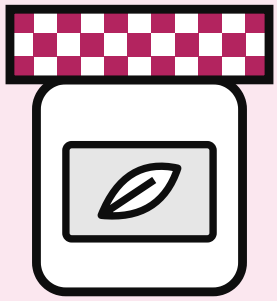
Concepto

Denotación y connotación

La denotación es lo que un signo muestra o nombra de forma literal; la connotación, los significados añadidos que sugiere según la cultura de quien lo mira.



En inglés
Dénotation et connotation

Origen
Hjelmslev (1943); aplicada a la imagen por Barthes (1957, 1964)

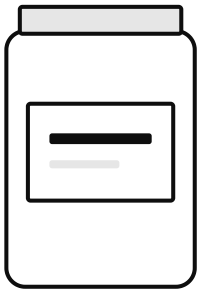
Qué problema aborda

Explica por qué una imagen, un envase o una marca comunican más de lo que muestran. El diseño trabaja con esos segundos significados al elegir colores, fotos, letras y materiales.

Un ejemplo

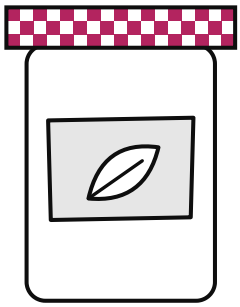
Un ejemplo ilustrativo: dos frascos de la misma salsa de tomate.

Etiqueta neutra



Frasco liso, etiqueta blanca y el nombre del producto. **Dice: salsa de tomate.**

Etiqueta con connotación



El mismo frasco, con tapa de tela a cuadros, etiqueta de papel y una hoja dibujada. **Sugiere: casera, tradicional.**

Lo denotado es igual en los dos; lo connotado cambia. Barthes analizó así un anuncio de pasta: las verduras y sus colores sugerían frescura e «italianidad» (Barthes, 1964).

Por qué pasa

1 

Primero lees lo literal, un frasco con salsa;

2 

después lo unes a lo que tu cultura asocia con esas formas y colores;

3 

esa segunda lectura cambia según quién mira.

Aplicaciones en diseño

Úsalo así

Antes de elegir colores, fotos o materiales, escribe qué quieres que sugieran, no solo qué deben mostrar.

Evita

Usar connotaciones que reducen un país o un grupo a un estereotipo.

Para no caer

Pregunta a tu público qué le sugiere el diseño, sin decirle antes qué querías transmitir.

0,88

Lo que dice la investigación

Parecido medio entre las asociaciones de colores y emociones de cada país y el patrón global (1 sería idéntico), en 4598 personas de 30 países (Jonauskaite y otros, 2020).

●●● **Evidencia sólida.** Mucho es compartido, como el rojo con el amor y la ira, pero hay diferencias: en China el blanco se asoció también con la tristeza.

Conexiones

Se usa en

- Dirección de arte
- Diseño de packaging
- Identidad de marca

Relacionado con

- Relación entre texto e imagen
- Semántica del producto
- Significante y significado

Autores y obras

1943	**Louis Hjelmslev**	Propuso en su teoría del lenguaje la distinción entre denotación y connotación.
1957	**Roland Barthes**	En Mitologías describió el mito como un segundo sistema de signos montado sobre uno anterior.
1964	**Roland Barthes**	En «Retórica de la imagen» separó, en un anuncio de pasta, lo que la foto muestra de lo que sugiere.

Fuentes

Fuentes originales

- Hjelmslev, L. (1943). Omkring sprogteoriens grundlæggelse. Ejnar Munksgaard.
- Barthes, R. (1957). Mythologies. Éditions du Seuil.
- Barthes, R. (1964). Rhétorique de l'image. Communications, 4, 40–51. Ver fuente (https://doi.org/10.3406/comm.1964.1027)
- Jonauskaite, D., Abu-Akel, A., Dael, N., Oberfeld, D., Abdel-Khalek, A. M., Al-Rasheed, A. S., … Mohr, C. (2020). Universal patterns in color-emotion associations are further shaped by linguistic and geographic proximity. Psychological Science, 31(10), 1245–1260. Ver fuente (https://doi.org/10.1177/0956797620948810)

Fuentes secundarias

- Perusset, A. (2022). Posterity of Saussure's sign in the study of cultural meanings: A dialogue between Barthes and Hjelmslev. Sign Systems Studies, 50(1), 38–53. Ver fuente (https://doi.org/10.12697/SSS.2022.50.1.03)

Última revisión: 27 de octubre de 2026

Atlas público de diseño, de Adriana Ojeda. Texto e ilustraciones bajo licencia CC BY 4.0.