

Sampietro, Agnese (2023)

Lengua e imagen en la comunicación digital

Madrid

Arco/Libros-La Muralla

ISBN: 978-84-7133-887-7

96 págs.

La doctora Agnese Sampietro es la autora de *Lengua e imagen en la comunicación digital*. La obra que reseñamos tiene como objetivo principal describir desde un punto de vista lingüístico el fenómeno de la multimodalidad en la comunicación digital en español. Para este fin, el corpus que maneja procede de diferentes fuentes (siempre con el consentimiento de las partes involucradas): imágenes y transcripciones de diferentes redes sociales, estudiadas en trabajos anteriores por la misma autora como Sampietro (2019); interacciones cotidianas de la investigadora; encuesta sobre *stickers* (Sampietro, 2023); ejemplos de otros autores y repositorios digitales. Bajo cada ejemplo se menciona la procedencia de este.

El libro está estructurado, tras una breve introducción, en tres capítulos, una reflexión final y un apartado con ejercicios y otro con las soluciones a estos. El estilo y la organización clara que emplea la autora permite que la lectura sea amena. En cuanto al público objetivo, el cuaderno está dirigido tanto a profesores como alumnos universitarios y de educación secundaria. Además de servir como revisión bibliográfica para estudiantes de doctorado y estudiosos del análisis de la comunicación digital.

La autora en la introducción (pp. 7-8) centra su objeto de estudio en “los elementos multimodales de cariz visual que se emplean en la interacción digital de carácter informal en redes sociales” (p. 8), es decir, Sampietro analiza los siguientes *graficonos* (Herring y Dainas, 2017): emojis, emoticonos, pegatinas y avatares personalizados, GIF, memes, fotos y vídeos.

Tras la introducción, el primer capítulo (pp. 9-22) se centra en la descripción de los recursos multimodales mencionados y señala qué métodos de estudio lingüístico se utilizan para tratar la multimodalidad. La investigadora pone de manifiesto que hoy en día la frontera es difusa entre materiales visuales prediseñados y aquellos creados por los usuarios. Pone como ejemplo de esto el caso de los emojis personalizables y la existencia de “multitud de herramientas que permiten editar fotos y vídeos de manera sencilla” (p. 10).

En este primer capítulo se diferencia entre primeros y nuevos iconos gráficos. Dentro del primer grupo se encuentran los emoticonos, los emojis y los *smileys*; mientras que el segundo está formado por *stickers* y avatares personales (bitmoji). La principal diferencia entre ambos grupos es formal, ya que los nuevos iconos tienen un mayor tamaño e, incluso, pueden estar animados. Además, esta diferenciación permite comprender el cambio lingüístico en la comunicación digital (Sampietro, 2023) que se está produciendo en la actualidad debido al auge que están protagonizando los *stickers* y la pérdida de fuerza pragmática de los emojis (Konrad *et al.*, 2020).

Por lo que respecta a los métodos de estudio, Sampietro basa su análisis en la semiótica social y la teoría retórica para el análisis de “las relaciones entre elementos verbales e imágenes” (p. 21); y en el análisis del discurso, junto a las funciones pragmáticas de los diferentes recursos multimodales. Estos enfoques los aborda en los capítulos siguientes.

El segundo capítulo (pp. 23-42) comienza con una descripción de lo que se entiende por multimodalidad. Para la autora, “la multimodalidad consiste en la combinación de códigos semióticos diferentes” (p. 23). A partir de esta definición, analiza en fotografías, vídeos y memes las relaciones intersemióticas entre la imagen y el texto que acompañan referenciando su estatus relativo (la predominancia de un código sobre otro). La autora divide este análisis en dos apartados, “Una imagen vale más que mil palabras” y “Las palabras dicen más que las imágenes”, según examina la importancia que cobra uno u otro medio semiótico.

En el primer apartado, la autora menciona algunos estudios que confirman que procesar imágenes es más rápido que procesar texto. De ahí, la inclusión de fotografías en la comunicación digital para ahorrar tiempo. A la autora le interesa averiguar las funciones que cumplen estas imágenes en la interacción digital, por lo que adapta la clasificación de Chen *et al.* (2015), ya que no solo analiza fotos, sino que también tiene en cuenta vídeos

y capturas de pantalla. En general, estos elementos visuales cumplen las funciones de (1) intercambiar información, (2) proporcionar detalles visuales, (3) contextualizar y (4) compartir momentos juntos.

En el segundo apartado, Sampietro utiliza los memes como ejemplo de que no siempre una imagen es suficiente para interpretar un mensaje. Como señala, en los memes con texto la imagen cobra sentido una vez se ha leído el componente verbal, puesto que en muchas ocasiones el humor que se busca es el resultado de una incongruencia entre texto e imagen.

Los emojis, a su vez, también son ejemplo de la importancia de la palabra. A pesar de que existen secuencias de emojis (Ge y Herring, 2018; Ge-Stadnyk, 2021) que pueden llegar a interpretarse sin hacer uso de un componente textual, la mayoría de emojis necesitan interpretarse en contexto, puesto que la mayoría de ellos son polisémicos. Por lo tanto, los emojis presentan un anclaje verbal evidente. Anclaje que, además, comparten los elementos multimodales que presentan subtítulos o pies de foto.

Al igual que cualquier otro texto o discurso, aquel que tiene una naturaleza multimodal también presenta cohesión léxica y gramatical, y coherencia. Por ejemplo, en un meme donde el texto hace alusión a un “esto”, normalmente, el referente de este deíctico se encuentra en la imagen o, también, se dan casos de enunciación ficticia por la que se atribuyen las palabras del texto a la persona/personaje/cosa/animal/etc. que aparece representado en la imagen.

Como señala la investigadora, la semiótica social es otro enfoque que se puede adoptar para analizar la relación entre los diferentes modos semióticos que conforman un texto. Si se sigue este enfoque, se deben analizar las relaciones interpersonales, la relación de cercanía con el lector, “la narración visual y también las interacciones entre los diferentes códigos semióticos” (p. 40). Sampietro toma como base para ilustrar este enfoque el trabajo de Zhao y Zappavigna (2018), donde se analizan selfis de madres con niños pequeños. Según estas, la función de la interacción entre texto e imagen es la de hacer posible la creación de un sentimiento de comunidad.

“Lengua e imagen en la interacción cotidiana” (pp. 43-68) es el título del tercer capítulo del libro. En este, la autora desmonta la creencia de la prensa sobre los emojis como nuevo lenguaje visual universal. Creencia que se desmonta si se tiene en cuenta que estos pictogramas tienen limitaciones para expresar conceptos abstractos y que suelen acompañar a un mensaje de texto.

Por otra parte, como menciona la investigadora, son las publicaciones con enfoque pragmático las que se han centrado en investigar las funciones que poseen emoticonos y emojis en la interacción digital (véase entre otras, Cantamutto y Vela Delfa, 2021; Dainas y Herring, 2021; Herring y Dainas, 2017; Pérez-Sabater, 2019; Sampietro, 2019; Yus, 2014; Yus, 2022). Tal y como apunta la autora, a pesar de haberse inspirado en la clasificación de Herring y Dainas (2017), que expande todas las funciones a varios elementos gráficos, no usa la misma clasificación, puesto que el trabajo de las estadounidenses está basado en comentarios públicos de Facebook, es decir, en intercambios que no se parecen a aquellos de la interacción cotidiana. Así pues, para la autora las funciones principales de los elementos multimodales son (1) indicar contenidos emocionales (expresión de actitudes, valoraciones u orientación emocional de un mensaje o interacción); (2) comunicación fática (por ejemplo, saludos y despedidas); (3) funcionamiento similar a los gestos (gestos deícticos, emblemas, gestos icónicos, metafóricos, etc.); (4) realización de actos de habla y matizaciones de fuerza ilocutiva (por ejemplo, con los emojis se puede intensificar o atenuar un acto de habla) y (5) expresión o respuesta al humor.

Con respecto a la última de las funciones, sobre la expresión de humor o respuesta a este, Sampietro se detiene en esta para analizar cómo se construye el humor multimodal. Para ello, toma como referencia el uso de memes, que “incluyen humor por definición” (p. 61), *stickers*, GIF y emojis. La autora, con base en Tsakona (2009), distingue entre (1) humor solo verbal; (2) humor solo visual y (3) humor visual y verbal. Como ella misma señala, habla de humor solo verbal cuando se está analizando la multimodalidad resulta contradictorio, pero se puede entender este tipo de humor si pensamos en los chistes donde aparecen emojis, cuya función principal parece ser la de ser un simple elemento decorativo. En cuanto al humor visual, Sampietro señala que los usuarios disponen de herramientas para poder editar imágenes, vídeos o *stickers* para crear humor, pero también existen recursos prediseñados que, frecuentemente, tienen como protagonistas perros y gatos que explotan mecanismos de humor visual cuando se presentan con “expresiones o posturas extrañas” (p. 63). Por lo que respecta al humor visual y verbal, son cuatro los mecanismos que Yus (2019) identifica, y que Sampietro recoge, para generar humor: (i) la ilustración del texto, (ii) la amplificación del texto; (iii) la reelaboración del texto y (iv) la contradicción del texto.

En general, la autora reflexiona y menciona que, a pesar de que el medio es innovador desde un punto de vista técnico, los recursos a los que se recurren para crear humor “son los habituales en géneros humorísticos ‘tradicionales’ [...] y las reacciones se asemejan a las de la conversación coloquial” (p. 67).

Como se ha indicado al inicio, el libro acaba con una “Reflexión final” (pp. 69-72) como síntesis final y donde, además, se resaltan, por un lado, los cambios continuos a los que el medio digital está expuesto y, por otro lado, se defiende la creatividad que supone el uso y creación de los diferentes elementos multimodales estudiados en esta obra. A esta reflexión, le siguen unos “Ejercicios” (pp. 73-76) y sus “Soluciones” (pp. 77-80), habituales en la colección a la que pertenece el libro de Sampietro.

En definitiva, el libro reseñado constituye un aporte significativo y valioso al desarrollo del análisis de la comunicación digital multimodal. En esta obra, Sampietro fotografía la interacción en un medio tecnológico cambiante y, además, aporta bases de análisis para los recursos multimodales, como los *stickers*, que hasta la fecha no se habían tenido tanto en cuenta como objeto de estudio.

Referencias bibliográficas

- CANTAMUTTO, L. y VELA DELFA, C. (2021): *Los emojis en la interacción digital escrita*. Madrid: Arco/Libros-La Muralla.
- CHEN, Y. Y., BENTLEY, F., HOLZ, C. y XU, C. (2015): “Sharing (and discussing) the moment: The conversations that occur around shared mobile media”, *Proceedings of the 17th International Conference on Human-Computer Interaction with Mobile Devices and Services*, pp. 264-273. <https://doi.org/10.1145/2785830.2785868>
- DAINAS, A. y HERRING, S. (2021): “Interpreting emoji pragmatics”, Xie, C., Yus, F. y Haberland, H. (eds.), *Approaches to Internet Pragmatics: Theory and Practice*, Amsterdam/Filadelfia: John Benjamins, pp. 107-144. <https://doi.org/10.1075/pbns.318.04dai>
- GE, J. y HERRING, S. (2018): “Communicative functions of emoji sequences on Sina Weibo”, *First Monday*, 23(11). <https://doi.org/10.5210/fm.v23i11.9413>
- GE-STADNYK, J. (2021): “Communicative functions of emoji sequences in the context of self-presentation: A comparative study of Weibo and Twitter users”, *Discourse & Communication*, 15(4), pp. 369-387. <https://doi.org/10.1177/17504813211002038>
- HERRING, S. y DAINAS, A. (2017): “Nice Picture Comment! Graphicons in Facebook comment threads”, *Proceedings of the 50th Hawaii International Conferences on System Sciences*, pp. 2185-2194. <https://doi.org/10.24251/HICSS.2017.264>
- KONRAD, A., HERRING, S. y CHOI, D. (2020): “Sticker and emoji use in Facebook Messenger: Implications for graphicon change”, *Journal of Computer-Mediated Communication*, 25(3), pp. 217-235. <https://doi.org/10.1093/jcmc/zmaa003>
- PÉREZ-SABATER, C. (2019): “Emoticons in Relational Writing Practices on WhatsApp: Some Reflections on Gender”, Bou-Franch, P. y Garcés-Conejos Blitvich, P. (eds.), *Analyzing digital discourse: new insights and future directions*. Cham: Palgrave Macmillan, pp. 163-189. https://doi.org/10.1007/978-3-319-92663-6_6
- SAMPIETRO, A. (2019): “Emoji and rapport management in Spanish WhatsApp chats”, *Journal of Pragmatics*, 143, pp. 109-120. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2019.02.009>
- SAMPIETRO, A. (2023): “El auge de los ‘stickers’ en WhatsApp y la evolución de la comunicación digital”, *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación*, 94, pp. 271-285. <https://doi.org/10.5209/clac.83860>
- TSAKONA, V. (2009): “Language and image interaction in cartoons: Towards a multimodal theory of humor”, *Journal of Pragmatics*, 41(6), pp. 1171-1188. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2008.12.003>
- YUS, F. (2014): “Not all emoticons are created equal”, *Linguagem em Discurso*, 14(3), pp. 511-529. <http://dx.doi.org/10.1590/1982-4017-140304-0414>
- YUS, F. (2019): “Multimodality in memes: A cyberpragmatic approach”, Bou-Franch, P. y Garcés-Conejos Blitvich, P. (eds.), *Analyzing digital discourse: new insights and future directions*. Cham: Palgrave Macmillan, pp. 105-131. https://doi.org/10.1007/978-3-319-92663-6_4
- YUS, F. (2022): *Smartphone Communication: Interactions in the App Ecosystem*. Nueva York: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003200574>
- ZHAO, S. y ZAPPAVIGNA, M. (2018): “The interplay of (semiotic) technologies and genre: The case of the self-ie”, *Social Semiotics*, 28(5), pp. 665-682. <https://doi.org/10.1080/10350330.2018.1504724>

ANDREA GARCÍA-MONTES

Universitat Politècnica de València (España)

angar49a@upv.es

<https://orcid.org/0000-0002-7404-0879>