

Roland Barthes, "El mito, hoy"

1

Nuestra vida está atravesada por mitos. Toda cultura tiene los suyos; los ajenos o de otro tiempo son más fáciles de identificar. La mitología griega, por ejemplo, nos ha legado muchos que ya no funcionan para nuestra sociedad actual como mitos en el sentido barthesiano. Con grandes diferencias de los mitos originarios, los antiguos relatos griegos perduran en nuestra cultura; algunos de los más populares son los de Narciso o los de Edipo. Los mitos de los griegos en su origen funcionaban para explicar ciertas cosas del mundo, del universo, de la relación con otras personas que no era posible explicar de otra forma. Incluso algunos funcionaban como garantes de cierto "orden" para vivir en sociedad. El relato de Narciso, en apariencia, fue creado por el temor al individualismo que rondaba en la cultura grecolatina. El de Edipo, para evitar el incesto o desalentar las monarquías. Muchos siglos, después estos dos mitos fueron tomados por Freud para explicar algunas conductas de las personas y para describir la neurosis.

Es común de la cultura occidental haber tenido, o tener en algún momento, contacto con estas tradiciones orales tan arraigadas. Estos mitos en la actualidad los convertimos en metáforas, en fábulas para entretener, en analogías para analizarnos, entre tantos otros usos.

Pero hay otros mitos propios de la cultura contemporánea, sobre estos discurre Barthes en *Mitologías*, mitos que están tan enraizados o, al decir de nuestro autor, **naturalizados** en la cultura que ni siquiera los identificamos como tales, simplemente los reproducimos.

Vayamos a esta concepción que nos plantea Barthes: el mito no tiene que ver con un objeto, un concepto o una idea: es una **forma**, un modo de significación¹. En ese sentido, todo lo que pueda dar lugar a un discurso puede ser un mito. Barthes señala que el mito es un habla, ya que no se define por su objeto, sino por la forma en la que profiere el mensaje. Desde esta perspectiva, el mito es un sistema de comunicación, un sistema de signos; por lo tanto, como veremos, esta forma tiene condiciones históricas y sociales. Implica agregarle a cada objeto del mundo un **uso social**. Esto quiere decir que cualquier materia o cualquier soporte: oral, por ejemplo un decir; escrito, por ejemplo un artículo en un diario; o visual, por ejemplo una publicidad puede adquirir características míticas.

Como el mito implica un uso social, se deduce que no puede haber mitos eternos, no son naturales sino que son siempre históricos. Esta es una característica fundamental del mito

¹ Recordemos la definición de Saussure en el capítulo 4 de la "Segunda parte" del *Curso de lingüística general*: "La lengua es una forma, no una sustancia".

tal como lo plantea Barthes; no son universales y eternos.

El mito forma es objeto tanto de la semiología como de la ideología. De esta como ciencia histórica, de aquella como ciencia formal. En el vínculo con la semiología es que el mito puede postular una significación independiente de su contenido.

El punto de partida para el análisis de Barthes es el signo tal como lo entiende Saussure en el *Curso de lingüística general*. El signo, formado por significado y significante, es un primer sistema; el mito es, en cambio, un **sistema semiológico segundo**, en el que el signo del primer sistema se convierte en el significante del segundo.

Gráfico 1

1. significante (sentido)	2. significado	
3. signo		II. SIGNIFICADO (concepto)
I. SIGNIFICANTE (forma)		
III. SIGNO (significación)		

Los componentes sombreados en amarillo corresponden al primer sistema semiológico, que no es otro que el signo tal como lo conocemos en la obra de Saussure. El segundo sistema está en mayúsculas y es el sistema mítico. El significante se llama sentido cuando hablamos del primer sistema y forma cuando nos referimos al segundo. En líneas generales, lo que hace el mito es **pasar de sentido a forma**. Esto quiere decir que el mito vacía o empobrece la significación propia del signo del primer sistema para quedarse sólo con la forma. Esto posibilita que el concepto implante en esta forma vacía una historia nueva que, como veremos, siempre está motivada.

Sin embargo, es importante señalar que la forma no suprime el sentido del todo, sino que lo empobrece: le hace perder su valor pero lo mantiene con vida para poder apropiárselo y alimentarse de él. No tiene sentido abolir el signo lingüístico sino que el recurso ideológico consiste en quitarle la historia sin borrarlo definitivamente y así poder darle distintas formas a un mismo concepto para instalarlo como si fuera natural: el concepto aliena al sentido. Recordemos que en el sistema de la lengua a un significado corresponde un significante. En el sistema mítico el concepto se empobrece, se generaliza, y el significante se multiplica. ¿Cuántos significantes puede tener el concepto de "patria"? Frases, símbolos, imágenes y muchas variantes más pueden asociarse a ese concepto. Estos conceptos míticos, como

vimos, pueden alterarse, deshacerse y hasta desaparecer según la situación lo demande. Imaginemos algunas de las posibilidades que nos sirven de ejemplo para ver esta variedad: la escarapela, la bandera, la camiseta de la selección argentina, comidas como el locro o la empanada, la imagen de Maradona y muchos más significantes proliferan para un concepto de amor vinculado a una pertenencia (a una tierra, a una nación, a una comunidad, a una familia, a una lengua: no faltan las culturas que consideran que la patria es la lengua). "Patria" deriva del término latino "pater", el padre romano que tenía potestad absoluta, hasta de vida y muerte, sobre su familia y quienes vivieran en su casa, personas que se tomaban parte de su propiedad: es la "patria potestad" que ha existido entre nosotros hasta hace bien poco. Esa historia de un poder absoluto contra el que se ha luchado es borrado en favor de las historias de amor casero. Es interesante comprobar de qué manera sobre ese concepto primero de "patria" se han forjado los mitos que conocemos hoy, cargados de una significación mítica que se puede orientar, por ejemplo, a una intervención militar, a acciones de gobierno o a un partido de fútbol.

Un aspecto muy importante en el análisis del mito es que, a diferencia de la relación entre significado y significante en el signo del primer sistema semiológico que, como sabemos, es arbitraria, aquí hay una motivación, una **intencionalidad** bien definida. Sin embargo, esa intención, que depende de su uso histórico y social, pretende ausentarse para parecer natural. Como vimos, el mito no destruye el sentido del signo lingüístico sino que se aprovecha de la analogía entre sentido y forma para que la motivación en la elección del nuevo concepto no se note. **La supuesta naturalidad del mito** es uno de sus efectos más contundentes. La idea del mito es hacer pasar el concepto histórica y socialmente motivado por algo eterno, que parezca natural y se establezca como objetivo. Lo que se espera del mito es su efecto inmediato: ese es el objetivo de muchos titulares de diarios y revistas. Poco importa si después esa asociación mítica es descifrada y desmontada. A nadie importa hoy en día si la llegada del hombre a la luna fue un montaje: la imagen de Armstrong en suelo lunar y la victoria estadounidense en la carrera espacial ya forman parte de nuestra realidad.

El consumidor del mito debe ver en él una relación causal, natural. Por ejemplo, debe parecer algo obvio que las mujeres quieran ser madres, sería "un instinto natural"; que el hombre haga el asado y la mujer las ensaladas, que a este se lo aplauda como si fuera un antiguo cazador que lleva la comida a la mesa y que de la mujer se espere que cumpla las tareas domésticas sin pretender aplausos por eso; también es notable el mito de que el hombre come la carne jugosa y la mujer más cocida como si fuera una muestra de virilidad. Dice Barthes: "el consumidor del mito toma la significación por un sistema de hechos; el mito es leído como un sistema factual cuando sólo es un sistema semiológico"². Las normas impuestas (las normas burguesas, dice Barthes, pero podríamos problematizar esta idea) son "vivas como las leyes evidentes de un orden natural". La prensa, las revistas, las películas, las series, las publicidades, el teatro y la literatura de gran tiraje, los ceremoniales, la justicia, el casamiento y la familia a las que aspira la mujer, el auto que todo hombre quiere manejar, la cocina con la que sueña la ama de casa, etc., deben su existencia a la representación mítica "normalizada" cuyo origen intencional se pierde con facilidad. "El mito

tiene a su cargo fundamentar, como naturaleza, lo que es intención histórica; como eternidad, lo que es contingencia" (2008:237).

Gráfico 2

<p>1. significante (sentido)trozo de carne con poca cocción</p>	<p>2. significado comida argentina típica que genera identidad</p>	
<p>3. signo asado jugoso</p> <p>I. SIGNIFICANTE (forma)ASADO JUGOSO</p>		<p>II. SIGNIFICADO (concepto) A LOS HOMBRES LES GUSTA EL ASADO JUGOSO (por lo tanto, a las mujeres cocido) VALENTÍA, CORAJE</p>
<p>III. SIGNO (significación) LA SANGRE EN EL ASADO IMPLICA VIRILIDAD MASCULINA</p> <p>MITO</p>		

Todo esto que venimos señalando adquiere relieve en el paso de la **antifisis** a la **seudofisis**. "Physis" es la palabra griega para "naturaleza", por lo tanto, la antifisis sería lo que no es natural, es decir, la relación motivada del mito; mientras que la seudofisis sería la atribución de una falsa naturalidad a la relación mítica. Así las cosas pierden el recuerdo de que son construcciones y adquieren la ilusión de ser naturales y eternas.

En esta línea, Barthes menciona también dos usos del lenguaje: el **lenguaje-objeto** y el **metalenguaje**. El primero implica una relación transitiva con el lenguaje; esto es, un lenguaje que tiene relación factual con el objeto. Un leñador no habla sobre el árbol sino que habla el árbol; actúa sobre el objeto, no lo toma como una imagen o una representación. Mientras que en el caso del metalenguaje el uso de la lengua es instrumental; si no soy leñador el árbol es solo una imagen disponible para mí. Ya no se ponen en juego las cosas, sino las imágenes de las cosas, sus nombres. Es el lenguaje que no actúa las cosas sino el lenguaje sobre las cosas. La diferencia puede verse, por ejemplo, en un científico que está estudiando la composición de las nubes para descubrir las variantes en la acidez de la lluvia o en una charla sobre el clima en un ascensor. En este último caso, el uso del lenguaje es puramente representacional, metalenguaje; a ninguno de los involucrados les interesa verdaderamente la causa de la lluvia sino que lo hacen sobre todo para evitar la incomodidad del silencio. En el primer caso, la forma de vincularse con el clima existe como un acto, como un trabajo, una transformación del objeto. ¿Por qué para Barthes el

metalenguaje es el terreno fértil para la aparición del mito? Porque, como vimos, el mito es un segundo sistema y el mito "sólo puede trabajar sobre objetos que ya han sufrido la mediación de un primer lenguaje" (2008: 242).

Gráfico 3

<p>1. significante (sentido)nubes</p>	<p>2. significado composición de las nubes para determinar su acidez</p>	
<p>3. signo estudio de las nubes</p> <p>I. SIGNIFICANTE (forma)CHARLA SOBRE CAUSAS DE LA LLUVIA</p>		<p>II. SIGNIFICADO (concepto) EVITAR EL SILENCIO DEL ASCENSOR</p>
<p>III. SIGNO (significación) SIEMPRE QUE ESTOY EN UN ASCENSOR CON ALGUIEN TENGO QUE HABLAR</p> <p>MITO</p>		

Lo resaltado en amarillo es el lenguaje objeto, el mito o metalenguaje es lo que está en mayúsculas.

Para terminar, veamos cuáles son según Barthes las tres formas de lectura del mito:

1) **El productor de mitos.** En este caso, se busca la literalidad en la significación del mito. El concepto llena la forma del mito sin ambigüedad: hacer asado se convierte en **símbolo** de virilidad, es un ejemplo de ella, y se (re)producen más significantes con el mismo concepto (usar barba, tener fuerza física, meter la trompa del auto antes que otro en la calle, ser el sostén económico de la familia, ser caballero...)

2) **El descifrador de mitos.** El mitólogo distingue el sentido de la forma y advierte la deformación. Descubre la **coartada**, deshace la significación del mito. Siguiendo con el ejemplo, el mitólogo sabe que la relación entre el asado y la virilidad es una construcción social e histórica que le comporta al hombre ciertos beneficios de poder y control.

3) **El consumidor del mito.** Pone la atención en el significante del mito como un todo de forma y concepto sin advertir la deformación. La dinámica del mito funciona perfectamente para él: el asador es la **presencia** misma de la virilidad.

Las lecturas 1 y 2 destruyen el mito, ya sea mostrando su intención (en el primer caso, el periodista es el agente de la cultura de masas, que crea o ayuda a soldar los significados míticos) o desenmascarando su uso social (el mitólogo, que críticamente descifra el uso social del mito). Para estudiar el mito y descubrir su dinámica como parte de la ideología, como mecanismo que responde al interés de una clase en una época definida, hay que ubicarse en la tercera lectura. Es allí donde el mito alcanza su plenitud y sus objetivos.

El mitólogo, papel que le toca a Barthes en este libro (pero que nosotros podemos adquirir mediante el análisis crítico de los discursos), está condenado al metalenguaje: se ocupará de la ideología del mito, no del objeto: "la mitología intenta encontrar, bajo las formas inocentes de la vida de relación más ingenua, la profunda alienación que esas formas inocentes tratan de hacer pasar inadvertida. El develamiento que produce la mitología es, por lo tanto, un acto político" (2008:253). Terminemos con un ejemplo: comprarse un auto, ¿es algo bueno o es parte de la ideología dominante? Las dos cosas. Puede ser muy bueno objetivamente, pero el mitólogo deberá ocuparse del mito de su bondad, de la motivación que nos lleva a pensar que es algo necesario y que da prestigio y popularidad a quien lo maneja.

Las siete figuras retóricas del mito

Barthes, en todos sus escritos, hace una crítica profunda a la burguesía y le adjudica la responsabilidad de muchas de las prácticas que adopta la sociedad. Habla de la sociedad francesa y de los franceses pero su mirada va mucho más allá, en general lo que describe en "Mitologías" pasa en el mundo occidental.

"La burguesía quiere conservar el ser sin mostrarlo: en consecuencia la negatividad misma de la apariencia burguesa, infinita como toda negatividad, es la que requiere infinitamente del mito. El oprimido no es nada, en él sólo se encuentra un habla, la de su emancipación; el opresor es todo, su palabra es rica, multiforme, suelta, dispone de todos los grados posibles de dignidad: tiene la exclusividad del metalenguaje". (2008: 133)

En la construcción del mito burgués, afirma, se esbozan con regularidad formas retóricas. Para explicar un poco mejor esto desarrolla algunas de sus principales figuras (aclaro en 1957 que no es exhaustiva la enumeración):

1- La vacuna

Consiste en confesar, reconocer un mal accidental de una institución de clase para ocultar mejor su mal principal. La denominación de esta operación discursiva constituye una metáfora: se la compara con una vacuna, una preparación que genera inmunidad, un mecanismo de defensa. La burguesía se defiende de los movimientos exteriores a ella que aspiran a una mejor distribución de la riqueza.

Un ejemplo de este tipo de vacunas podría ser cuando Bergoglio en nombre de la Iglesia pidió perdón por los abusos sexuales cometidos a menores (por parte de sus miembros, muchos de ellos obispos y curas) le quiso decir a la sociedad "nosotros señalamos a los

responsables de esos abusos", pero no expulsó de la institución ni aportó datos a la justicia por estos delitos; no cambió sus prácticas para evitar los abusos.

Sugerimos alguna lectura para ampliar la reflexión sobre esta forma de los mitos: <https://www.nytimes.com/es/2018/01/16/espanol/america-latina/papa-francisco-chile-abuso-fernando-karadima.html?auth=link-dismiss-google1tap>

2- Privación de la historia

Para referirse a esto Barthes señala que el mito priva de la historia al objeto del que habla. La historia se evapora, es una suerte de criada ideal (sirve sin quejarse, contradecir u objetar), señala "es así desde siempre (y así seguirá, en consecuencia)". Para nombrar ejemplos: "Las entradas de los museos argentinos son gratuitas, siempre lo fueron". "Las universidades nacionales siempre fueron gratuitas". "El Estado siempre solventó a la Iglesia porque éste es un país católico".

<https://www.pagina12.com.ar/diario/contratapa/13-36875-2004-06-18.html>

3- La identificación

La identificación es una de las estrategias de negar lo distinto, la otredad. Si algo o alguien no es como yo, lo expulso o lo asimilo. De esto último se trata la identificación: se transforma lo distinto para asemejarlo a lo propio. Esta figura la reproduce la sociedad burguesa para resistir el cambio. Se trata de aquellos mitos que aunque la sociedad no pueda vivirlos puede por lo menos imaginarlos, darles su lugar. Veamos un ejemplo: durante 2018 diario Clarín reprodujo una nota que contaba un post del Ministerio de Educación de entonces, en el que se elogiaba a un niño de seis años que caminaba tres kilómetros y cruzaba dos arroyos para llegar a una escuela rural en Misiones; se lo señalaba como pequeño héroe sin capa...

https://www.clarin.com/sociedad/nene-anos-camina-kiometros-cruza-arroyos-ir-escuela-misiones_0_H1k58TyGQ.html

La nota no dice nada sobre el Estado que deja desprotegidos a niños, como el pequeño de la nota, para garantizarles el derecho a la educación. Por el contrario, se encarga de resaltar comentarios de personas que vieron la foto en redes sociales y citan al pequeño como ejemplo al mismo tiempo que cuestionan a estudiantes que toman colegios, toda una parafernalia puesta al servicio del mito burgués. De más está decir que en el post hubo muchísimos comentarios que más bien señalaron en vez de quedarse en el elogio señalaron la desgracia de que un niño tenga que hacer eso para ir a la escuela y reclamaron otra política pública para la educación.

En estos días el diario Perfil tituló "Juan Carlos de Borbón y su talón de Aquiles: las mujeres. Las cualidades de "seductor" que hicieron que Juan Carlos de Borbón fuera el mejor embajador de la marca España lo llevaron hoy a tener que emprender el exilio, el "no lugar" donde nació".

<https://www.perfil.com/noticias/protagonistas/las-mujeres-el-talon-de-aquiles-del-rey-juan-carlos.phtml>

El lector desprevenido podría pensar: "pobre Juan Carlos, cómo lo han seducido las mujeres, a tal punto que le tocó alejarse de su propio país". En cambio el lector conocedor de mitos, o el mitólogo como le llama Barthes, puede ver desde los títulos, y a lo largo de toda la nota, cómo la prensa transforma a Juan Carlos en un "pacifista", víctima de gustar de mujeres que lo llevaron a la "perdición". El lector desprevenido lo compadece a Juan Carlos y se identifica con él.

4- La tautología

Es ese procedimiento que consiste en señalar lo mismo por lo mismo y así cuando justifica determinadas cosas en realidad no dice nada, solo hace tautología. Algunas frases que ejemplifican esto "el hombre es hombre" para justificar que no se ocupa de las tareas de la casa; o de los hijos. Cuando hay una falta de explicación o fundamentos el refugio es la tautología, se tiende a justificar mágicamente. La tautología, afirma Barthes, conlleva un doble asesinato: se mata lo racional porque nos resiste; se mata al lenguaje porque nos traiciona.

"Es así porque es así"; "Es así y punto". "El pasado ya fue", "Pasado, pisado". La tautología da cuenta de una desconfianza hacia el lenguaje, lo rechaza porque nos falta.

<https://reflejosdeluz11.blogspot.com/2013/06/el-pasado-ya-paso.html>

¿Cómo se puede presentar este recurso retórico? Veamos un ejemplo

En septiembre de 2014, tras la desaparición de la adolescente Melina Romero, diario Clarín desplegaba estas frases a lo largo de una nota: "La vida de Melina Romero, de 17 años, no tiene rumbo"; "Una fanática de los boliches, que abandonó la secundaria"; "Nunca trabajó"; "Más de una vez se peleó en la casa y desapareció varios días"; "Se levantaba todos los días al mediodía"; "Iba a la plaza y se quedaba con amigos hasta la madrugada"; "Se hizo cuatro piercings"; "Le gustan las redes sociales, y tiene cinco perfiles de Facebook"; "Nunca dice en qué anda"; "Tiene amigos mayores". Cada frase citada lleva a pensar al lector "le pasó lo que le pasó porque se lo buscó". A través de este tipo de recursos se reproducen mitos vacíos de significación y conducen a conclusiones reduccionistas y falaces. "El hombre es hombre, ella se lo buscó".

5- El ninismo

Compara a uno con el otro con el fin de rechazar a ambos (ni esto ni aquello). Aquí también encontramos una conducta mágica, cuando es incómodo elegir no hay razón para ninguna de las partes. Frases como "Yo de política no hablo"; "Cristina, Macri, Carrió son todos lo mismo"; "Clarín, La Nación, Página 12 todos los medios mienten"; "No estoy ni a favor ni en contra de la Iglesia"; "Ni con los abortistas ni con los anti-abortistas".

6- Cuantificación de la cualidad

Reduce toda la cualidad a una cantidad, el mito realiza una economía de inteligencia comprende lo real con menos gasto. Barthes toma como ejemplo al teatro, explica que cualquier forma científica o intelectual de hablar del teatro es desacreditada porque el mito lo asocia al arte, al corazón a la sensibilidad. Pero por otro lado el arte dramático se apoya en cuantificación de efectos y afirma: hay una igualdad cuantitativa entre el dinero de la entrada al teatro y los llantos del comediante. No es cuantificable la calidad o cualidad. Un ejemplo de este recurso retórico: el rating de la TV es sinónimo de "calidad" (ya sea en un canal o en un programa); tomar la cantidad de "vistos" en la plataforma youtube como garantía de calidad de un video.

<https://www.lanacion.com.ar/economia/big-o-small-data-el-debate-sobre-si-para-analizar-la-realidad-mas-es-mejor-c-nid2296521>

7- La verificación

El mito tiende al proverbio. Hay universalismo, rechazo a la explicación, jerarquía inalterable del mundo. Recordemos lo del lenguaje-objeto y el metalenguaje. Las personas que habitan en el campo no hablan sobre el clima, lo viven, lo incorporan a su trabajo. El caso de las máximas es lo que Barthes incluye en esta forma retórica. Las máximas de San Martín suelen usarse como citas para aludir a la moral. El reconocimiento a la autoridad de la persona a la que se atribuye la frase es clave para que ella funcione; si no tiene autor, esa autoridad la da la tradición. Stern ha dicho a una mosca abriéndole la ventana para que saliese: "Anda, pobre animal, el mundo es demasiado grande para nosotros dos"; de Séneca Cuando el sol se eclipsa para desaparecer, se ve mejor su grandeza; Prefiero molestar con la verdad, que complacer con adulaciones; de Descartes: Daría todo lo que sé por la mitad de lo que ignoro; de Maquiavelo: Los hombres ofenden antes al que aman que al que temen.

Estos conocidos proverbios y muchos otros con frecuencia los desmonta el mitólogo, los reproduce el consumidor del mito y los multiplica el productor de mitos.



Actividades

1- Teniendo en cuenta los mitos: "las niñas quieren ser princesas y los niños caballeros", "todo hombre sueña con tener un buen auto", "todas las novias se casan de blanco", "qué día gris" y "las rubias son tontas" reconocé el primer signo en cada una de las frases (con significante y significado) y el segundo signo con el que se forma el mito (también con significante y significado). Además identificá en estas mismas frases el lenguaje objeto y el metalenguaje. Para distinguirlos podés usar el gráfico dos o el tres de este documento.

2. Leé los siguientes mitos del libro "Mitologías" e identificá la o las figuras retóricas que

aparecen:

Bichín entre los negros

El vino y la leche

Conyugales

3. Escribí un texto de 500 palabras sobre una mitología a tu elección e incluyendo una imagen con epígrafe. Sería un texto para publicar en redes (en un blog, por ejemplo), para la opinión pública, no para especialistas. Organizá tu texto con la siguiente estructura:

Título de la mitología (puede ser variado en función de nuestro presente, por ejemplo, "El vino, la leche y el mate en tiempos de pandemia")

Un párrafo de referencia a nuestra actualidad o nuestra región donde se trate de la vigencia del tema de la mitología.

Segundo párrafo donde se señale que ese tema ha sido tratado en Mitologías. Se presenta aquí autor y libro. Se anuncia que se va a analizar esa mitología aplicando tal concepto (alguno de los trabajados a lo largo de la cursada, por ejemplo, enunciador, índice, valor, modalidad, etc.).

Tercer párrafo: se presenta la mitología (resumen de lo que plantea Barthes, el mito del que trata, la denuncia que hace, la figura más destacada).

Cuarto párrafo: se define el concepto anunciado en el segundo párrafo (conviene introducir aquí alguna cita textual de fuente teórica enlazada con explicaciones propias) y se lo aplica a la mitología justificando cómo funciona en ella.

Quinto párrafo: se elabora una conclusión retomando todo lo anterior, reflexionando si la mitología de Barthes ilumina algún mito nuestro de hoy y acá y, eventualmente, abriendo algún interrogante para un posible lector del texto de ustedes.

Ilustración (se puede colocar en cualquier punto de la exposición) vinculada con el tema. Epígrafe en que se la comente como ícono, índice o símbolo.