

# El mensaje como arma: dos carteles propagandísticos de la Segunda Guerra Mundial

THE MESSAGE AS A WEAPON: TWO WORLD WAR II  
PROPAGANDA POSTERS

Rodrigo Alonso Íñiguez Pacas  
tosquedewell10@gmail.com

Licenciatura en Comunicación Pública  
Universidad de Guadalajara  
Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades

## Resumen

Este artículo es un análisis desde la semiótica de Iuri Lotman sobre cómo se percibe la influencia de la propaganda política durante la Segunda Guerra Mundial, específicamente la que tuvieron Alemania y la Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS) con dos carteles puntuales. Dichos carteles les fueron mostrados a 4 entonces estudiantes de primer semestre de la Licenciatura en Comunicación Pública de la Universidad de Guadalajara, quienes fueron capaces de dar impresiones sobre la propaganda y opiniones sobre el movimiento que pudo haber causado, a pesar de que el evento había ocurrido hace más de 70 años.

## Palabras clave

Semiótica, guerra, propaganda, significación, efectos

## Abstract

*Through the framework of Iuri Lotman's semiotics this article analyses the influence of the political propaganda during World War II, specifically the influence of Germany and the Union of Soviet Socialist Republics (USSR) through two particular posters. Both posters were shown to a group of 4 freshman students of the University of Guadalajara from the Public Communication Major who were able to express their opinion on the propaganda and the consequences it may have caused even when these posters are 70 years old.*

## Keywords

Semiotics, war, propaganda, signification, effects.

Recibido: septiembre de 2016  
Aceptado: noviembre 2016



## Contexto y tema general del fenómeno a investigar

“Entre 1914 y 1945 se vivió la peor crisis global a la que se ha tenido que enfrentar el planeta; en este período, la paz se vio interrumpida por las dos Guerras Mundiales o, como prefieren llamarlas algunos, la Gran Guerra. De este transcurso de años surgieron las ideologías y potencias que conocemos hoy en día. “Fue el acontecimiento más importante del siglo XX, y vino a modelar el mundo en el que actualmente vivimos” (Hart, 2013, p. 19).

Detonada por el asesinato del heredero de la corona del Imperio Austrohúngaro, el archiduque Francisco Franco de Austria, el 28 de junio de 1914, la Primera Guerra Mundial fue la culminación de una serie de tensiones políticas y militares que se habían estado desarrollando en Europa. Con objetivos distintos, pero la mayoría aspirando a ampliar imperios, proteger inversiones económicas, recuperar territorios perdidos y mantener o ganar prestigio, los imperios Austrohúngaro, Alemán y Otomano, junto con Azerbaiyán, el Reino de Bulgaria y otros países que conformarían las potencias centrales, hicieron frente a los Aliados, bando conformado por naciones como Francia, Reino Unido, Rusia, Italia, Estados Unidos, Bélgica, Japón y Serbia en lo que fue el conflicto más grande de la historia por los veintiún años siguientes a su culminación, el 11 de noviembre de 1918.

El 3 de septiembre de 1939, después de una seguidilla de guerras aisladas y la culminación con la invasión a Polonia por parte de Alemania, varias potencias globales le declararon la guerra al Tercer Reich, dando origen a la Segunda Guerra Mundial. Desde ese momento, y

hasta el 2 de septiembre de 1945, los países Aliados (entre otros, la Unión Soviética, Estados Unidos, Reino Unido y la Francia Libre) combatieron a las potencias del Eje (el Imperio Alemán, Italia y Japón), con fines que velaban más por el beneficio económico que por la paz.

Durante estos largos treinta y un años, el mundo se vio sumergido en crisis tremendas de talla global (incluida la Gran Depresión de 1929), las cuales causaron un temor inmenso a la gente que vivía en pleno desarrollo del conflicto bélico más grande de la historia.

Muy a pesar de ello, los gobiernos de las potencias que participaban en la contienda se las arreglaron no sólo para poder financiar sus ejércitos, sino también (y más importante aún, al menos a mi parecer) para que los ciudadanos que estaban bajo su liderazgo apoyaran el movimiento armado de su nación. Lograron encender una llama patriótica en la gente que no dudó en unirse a sus respectivos ejércitos con el fin de ganar la guerra. La movilización que se llevó a cabo para lograr este cometido fue impresionante y se utilizó una estrategia que terminó siendo clave para la construcción de armadas completas: la propaganda a través de los medios.

Y es precisamente esto lo que pretende estudiar el presente trabajo: ¿cómo se dio el desarrollo y la circulación de propaganda ideológica durante la Segunda Guerra Mundial? ¿Pueden este tipo de mensajes “vender” a las masas una ideología tan fuerte que modifique su posición frente al significado de la guerra? ¿Puede en realidad esto atribuirse como un factor determinante al reclutamiento militar? Como dijo George Orwell (1944), “la historia la escriben los vencedores”; mi objetivo con este ensayo es clarificar cómo los medios de comunicación ayudaron a ciertos personajes a convertirse en los escritores de la historia, utilizando de esta manera el mensaje como arma.



## Justificación del contenido

Escogí este tema para mi proyecto de investigación por la pasión que me genera. Siempre me ha gustado la historia, sobretodo la que se desarrolla a partir de la Primera Guerra Mundial, por lo que me gustaría saber de manera especializada el papel que tuvo la comunicación en este crítico período. Creo que sé mucho sobre la Gran Guerra, pero me gustaría ampliar mis conocimientos.

Además, al cumplir la labor de comunicador público, se debe conocer el impacto que puede causarse con un mensaje; con el mensaje adecuado, diría yo. Me parece que no hay mejor escenario para describir este argumento que las Guerras Mundiales, debido a toda la movilización mediática que se desarrolló con el fin de reforzamiento militar en la búsqueda por la victoria del mayor conflicto armado de la historia.

Los mensajes y contenido comunicativo influyen en nuestro comportamiento y rutina diarios; nos damos cuenta o no, nuestros gustos, preferencias y, en muchos casos, ideologías, se ven presionados y formados por factores externos que terminan influyendo en nuestro actuar. Sería interesante (sin mencionar su importancia) estudiar cómo se dio este proceso en el que quizá sea el periodo más importante de la historia moderna.

## Pertinencia del estudio

El objetivo de la comunicación es no solamente dar a entender una idea o una postura, sino también, en la medida de lo posible, convencer a los receptores de que el mensaje que uno transmite es la verdad, consiguiendo así aceptación e, incluso, apoyo. Y fue esto precisamente lo que intentaron los gobiernos que participaron en la Gran Guerra, imponiendo una ideolo-

gía en sus subordinados con tal de establecer un dominio bélico.

La importancia del estudio de este tema, pensando en el marco de la comunicación pública, radica en conocer y dar crédito a las estrategias que se usaron para el reclutamiento y la obtención de apoyo a las fuerzas armadas nacionales a través de la propaganda y los medios de comunicación. Se analizará cómo fueron pensados los mensajes y qué efecto causaron en la sociedad receptora; es decir, cómo la propaganda influyó en el sentir y el pensar de masas para formar una ideología nacionalista.

El estudio de la propaganda militar tiene su pertinencia social en el hecho de que se analizará qué efecto causaría hoy en nuestra era; se tratará de conocer si los mensajes emitidos en la primera mitad del siglo XX siguen teniendo un impacto en esta época. El estudio de este tema es pertinente a la comunicación pública en el sentido de descubrir si la cultura actual permite significar propaganda utilizada específicamente para moldear ideología durante la Segunda Guerra Mundial y, si es así, revelar cuáles son estos significados.

## ¿Qué pretende estudiar el tema?

¿Cómo pueden utilizarse los medios de comunicación para influir en la ideología de un individuo o de masas enteras?

## La semiótica

El marco teórico que se utilizará para el desarrollo de este trabajo es la semiótica.

La semiótica es una ciencia que depende de la realidad de la comunicación. Primero vivimos y nos comunicamos, y en un segundo momento reflexionamos sobre su sentido, su estructura y funcionamiento” (Zecchetto, 2002, p. 15).



La semiótica es definida como la teoría de los signos y su propósito es “verificar la estructura de los signos y la validez que pueden tener en las percepciones culturales.” (Zecchetto, 2002, p. 19). Así, la mirada semiótica estudia cómo las cosas se convierten en signos al ser dotadas de significado.

El objeto concreto de la semiótica es la comunicación y se encarga de estudiar la significación que las personas le damos a los objetos. Victorino Zecchetto (2002) la describe como la “teoría de los signos”, ya que le corresponde verificar la estructura de los signos y su validez en la percepción cultural, dando razones coherentes a este fenómeno de la comunicación.

Existen dos grandes escuelas de semiótica; la primera es la semiótica social, la cual rechaza cualquier idea de determinismo estructural. “Para la semiótica social, al igual que para la interacción simbólica, el significado emerge de la interacción social entre los seres humanos, cada una con diferentes motivos, objetivos y perspectivas” (Vannini, 2007).

La otra corriente es la semiótica estructural, en la que, como señalan Robert Hodge y Gunther Kress, los signos prevalecen sobre “oradores y escritores u otros participantes en la actividad semiótica, conectándose e interactuando de distintas maneras en contextos sociales concretos” (citado en Vannini, 2007).

De esta manera, los signos y sus significados no son el único campo de estudio de la semiótica; El mismo Zecchetto incluye en este ámbito la semiosis, que es la “dinámica concreta de los signos en un contexto social y cultural dado” (Zecchetto, 2002, p. 19).

La semiosis es un fenómeno operativo contextualizado, en el cual los diversos sistemas de significaciones transmiten sentidos, desde el

lenguaje verbal al no verbal, pasando por los lenguajes audiovisuales, hasta las más modernas comunicaciones virtuales. (Zecchetto, 2002, p. 19).

La semiosis divide su estudio en tres ramas principales: la semántica, la pragmática y la sintáctica. Zecchetto (2002, p. 30) define la semántica como el estudio de “las relaciones de los signos con los objetos a los que son aplicables”. La semántica estudia, entonces, los hechos u objetos que causan la significación de cierto material.

Por otra parte, la pragmática es el estudio de la relación entre los signos y sus intérpretes. “... la Pragmática es la disciplina que analiza las formas y las estrategias concretas que asumen las expresiones comunicativas, con el fin de descubrir las leyes que las rigen y establecer sus características generales [cursivas del autor]” (Zecchetto, 2002, p. 32)

Finalmente, la sintáctica es el estudio del sistema signico en el cual se relacionan los mismos signos. Este sistema signico es fundamental en la comunicación ya que tanto los emisores como los receptores de un mensaje pueden interpretar un signo sólo relacionándolo con otro u otros (Zecchetto, 2002).

## Iuri Lotman

Una vez explicado lo que es la semiótica, presento al autor de pensamiento semiótico que escogí para realizar este estudio: Iuri Mijáilovich Lotman (1922-1993), lingüista y semiólogo ruso.

En su teoría, Lotman plantea que en el sistema de comunicación humana se pueden seguir dos rutas. En la primera, la información está dada de antemano y se traslada de un ser humano a



otro a través de un código constante. En la segunda ruta se ve un incremento, transformación y reformulación de la información.

La semiótica de Lotman se basa en la articulación de tres grandes perspectivas teóricas que dan un carácter dinámico al concepto de sentido y, por consiguiente, al de su manifestación formalizada: el texto. Estas tres teorías son la estética formal, la teoría general de sistemas y la teoría de comunicación.

Lotman divide las funciones sociales de los sistemas de signos en primarias y secundarias. La función primaria supone la comunicación de un hecho, mientras que la secundaria se preocupa por “la comunicación de **otro** sobre cierto hecho que me es conocido; así, en el primer caso los participantes están interesados en la autenticidad de la información y en el segundo de su transmisión [cursivas del autor]” (Vidales, 2008).

Otro concepto fundamental en la teoría de Lotman es la memoria, que es la facultad de los sistemas para conservar y acumular información. Lotman señala que la cultura es información no genética, a lo que llama memoria no hereditaria de la colectividad. Al no ser memoria hereditaria, la cultura tiene dos características importantes: posee una organización sistémica y una dimensión comunicacional (Marafioti, 2005).

En su teoría, el signo no es considerado como una suma de partes, sino como un todo, como un texto semiótico. Uno de los puntos principales de la semiótica lotmaniana es la idea de semiósfera.

Los conceptos que me interesa destacar de la teoría de Iuri Lotman son: **signo, texto, cultura y semiósfera**.

**Signo:** en la teoría de Lotman, los signos superan los límites de una estructura rígida a la que le corresponden una forma y un fondo predefinidos o establecidos universalmente; estos signos tendrán su significante y su significado, contruidos según un contexto social compartido.

**Texto:** un texto semiótico es una interacción dialógica, es decir, un espacio semiótico en el interior del cual los lenguajes interactúan, se interfieren y se auto organizan jerárquicamente. Permite obtener una dimensión más compleja de las categorías, variables y condiciones en las que se desarrollan los procesos o niveles de interacción humanos

**Cultura:** en esta teoría, la cultura es la determinación del contexto de interacción con base en la manera en la que entendemos los signos y las formas en las que nos relacionamos unos con otros. Así, el espacio de intersección entre individuos, procesos, estructuras y límites se vuelve el espacio natural para la comunicación, a partir de la cual es posible la conformación de cualquier sistema cultural.

**Semiósfera:** es un lugar en el cual es posible la significación. En esta semiósfera encontramos elementos fundamentales para su existencia, que son el núcleo, la periferia, lo sistémico/extra sistémico, lo descrito/no descrito y la frontera, detrás de la cual se lleva a cabo la observación.

(Información obtenida de Garduño y Zúñiga, 2005; Lozano, 1999; Vidales, 2008; Marafioti, 2005).

## Materialidad del estudio

El estudio de mi trabajo será sobre los carteles de propaganda que se mostraron en la Unión Soviética y Alemania durante la Segunda Guerra Mundial, específicamente dos (uno por



nación): “Soldados del Ejército Rojo, ¡en guardia!” (URSS) y “Detrás de las potencias enemigas, están los judíos” (Alemania).

## Justificación del contenido

Para desarrollar el análisis de este proyecto, realicé entrevistas/diálogos con cua-tro personas diferentes, sesiones en las cuales le mostré a cada sujeto los dos carteles a analizar (“Detrás de las potencias enemigas, están los judíos” y “Solda-dos del Ejército Rojo, ¡en guardia!”) y les formulé cuatro preguntas que me ayuda-ron a comprender su cultura en relación con la Segunda Guerra Mundial, los sig-nos a los que les refiere esta propaganda, el texto en el cual desarrollan estos signos y cómo obser-van la semiósfera del conflicto desde detrás de la frontera.



Este cartel, escrito en ruso, narra "Voin Krasnoy Armii, spasi!" o, en español, "Soldados del Ejército Rojo, ¡en guardia!".



El cartel alemán dice "Hinter den Feindmächten: der Jude", lo que en español se traduce como "Detrás de las potencias enemigas, están los judíos".

Las preguntas que planteé fueron:

- 1.- A grandes rasgos, ¿qué es lo que sabes sobre la Segunda Guerra Mundial?
- 2.- ¿Qué piensas cuando ves el cartel de “Detrás de las potencias enemigas, están los judíos”?
- 3.- ¿Qué te hace pensar eso?
- 4.- ¿Qué piensas cuando ves el cartel de “Soldados del Ejército Rojo, ¡en guardia!”?
- 5.- ¿Qué te hace pensar eso?
- 6.- ¿A quiénes crees que iban dirigidos los mensajes y qué impacto crees que tuvieron?

1.- La primera persona a la que entrevisté fue Yair García, estudiante de dieci-nueve años quien dijo no saber mucho sobre la Segunda Guerra Mundial, siendo el hecho de que fue ocasionada por el Holocausto nazi y la ascensión de Hitler al poder lo único que conocía. De esta manera, nos damos cuenta de que la cultura de Yair, en lo que a la Segunda Guerra Mundial se refiere, es algo escasa.

Yair dijo sentir enojo al ver el cartel “Detrás de las potencias enemigas, están los judíos”, además de relacionar este signo con la imagen de Hitler y las masacres que lideró durante su gobierno, tomando como texto el Holocausto nazi y el período de dominio de Adolf Hitler, transcurso en el cual dirigió al pueblo alemán a un antisemitismo que, según palabras del propio Yair García, refleja cómo, a través de un líder, se puede llegar a tomar un bando o ir en contra de un enemigo “equivocado”, como lo hicieron los alemanes al ver a los judíos como la raíz de los problemas en su país.

En cuanto al cartel “Soldados del Ejército Rojo, ¡en guardia!”, Yair dijo que el primer signo al que lo refirió la imagen fue a una lucha por parte de ambos bandos, pero que también relacionó a la mujer y al niño con la imagen de los judíos. Esto lo significó en un texto dentro del cual el pueblo soviético estaba preparado para entrar a la acción y debía “tomar las armas”. Yair mencionó no tener ningún referente en este cartel además de la esvástica.

Para Yair, ambos mensajes iban dirigidos a la población de sus respectivos países (Alemania y la Unión Soviética), siendo el primero más específico en cuanto a su objetivo. Él mira a una población que se encuentra en la semiósfera de una guerra en la cual la propaganda tuvo un impacto negativo, ya que su propósito era sembrar una imagen discriminatoria y la búsqueda de culpables.

2.- La siguiente entrevistada fue Lorena Aguilar, también estudiante de veinte años. Lorena mencionó que su cultura acerca de la Segunda Guerra Mundial se reduce al conocimiento de que Alemania buscaba salir de una devastación económica ante otros países y dio inicio de esta manera al conflicto armado.

El signo que a ella refirió el primer cartel fue el reconocimiento de las potencias Aliadas y a un texto en el cual los judíos provocaban un odio infundado y eran culpabilizados por la detonación de la guerra. El texto de Lorena en el cual reaccionó a este cartel es que, en los años cuarenta, los alemanes tenían la mentalidad de ser una raza superior y querían plasmar esa idea y promoverla.

El segundo Cartel le causó confusión; ella no estaba segura de qué fue el Ejército Rojo, pero la imagen le supuso el signo de una herramienta para promover un levantamiento en contra de Alemania al darse cuenta de la presencia de la esvástica, signo que la refirió al texto del Holocausto. La imagen de la mujer y el niño le dieron a Lorena signos de valor, enojo y, a pesar de ello, debilidad.

Lorena observó desde fuera de la semiósfera de la guerra una propaganda dirigida a una población susceptible a los mensajes ideológicos, los cuales tuvieron un gran impacto al crear y reforzar ideas de antagonismo.

3.- Después de Lorena entrevisté a otro estudiante: Salvador Espinoza, de veinticinco años, quien aseguró tener una cultura amplia acerca de la Segunda Guerra Mundial, conociendo los países participantes, fechas y personajes relevantes y la sucesión de ciertas batallas.

El cartel de propaganda alemana refirió a Salvador a dos Signos específicos: culpabilidad y odio, que eran dos cosas que Adolf Hitler y sus



colaboradores trata-ban de implantar (y lo lograron) en sus seguidores hacia los judíos y los países aliados por igual. El texto en el cual dio significado al cartel fue una Alemania gobernada por Hitler, quien transmitió a la población el odio que sentía por los judíos y, más específicamente, Salvador recordó la Noche de los Cristales Rotos y los campos de concentración. También mencionó que relacionar a los judíos con las potencias enemigas persigue una misma línea de odio.

Hablando de la propaganda soviética, el cartel le dio a Salvador el signo de la familia, ya que entendió que el gobierno de la URSS (Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas) les mandaba a los soldados el mensaje de que el sector familiar sería atacado por Alemania. Además, Salvador tomó como texto el momento en el que los alemanes rompieron el Pacto Ribbentrop-Mólotov, el cual aseguraba la paz entre las dos naciones; en este texto identificó a la mujer que tiene a su hijo en brazos como la Madre Patria soviética protegiendo a sus ciudadanos. Además del incumplimiento del pacto por parte de Alemania, Salvador recordó dos textos más para significar el cartel: la expedición alemana en busca de expansión territorial y la batalla de Stalingrado.

Salvador Espinoza observa los dos carteles dentro de la misma semiósfera bélica, pero los identifica en dos sectores diferentes: por una parte, el cartel “Detrás de las potencias enemigas, están los judíos” lo ve dirigido hacia el pueblo civil alemán; por otra, él cree que el cartel “Soldados del Ejército Rojo, ¡en guardia!” tiene como objetivo la milicia soviética. Para Salvador, el impacto del primer cartel fue que la ideología nacionalista creciera, al igual que el odio hacia los judíos. En cuanto al segundo cartel, su consecuencia fue el aumento de un sentimiento patriótico que impulsó al Ejército Rojo para ganar la lucha.

4.- El último entrevistado fue Emiliano Barba, estudiante de dieciocho años. Emiliano dijo tener una cultura bastante rica sobre el tema: realizó un trabajo escolar muy amplio sobre la invasión de Estados Unidos a Europa y la recuperación francesa, además de tener conocimientos sobre la batalla de Stalingrado, los bombardeos a Pearl Harbor, Hiroshima y Nagasaki, la participación de México en la guerra, la propaganda nazi, los ideales de raza aria por parte del gobierno alemán, factores que detonaron la Segunda Guerra Mundial y el choque entre nazismo, socialismo y capitalismo.

El signo que ha Emiliano le trajo el cartel alemán fue un recuerdo del resentimiento alemán hacia los judíos y, al mismo tiempo, le recordó el movimiento nazi. Para Emiliano, vincular el judaísmo y el enemigo es una manera de fundamentar la actitud de Alemania hacia los países Aliados. Basa su análisis en el texto de una sola persona: Joseph Goebbels, a quien relaciona con el efecto de la “aguja hipodérmica”; Emiliano Barba cree que este cartel tiene que ver con lo que siempre le interesó a Goebbels, es decir, afiliar personas a la ideología nazi.

Los signos que trajo el segundo cartel a Emiliano fueron muy similares a los de Salvador Espinoza: pensó en la familia, mostrada a los soldados del Ejército Rojo como blanco del ataque alemán, y en la Madre Patria soviética. El entrevistado utilizó, de nuevo, un texto específico; mencionó que, durante la batalla de Stalingrado, Iósif Stalin prohibió a la gente abandonar la ciudad para que las familias fuesen un incentivo que llevara a sus soldados a pelear mejor; situación en la que Emiliano identifica un gran discurso ideológico.

Barba ve aquí una semiósfera totalmente militar, es decir, en la que todo gira alrededor del conflicto bélico que se estaba desarrollan-



do; en dicha semiósfera, el propósito de los gobiernos, tanto de Alemania como de la Unión Soviética, era reclutar gente a la milicia, dirigiendo sus campañas propagandísticas a la población nacional. Cree que la estrategia funcionó y que el resultado fue un reclutamiento efectivo por parte de ambos bandos.

## Conclusión

Al inicio de este trabajo de investigación, planteé la siguiente pregunta: ¿cómo pueden utilizarse los medios de comunicación para influir en la ideología de un individuo o de masas enteras? Me parece que ahora tengo una respuesta.

Para que un medio de comunicación, ya sea un televisor actual o un cartel de 1942, pueda modelar la ideología de cualquier persona (entiéndase individuos y masas), se necesita un texto y una semiósfera específicos en los cuales ciertos signos funcionarán o no de manera efectiva. Como vimos, durante la Segunda Guerra Mundial, una época de devastación en la que la gente se aferraba a cualquier esperanza de algo mejor, había mucha susceptibilidad en los receptores de mensajes, lo que permitió a los gobiernos nacionales una fácil maniobra de la ideología política, bélica y social de millones de personas.

Ahora me gustaría plantear otra pregunta; no se trata de cómo, sino de simplemente, ¿puede un medio de comunicación formar una ideología? Según este estudio, la respuesta es sí. Las cuatro personas entrevistadas para el desarrollo de este proyecto concordaron en que el impacto que tuvo la propaganda en la ideología de la gente durante la Segunda Guerra Mundial fue tal que cientos de miles de personas se enlistaron en las armadas nacionales motivados por lo que vieron en un cartel.

Llevar a cabo esta investigación me satisfizo

mucho ya que, al iniciar el trabajo, tenía mis dudas sobre si actualmente se le seguiría dando importancia a la pro-paganda política de hace más de setenta años. Ahora me doy cuenta de que sí se tiene noción de su impacto en aquella época y de que, por mucha o poca que sea, la gente aún conserva rastros de cultura al mencionar las Guerras Mundiales.



## Referencias

- Garduño, G. y Zúñiga, M. F. (2005). *La Semiótica de Lotman en la Caracterización Conceptual y Metodológica de la Organización como Cultura*. Conver-gencia. Volumen 12 (39), pp. 217 – 236.
- Hart, P. (2013). *La Gran Guerra*. Barcelona, España: Crítica.
- Lozano, J. en Lotman, I. (1999). *Cultura y explosión*. Barcelona, España: Gedisa.
- Marafioti, R. (2005). *Sentidos de la comunicación: teorías y perspectivas sobre cultura y comunicación*. Buenos Aires, Argentina: Biblos.
- Vannini, P. (2007). *Social Semiotics and Fieldwork*. Qualitative Inquiry. Volumen 13 (1), pp. 113 – 140.
- Vidales, C. (2008). *El marco semiótico de la cultura: un reto para el estudio de la comunicación*. Estudios sobre las culturas contemporáneas. Volumen 14 (27), pp. 133 – 147.
- Zecchetto, V. (2002). “Capítulo 1. ¿Qué es la semiótica?” en *La danza de los signos*. Buenos Aires, Argentina: ABYA-YALA. pp. 15 – 34.

