (1991)– sostiene que el *uso* es una parte normal de la factura de cualquier signo y que el significado depende de una conjunción adecuada a la forma. Por eso, la relación entre la forma y el significado multimodales (por ejemplo, el dibujo de un auto o el nombre) no es arbitraria sino motivada y los signos operan como metáforas, siempre hechas de nuevo (Lakoff & Johnson, 1982). La motivación depende del *interés* del *retórico*, la *selección* y la (re) *formulación* que haga el *diseñador* (que suele ser el mismo) de los *recursos* y los *dispositivos* disponibles de acuerdo con los requisitos del entorno social. Según Kress aquello que parece *arbitrario* (de Saussure, 1983 [1917]) y *convencional* (Wittgenstein, 1935) es socialmente motivado por principios semióticos generales comunes a la comunicación humana, presentes ostensiblemente en todas las sociedades y sus culturas (Whorf, 1966). Kress no se refiere a *universales innatos* (Chomsky, 1965) sino a principios, recursos y procesos generales *compartidos* basados en la experiencia *social*.

Esta teoría socio semiótica de la multimodalidad hace hincapié, por tanto, en la agentividad de individuos formados socialmente que hacen signos motivados por intereses y propósitos sociales con recursos hechos en sociedad en interacciones sociales. Aún cuando los significados no se materializaran en signo/s, la formación interna de los significados está motivada socialmente. El dominio social cuenta con (al menos algo) de regularidad, conformada por la suma de las experiencias pasadas y contemporáneas de sus numerosos miembros. El dominio individual se provee de la regularidad social, aunque el uso individual está formado por las contingencias de la experiencia individual, siempre en entornos específicos. Postular que los significados son siempre nuevos e individuales implica que los signos están integrados en un conjunto de experiencias del individuo y que emergen en un entorno y un momento específicos expresados como *interés* prospectivo.

El compromiso constante con el *trabajo*, con recursos culturales y semióticos socialmente realizados y su rehacer cotidiano, da forma a los recursos individuales internos mediante los cuales los individuos interpretan y transforman los potenciales de significado de tales recursos culturales y semióticos. Los recursos y los dispositivos influyen la factura del significado y, en eso, influyen también la formación de la identidad y la subjetividad a partir del uso que se haga de los mismos para abordar y concebir el *mundo de vida* que afecte y represente la vida de los individuos (Kress & Pachler, 2007).

En efecto, un abordaje retórico como éste implica directamente la producción del conocimiento y la constitución de la subjetividad, está basado en la diligencia de quienes hacen y rehacen los mensajes, en su interés y sus

propósitos, en su capacidad conciente de seleccionar los recursos e interpretar las necesidades de la audiencia y el entorno. El conocimiento se hace y se forma en la representación, de acuerdo con los potenciales facilitantes de los modos; el proceso de representación es idéntico al de la formación del conocimiento. En esto, quienes hacen representaciones (incluso de ellos mismos), hacen conocimiento (incluso de ellos mismos); la producción del conocimiento toda ella es parte de procesos participativos socio semióticos.

Una teoría socio semiótica, con todo lo que implica, requiere, pues, un marco básico para la conducta ética de la comunicación. La participación total, activa y por sus propios medios, de todos los miembros de un grupo social, cultural, económica y afectivamente en los asuntos de la comunidad es una condición *sine qua non* para el desarrollo saludable del grupo. Eso requiere el acceso total a los recursos semióticos, culturales, sociales y económicos e incluye un compromiso con los valores centrales para la mantención de la cohesión social. Dadas las condiciones, será fundamentalmente ético tener clara conciencia de los efectos de las acciones (semióticas) en el prójimo y actuar de manera que tales efectos no perjudiquen los potenciales de acción de los otros.

Las escuelas y las universidades –tanto como otras instituciones– deben comprometerse con la investigación de los facilitantes comunicativos (y pedagógicos) de los nuevos dispositivos y tomar decisiones acerca de posibles acciones a la luz de un asesoramiento detenido de las necesidades y propósitos sociales específicos para la educación. Este libro –concluye Kress– pretende ser un recurso para tales propósitos.

La teoría socio semiótica de la comunicación que sintetiza esta reseña formula, entonces, algunos giros epistemológicos de consideración, a saber, el pasaje de lo monomodal o la multimodalidad en el recorte del objeto de estudio; de lo abstracto a lo material, respecto de la concepción ontológica del mismo, y una transición de lo sincrónico a lo contemporáneo respecto del tratamiento metodológico y, adicionalmente, de las reglas estáticas a las regularidades relativas, del sistema o gramática a los recursos semióticos, respecto de algunas consideraciones teóricas distintivas.

El libro que propone tales giros puede interesar principalmente a semiólogos, lingüistas, analistas del discurso, pedagogos y psicólogos. A los primeros, sin embargo, pueden incomodarlos o bien invitarlos a contribuir con el desarrollo del modelo algunas imprecisiones teóricas; las definiciones de género y discurso, por ejemplo, dada la abundancia bibliográfica que discute tales conceptos (y el encuentro inadvertido de parte de esa bibliografía en este mismo volumen), son más o menos imprecisas; la adopción de la perspectiva semiótica de Halliday ignora deliberadamente su carácter sistémico y la adhesión a la concepción de signo de Lakoff y Johnson confunde los presupuestos cognitivos de la perspectiva precedente (cf. Halliday & Matthiessen, 1999); y, aunque Kress aclare que no es el propósito del libro, las presuntas confusiones atribuidas a de Saussure parecen ignorar el recorte del objeto de la lingüística estructural.

Hechas estas las advertencias, celebro y fomento los propósitos éticos y pedagógicos declarados, y sostengo que este libro, resueltas las inconsistencias teóricas y la definición de los modos que el propio Kress advierte parcialmente irresoluta, puede ser una provechosa herramienta analítica, que ya es una audaz contribución para quienes seguimos preguntándonos –e investigamos– sobre el posible significado de las cosas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BAKHTIN, M. (1986). *Speech Genres and Other Essays*. Cambridge, MA: MIT Press.
- BARTHES, R. (1968/1978). The Death of the Author, en Barthes, R. *Image-Music-Text* (traducido por Heath, S.), pp. 142-148. New York: Hill & Wang.
- CHOMSKY, N. (1965). *Aspects of the Theory of Syntax*. Cambridge, MA: MIT Press.
- ECO, U. (1979). *A Theory of Semiotics*. Bloomington: Indiana University Press.
- FOUCAULT, M. (1982). *The Archaeology of Knowledge and Discourse on Language*. London: Tavistock Press.
- HALLIDAY, M. A. K. (1978). *Language as a Social Semiotic*. London: Edward Arnold.
- HALLIDAY, M. A. K. & MATTHIENSEN, C. (1999). *Construing Experience through Meaning: A Language-based Approach to Cognition*. London & New York: Continuum.
- KRESS, G. R. & PACHLER, M. (2007). Thinking about the “m” in m-learning, en M. Pachler (ed.) *Mobile Learning. Structures, Agency, Practices*, pp. 7-32. London: Springer.
- KRESS, G. R. & VAN LEUWEEN, T. (1996). *Reading Images: The Grammar of Graphic Design*. London: Routledge.
- KUHN, T. (1968). *The Structure of Scientific Revolutions*. Chicago: University of Chicago Press.
- LAKOFF, G. & JOHNSON, M. (1982). *Metaphors We Live By*. Chicago: University of Chicago Press.
- PEIRCE, CH. S. (1991). *Peirce on the Semiotic*. Chapel Hill: University of North Carolina Press.
- DE SAUSSURE, F. (1983 [1917]). *Course in General Linguistics* (R. Harris trans.). London: Duckworth.
- SCHÜTZ, A. & LUCKMANN, T. (1984). *Strukturen der Lebenswelt*. Band 2, Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- WHORF, B. L. (1966). *Language, Thought, and Reality: Selected Writings of Benjamin Lee Whorf*. J. Carrol (ed.). Cambridge, MA: MIT Press.
- WITTGENSTEIN, L. (1935). *Philosophical Investigations*. New York: Prentice Hall.

Julian E. Ezquerra
 Universidad de Buenos Aires
 julianez@gmail.com