

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**ANÁLISIS SEMIOLÓGICO DEL MENSAJE OCULTO
EN LAS CANCIONES DE LA CANTAUTORA SHAKIRA**

Trabajo de Tesis Presentado por:

KARINA ELIZABETH SETE MEJIA

Previo a optar al Título de:

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Asesor de Tesis

M.A. Elpidio Guillén

Guatemala, septiembre de 2008

DIRECTOR

Lic. Gustavo Bracamonte

CONSEJO DIRECTIVO

Representantes docentes

Lic. Sergio Morataya
Lic. Víctor Carillas

Representantes estudiantiles

Edgar Hernández
Esteven Mencos

Representantes de profesionales egresados

Lic. Marcel Arévalo

SECRETARIO

Lic. Axel Santizo

TRIBUNAL EXAMINADOR

M.A. Elpidio Guillén (Presidente)
Licda. Miriam Yucuté
M.A. Amanda Ballina
M.Sc. Sergio Morataya
M.A. José María Torres
Lic. Luis Pedroza (suplente)



Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

Guatemala, 28 de noviembre de 2005
Dictamen Aprobación 296-2005
CT-AKMG/lg

Señorita:
Karina Elizabeth Sete Mejía
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Edificio.

Estimada señorita Sete:

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por la Comisión de Tesis en el punto 2.1 el punto DOS del Acta 15-2005, de sesión celebrada el 28 de noviembre de 2005.

"DOS 2.1. Comisión de Tesis ACUERDA: a) Aprobar a la estudiante Karina Elizabeth Sete Mejía. Carné 199921701 el proyecto de tesis Análisis Semiológico del mensaje oculto en las canciones de la cantautora Shakira b) Nombrar como asesor (a) a Lic. Elpidio Guillén De León".

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


M.A. Aracelly Mérida
Coordinadora
Comisión de Tesis



AKMG/lg
cc. Comisión de Tesis



Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

Guatemala, 05 de marzo de 2008.
ECC 142-08

Señor (a) (ita)
Karina Elizabeth Sete Mejía
Esc. De Ciencias de la Comunicación

Estimado (a) Señor (a) (ita):

Para su conocimiento y efectos me permito transcribir lo acordado por El Consejo Directivo, en el Inciso 30.3 del Punto TRIGÉSIMO del Acta No. 06-08 de sesión celebrada el 03-03-08.

“TRIGÉSIMO:...30.3...El Consejo Directivo, con base en el dictamen favorable y lo preceptuado en la Norma Séptima de las Normas Generales Provisionales para la elaboración de Tesis y Examen Final de Graduación vigente, ACUERDA: 1) Nombrar a los profesionales: M.A. Elpidio Guillén (Presidente), Licda. Miriam Yucuté y M.A. Amanda Ballina, para que integren el Comité de Tesis que habrá de analizar el trabajo de tesis del (a) estudiante **KARINA ELIZABETH SETE MEJÍA**, Carné No. 199921701, cuyo título es: ANÁLISIS SEMIOLÓGICO DEL MENSAJE OCULTO EN LAS CANCIONES DE LA CANTAUTORA SHAKIRA. El comité contará con quince días calendario a partir de la fecha de recepción del proyecto, para dictaminar acerca del trabajo”.

Atentamente,

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”



Lic. Axel A. Santizo F.
Secretario



AASF/csg

Recibido 11-04-08



Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

APROBACIÓN TERNA REVISORA

Guatemala, 04 de julio de 2008

Señores
CONSEJO DIRECTIVO
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Edificio M2
Ciudad Universitaria, zona 12

Distinguidos señores:

Por este medio informamos a ustedes que el estudiante Karina Elizabeth Sete Mejia, carné 199921701, ha realizado las correcciones y recomendaciones al TRABAJO DE TESIS, cuyo título es:

Análisis semiológico del mensaje oculto

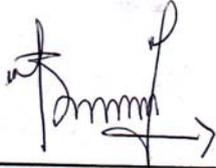
en las canciones de la Cantautora Shakira.

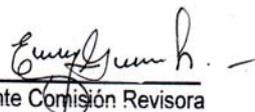
En virtud de lo anterior, se emite **DICTAMEN FAVORABLE**, a efecto de que pueda continuar con el trámite correspondiente.

Atentamente,

ID Y ENSEÑAD A TODOS


Miembro Comisión Revisora
Lidia Miriam Yucuté


Miembro Comisión Revisora
M.A. Amanda Ballina


Presidente Comisión Revisora
M.A. Elpidio Guillén

Copia: archivo



Guatemala, 19 de agosto de 2008.
ECC 829-08

Señor (a) (ita)
Karina Elizabeth Sete Mejía
Esc. De Ciencias de la Comunicación

Estimado (a) Señor (a) (ita):

Para su conocimiento y efectos me permito transcribir lo acordado por El Consejo Directivo, en el Inciso 8.3 del Punto OCTAVO del Acta No. 18-08 de sesión celebrada el 14-08-08.

“OCTAVO:...8.3...El Consejo Directivo, ACUERDA: a) Aprobar el trabajo de tesis titulado: “ANÁLISIS SEMIOLÓGICO DEL MENSAJE OCULTO EN LAS CANCIONES DE LA CANTAUTORA SHAKIRA, presentado por el (la) estudiante **Karina Elizabeth Sete Mejía**, Carné No. 199921701, con base en el dictamen favorable del comité de tesis nombrado para el efecto; b) Se autoriza la impresión de dicho trabajo de tesis; c) se nombra a los profesionales: M.Sc. Sergio Morataya, M.A. José María Torres y Lic. Luis Pedroza (suplente), para que con los miembros del Comité de Tesis, M.A. Elpidio Guillén (Presidente), M.A. Amanda Ballina y Licda. Miriam Yucuté, para que integren el Tribunal Examinador y d) Se autoriza a la Dirección de la Escuela para que fije la fecha del examen de graduación.”

Atentamente,

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

Lic. Axel A. Santizo F.
Secretario



AASF/csg

Por una Escuela con luz propia

DEDICATORIA

- A Dios** Por ser mi amigo fiel, ángel guardián y sustentador en todos los momentos de mi vida.
- A mis padres** Cesar Cecilio Sete Gaitán y Lizabeth Mejia de Sete pilares fundamentales en mi vida que me han brindado su apoyo incondicional, por sus enseñanzas y sabios consejos, mil gracias.
- A mi hermana** Evelyn Marleny Sete Mejia, por su apoyo incondicional y su amistad.
- A mi demás familia** Por su cariño especial.
- A mis amigas(os)** Por ocupar un lugar muy especial en mi corazón y compartir momentos inolvidables dentro de las aulas estudiantiles, Elvia Gutiérrez, Claudia Portillo, Mildred Moran, Damaris Sandoval e Ivonne Román. Por seguir cultivando nuestra amistad después de muchos años, Verónica Castro, Ada Estrada y Carlos Guzmán.
- A mis compañeros de trabajo** Por motivarme constantemente, Rocío Pineda, Alma Carrillo, Byron Solares y Edwin Coyote.
- A la familia Monterroso Rabanales** Por su apoyo profesional y amistad, P.E.M. en Lengua y Literatura José Monterroso y Johana Rabanales de Monterroso. A su hija Ada Monterroso Rabanales con aprecio.

AGRADECIMIENTOS ESPECIALES

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Alma mater de la educación superior en nuestro país, por brindarme la oportunidad de pertenecer a esta casa de estudios .

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Por los profesionales egresados que forman parte de ella y que entregaron conocimientos para forjar una profesional de las ciencias de la comunicación.

M.A. ELPIDIO GUILLÉN

Por brindarme su apoyo a través de los múltiples conocimientos transmitidos para elaborar mi tesis, muchas gracias por ser mi asesor.

Para efectos legales
únicamente el autor es
responsable del contenido
de este trabajo.

ÍNDICE

RESUMEN

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO I

1. Marco Conceptual	2
1.1. Título del tema	2
1.2. Antecedentes	2
1.3. Justificación	3
1.4. Planteamiento del problema	4
1.5. Alcances y límites	6
1.6. Objetivos	7

CAPÍTULO II

2. Marco Teórico	8
2.1. Las redes de la comunicación	
2.1.1. Ir o comunicarse	8
2.1.2. La organización del mundo humano por medio de la comunicación	9
2.2. Nuevos enfoques de la comunicación	
2.2.1. Comunicación, cultura y educación	10
2.2.2. Programación autodidáctica	11
2.2.3. El individuo en la sociedad de los media	11
2.2.4. El contenido en los medio de comunicación masivos	12
2.3. Características del mensaje, significado y contenido	
2.3.1. Signo versus texto	13
2.3.2. Lo remitido	14
2.3.3. Referencia y significado	14
2.3.4. Significado léxico y significado textual	15
2.3.5. Significado convencional y significado situacional	15

2.3.6. Significado y sinonimia	16
2.3.7. El significado como contenido	16
2.4. Semiología del mensaje oculto	
2.4.1. Concepto de semiología	17
2.4.2. El contexto	17
2.4.3. La doble moral	18
2.4.4. La manipulación	19
2.4.5. Denotación y Connotación	19
CAPÍTULO III	
3. Marco Metodológico	21
3.1. Método	21
3.2. Técnicas	21
3.3. Instrumentos	22
3.4. Población	24
3.5. Muestra	24
CAPÍTULO IV	
Análisis semiológico del mensaje oculto	25
Canción Octavo Día	26
Canción ¿Dónde están los ladrones?	39
Canción La Tortura	50
Conjunción integradora de las canciones	60
CONCLUSIONES	61
RECOMENDACIONES	63
BIBLIOGRAFÍA	64
ANEXOS	68

RESUMEN

UNIVERSIDAD

San Carlos de Guatemala

UNIDAD ACADÉMICA

Escuela de Ciencias de la Comunicación,

TÍTULO

Análisis semiológico del mensaje oculto en las canciones de la cantautora Shakira.

AUTORA

Karina Elizabeth Sete Mejia

PROBLEMA INVESTIGADO

Mensajes ocultos que subyacen en el contenido de tres canciones de la cantautora Shakira.

OBJETIVO GENERAL

Realizar un análisis semiológico para determinar el mensaje oculto en la letra de las canciones de la cantautora Shakira.

INSTRUMENTOS

Modelo de Análisis Semiológico

Ficha técnica de recursos retóricos

Ficha técnica de denotación y connotación

Fichas bibliográficas

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto de tesis es una propuesta de análisis léxico-semiológico del contenido de las canciones de Shakira, con lo cual se pudo identificar los mensajes ocultos que subyacen dentro de su música.

Se realizó el análisis en tres canciones de la cantautora en mención con la propuesta metodológica que presenta el Licenciado Carlos Augusto Velásquez en sus libros *Comunicación Semiología del Mensaje Oculto* y *Literatura Semiología del Mensaje Lúdico*. Esta propuesta se enriqueció con el componente léxico utilizando herramientas de la retórica, así como, lo denotado y connotado en el mensaje.

El Marco Conceptual contiene antecedentes de la música y el poder que ésta ejerce en el ser humano, la justificación de la investigación, el problema estudiado y los límites de la investigación.

El segundo marco, consta de la fundamentación teórica que sustenta las bases del problema en mención: *Las Redes de Comunicación*, *Nuevos Enfoques de la Comunicación*, *Características del Mensaje (significado-contenido)* y *Semiología del Mensaje Oculto*.

En el Marco Metodológico se presentan los objetivos, técnicas empleadas, fichas técnicas de análisis semiológico, tres canciones de la cantautora que fueron la muestra estudiada.

El último marco, integra el análisis semiológico del mensaje oculto aplicado a las canciones, así como las conclusiones, recomendaciones, la bibliografía y anexos.

En general se pretendió establecer si la cantautora envía mensajes ocultos a través de la letra de sus canciones, si narcotiza de alguna manera a los jóvenes que escuchan su música por medio de mitos y signos o se trata de canciones cuyo mensaje es denuncia política y social.

CAPÍTULO I

1. MARCO CONCEPTUAL

TÍTULO DEL TEMA

Análisis semiológico del mensaje oculto en las canciones de la cantautora Shakira.

ANTECEDENTES

Al escuchar la música el ser humano no siempre es capaz de entender los mensajes que le están enviando inmediatamente por ese medio. Se habla acerca de que las letras de las canciones contienen mensajes ocultos, los cuales para muchos receptores pasan desapercibidos porque consideran que solo son palabras.

Sin embargo, al realizar un análisis del mensaje oculto se puede descifrar que la letra de una canción tiene su propio significado, ya sea porque el autor usó su idiolecto, porque está hipercodificada o porque fue escrita en un contexto del cual el receptor no tiene conocimiento.

“Un estudio realizado en la Universidad de Stanford reveló que aún en sus formas más simples la música es capaz de suscitar diferentes estados de ánimo en quienes la escuchan.

En China, por ejemplo, 2,000 años antes de Cristo, un emperador llamado Chum monitoreaba la salud de su vasto reino a partir de la música que producía. Años después Platón se hizo eco de las palabras del emperador chino al decir: “Cuando las formas de la música cambian, las leyes fundamentales del estado cambian con ella”. Ya en el siglo XX, Lenin, cofundador del comunismo añadió. “Una manera fácil de destruir una sociedad es a través de su música” (2005: El poder de la música)

Los escritores de canciones observan constantemente el género musical que domina el interés de las masas y desarrollan canciones con letras que logren captar la atención de las multitudes.

Oscar Jaramillo Melgar, previo a optar su título de licenciado en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, realizó un estudio *“Aplicación del método semiótico de análisis a los contenidos lingüísticos de cuatro canciones comerciales”*. En el cual se demostró que los contenidos profundos de dichas canciones, transmiten una visión machista del amor y se concibe a la mujer como un objeto de posesión para el hombre.

Sin embargo, no se escribe solo sobre el tema del sexo o amor en las canciones también se escribe sobre costumbres e ideologías que llevan la finalidad de transformar las mentes de una sociedad.

La cantautora Shakira es muy popular y su música escuchada por el público, que no se percató de la letra en las canciones. Las cuales al ser analizadas revelan incredulidad a Dios y la religión, presentando así una cosmovisión muy particular de la vida.

1.3. JUSTIFICACIÓN

El ser humano utiliza la información y la comunicación para transmitir un mensaje. La diferencia entre ambas, es que el proceso de información se cierra cuando el receptor decodifica el mensaje recibido y en un proceso de comunicación el receptor reacciona y responde al mensaje.

Sin embargo, cuando el ser humano se comunica, utiliza una gran variedad de códigos y, aunque se utilice un mismo código entre dos o más personas puede que éstas no se comprendan.

La música es un código que utiliza el ser humano para transmitir mensajes y esta utiliza sus propias reglas. Cada cantautor utiliza su idiolecto, expone su ideología, debido a esto disfrazan las letras de sus canciones con formas poéticas, deseando transmitir a otras personas mensajes a nivel inconsciente para que crean en algo sin que estas se percaten de ello.

La importancia del presente estudio radica en presentar un análisis léxico-semiológico del contenido de las canciones de Shakira con lo cual se podrá identificar los mensajes ocultos que subyacen dentro de su música.

Por ello, es importante, que la sociedad y los futuros comunicadores sociales conozcan que a través de un análisis semiológico del mensaje oculto, se pueden descifrar o decodificar los mensajes reales que existen en la letra de las canciones de la cantautora en mención, quien ha alcanzado altos niveles de popularidad dentro de la juventud.

Debido a que los jóvenes en este siglo no se interesan realmente por la letra de una canción, únicamente se dejan llevar por el ritmo de moda, es allí donde se les puede transmitir mensajes ocultos, que vengán en detrimento de su cultura y por ende, de su personalidad.

1.4 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La música siempre ha poseído un papel importante en el aprendizaje y la cultura, a tal grado que ha influido en costumbres y en la vida en general. En muchas ocasiones, la música forma parte de la tradición de un país o de una región. En la actualidad ha sido empleada masivamente para excitar los sentidos, la movilidad corporal, incitar al consumismo o presentar ideologías.

Las redes de comunicación y la cultura global que se pretende manejar han hecho que los valores del ser humano vayan en su detrimento. En Internet existen millones de canciones que contienen mensajes ocultos. En un reportaje del New York Times decía que utilizaban la *estenografía*, palabra que viene del griego antiguo y que significa “escritura oculta”.

Las canciones van dirigidas a un público masivo y poco informado, generalmente joven y fácil de manipular. Lentamente el pueblo deja de expresarse con sus elementos autóctonos para sumirse pasivamente en el consumo que los medios de difusión ofrecen, uniformando y simplificando los gustos a niveles realmente pobres.

Así pues, es relevante que se estudie la letra de las canciones de la cantautora Shakira, quien ha revolucionado la música con mezclas de ritmos, retórica y signos judeocristianos, debido a que, por sus venas corre sangre de dos culturas libanesa-latina, con lo que ha logrado ser reconocida en el mundo musical, comunicando mensajes de formas diversas lo que la ha llevado a realizar su ***crossover***.

El problema a estudiar son los mensajes ocultos que subyacen en el contenido de tres canciones de la cantautora Shakira.

Shakira maneja su propio idiolecto estético, utiliza diversos recursos léxicos como la metáfora, símil, antonimia, anáfora o repetición, hipérbole, enumeración, entre otros, logrando con ello, que las personas que escuchan su música denoten y connoten un mensaje, aunque la propuesta final sea otra. La palabra juega un lugar fundamental en la vida de Shakira, por que ella misma dice *"Todo lo que pienso lo termino diciendo siempre"*, a lo que el pensador Jean – Lucien Arreat diría: *A menudo, entre nuestros motivos de acción hay uno más poderoso que los demás: es el que no se dice.*

1.5 ALCANCES Y LÍMITES

En este estudio se realizará un análisis del mensaje oculto a tres canciones de la cantautora Shakira.

La primera es Octavo Día, canción que desde el título nos envía un mensaje, debido a que no existe un octavo día y plantea que Dios terminó su creación en el, pertenece a la producción ¿Dónde están los ladrones? producido por un icono de la música latina, Emilio Estefan. "Dónde Están Los Ladrones?", ha ganado 8 discos de Platino en USA, 5 en Argentina, 3 en Colombia y Chile, 4 en Centro América, 2 en México y 1 en España fue nominado al Grammy como Mejor Álbum de Rock Latino y se mantuvo por más de un año entre los 10 primeros del Soundscand en Estados Unidos. El álbum, abrió a Shakira las puertas de los mercados internacionales.

La segunda, pertenece al disco ya mencionado y se llama ¿Dónde están los ladrones? Sencillo que fue utilizado para lanzar la producción al mercado en 1998.

Esta canción es una interrogante que el receptor se debe contestar, ya que generalmente los ladrones son quienes nos roban sin autorización, pero ella plantea que los ladrones son aquellos que nos roban la voluntad a través de la manipulación, y ella misma se plantea como una ladrona cuando dice "Y que pasa si son ellos y que pasa si soy yo, la que toca esta guitarra, la que canta esta canción".

La última canción se titula La tortura que pertenece a la producción Fijación Oral 1, lanzado al mercado en el mes de junio del 2005. Esta contiene una mezcla de ritmo moderno Regeton y posee un contenido sensual a simple vista, aunque analizándolo contiene muchas frases sacadas de la Biblia lo cual nos lleva a buscar el mensaje que desea transmitir.

En este disco sumó a un nuevo colaborador, Gustavo Cerati (fundador de la banda pop argentina Soda Stereo). El legendario Rick Rubin (Beastie Boys, Red Hot Chili Peppers, Slayer) es el productor ejecutivo de los dos álbumes de Shakira.

La colombiana ha superado las 200.000 copias vendidas en España de su último disco por lo que obtuvo doble disco de platino. Shakira ha alcanzado esta cifra en menos de siete semanas, desde el pasado 6 de junio que se editó el álbum. (2005: www.fanmusical.net/shakira/)

1.6 OBJETIVOS

General:

Realizar un análisis semiológico, para determinar el mensaje oculto en la letra de las canciones de la cantautora Shakira.

Específicos:

Determinar los elementos específicos que intervienen en el mensaje oculto (componentes narrativos, descriptivos y oposiciones).

Establecer cuál es la ideología implícita en las canciones de la cantautora (individualista, consumista o neoliberal).

Identificar cuáles son los recursos retóricos utilizados en las tres canciones (anáfora, símil, hipérbole, aliteración, antonimia, metáfora, enumeración) y qué función desempeñan dentro del contexto musical.

Identificar lo denotativo y connotativo en el mensaje de las canciones.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

LAS REDES DE LA COMUNICACIÓN

IR O COMUNICARSE

En épocas de antaño, para que dos personas se comunicaran, si alguno de ellos estaba lejos era necesario ir a donde se encontraba el otro, para entrar en contacto e intercambiar ideas. El individuo en sí, era el medio para transmitir información.

Posteriormente, surge un intermediario, el mensajero, que fue el medio para que dos o más personas estuvieran en comunicación, sin que ninguna de ellas tuviese que movilizarse del lugar donde se encontraban.

Después apareció el mensaje bajo un número restringido de signos el cual produjo su efecto social luego de que la telecomunicación surgiera.

Para Abraham Moles “la telecomunicación reposa esencialmente, sobre un soporte físico, ya sea que se trate de una hoja de papel, de una letra o señal codificada, de la corriente eléctrica de un cable o de oscilaciones electromagnéticas”. (1983:82)

Todo este proceso se debe a que se vive en una sociedad comunicativa, los mensajes se ponen a circular entre los individuos, algunos comunicando mucho y otros poco, a través de los diversos medios de comunicación actuales radio, prensa, televisión, Internet, telefonía móvil.

El factor tiempo es muy importante en la comunicación actual porque debe ser rápida, debido a que vivimos de forma acelerada. Los seres humanos dispersos en ciudades prefieren que sus relaciones interpersonales sean a través de cualquier medio de comunicación, esto hace que se disuelvan sus lazos de amistad y de calor humano.

Por lo que, se presenta un fenómeno, la mass media o sociedad de masas donde los miembros de una población se ignoran los unos a los otros y le dan lugar a los medios masivos de comunicación pasando de emisores a ser únicamente receptores de información.

LA ORGANIZACIÓN DEL MUNDO HUMANO POR MEDIO DE LA COMUNICACIÓN

Es otra forma de clasificar los procesos de comunicación, la base central de esta idea descansa en una división por territorio físico, geográfico y económico, que es el campo social donde los seres humanos se dispersan y se relacionan por la comunicación.

Básicamente el hombre se interesa en saber cuántas personas están hablando por teléfono al día, cuántos están conectados al Internet, cuántos reciben información mediante la televisión, radio, prensa y qué cantidad de horas dedica cada ser humano en la comunicación.

El resultado de la organización es para mantener en constante actualización las redes de comunicación, debido a que entre más aumentan las actividades resultantes de la comunicación de cualquier medio, mejor estructuradas deben de estar las redes para cumplir con la demanda.

Abraham Moles y Elisabeth Rohmer dicen: “Así se construye un nuevo sistema social, el cual sabemos que se va a basar cada vez más en la telecomunicación, en detrimento de la comunicación inmediata”. (1983:96)

La comunicación inmediata (de persona a persona) aunque sea el medio más adecuado para las relaciones interpersonales es menos universal y representa costo de esfuerzo y tiempo, contraria a la telecomunicación que presenta un transporte de fácil acceso y barato para las personas.

2.2. NUEVOS ENFOQUES DE LA COMUNICACIÓN

2.2.1. COMUNICACIÓN, CULTURA Y EDUCACIÓN

La acción de comunicar ha estado presente desde el origen del hombre y ha evolucionado con él, sin embargo, es un proceso cambiante porque se encuentra en constante innovación. Actualmente la cultura y educación de cada individuo está siendo afectada, debido a que se le presenta una cultura y aprendizaje global a través de los medios de comunicación masivos.

Un mismo mensaje se difunde a un gran número de individuos a partir de una fuente única, deseando los mass media modificar el comportamiento y el equiparamiento intelectual del ser humano.

Se da entonces una opulencia comunicacional, que se define como, la posibilidad de un ser para comunicarse con otro, en cualquier lugar, absorbiendo múltiples conocimientos sin que se interponga la barrera de la distancia. Por ejemplo, el uso de Internet permite ponerse en contacto con personas de otros países en cuestión de segundos, conocer sus culturas y acceder a conocimientos de todo el mundo.

La identidad cultural particulariza las características sociales de un individuo o una comunidad dentro de una sociedad determinada. Mientras que, la educación es un proceso que está vinculado con la evolución social y cultural del ser humano.

Cada país cuenta con su propia cultura, enriquecida a través de las generaciones.

El problema se focaliza en la educación, al pretenderse influenciar al ser humano a través de los diversos medios de comunicación para que éste acepte una mezcla de culturas (sub-culturas) sin importarles su origen y entorno sociocultural.

2.2.2. PROGRAMACIÓN AUTODIDÁCTICA

Para Abraham Moles “la programación autodidáctica es el aprendizaje o la adquisición de reflejos, de conocimientos o de valores, que no está atada, en principio, a un punto definido del espacio o del tiempo”. (1983:152)

Los procesos autodidácticos se producen en cualquier momento y lugar de la vida del ser humano, este debe ser bombardeado de información y programado de tal forma que tenga reencuentro con los mensajes.

La programación, se lograra por medio de la repetición de estímulos, para que el receptor almacene en su memoria de manera voluntaria o forzada cualquier mensaje que se desee.

2.2.3. EL INDIVIDUO EN LA SOCIEDAD DE LOS MEDIA

Aunque el ser humano se crea libre, generalmente se encuentra siguiendo caminos trazados por otras personas. *Abraham Moles dice que” un individuo puede, en principio, proceder a partir de un muestrario en el que la dimensión es proporcional a su capacidad de absorción y de dirección de elementos de información”. (1983:158)*

Los **mass media** buscan la uniformidad del comportamiento humano y le dan al individuo patrones a seguir. El primer patrón es propuesto y se da a través de la educación, el segundo patrón, la oportunidad de decidir con base a los conocimientos adquiridos y el tercer patrón, es impuesto a través de la difusión de los estímulos y mensajes.

La nueva sociedad impuso el código interfases de comunicación, definido como el contacto entre el ser y el mundo.

Algunas características de las interfases de comunicación son: a) deben ser atractivas, b) unidireccionales y, c) debe monopolizar la atención, logrando que el individuo deje su movilidad para que pase a ser únicamente receptor.

En resumen, el individuo deja de ser individuo cuando no puede decidir por el mismo y es integrado a una **mass media**.

2.2.4. EL CONTENIDO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVOS

A partir de los años sesenta del siglo XX, el Mercado adoptó como lema publicitario y de mercadeo lo "**cool**" para apelar al juvenilismo rebelde que derivaba de los procesos revolucionarios, anticolonialistas y de derechos civiles en el mundo, a fin de vender productos tan variados como refrescos gaseosos, ropa interior, libros, películas y otros bienes simbólicos o culturales.

El Mercado reduce a la capacidad de escoger entre un producto y otro, se remite y reduce al acto de consumir, haciendo de la supuesta opción algo del todo ilusorio, como ocurre en el caso de la "escogencia libre" entre dos productos que son básicamente lo mismo (Pepsi y Coca Cola).

Rebeldía, desacuerdo, ética y libertad son, pues, actualmente, posibilidades conductuales cercadas por los valores del Mercado, los cuales giran en torno al objetivo único del lucro. De hecho, la retórica mercadológica de ofrecer cada vez más y mejores servicios para satisfacer supuestas necesidades ingentes de la humanidad sólo se justifican concretamente en razón del objetivo estratégico de alcanzar cada vez mayores márgenes de ganancia para las minorías productoras de mercancías.

En virtud de lo anterior, la idea de la prosperidad humana basada en el consumismo parte de la constante creación de falsas necesidades en el consumidor, que lo hacen trabajar con el único objetivo de comprar.

La cultura y la ética del consumismo, que es parte de la cultura y la ética del lucro, al abrazar los valores del Mercado como sustitutos de valores humanos como el de la solidaridad y la justicia sociales,

trastoca (corrompe) la percepción de lo conveniente y lo inconveniente, sobre todo para la colectividad, hundiendo al consumidor en un ilusorio individualismo competitivamente agresivo que justifica toda suerte de corrupciones en los más variados ámbitos del quehacer humano.

La ética del Mercado, en términos consumistas, plantean la ideología del fundamentalismo mercadológico corporativo, más conocida como *neoliberalismo*, una genuina ética de la corrupción que permea la conciencia de los consumidores por la vía del mercadeo, la publicidad y el consumo compulsivo, fundando así una cultura corrupta tanto más generalizada cuanto mayor es la influencia y el poder de los valores del Mercado y las "sugerencias" de la publicidad sobre la asfixiada capacidad crítica y analítica de la humanidad. (2005: www.lainsignia.org/2005/enero/econ_008.htm)

2.3. CARACTERÍSTICAS DEL MENSAJE, SIGNIFICADO Y CONTENIDO

2.3.1 SIGNO VERSUS TEXTO

Los significantes cuentan con expresión y contenido, existen antes de que se desarrolle un texto, en virtud de los cuales, una cadena de significantes produce textos que pueden generar diferentes lecturas o interpretaciones.

Un texto puede definirse como una vía de comunicación en constante cambio, por lo que, renueva y a veces destruye los sistemas de significación ya existentes.

Por ejemplo, si en Guatemala una persona X, escribiera la frase "Mi amigo Pedro es como el azadón" se entendería la frase en el contexto porque conocemos su significado, sabemos de antemano que el azadón es una herramienta para trabajar la tierra hacia adentro y que el hecho de compararla con un ser humano significa que este quiere todo para él. Desde el punto de vista retórico esto es una metáfora simple.

2.3.2. LO REMITIDO

Para Humberto Eco “lo remitido puede ser un individuo, un concepto, un estado de cosas, una creencia”. (1998:76)

Lo remitido, son los significados que un emisor utiliza para producir un mensaje o expresión destinado a un receptor usando un mismo código. Pero aun usando el mismo código, el receptor debe decidir sobre las múltiples opciones de remitidos o significados para comprender el mensaje.

Si un emisor utiliza el idioma español y escribe la siguiente frase para un receptor: Los hombres son de Marte y las mujeres de Venus, este debe decidir si el mensaje:

- se refiere a que tanto hombres como mujeres son extraterrestres (ficción)
- se refiere a que existe incompreensión de ambas partes (sentimientos)
- se refiere que hay una lucha de géneros (realidad)

2.3.3. REFERENCIA Y SIGNIFICADO

La referencia se refiere a un individuo y a las propiedades del mismo en un mundo posible. Es una de las formas en que pueden utilizarse las expresiones.

Si decimos: a Carazamba no le gustaba la Hija del Adelantado, el receptor tendrá la interrogante de a qué personaje se refiere la Hija del Adelantado, basado en su conocimiento, en el mundo posible de Virgilio Rodríguez Macal no existe ningún individuo con tal nombre.

En este caso el referente de la expresión es Carazamba, que existe en un mundo posible y la hija del adelantado es una expresión sin referencia dentro de ese mundo, pero no por eso carece de significado. La Hija del Adelantado puede referirse a un individuo en un mundo posible distinto al de Carazamba.

El significado en cambio, nos permitirá entender un remitido en al menos un mundo posible independientemente de que exista o no. Como la idea de los dos personajes anteriores (Carazamba y la Hija del Adelantado) en una misma historia.

Por lo mismo, el significado de una expresión, es todo aquello posible de interpretar.

2.3.4. SIGNIFICADO LÉXICO Y SIGNIFICADO TEXTUAL

El significado léxico, se modifica rápidamente por adquisición o abandono de términos mientras que el significado textual es aplicado a palabras u otro género de expresión, exacto.

El significado léxico se comprende al usar el mismo idioma o lengua para descifrarlo. Sin embargo, la persona o destinatario que lea el texto debe decidir con base en su contexto (sea este cultural, situacional, físico o semántico) la interpretación que le dará.

Si en Guatemala leemos la siguiente expresión “Los quetzales ya no existen solo las palomas” sabríamos por el contexto cultural, que nos estamos refiriendo a la moneda del país, en el contexto retórico la frase anterior es una sinécdoque.

En cambio, si la anterior expresión se lee textualmente podría decir que se está hablando de aves y su extinción.

2.3.5 SIGNIFICADO CONVENCIONAL Y SIGNIFICADO SITUACIONAL

El significado convencional se refiere a lo que una expresión dice establecida socialmente, en virtud de precedentes o de costumbres.

El significado situacional es lo que alguien quiere decir cuando utiliza esa expresión.

Con esto podemos decir, que el emisor produce un mensaje para un receptor, en un idioma que ambos conocen, en un determinado contexto.

Pero puede suceder, que el receptor interprete el mensaje de forma distinta a lo que el emisor le quiso decir, dependiendo de la situación, o que el emisor haya querido enviar realmente un mensaje contrario.

2.3.6. SIGNIFICADO Y SINONÍMIA

Las formas más comunes para interpretar el significado de un término son: 1. el término equivalente en otra lengua, 2. El sinónimo, 3. La definición y 4. La convención.

La sinonímia es lo que comúnmente conocemos como sinónimo o el equivalente que usamos para expresarnos.

Por ejemplo si decimos **dog**, chucho, canino o mejor amigo del hombre nos referimos al animal llamado perro.

2.3.7. EL SIGNIFICADO COMO CONTENIDO

Para analizar un sistema de signos es necesario comprender dos elementos que le integran, el plano de la expresión y el plano del contenido.

La forma de estos dos planos son productos de la organización de un continuum indiferenciado (universo aún no semiotizado).

Cuando se habla de la forma de la expresión se refiere a lo que se percibe a través de los sentidos, la percepción que tenemos de los sonidos, colores, relaciones especiales, etc., en cambio cuando se habla de la forma del contenido se refiere al conocimiento que el ser humano ha adquirido a través de la experiencia para dar significado a un todo.

2.4. SEMIOLOGÍA DEL MENSAJE OCULTO

2.4.1. CONCEPTO DE SEMIOLOGÍA

Ferdinand de Saussure citado por Carlos Interiano dice que “la semiología es el estudio de la vida de los signos en el seno de la vida social”. (2003:100)

La semiología nace con la necesidad de explicar los signos no lingüísticos en la realidad social.

Esta nueva ciencia ha despertado el interés en muchos investigadores. Debido a que en la sociedad, deben analizar o estudiar los mensajes no lingüísticos que son enviados constantemente a través de los diferentes medios o canales de comunicación.

Guiraud, citado por Carlos Interiano “propone dos conceptos para quienes deseen elaborar mensajes destinados a producir efecto, la semiología de la Comunicación para que produzcan mensajes racionales y la semiología de la significación para producir mensajes de consumo estético”. (2003:149)

En este caso, interesa la semiología de la significación, porque se va a tratar de establecer los mensajes ocultos que se envían a través de la música.

Las herramientas de la semiología de la significación son códigos imprevisibles, altamente innovadores y con diversos contextos.

2.4.2. EL CONTEXTO

Para Ana María Pedroni “el contexto es el marco de referencia con respecto al cual los signos adquieren un significado determinado”. (2004:179). Es el entorno que rodea un proceso de comunicación y le da coherencia. Existen tres tipos de contexto, sígnico, comunicacional y cultural.

El contexto sígnico trata de los signos que respaldan un mensaje y determinan su valor.

El contexto comunicacional establece el contacto de los mensajes con el emisor, receptor y el proceso de comunicación.

El contexto cultural reúne todas las situaciones históricas, sociales y culturales que condicionan los procesos de comunicación, esto incluye la cosmovisión, situaciones económicas, políticas sociales e ideológicas que acompañan los mensajes.

Si escuchamos la siguiente frase “tengo una paloma en la mano”, dependiendo del contexto, de todo lo que involucra el mensaje, sabré si se está hablando a cerca de una moneda o un ave.

2.4.3. LA DOBLE MORAL

Para hablar de la doble moral primero debemos saber qué es la moral, por ello, se incluye el concepto de *Mario Roberto Morales que dice “la moral es una doctrina que se dedica a examinar los comportamientos humanos desde la perspectiva del Bien y del Mal”*.(2002:7)

La moral ha estado presente desde los orígenes del hombre, pues los seres humanos establecieron normas de comportamiento dentro del grupo a fin de lograr una convivencia que les permitiese sobrevivir.

Entonces se expone que, la doble moral parte de la cosificación del ser humano, esto quiere decir que las personas pasan de ser individuos a objetos y que solo comunican lo que la sociedad les permite comunicar bajo los parámetros de lo bueno y lo malo.

Desde niños la sociedad impone o marca qué se puede decir en público, aunque no restringe qué en un círculo cerrado. En confianza el ser humano puede decir lo que le plazca.

Un Licenciado por ejemplo habla correctamente frente a un público desconocido, sin embargo, si está con amigos o familiares puede hablar con palabras soeces o vulgarismos. Esto sucede porque la sociedad nos indica que usar palabras soeces es de mala educación, por ello el individuo debe reservárselas.

Por lo tanto, la sociedad ha provocado que sus miembros tengan una doble moral y los ha empujado a buscar medios para comunicar lo que desean, sin correr el riesgo de ser rechazados socialmente. Actualmente, las canciones son un claro ejemplo de mensajes enviados de forma indirecta, las cuales usan signos nuevos o metafóricos.

2.4.4. LA MANIPULACIÓN

Cuando se habla de la manipulación del lenguaje, se refiere a que éste es convertido en un instrumento ideológico para dirigir la mentalidad de las personas.

Carlos Augusto Velásquez dice que “manipular significa ejercer dominio sobre las personas o pueblos, quienes han sido reducidos a meros objetos, a medios para lograr un fin determinado”. (2001:71)

Para que la manipulación tenga su efecto, el terreno debe estar preparado previamente a través de la cosificación masiva que es la actuación de seres entre sí sin comunicarse ni organizarse.

La manipulación del lenguaje la utilizan los grupos de poder, para imponer determinados valores e ideologías, usando varios mecanismos, a través de los medios masivos de comunicación. Por ello, el público no se percata de los mensajes que le envían y tampoco tiene el interés en reflexionar sobre ellos.

2.4.5. DENOTACIÓN Y CONNOTACIÓN

La denotación dice Carlos Interiano “consiste en el significado más inmediato, textual de un signo o de un enunciado”. (2003:121). La denotación se define como el significado que el diccionario nos da sobre determinado signo y que no se presta a mayores interpretaciones.

La Connotación consiste en la información que no se dice textualmente, pero que se puede extraer de lo que se dice.

Es la interpretación que da el receptor a un mensaje recibido, aplicando códigos de significado y de relación tanto individual como socialmente, basado en su experiencia y el contexto que le rodea.

Ejemplo: Las pericas de mis tías hablan mucho.

La denotación del mensaje sería que las aves (pericas) que pertenecen a mis tías hablan demasiado. Pero, dependiendo de la situación en que se encuentre el receptor podría interpretar que se está comparando a mis tías con las pericas quienes tienen la cualidad de hablar mucho.

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. MÉTODO

El método utilizado para realizar el análisis semiológico del mensaje oculto al contenido de tres canciones de Shakira, es la propuesta metodológica que presenta el Licenciado Carlos Augusto Velásquez. Se trata de una adaptación didáctica de varios modelos de análisis elaborados por los grandes teóricos de la semiología: Greimas, Eco, Todorov, que hace el Licenciado en mención en sus libros *Comunicación Semiología del Mensaje Oculto* y *Literatura Semiología del Mensaje Lúdico*, el cual contiene los siguientes componentes de análisis: Componente Narrativo, Componente Descriptivo, Las oposiciones y La posición ideológica.

A este método se le agregará el componente léxico aprovechando las herramientas de la retórica, lo denotado y connotado en el mensaje.

3.2. TÉCNICA

La técnica a utilizar es el análisis de contenido utilizando los siguientes componentes:

- a) Componente Léxico: que consistirá en identificar cuáles son los recursos retóricos utilizados en la letra de las canciones y su significado.

- b) Denotación y Connotación: Es decir, el significado primario de los signos y sus múltiples interpretaciones.

- c) **Componente Narrativo:** servirá para analizar una historia real o potencial contenida en cualquier mensaje e identificar la sucesión de estados y cambios que se realiza o sugiere en el mensaje que analizamos.

- d) **Componente Descriptivo:** Ayudará a la búsqueda de todas las definiciones y descripciones que un texto realiza de sus personajes, espacios y tiempos. Para conocer desde que perspectiva está definiendo el texto a sus actores.

- e) **Las Oposiciones:** Consistirá en encontrar los conceptos que se oponen en todo el contenido de las canciones.

- f) **La Posición Ideológica:** Es el producto de todo lo descrito anteriormente para saber cual es el mensaje final, es decir, el componente ideológico que la cantautora trasmite en sus canciones.

3.3. INSTRUMENTOS

FICHA TÉCNICA DE RECURSOS RETÓRICOS

MENSAJE	RECURSOS RETÓRICOS	SIGNIFICADO

FICHA TÉCNICA DENOTACIÓN Y CONNOTACIÓN

MENSAJE	DENOTACIÓN	CONNOTACIÓN

FICHA TÉCNICA COMPONENTE NARRATIVO

FASE	ANÁLISIS
INFLUJO	
CAPACIDAD	
REALIZACIÓN	
VALORACIÓN	

FICHA TÉCNICA COMPONENTE DESCRIPTIVO

PESONAJES	CARACTERÍSTICAS
ESPACIO	CARACTERÍSTICAS
TIEMPO	CARACTERÍSTICAS

FICHA TÉCNICA DE LAS OPOSICIONES

OPOSICIONES	SIGNIFICADO

3.4. POBLACIÓN

Canciones de la cantautora colombiana, Shakira.

3.5. MUESTRA

El estudio se realizó en tres canciones de la cantautora las cuales han sido un éxito según las ventas de sus discos y premios otorgados.

Su último disco Fijación Oral 1 ha vendido 200.000 copias en menos de siete semanas del cual se tomó el sencillo LA TORTURA. Y de la producción ¿Dónde están los ladrones? se analizó OCTAVO DÍA Y ¿DÓNDE ESTÁN LOS LADRONES? disco que permaneciera por mas de un año en los primeros 10 del Soundscand en Estados Unidos. (2005: www.fanmusical.net/shakira/)

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS SEMIOLÓGICO DEL MENSAJE OCULTO

La semiología es una disciplina que tiene como objeto de estudio todos los procesos de significación que hacen posible la comunicación.

En este caso se aplicó algunos elementos de la semiología en la letra de las canciones de la cantautora colombiana Shakira; a través de un método de análisis semiológico para establecer los mensajes ocultos que subyacen en ellas.

Este método descrito con anterioridad, se enriqueció con los recursos retóricos que son utilizados frecuentemente por la artista, la denotación y connotación de los versos que componen las canciones.

A continuación se presentan las letras de las canciones con su respectivo análisis de la siguiente forma: recursos retóricos, denotación y connotación, componente narrativo, componente descriptivo, oposiciones y posición ideológica.

La primera canción es Octavo Día que pertenece al disco titulado ¿Dónde están los ladrones?, la segunda canción analizada es ¿Dónde están los ladrones? que pertenece a la producción discográfica antes mencionada y por ultimo se presenta la canción La Tortura que sirvió como lanzamiento para el disco Fijación Oral volumen 1 en español.

CANCIÓN OCTAVO DÍA

1. El octavo día Dios después de tanto trabajar
2. para liberar tensiones luego ya de revisar
3. dijo todo está muy bien es hora de descansar
4. y se fue a dar un paseo por el espacio sideral

5. quién se iba a imaginar que el mismo Dios al regresar
6. iba a encontrarlo todo en un desorden infernal
7. y que se iba a convertir en un desempleado más
8. de la tasa que anualmente está creciendo sin parar

9. desde ese entonces hay quienes lo han visto
10. solo en las calles transitar
11. anda esperando paciente por alguien
12. con quién al menos tranquilo
13. pueda conversar

14. mientras tanto este mundo gira y gira
15. sin poderlo detener
16. y aquí abajo unos cuantos nos manejan
17. como fichas de ajedrez
18. no soy la clase de idiota
19. que se deja convencer
20. pero digo la verdad
21. y hasta un ciego lo puede ver

22. si a falta de ocupación
23. o de excesiva soledad
24. Dios no resistiera más
25. y se marchara a otro lugar
26. sería nuestra perdición
27. no habría otro remedio más
28. que adorar a Michael Jackson
29. a Bill Clinton o a Tarzán

30. es más difícil ser rey sin corona
31. que una persona más normal
32. pobre de Dios que no sale en revistas
33. que no es modelo ni artista o de familia real

RECURSOS RETÓRICOS

1. METÁFORA

“El octavo día Dios después de tanto trabajar
para liberar tensiones luego ya de revisar
dijo todo está muy bien es hora de descansar”
(versos 1-3)

En la anterior estrofa se utilizó la metáfora. Esto se debe a que en los evangelios Dios creó al mundo en seis días y el séptimo descansó, pero, la existencia de un octavo día puede ser posible en un mundo paralelo por la inventiva o imaginación de la cantautora.

“Quién se iba a imaginar que el mismo Dios al regresar
iba a encontrarlo todo en un desorden infernal”
(versos 5-6)

El simbólico octavo día que Shakira propone como real, hace mención de un acontecimiento en el que el pueblo cristiano espera la venida de Dios a la tierra, situación aún no manifestada, pero en ese mundo imaginario este acontecimiento ya sucedió y Dios encontró un caos total en la humanidad.

“Dios no resistiera más
y se marchara a otro lugar
sería nuestra perdición
no habría otro remedio más
que adorar a Michael Jackson
a Bill Clinton o a Tarzán”
(versos 24-29)

La cantautora hace evidente lo lúdico entre realidad y ficción, orientando a toda la sociedad hacia la búsqueda de un nuevo ídolo o ser supremo. Esto se perfila al mencionar a Michael Jackson, Bill Clinton y a Tarzán hombre-mono, personaje, que pertenece a la fantasía.

Estos tres personajes conocidos a nivel mundial, serán objeto de adoración, gracias a que son producto de la comercialización de los medios masivos de comunicación.

2. SÍMIL

“Y aquí abajo unos cuantos nos manejan
como fichas de ajedrez
no soy la clase de idiota
que se deja convencer”
(versos 16-19)

Cuando se lee “aquí abajo”, se percibe que es en el planeta tierra en donde “unos cuantos” son los que tiene el poder de manipular y dominar a la humanidad. Éstos realizan movimientos a través de los medios de comunicación para convertirlos en consumidores masivos.

Por ello, Shakira compara a los seres humanos con las fichas de ajedrez, que constituyen objetos sin voluntad propia y concluye expresando que ella no pertenece a la clase de idiotas que se dejan convencer.

3. EL SÍMBOLO

- Octavo Día

El título de la canción, *Octavo Día*, es un símbolo destacable, ya que este día es real dentro de cualquier calendario, no obstante, la autora confronta al público ante un día inexistente, dentro del proceso de creación del mundo basándose en los dogmas religiosos.

Desde el momento en que inicia la canción, lleva un mensaje implícito que no es posible observarse superficialmente.

- Dios

La idea que la cantautora posee de Dios es abstracta. Presentándolo como una persona terrenal, quien se encuentra desempleada a causa de la humanidad. Como los medios masivos no venden su imagen, éste se encuentra sin credibilidad, pasa desapercibido porque no pertenece al círculo de estrellas de cine, radio, televisión o internet.

- Mundo

Representa el símbolo de una sociedad deteriorada, degradada, sin valores, que gira sin poderse detener. Presenta a la humanidad como seres idiotas, no pensantes, quienes han sido arrastrados a un consumismo extremo volviéndose adeptos a una determinada marca, personaje o ideología.

4. LA PERSONIFICACIÓN

“Quién se iba a imaginar que el mismo Dios al regresar
iba a encontrarlo todo en un desorden infernal
y que se iba a convertir en un desempleado más
de la tasa que anualmente está creciendo sin parar”
(versos 5-8)

La figura de Dios es abstracta, no es visible, para algunos es real para otros inexistente. En estos versos se atribuye la cualidad humana del desempleo, situación que pertenece estrictamente a los seres humanos, la deidad no tiene necesidad de trabajar.

5. LA HIPÉRBOLE

“Pero digo la verdad
y hasta un ciego lo puede ver”
(versos 20-21)

Se sabe que un ciego no puede ver, consecuentemente, la cantante hace esta relación, dejando entre líneas que las personas están cegadas por los múltiples mensajes que perciben diariamente a través de los diversos medios de comunicación. No poseen un adecuado razonamiento para comprender la verdad, aunque la tengan frente a ellos.

6. LA IRONÍA

“Pobre de Dios que no sale en revistas
que no es modelo ni artista o de familia real”

(versos 32-33)

Shakira en esta frase, da un calificativo lastimoso a Dios, porque en algún momento histórico tuvo su preeminencia, esta fue desplazada por diversos personajes reales o de ficción. A quienes las personas les siguen, adoran y son fieles, debido a las creencias que les son cimentadas.

DENOTACIÓN Y CONNOTACIÓN

MENSAJE	DENOTACIÓN	CONNOTACIÓN
Octavo Día	Día número ocho, perteneciente a un sistema de división del tiempo (semanas, meses).	Día inexistente, basado en los dogmas religiosos del proceso de la creación de Dios.
Dios Desempleado	En la mayor parte de las religiones, Ser Supremo, Creador del mundo.	Personaje sin fama, a quien la humanidad ha dejado de seguir y de creer.
Desorden Infernal	Confusión. Malas costumbres.	Sociedad deteriorada.
Fichas de Ajedrez	Conjunto de piezas que sirven para este juego.	Seres humanos, sin voluntad, movidos por los intereses de las grandes industrias comerciales.
La clase de idiota	Persona incapaz de aprender o de escasa inteligencia.	Personas faltas de inteligencia por la manipulación que ejercen sobre ellas.

COMPONENTE NARRATIVO

1. INFLUJO

En esta canción, “unos cuantos” se refiere a grandes empresarios, políticos, estrellas de cine, radio, televisión e internet, que manipulan a la humanidad para que olviden sus valores, sus credos, sus costumbres y adopten una cultura global, logrando con ello que inhiban su conciencia, pierdan la razón y actúen por instinto.

2. CAPACIDAD

- Querer hacer
“Unos cuantos” logran que la humanidad cambie sus propias convicciones por la influencia que ejercen, haciéndoles creer que deben pertenecer a determinado grupo y para lograrlo hacen uso del valor: “pérdida de conciencia”.
- Deber hacer
En la canción, *Octavo Día*, el deber hacer está sugerido por los parámetros que imponen “unos cuantos” y que las personas deben seguir, para integrarse a la sociedad consumista, de lo contrario pasarían a ser marginados.
- Saber hacer
“Unos cuantos” saben qué mensajes ocultos deben enviar a la población en general, para convertirlos en parte del sistema global de consumidores.
- Poder hacer
El círculo cerrado al cual pertenecen “unos cuantos” tiene la capacidad económica para manejar los medios de comunicación masivos y enviar la información prevista para alcanzar sus objetivos empresariales.

3. REALIZACIÓN

Esta se suscitaba cuando la humanidad conservaba sus propios valores y creencias, estaban unidos a la figura de un único Ser Supremo, Dios, el cual fue cambiado y desplazado por el influjo de creencias e ideologías que fabrican “unos cuantos” a nivel masivo, como lo representan los personajes famosos, sean estos reales o producto de la invención.

S2: “Unos Cuantos” (políticos, famosos, empresarios) (sujeto agente)

→ : La manipulación (la acción realizada por el sujeto agente)

S: La humanidad (sujeto de estado)

O: Dios (objeto de valor)

V: Relación de desunión

A: Relación de unión

S2 → [(S A O) --- (S V O)]

4. VALORACIÓN

La pérdida de conciencia en el ser humano ha tenido como consecuencias el deterioro de la sociedad, seres sin valores éticos, morales, sin costumbres, credos y cultura propia, que se han dejado influenciar fácilmente por los personajes “famosos”, a los cuales convierten en dioses siguiéndolos por instinto y no por la razón.

COMPONENTE DESCRIPTIVO

1. PERSONAJES

PERSONAJES

- Humanidad

- Dios

- Unos Cuantos
 - Empresarios
 - Políticos (Bill Clinton)
 - Artistas (Michael Jackson)
 - Personajes de ficción (Tarzán)

CARACTERÍSTICAS

- Desorden Infernal.
- Tasa de desempleo desmedido.
- Idiotas.
- Ciegos.
- Pérdida de Conciencia.

- Desempleado.
- Solo.
- Rey no reconocido.
- Credo olvidado por la humanidad

- Poderosos.
- Manipuladores.
- Modelos a seguir.
- Populares.

2. LOS ESPACIOS

ESPACIO

- Espacio Sideral

- Mundo

CARACTERÍSTICAS

- Lugar de estrellas
- Lugar lejano

- Lugar de caos
- Fácil de manipular

3. LOS TIEMPOS

TIEMPO

- Y se fue
- Al regresar
- Desde ese entonces
- Mientras tanto

CARACTERÍSTICAS

- Pasado remoto, cuando la humanidad tenía en mente a Dios.
- Presente, tiempo de caos y pérdida de conciencia.
- Pasado.
- Presente, pérdida total de conciencia y cosificación de Dios.

LAS OPOSICIONES

En el influjo las oposiciones son

Conciencia Propia vs. Pérdida de Conciencia

El ser humano ha sido dotado de conciencia y raciocinio, a pesar de ello, la sociedad se ha dejado envolver por una cultura de masas, la cual homogeniza a todas las personas para que se conviertan en seres sin

conciencia, logrando así, que sean de fácil dominio en relación a valores, dogmas, ideas, sentimientos, pensamientos, etc.

En los personajes las oposiciones encontradas son

Humanidad vrs. Unos Cuantos

La humanidad es el conglomerado que habita la tierra, cuya voluntad está siendo manejada por “unos cuantos”, que en este caso son políticos, artistas, héroes de ficción, quienes tienen en sus manos el poder de transformar vidas e implantar ideas.

En los espacios la oposición fundamental es

Espacio Sideral vrs. Mundo

El espacio sideral es el lugar lejano, arriba, al cual tienen acceso sólo “unos cuantos” los famosos, personajes importantes que tienen el poder para lograr que el resto del mundo obre según sus deseos.

El mundo es el lugar, abajo, donde están todos los habitantes a quienes se les puede anular la conciencia.

La oposición principal en el tiempo es

Pasado vrs. Presente

En el pasado la humanidad poseía conciencia y estaba unida a la figura de Dios, pero éste perdió su vigencia al encontrarse con la globalización de dioses.

En el presente los humanos siguen a los personajes fabricados por la cultura de masas porque los pueden ver, oír o tocar, no importándoles así los mensajes que estos les implanten en sus conciencias.

LA POSICIÓN IDEOLÓGICA

En la canción, *Octavo Día*, Shakira propone que en el pasado la humanidad poseía conciencia propia.

En el presente, las personas han perdido la conciencia debido a que un sector minoritario busca estandarizar la mente de los consumidores, enviando mensajes a través de políticos, artistas, personajes existentes o fantasiosos, para cambiar sus valores, credos, ideas y sentimientos.

La posición ideológica de Shakira es la pérdida total de la conciencia en la humanidad, de la cual ella también es parte responsable, pertenece a ese sector minoritario de “unos cuantos” que manipulan a las personas que los siguen, pero salva su responsabilidad al denunciarlo en esta canción, la cual proyecta un mensaje para que lo entienda quien así lo desee y lo deja plasmado en los versos 18-21 que dicen:

**“No soy la clase de idiota
que se deja convencer
pero digo la verdad
y hasta un ciego lo puede ver”**

CANCIÓN ¿DÓNDE ESTÁN LOS LADRONES?

1. Los han visto por ahí
2. los han visto en los tejados
3. dando vueltas en París
4. condenando en los juzgados

5. con la nariz empolvada
6. de corbata o de blue jeans
7. los han visto en las portadas todas
8. sin más nada que decir

9. dónde están los ladrones
10. dónde está el asesino
11. quizá allá revolcándose
12. en el patio del vecino
13. y qué pasa si son ellos
14. y qué pasa si soy yo
15. el que toca esta guitarra
16. o la que canta esta canción

17. los han visto de rodillas
18. sentados o de cuclillas
19. parados dando lecciones
20. en todas las posiciones
21. predicando en las iglesias
22. hasta ofreciendo conciertos
23. los han visto en los cócteles todos
24. repartiendo ministerios

RECURSOS RETÓRICOS

1. METÁFORA

“Los han visto en los tejados
dando vueltas en París
condenando en los juzgados
con la nariz empolvada”
(versos 2-5)

¿Dónde están los ladrones? es la interrogante que Shakira plantea en esta canción, en la que utiliza la figura retórica conocida como metáfora para decir de forma sutil que los ladrones son cualquier persona y están en todo lugar.

En los tejados se encuentran los ladrones de bajo nivel socioeconómico, condenando en los juzgados al gremio profesional de las ciencias jurídicas más conocidos como abogados, los que pasean en París y andan con la nariz empolvada pertenecen a la clase social alta. Todos ellos son ladrones de objetos materiales.

“Los han visto de rodillas
sentados o de cuclillas
parados dando lecciones
en todas las posiciones
predicando en la iglesias”
(versos 17-21)

Los ladrones que la cantautora menciona en estos versos son ladrones de conciencias. Son los hombres engañando a los fieles de alguna religión, los maestros que implantan ideologías al igual que los predicadores. Ellos tienen el poder de cambiar costumbres, creencias, hábitos, etc., de una sociedad debido a la influencia que ejercen sobre las personas

2. EL SÍMBOLO

- Ladrones

Alude a toda persona que hurta por la fuerza alguna posesión material o los que despojan de su conciencia al ser humano haciendo uso de la manipulación.

3. LA ANÁFORA

“Los han visto por ahí
los han visto en los tejados”
(versos 1-2)

“dónde están los ladrones
dónde está el asesino
(versos 9-10)

“Y qué pasa si son ellos
y qué pasa si soy yo”
(versos 13-14)

Estas frases se repiten para hacer énfasis en la respuesta a la pregunta de la cantautora ¿Dónde están los ladrones? indica que se encuentran por ahí, en todo lugar, pueden ser conocidos o no, incluso ella se propone como ladrona.

4. EL HIPÉRBATON

“Los han visto en las portadas todas”

(verso 7)

“Los han visto en los cócteles todos”

(verso 23)

En estos versos la autora usa el juego de palabras para darle relevancia a la frase “todo”. Ella, por ejemplo, pudo escribir “Los han visto en todas las portadas” “Los han visto en todos los cócteles”, sin embargo, no causarían el mismo efecto, “todo”, es el mundo entero material o espiritual.

DENOTACIÓN Y CONNOTACIÓN

MENSAJE	DENOTACIÓN	CONNOTACIÓN
Los ladrones	Ladrón Que hurta o roba.	Toda persona que despoja a otras de algo material o espiritual.
Condenando en los juzgados	Abogado Persona licenciada en Derecho e inscrita en un colegio profesional.	Ladrones con licencia

Con la nariz empolvada	Elite Minoría que ejerce su poder o influencia incluso fuera de su entorno, debido a razones económicas, de fuerza, de linaje o reconocimiento social.	Ladrones con dinero
Los han visto en las portadas todas	Famoso Persona que llama la atención.	Ladrones de voluntad
El asesino	Asesino Que mata con premeditación o por precio.	Persona que aniquila la conciencia.
Parados dando lecciones	Maestro Hombre o mujer que instruye o enseña.	Persona que anula el pensamiento.

COMPONENTE NARRATIVO

1. INFLUJO

En la canción, *¿Dónde están los ladrones?*, el influjo se manifiesta a través de los ladrones, los cuales despojan al ser humano de posesiones materiales o de su razón utilizando el recurso de la manipulación.

2. CAPACIDAD

- Querer hacer

Los ladrones, son quienes tienen el poder y la capacidad de manipular al ser humano y despojarlo de su razón.

- Deber hacer

El sector minoritario, ladrones, debe dominar las masas para convertirlos en consumidores instintivos.

- Saber hacer

En este caso, los ladrones saben qué argumentos deben utilizar para despojar a los seres humanos de su raciocinio.

- Poder hacer

Se relaciona con los recursos materiales o físicos que utilizan los ladrones para lograr los propósitos de manipular a la sociedad. Esto lo hacen a través de personas importantes, famosas, religiosos, maestros, etc., quienes pueden cambiar ideas e imponer otras.

3. REALIZACIÓN

Los ladrones despojan a los seres humanos de su razón, haciendo uso del engaño, la mentira, la manipulación, etc. Por ello, las personas que estaban unidas a la razón terminan desunidas a ella.

S2: Ladrones (sujeto agente)

→ : Despojo de la razón (la acción realizada por el sujeto agente)

S: Los seres humanos (sujeto de estado)

O: Razón (objeto de valor)

V: Relación de desunión

A: Relación de unión

S2 → [(S A O) --- (S V O)]

4. VALORACIÓN

Los seres humanos que estaban unidos a la razón, dejan de estarlo porque los ladrones los despojan de ella. Esto trae como consecuencia que las personas se conviertan en títeres de una clase minoritaria que controla la sociedad para fines lucrativos, implantando ideologías en los cerebros de los consumidores, cuyo resultado se refleja en el consumismo masivo.

COMPONENTE DESCRIPTIVO

1. PERSONAJES

PERSONAJES

Ladrones

CARACTERÍSTICAS

- Profesionales - Abogados
- De élite
- Famosos
- Religiosos
- Maestros

No ladrones

- Se dejan manipular
- No distinguen a los ladrones
- Actúan bajo influencia

2. LOS ESPACIOS

ESPACIO

Sociedad Elite y Religiosa

CARACTERÍSTICAS

- Viajan a París
- Visten de corbata
- Aparecen en las portadas
- Predican en las iglesias
- Reparten ministerios

Mundo

- Lugar en el que puede manipular al conglomerado de habitantes que no pertenecen al círculo de dominación.

3. LOS TIEMPOS

TIEMPO

Dónde están los ladrones

Y qué pasa sin son ellos

Y qué pasa si soy yo

CARACTERÍSTICAS

Pasado cercano, indica que en algún momento el hombre estaba unido a la razón y esta le fue robada, por ello se preguntan ¿dónde están?

Presente, los ladrones han despojado del uso de la razón al ser humano.

LAS OPOSICIONES

En el influjo se da la oposición:

Razón vrs. Manipulación

La razón esta presente en los seres humanos pero cambia su estado de unión a desunión por la manipulación que ejercen un grupo minoritario, los ladrones de la sociedad, sobre el resto de personas.

En los personajes la principal oposición es:

Ladrones vrs. No ladrones

Los ladrones, utilizan diversos medios para robar la razón e instaurar ideas en los no ladrones, los cuales no tiene acceso a ese sector privilegiado que controla los mercados globales y a los consumidores.

En los espacios la oposición es:

Sociedad, Élite y Religiosa vrs. Mundo

En la sociedad élite y religiosa los ladrones de razón actúan en contra de los habitantes del mundo que no poseen fama, glamour, dinero e influencias, para manejarlos a su conveniencia y convertirlos en compradores masivos de diversas ideologías.

En los tiempos la oposición relevante es:

Pasado cercano vrs. Presente

En el pasado cercano los ladrones hurtaron la razón del hombre, por lo que, en el presente se realiza la pregunta ¿dónde están? y la respuesta a esta interrogante es, en todas partes, en donde las personas usen la manipulación para lograr sus objetivos mercadológicos.

LA POSICIÓN IDEOLÓGICA

¿Dónde están los ladrones? pregunta la cantautora Shakira en su canción, pero no dice ladrones de que.

En el análisis semiológico realizado a la canción se determina que hace referencia a ladrones de la razón humana, los cuales utilizan diversas ideologías culturales o religiosas para lograr sus objetivos en un mercado global, que busca obtener todos los adeptos que pueda convirtiéndolos en seguidores de una marca, un personaje o una religión.

La respuesta que Shakira da a la interrogante, es que los ladrones están por ahí, en todas partes, pero que las personas no los ven como tales porque su raciocinio esta bloqueado por los mensajes ocultos que reciben.

Ella misma se plantea como parte de los ladrones, pues pertenece al círculo de famosos que envuelven a las personas con sus mensajes.

**“Y qué pasa si son ellos
y qué pasa si soy yo
el que toca esta guitarra
o la que canta esta canción”
(versos 13-16)**

CANCIÓN LA TORTURA

1. No pido que todos los días sean de sol
2. No pido que todos los viernes sean de fiesta
3. Tampoco te pido que vuelvas rogando perdón
4. Si lloras con los ojos secos
5. Y hablando de ella

6. Ay amor me duele tanto
7. Me duele tanto
8. Que te fueras sin decir a donde
9. Ay amor, fue una tortura perderte

10. Yo se que no he sido un santo
11. Pero lo puedo arreglar amor

12. No solo de pan vive el hombre
13. Y no de excusas vivo yo.

14. Solo de errores se aprende
15. Y hoy se que es tuyo mi corazón

16. Mejor te guardas todo eso
17. A otro perro con ese hueso
18. Y nos decimos adiós

19. No puedo pedir que el invierno perdone a un rosal
20. No puedo pedir a los olmos que entreguen peras
21. No puedo pedirle lo eterno a un simple mortal
22. Y andar arrojando a los cerdos miles de perlas

23. Ay amor me duele tanto
24. Me duele tanto
25. Que no creas más en mis promesas
26. Ay amor es una tortura perderte

27. No te bajes, no te bajes
28. Oye negrita mira, no te rajes
29. De lunes a viernes tienes mi amor
30. Déjame el sábado a mí que es mejor
31. Oye mi negra no me castigues más
32. Porque allá afuera sin ti no tengo paz
33. Yo solo soy un hombre muy arrepentido
34. Soy como el ave que vuelve a su nido

35. Ay ay ay
36. Ay, todo lo que he hecho por ti
37. Fue una tortura perderte
38. Me duele tanto que sea así
39. Sigue llorando perdón
40. Yo... yo no voy
41. A llorar hoy por ti

RECURSOS RETÓRICOS

1. METÁFORA

“Yo se que no he sido un santo
pero lo puedo arreglar amor.”

“No solo de pan vive el hombre
Y no de excusas vivo yo.”
(versos 10-13)

En los primeros versos, la cantautora escribe la declaración de un hombre que admite no haber actuado de forma correcta, adjudicando el ser santo a una persona que posee virtudes especiales y buenos ejemplos.

Los dos versos finales constituyen las respuestas que hace la mujer al hombre, como referencia a las excusas que éste asienta sobre su error. Ella utiliza una frase textual de la Biblia, localizada en los evangelios de San Mateo 4:4 y San Lucas 4:4 “No solo de pan vivirá el hombre” representando un ejemplo de la tentación que padeció Jesús y que pudo vencer estando en condición de ser humano y no de santo, por ello le dice al hombre que no presente evasivas.

2. SÍMIL

“Yo solo soy un hombre muy arrepentido
soy como el ave que vuelve a su nido.”

(versos 33-34)

Los anteriores versos presentan la comparación del hombre como ave. Las aves por lo general salen de sus nidos para buscar alimento y regresan, pero existen las aves de paso que en ciertas ocasiones del año se mudan de una región a otra. Es así como se compara al hombre que deja su hogar para buscar alguna aventura, pero después vuelve a casa arrepentido.

3. EL SÍMBOLO

- Simple Mortal

El símbolo predominante dentro de la canción, *La Tortura*, es la reducción del hombre a una especie mínima que no se le puede pedir imposibles, debido a que el hombre es infiel por naturaleza. La carnalidad es parte de su ser, por ello expresa Shakira: “No puedo pedirle lo eterno a un simple mortal”.

- Cerdo

Corresponde al de un animal sucio, que no posee raciocinio. La autora lo relaciona con el hombre, al expresar que éste no valora a la mujer, y cita textualmente otra frase de la Biblia que se encuentra en San Mateo 7:6: “ni echéis vuestras perlas delante de los cerdos”.

4. LA ONOMATOPEYA

“Ay ay ay “

(verso 35)

La interjección “ay” se repite varias veces en la canción. Significa un lamento, un dolor que siente, un reclamo que dice: “de nada sirvió todo lo que hice por ti, me lastimaste y te perdí”.

5. LA ANÁFORA

“No puedo pedir que el invierno perdone a un rosal

No puedo pedir a los olmos que entreguen peras

No puedo pedirle lo eterno a un simple mortal”.

(versos 19-21)

En estos versos resalta la importancia de “no poder pedir”, no se puede requerir lo que por naturaleza no sucede, un rosal se queda sin flores en invierno, los olmos producen únicamente flores blancorrojizas, consecuentemente no se le puede pedir santidad y fidelidad a un hombre, porque son características que le pertenecen a lo eterno, interpretado como el Ser Supremo.

DENOTACIÓN Y CONNOTACIÓN

MENSAJE	DENOTACIÓN	CONNOTACIÓN
Llorar con los ojos secos	Llorar Derramar lágrimas	Fingir un dolor que no se siente.
Yo se que no he sido un santo	Santo Persona de especial virtud y ejemplo	Persona que no actúa de buena forma.
No solo de pan vive el hombre y no de excusas vivo yo	Pan Fig. Todo lo que en general sirve para el sustento diario.	El hombre puede vivir sin tentación, pues no es un elemento vital para que exista.
A otro perro con ese hueso	Perro Mamífero doméstico e inteligente	Ve a engañar a otra con mentiras, no te creo.
No puedo pedirle lo eterno a un simple mortal	Eterno Lo que no tiene principio ni fin, lo cual sólo es aplicable al Ser Divino.	No se puede pedir la perfección al ser humano no existe.

COMPONENTE NARRATIVO

1. INFLUJO

En esta canción el influjo es determinado por la infidelidad del hombre hacia la mujer.

En el inicio de la canción, la mujer no está pidiéndole al hombre que sea perfecto, sin embargo, cambia su actitud después de que éste pierde el valor de la fidelidad.

2. CAPACIDAD

- **Querer hacer**

Manifestado en la infidelidad cometida por el hombre, influye directamente en los sentimientos de la mujer, que la eleva a cambiar su postura de aceptar la imperfección del hombre, a la de no perdonar un error.

- **Deber hacer**

Está sugerido a través de los condicionamientos sociales del nuevo milenio, que le indican a la mujer, no perdonar una infidelidad al hombre, aunque lo ame, pues si lo hace el resto de mujeres la percibirá como una persona que no se respeta así misma.

- **Saber hacer**

La mujer sabe como realizar la acción de no perdonar, anulando sus sentimientos aunque le sea difícil.

- **Poder hacer**

La mujer tiene la capacidad física para alejar al hombre de su vida, pues es dueña de su persona y capacidad intelectual para no dejarse manipular por las mentiras que éste le expresa.

3. REALIZACIÓN

En la canción, *La Tortura*, la realización se ejecuta cuando la mujer decide no perdonar al hombre por la infidelidad cometida, éste no era perfecto, pero estaba unido al valor: fidelidad.

S2: Mujer (sujeto agente)

→ : No perdonar la infidelidad (la acción realizada por el sujeto agente)

S: Hombre (sujeto de estado)

O: Valor Fidelidad (objeto de valor)

V: Relación de desunión

A: Relación de unión

S2 → [(S A O) --- (S V O)]

4. VALORACIÓN

La pérdida del valor fidelidad en el hombre, ocasiona que su palabra no posea veracidad y el resultado incidirá en que la mujer decida no perdonarlo, recuperando su lugar en la sociedad.

COMPONENTE DESCRIPTIVO

1. PERSONAJES

PERSONAJES

Mujer

CARACTERÍSTICAS

- Acepta la imperfección del hombre.
- Siente Dolor
- Se considera valiosa (perla)
- No perdona la traición

Hombre

- No es santo
- Ser imperfecto
- Simple Mortal
- Cerdo

2. LOS ESPACIOS

ESPACIO

Eterno

CARACTERÍSTICAS

- Perfección
- Santidad
- Fidelidad

Mortal

- Imperfección
- Mortalidad
- Infidelidad

3. LOS TIEMPOS

TIEMPO

Que te fueras

Fue una tortura perderte

Y hoy se que es tuyo mi corazón

El ave que vuelve a su nido

Yo no voy a llorar hoy por ti

CARACTERÍSTICAS

Pasado, en el cual el hombre se ausentó del hogar.

Pasado, tiempo en que la mujer sintió dolor por el abandono del hombre.

Presente, hombre que después de aventurar asegura saber lo que quiere.

Presente, hombre arrepentido pide otra oportunidad.

Presente, mujer afirma que desea no perdonar la infidelidad.

LAS OPOSICIONES

En el influjo la principal oposición es:

Fidelidad vrs. **Infidelidad**

El hombre, al inicio de la canción está unido al valor fidelidad, sin embargo, justifica la pérdida de este valor por no ser perfecto, refiriendo que el hombre comete errores y de ellos escarmienta.

En los personajes la oposición importante es:

Mujer vrs. Hombre

Para la mujer es relevante en el contexto de la canción, el valor fidelidad, ya que puede aceptar las imperfecciones del hombre más no que le mienta y sea infiel.

En contra posición está el hombre, que acepta que es imperfecto por naturaleza y que tiene derecho a una segunda oportunidad.

En los espacios la oposición relevante es:

Eterno vrs. Mortal

Lo eterno se relaciona con la perfección, un ser inmortal que no pertenece a la tierra porque en ella habitan los mortales, seres imperfectos. La fidelidad pertenece a lo eterno.

En el tiempo la oposición fundamental es:

Presente vrs. Pasado

En el presente la mujer se considera valiosa, no permite que el hombre la manipule y la pisotee, en el pasado ella sufrió su abandono, considerando este dolor como una tortura y él dejó escapar la oportunidad de obrar correctamente.

LA POSICIÓN IDEOLÓGICA

En la canción *La Tortura*, Shakira, propone al hombre como un ser individualista que se preocupa solamente por sus placeres. Atribuye el valor fidelidad a lo eterno, interpretado como un Ser Superior que no está ligado a los deleites de este mundo.

CONJUNCIÓN INTEGRADORA DE LAS CANCIONES

Las canciones analizadas *Octavo Día*, *¿Dónde están los ladrones?* y *La Tortura*, conservan una gama de recursos retóricos que enriquecen la letra de las mismas, logrando transmitir mensajes subyacentes de forma sutil a sus seguidores.

Lo denotativo en la letra de las canciones se valora en el léxico coloquial utilizado, el propósito es cautivar a los jóvenes. El proceso connotativo realizado establece que un sector determinado busca fundar ideologías en la juventud para obtener un beneficio comercial.

Los elementos más relevantes en las tres canciones son: la manipulación que ejerce un ser humano sobre otro y el tiempo, en donde surge la disyuntiva Pasado vrs. Presente. Un antes del hombre que posee razón, conciencia, valores y un después consistente en la manipulación, que concluye con un ser humano autómatas.

CONCLUSIONES

1. Finalizado el análisis semiológico aplicado en las letras de las canciones *Octavo Día*, *¿Dónde están los ladrones?* y *La Tortura*, se determina que subyacen una serie de mensajes ocultos, siendo los más relevantes: La humanidad ha perdido su capacidad de conciencia y razón, por la enajenación que ejerce un ídolo sobre ellos, degradándose al extremo de no ser leal a un ser supremo o a una identificación comercial en particular.
2. Establecidos los mensajes velados más significativos de las canciones, se determina que los elementos específicos principales en el componente narrativo, descriptivo y oposiciones de las tres canciones son: el dominio de un ser humano sobre otro y la temporalidad que representa un antes y un después de la cultura global.
3. En el análisis semiológico realizado, se identifica que la ideología implícita en las canciones de la cantautora se proyecta al consumismo en el contexto de las canciones, debido a que la gente la ha adoptado como un ídolo, perteneciendo ella a un sector élite que implementa creencias y valores comerciales a nivel masivo, con la finalidad de transformar al ser humano en autómatas.
4. A través del estudio efectuado en las letras de las canciones, se concluye que existe una gama de recursos retóricos utilizados, identificando que los de mayor relevancia son: la metáfora, el símil y el símbolo. Estos recursos cumplen la función de nutrir estéticamente a las mismas y transferir los mensajes de forma perspicaz en la juventud.

5. Mediante la aplicación del proceso denotativo, se identifica la utilización de un léxico coloquial, con la finalidad de abarcar una mayor comprensión en el más alto número de jóvenes para implantar los mensajes deseados. A través del proceso connotativo se interpreto la intención que llevan los mensajes velados en las letras de las canciones.

RECOMENDACIONES

1. En el proceso enseñanza aprendizaje de la juventud guatemalteca deberá orientársele a escuchar objetivamente las canciones en boga. Esta situación contribuirá a evitar el automatismo irracional y permitirá el surgimiento de generaciones más conscientes y sanas mentalmente.
2. Para que la educación del guatemalteco, desde el nivel básico hasta el superior, sea más objetiva y apegada a nuestra realidad sociocultural, deberá aplicar propuestas como las de el Licenciado Carlos Velásquez (análisis semiológico del mensaje oculto basado en los modelos de análisis de Greimas, Eco y Todorov). Con la finalidad de que los alumnos alcancen un mejor discernimiento en los mensajes ocultos que se proyectan en las canciones.
3. Desde la enseñanza elemental deberá fomentarse el arte de la lectura, y así prever, la degradación cultural de conciencia y razón que se manifiesta en las canciones de Shakira.

BIBLIOGRAFÍA

LIBROS

Eco, Humberto. Semiótica y Filosofía del Lenguaje, Editorial Lumen, Barcelona, España, 1998.

Moles, Abraham y Elisabeth Rohmer. Teoría Estructural de la Comunicación y Sociedad, Editorial Trillas, México, 1983.

Pedroni, Ana Maria. Semiología un acercamiento didáctico, Editorial Universitaria, Guatemala, 2004.

Moragas Spa, Miguel de. Semiótica y comunicación de masas, Ediciones Península, Barcelona, España, 1976.

Morales, Mario Roberto. La libertad y el deber, Editorial Consucultura, Guatemala, 2002.

Velásquez, Carlos Augusto. Comunicación Semiología del Mensaje Oculto, Editorial Eidos tercera edición, Guatemala, 2001.

Velásquez, Carlos Augusto. Literatura Semiología del Mensaje Lúdico, Editorial Eidos cuarta edición, Guatemala, 2001.

Velásquez, Carlos Augusto. Semiótica Teoría de la Mentira, Ediciones de la Posguerra segunda edición, Guatemala, 1999.

TESIS

Jaramillo Melgar, Oscar Felipe. Aplicación del método semiótico de análisis a los contenidos lingüísticos de cuatro canciones comerciales. Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación, Guatemala, 2000.

González Culajay, Donald Bonatti. Texto didáctico Curso Introdutorio de semiología general orientado a estudiantes de comunicación. Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación, Guatemala, 1999.

ENCICLOPEDIAS

Diccionario Enciclopédico Encarta 2004. Microsoft Corporation. Derechos Reservados.

Diccionario Enciclopédico Océano Uno color. Editorial Océano, Barcelona, España, 2002.

Enciclopedia Didáctica de Gramática. Grupo Editorial Océano, España, 1999.

DIRECCIONES EN INTERNET

Biografía de la cantautora

www.shakira.com

(Consulta realizada el 19 de julio de 2005)

Biografía de la cantautora

www.shakiramania.org/s-musica.html

(Consulta realizada el 14 de febrero de 2008)

Confederación Cief - ¿Mensajes Ocultos en la Música?

www.cief.blogcindario.com/2005/09/0026.html

(Consulta realizada 09 de septiembre de 2005)

Discografía de Shakira

www.fanmusical.net/shakira/

(Consulta realizada 09 de noviembre de 2005)

El Poder de la Música. www.home.coqui.net/proconci/EIPoder.html

(Consulta realizada 19 de julio 2005)

Impacto de la Música sobre los adolescentes – Monografías.com

www.monografias.com/trabajos13/adole/adole.shtml

(Consulta realizada 09 de septiembre 2005)

Inteligencia artificial, música y Logse. Por Daniel Mateos

www.filomusica.com/filo11/ginast.html

(Consulta realizada 22 de agosto 2005)

Neoliberalismo

www.lainsignia.org/2005/enero/econ_008.html

(Consulta realizada 09 de noviembre 2005)

Noticias: Millones de fotografías y canciones distribuidas por Internet

www.delitosinformaticos.com/noticias/100448448176524.shtml

(Consulta realizada 22 de agosto 2005)

RED científica – La música: un factor de evolución social y humana.

www.redcientifica.com/doc/doc200209150301.html

(Consulta realizada 19 de agosto de 2005)

Semiótica de la Cultura

www.arthist.lu.se/kultsem/semiotics/kult_sem_spb.html

(Consulta realizada 19 de agosto 2005)

ANEXOS 1

GLOSARIO

Anáfora:

Varias frases u oraciones que comienzan con la misma palabra.

Anfibilogías:

Se refiere a construcciones o expresión de pensamientos en orden confuso que dan lugar a diversas interpretaciones o bien provoca equivocaciones de entendimiento.

Connotación:

Significado no expreso sino que inferido.

Denotación:

Significado que generalmente se halla en el diccionario. Primer significado.

Dialéctica:

En filosofía, método que investiga la naturaleza de la verdad mediante el análisis crítico de conceptos e hipótesis. Uno de los primeros ejemplos de método dialéctico lo ofrecen los *Diálogos* del filósofo griego Platón, en los que el autor acomete el estudio de la verdad a través de la discusión en forma de preguntas y respuestas.

Estructuralismo:

Es un movimiento lingüístico que aparece a principios del siglo XX. Una de las características más importantes de este movimiento es que considera a la lengua como objeto de estudio en sí misma, es decir, que trata de encontrar leyes propias de cada lengua y no leyes universales para todas las lenguas.

El estructuralismo da constancia de unos fenómenos lingüísticos a los que atribuye un grado de frecuencia; para ello recoge textos orales y escritos de carácter muy diverso con el fin de analizarlos y describir el léxico (o conjunto de palabras y locuciones de una lengua) y las estructuras más comunes en el uso oral del lenguaje.

Hipérbaton:

Es una figura de construcción consistente en invertir el orden lógico en que deben colocarse las palabras.

Hipérbole:

Exageración. "No lave un volcán de ropa a mano... use lavadores XX".

Homonimia:

Los homónimos son palabras que, pese a escribirse exactamente igual, tienen significados muy distintos. Ejemplo, la palabra vino proviene del latín vinum (bebida), la forma verbal vino proviene de la forma latina venire, por tanto, la palabra vino es homónima.

Ideología:

Amplio sistema de conceptos y creencias, muchas veces de naturaleza política, que defiende un grupo o un individuo. El término fue acuñado por el filósofo Antoine Destutt de Tracy, uno de los llamados ideólogos que intentó reformar la sociedad posrevolucionaria mediante una "ciencia de las ideas" pragmática.

Isotopía semiológica:

Reunión de núcleos sémicos. La isotopía semiológica amplía o describe el tópicos. Si deseo referirme al tema del mar, por ejemplo, puedo escoger los siguientes núcleos sémicos: embarcación, olas, agua, playa, timonel, mástil, etc.

Metáfora:

Tradicionalmente se explica como un cambio basado en la semejanza de significados. Consiste en denominar un objeto o una clase de objetos con un término que designa a otro en razón de algún rasgo común conceptual o emotivo entre ambos. Ejemplo, la pata de la mesa, el brazo del sillón, el ojo de la aguja tienen una semejanza con el significado originario: pata de un animal, brazo de una persona, etc.

Neoliberalismo:

El Neoliberalismo incluye al arte como una mercancía y propone el funcionamiento flexible del mercado eliminando todos los obstáculos que se levantan a la libre competencia. Apenas es necesario decir que el neoliberalismo ha hecho suya la teoría del libre cambio en todas sus versiones y se ha apoyado en unas u otras para justificar su concepción del mundo como un gran mercado donde todos compiten en condiciones de igualdad entre cada país según sus posibilidades.

Onomatopeya:

Imitación del sonido de una cosa en el vocablo que se forma para significarla.

Personificación:

Es atribuir a las cosas inanimadas, incorpóreas o abstractas cualidades que pertenecen al ser humano.

Retórica:

Tradicionalmente, arte de persuadir por medio de la palabra actualmente por medio de cualquier discurso. Arte de producir una creencia.

Símbolo:

Figura con que se representa un concepto, por alguna semejanza que el entendimiento percibe entre ambos.

Símil:

Comparación explícita, usando “tan... como”. “Tan suave como el terciopelo...”

Sinécdote:

Se da sinécdote cuando se utiliza la parte por el todo y viceversa: cabezas de ganado, un pueblo de dos mil almas, concedió la mano de su hija. O bien se utiliza el singular por el plural: es español es orgulloso (los españoles) ; o el género por la especie y viceversa: los mortales (los Hombres).

Tópico:

Lugar común compartido por la población que sirve para explicar los acontecimientos: la buena suerte, la riqueza, el destino, sentencias como “pobre pero honrado”, “humilde pero generoso” etc.

ANEXOS 2

BIOGRAFÍA DE SHAKIRA

Su nombre completo es Shakira Isabel Mebarak Ripoll. Esta gran artista nace en Barranquilla (Colombia), el 2 de Febrero de 1977 en el seno de una familia de clase media. Sus padres son el libanés William Mebarak y la colombiana Nidia Ripoll.

Shakira en árabe significa “mujer llena de gracia”. Y la verdad es que ha demostrado con creces que su nombre en ella no podía ser más acertado. Porque es una mujer llena de talento y de virtudes.

El significado de Shakira en hindú es “Diosa de la Luz”.

Desde pequeña quería ser una gran artista, pues con la edad de 5 años ya participaba en espectáculos de canto y de danzas árabes. Pronto empezó a escribir canciones. Sus padres pensaban que escribía cuentos, quién iba a imaginar que empezaría a componer. Pero con 8 añitos les presentó lo que fue su primera canción compuesta por ella. Se llamaba “Tus gafas oscuras”.

Con 10 años se presenta al concurso de televisión “buscando una artista infantil” y lo gana. También gana las dos siguientes ediciones del programa.

Una curiosidad de sus inicios: cuando tenía 10 años se presentó para el coro del colegio y le rechazaron. Según los miembros del coro, su voz era demasiado fuerte.

Su carrera discográfica empieza con tan sólo 13 años. A esa edad firma un contrato discográfico con Sony y edita su primer álbum, “Magia”, compuesto por canciones propias, de su infancia. El disco no consigue vender ni 1.000 copias. El segundo álbum que saca, “Peligro”, tampoco fue éxito de ventas. Decide aparcarse un poco la música y acabar el colegio.

Pero estos primeros discos le sirven al menos para promocionarse en su país, que la decide hacer su representante para el festival de la OTI. Por desgracia para ella no puede presentarse, pues no llega a la edad mínima requerida para participar.

El tercer disco de Shakira empieza a apuntar hasta dónde esta chica con talento sería capaz de llegar. "Pies Descalzos" vende más de 4 millones de copias en todo el mundo y la convierte una estrella en Latinoamérica. Quizás la canción más representativa de ese disco sea "Estoy aquí", pues fue su primer éxito, aunque tampoco debemos olvidar grandes temas como "Pies descalzos" ó "¿Dónde estás corazón?"

Shakira es una de las artistas más premiadas de la historia de la música y sólo lleva unos años en el estrellato mundial. Pero es que su éxito es fulgurante. Estos son algunos de los premios que ha ganado hasta ahora.

1997

Mejor álbum, ("Pies Descalzos") **Premios Billboard latinos**

Mejor video ("Estoy Aquí") **Premios Billboard latinos**

Mejor artista revelación **Premios Billboard latinos**

1999

Mejor Artista Femenina Pop **Premios Billboard latinos**

2000

Mejor interpretación Rock Vocal Femenino ("Octavo Día") **Premios Grammy Latino**

Mejor interpretación Pop Vocal Femenino **Premios Grammy Latino**

Mejor interpretación Pop Vocal Femenino ("Ojos Así") **Premios Grammy Latino**

Premio de la gente - Video latino favorito ("Ojos Así") **Premios MTV**

2001

Mejor Álbum Pop Latino ("MTV Unplugged") **Premios Grammy**

Mejor Álbum Latino ("MTV Unplugged") **Premios Billboard latinos**

Mejor Álbum Latino ("MTV Unplugged") **Premios Billboard latinos**

2002

Mejor video ("Suerte") **Premios Grammy Latino**

Mejor video ("Suerte") **Premios Grammy Latino**

Premio de la gente - Video latino favorito ("Suerte") **Premios MTV**

Artista del año **MTV Latinos**

Video del año ("Suerte") **MTV Latinos**

Mejor artista femenina Pop **MTV Latinos**

Mejor cantante femenina **MTV Latinos**

Mejor artista sudamericana **MTV Latinos**

2003

Mejor canción internacional ("Whenever, Wherever") **Premios NRJ de la música**

Mejor Álbum Internacional ("Laundry Service") **Premios NRJ de la música**

Mejor cantante femenina internacional **Premios NRJ de la música**

2005

Canción latina del año ("La Tortura") **Premios Billboard de la música**

Artista latino del año **Premios Billboard de la música**

Álbum latino del año ("Fijación Oral vol. 1") **Premios Billboard de la música**

Mejor artista femenina **Premios MTV Europeos**

Artista del año **MTV Latinos**

Mejor Artista Pop **MTV Latinos**

Mejor Artista Femenina **MTV Latinos**

Mejor Artista de Centroamérica **MTV Latinos**

Video del año ("La Tortura") **MTV Latinos**

2006

Mejor Álbum Rock Latino ("Fijación Oral Vol. 1") **Premios Grammy Latino**

Canción del Año por ("La Tortura") **Premios Grammy Latino**

Mejor Álbum Pop Femenino por ("Fijación Oral. Vol.1") **Premios Grammy Latino**

Grabación del Año por ("La Tortura") **Premios Grammy Latino**

Álbum del Año por ("Fijación Oral. Vol.1") **Premios Grammy Latino**

Canción del año en español (" La Tortura") **Premios Billboard latinos**

Canción latina del año (dueto) ("La Tortura") **Premios Billboard latinos**

Álbum latino del año femenino ("Fijación Oral 1") **Premios Billboard latinos**

Mejor Coreografía - ("Hips Don't Lie") **Premios MTV**

Canción Del Año - ("Hips Don't Lie") **MTV Latinos**

Mejor canción internacional ("La Tortura") **Premios NRJ de la música**