



De los *mensajes-mercancías* de Rossi-Landi al *plusvalor ideológico* en la era del capitalismo biocognitivo, o “la economía como sector de la semiótica”

From Rossi-Landi's *commodity-messages* to *ideological surplus-value* in the age of bio-cognitive capitalism, or “the economy as a sector of semiotics”

Andrea D'Urso

Universidad de Sassari (Italia)

<https://orcid.org/0000-0001-6622-7847>

adurso@uniss.it

Recibido: 12/5/2026

Aprobado: 24/6/2026

Resumen

Nuestra intención es presentar la teoría semiótica de Ferruccio Rossi-Landi de la forma más fiel posible a su pensamiento, ofreciendo luego tanto ejemplos capaces de ilustrarla de forma más concreta y directa, como reflexiones críticas que permitan algunas de sus posibles extensiones a la fase actual de la economía mundial. Primero mostraremos cómo la semiótica de la *homología entre producción material y producción lingüística* de Rossi-Landi está abierta a la dimensión no verbal. Luego, ilustraremos ambos lados de su semiótica de los *mensajes-mercancías*, revelando la economía como parte de la semiótica. Finalmente, a través de nuestra extensión crítica de su plusvalía lingüística a *plusvalor ideológico*, abriremos su semiótica a posibles intersecciones con análisis neooperaístas recientes de la fase actual del capitalismo biocognitivo.

Palabras clave: semiótica, economía, homología, mensajes-mercancías, plusvalor, ideología, Rossi-Landi.

Abstract

Our intention is to present Ferruccio Rossi-Landi's semiotic theory as faithfully as possible to his thought, thus offering examples capable of illustrating it in a more concrete and direct way, as well as critical reflections that allow some of its possible extensions in the current phase of the world economy. We will first show how Rossi-Landi's semiotics of *homology between material production and linguistic production* is open to non-verbal dimension. Then, we will illustrate both sides of his semiotics of *commodity-messages*, revealing economics as part of semiotics. Finally, through our critical extension of his linguistic surplus-value into *ideological surplus-value*, we will open his semiotics to possible intersections with recent neo-workerist analyses of the present phase of bio-cognitive capitalism.

Keywords: semiotics, economics, homology, commodity-messages, surplus-value, ideology, Rossi-Landi.

1. Introducción: ¿el Marx de la semiótica? La relevancia de Rossi-Landi

Quizá sea cierto que “El lenguaje aún no ha encontrado a su propio Marx; ni tampoco, a decir verdad, a su Adam Smith”, como dijo Ferruccio Rossi-Landi en 1969 (1969b: 289, nuestra trad.). Sin embargo, esto es menos cierto después de él y de su teoría semiótica pionera de la *homología entre la producción lingüística y la producción material* (Rossi-Landi, 1965; 2003 [1968]; 1970; 1973; 1975). De hecho, su obra supone una disputa o incluso un abandono de esta lingüística europea que podría definirse como “marginalista” (véase Ponzio, 2005; Petrilli, 2020) desde sus orígenes, dada la influencia más o menos consciente que recibió de las teorías económicas neoclásicas, dominantes en el momento de su aparición y florecimiento.

Rossi-Landi no solo reorientó su enfoque metodológico hacia *el trabajo*, una noción típica de la escuela clásica de economistas (Smith, Ricardo, Marx), en lugar de la utilidad defendida por los neoclasicistas (Jevons, Marshall, Walras, Pareto, Menger, Böhm-Bawerk); también trasladó su análisis al momento de *la producción* y no sobre aquellos del consumo (marginalista) y de la circulación (mercantilista) que atrajeron, deslumbraron y engañaron a sus predecesores y a muchos de sus sucesores: esto es lo que, en nuestra opinión, le hace menos un Adam Smith que un Marx de la semiótica. Al menos hasta cierto punto...¹

¹ Este artículo es básicamente nuestra reescritura en español, con cambios y añadidos, de la contribución en inglés titulada “Economics as part of Semiotics. From Rossi-Landi’s commodity-messages to *ideological surplus-value* at the time of bio-cognitive capitalism” para el volumen en publicación *Open Semiotics* por Amir Biglari, París, L’Harmattan. Por tanto, a todos los efectos, este es un inédito. Lo hemos redactado con citas tomadas directamente de los textos de Rossi-Landi traducidos al español, cuando están disponibles; de lo contrario, las hemos traducido del italiano, francés e inglés. Aprovechamos esta oportunidad para recordar que los volúmenes de Rossi-Landi traducidos al español son: *El lenguaje como trabajo y como mercado* (1970); *Ideologías de la relatividad lingüística* (1974); *Semiótica y estética* (1976); *Ideología* (1980). El primero y el tercero, que mencionaremos, son en realidad respectivamente una traducción ampliada y una parcial de los originales. De hecho, *El lenguaje como trabajo y como mercado* (que menciona 1970 como fecha de publicación en la página legal, pero 1972 en el colofón) añade “Capital y propiedad privada en el lenguaje” (1968b), que se insertará primero en Rossi-Landi, 1972, y luego, a partir de 1983, en lo que será la edición definitiva del volumen (véase Rossi-Landi, 2003). Precisamente por esta razón, ese capítulo falta en *Semiótica y estética* (traducción parcial de Rossi-Landi, 1972), así como la entrevista con Enzo Golino “Dialéctica y alienación en el lenguaje” (véase Rossi-Landi, 1969b), e “Ideologías de la relatividad lingüística”, traducido y publicado en el volumen separado citado. En el prefacio de este último, Rossi-Landi (1974c: 7) explica que es el primero de tres volúmenes diseñados para dividir lo original de 1972, *Semiotica e ideologia*, el segundo de los cuales él anuncia con un título ligeramente diferente (*Semiótica, estética e ideología*); pero el tercero anunciado (que tenía que ser precisamente *Dialéctica y alienación en el lenguaje*) parece que nunca apareció. Por último, *Ideología*, al ser de 1980, es la traducción de la primera edición de 1978, no la definitiva de 1982, revisada y ampliada. Añadimos que también hay una impresión de 1975 en 63 páginas de cuatro de los seis párrafos del

Para comprender mejor la especificidad del enfoque materialista-dialéctico de Rossi-Landi y su relevancia actual para el examen de *los aspectos semióticos de la economía* y, por tanto, para abrir la semiótica como una ciencia humana global, es necesario mostrarlo brevemente, sin entrar en detalles y por grados esquemáticos. Por lo tanto, será necesario explicar primero el significado y la originalidad de su *método homológico* para entender por qué es realmente una rareza entre las teorías lingüísticas. Tendremos que enfatizar este primer paso que dio de la dimensión no verbal a la verbal a través de la noción de *trabajo lingüístico*, así como las consecuencias que implica para una nueva comprensión del lenguaje y las apreciaciones previas que se conocían hasta entonces.

Después, podremos proponer el mismo análisis en grados de su segundo paso complementario, de lo verbal a lo no verbal, y de lo que conlleva, a saber: la consecuencia en la forma de considerar la economía desde el ángulo de las ciencias del lenguaje y la extensión de la homología al nivel del mercado (lingüístico y no), para considerar las *mercancías como mensajes*, así como en la dimensión de la producción lingüística podemos ver los *mensajes como mercancías* (y no como simples signos como hacía Lefebvre).

Concluiremos finalmente con algunas extensiones críticas que propusimos del enfoque de Rossi-Landi sobre la *plusvalía lingüística*, hacia lo que preferimos llamar *plusvalía ideológica*, o mejor aún, *plusvalor ideológico*², con el fin de abrir aún más la semiótica hacia

texto fundacional de Rossi-Landi (1965): *El lenguaje como trabajo y como comercio*, equivalente a la versión parcial francesa (1973).

² Aquí va una aclaración terminológica y filológica. La que parece ser la rara, si no única, aparición en español de esta noción rossi-landiana propone como traducción “plusvalía lingüística” (Rossi-Landi, 1974: 66), con el sustantivo usado en la edición de *El capital* por Wenceslao Roce en 1935, quizás aún en deuda con “supervalía” de Juan B. Justo en 1898, ambos muy cercanos al modelo del femenino francés *plus-value* de Joseph Roy aceptado por Marx en 1872, aunque en francés decimos *valeur*, ya que en español decimos “valor”. “Plusvalía” es de uso arraigado y mayoritario en comparación con “plusvalor”, introducido por las traducciones de Pedro Scarón solo en los años 70, sin todavía abandonar el otro término: hasta los *Grundrisse* de 1972 él los usa simultáneamente. Por ejemplo, basta con mirar este pasaje: “La *función* verdadera, específica del capital en cuanto capital es pues, la *producción de plusvalor*, y ésta, como se expondrá más adelante, no es otra cosa que *producción de plustrabajo, apropiación* — en el curso del proceso de producción real — de *trabajo no pagado*, que se ofrece a la vista y objetiva como *plusvalía*” (Marx, 1971: 6); aquí él traduce con ambos lemas la misma palabra del pasaje original (*Mehrwert*). Pero desde 1975, en los volúmenes del *Capital*, Scarón utiliza solo la más fiel al modelo etimológico “sufijo + sustantivo”, al igual que plustrabajo (*Mehrarbeit*) y plusproducto (*Mehrprodukt*): “Si [...] sustituimos *plusvalor* por ‘supervalía’ o ‘plusvalía’, habremos velado ligeramente el pensamiento que en Marx era diáfano” (Marx, 1975: XIX). Así, desde entonces él renombra lo que en el capítulo inédito de 1971 llamaba “la tasa y la masa de la plusvalía”, la “plusvalía absoluta” y la “plusvalía relativa”, etc. Esto explica el posible uso sinónimo de ambos términos que podemos hacer en función del texto y de la edición que citemos, aunque nuestra preferencia es por “plusvalor”, ya connotado marxianamente en el

el marco general de la reproducción social y de la explotación en la época del capitalismo biocognitivo.

2. De lo no verbal a lo verbal: *trabajo lingüístico y correspondencias homológicas*

Empecemos con una premisa lingüística: al escribir en inglés, Rossi-Landi a menudo necesita especificar entre dos usos diferentes de la palabra ambigua *language* (como *Sprache* en alemán): “lenguaje en general” vs. “idioma(s) nacional(es) o socio-histórico(s)”, que otras lenguas europeas distinguen claramente, como en francés y en italiano *langage/linguaggio* vs. *langue/lingua*. Por tanto, el primer punto a aclarar concierne al método homológico del enfoque rossi-landiano, que pretende ser científico y no basado en una intuición sin verificación ni propuesta de asociaciones erróneas entre los diferentes niveles de complejidad de artefactos verbales y no verbales.

De hecho, la propuesta de sugerir una similitud entre lingüística y economía no es nueva; lo que sí es nuevo es la forma en que Rossi-Landi lo ve. En efecto, en palabras del fundador de la ciencia lingüística en Europa, ya podemos leer esto: “Y es que aquí, como en economía política, estamos ante la noción de *valor*, en las dos ciencias se trata de un *sistema de equivalencia entre cosas de órdenes diferentes*: en una, un trabajo y un salario, en la otra, un significado y un significante” (Saussure, 1945 [1916]: 104), lo que le llevó a concluir que “cada término tiene un valor por su oposición con todos los otros términos” (idem: 113). Este enfoque se mantiene al nivel de una intuición, ciertamente importante, que todavía es puramente una analogía y no entra en el fondo de esta similitud, incluyendo la ecuación evocada por estas supuestas equivalencias, donde el trabajo es para el salario lo que el significado es para el significante. No es casualidad que la noción de valor siga siendo objeto de debate o incluso litigio en el marco de la lingüística saussuriana y estructuralista.

Rossi-Landi insiste en señalar que, en lugar de analogía, que provisionalmente une dos cosas que no están necesariamente unidas en su origen, prefiere la homología que muestre lo que, dividido aguas abajo, en realidad se une aguas arriba porque, como él dice: “Se trata de comprender estos dos campos [del verbal y de lo no verbal] a nivel de la raíz común desde la

campo de la teoría económica, mientras que “plusvalía” también ha adquirido un significado comercial o inmobiliario ajeno al marxismo, como *plusvalenza* en italiano.

que se diversifican” (Rossi-Landi, 1969b: 296, nuestra trad.). A la pregunta de si la homología existe en la realidad o solo en teoría, responde: “En mi opinión, el dilema es espurio, y la respuesta correcta es que la homología es un instrumento intelectual exitoso para el estudio de la realidad *porque* la homología realmente existe” (Rossi-Landi, 1975: 73, nota 25, nuestra trad.). Añade: “La *deducción* de la homología está permitida por un método genético debidamente comprendido, es decir, por un método genético que incluye el estudio estructural de las fases sincrónicas y simétricas de los procesos bajo examen” (idem: 76; y 1969b: 294, nuestra trad.).

En consecuencia, podemos intentar traducir esto en una imagen y decir que, desde el punto de vista de la teoría homológica de Rossi-Landi, *la producción lingüística y la producción material* son como dos ríos separados aguas abajo, que tienen su origen en el mismo glaciar aguas arriba, y este glaciar es el *trabajo* humano, tal como Hegel y Marx lo concibieron en su papel antropogénico, como factor primario de la hominización, la capacidad humana de trabajar en general y, por lo tanto, de trabajar material y lingüísticamente. Así que, la primera implicación de gran importancia para el estudio del lenguaje en este pasaje rossi-landiano de lo no verbal a lo verbal es precisamente la propuesta de la noción de *trabajo lingüístico*, derivada de la noción habitual de trabajo material. Así es como Rossi-Landi llega a considerar el *lenguaje como trabajo y como mercado*, una fórmula que sintetiza su enfoque homológico y da título a su obra pionera.

En resumen, para Rossi-Landi, *el lenguaje* en su sentido general es *trabajo*, mientras que la *lengua*, como cualquier idioma nacional o sociohistórico, es *producto* de esto trabajo, que, además, puede reinsertarse en un nuevo proceso de producción, como *material* o *instrumento* de trabajos posteriores, como puede ocurrir con cualquier artefacto de la producción material. Por ejemplo, un ladrillo y un martillo son sin duda los resultados, es decir, los productos, de los procesos de trabajos previos, pero pueden usarse respectivamente como material y como instrumento (en este caso, una herramienta propiamente llamada, o utensilio como veremos) en producciones posteriores para la construcción de una casa. De la misma manera, cualquier palabra o elemento menor de cualquier lengua no solo es un producto, sino que también puede desempeñar el papel de material e/o instrumento de una nueva producción, porque se trabaja *sobre* la(s) lengua(s) y *con* (a través de) la(s) lengua(s), para formar oraciones

ordinarias o inusuales, neologismos y nuevos elementos lingüísticos. Esto parece bastante obvio, pero aún existe mucha resistencia entre los lingüistas, incluidas las generaciones más jóvenes, a admitir que las lenguas como idiomas sociohistóricos (e incluso la *langue* en su sentido saussureano) pueden considerarse productos del trabajo lingüístico (y colectivo).

Este primer pasaje de lo no verbal a lo verbal, que concierne a la noción de trabajo lingüístico, implica la *crítica de teorías semióticas anteriores* (como hizo Rossi-Landi en vida) e incluso de las contemporáneas o posteriores (como hemos hecho en otros lugares). Entendió y demostró, por ejemplo, que el enfoque saussuriano se limita a una bipartición entre *langue* y *parole* que es insuficiente en cuanto a que olvida las técnicas colectivas y comunitarias del *lenguaje*, debido a la ausencia total de la noción de *trabajo lingüístico*, a pesar de la analogía con la economía mencionada anteriormente. De hecho, el *lenguaje* en general, tal como lo entiende Rossi-Landi, se distingue, por un lado, de la *parole*, porque es colectivo y no individual, y, por otro, de la *langue*, porque es trabajo y no producto: “el trabajo lingüístico (colectivo) produce la lengua (colectiva) [*langue*] sobre la cual y con la cual se ejercita el habla de los individuos [*parole*], cuyos productos afluyen en el mismo depósito colectivo del que se habían sacado los materiales e instrumentos” (Rossi-Landi, 1965: 18; las palabras francesas entre corchetes son nuestras).

Además, al criticar el funcionalismo de Martinet (1962) y su consideración del lenguaje como instrumento puro, presentó argumentos notables que resultaron ser asombrosamente actuales contra “los despropósitos anti-hegelianos de algunos neo-idealistas” (Rossi-Landi, 1965: 16) que, incluso hoy en día, descuidan o niegan a las lenguas su carácter de productos, materiales y medios de trabajo al mismo tiempo: “Si los instrumentos no fueran también materiales, el armamento instrumental de la lengua nos sería proporcionado de una vez por todas” (idem: 29). El argumento de Rossi-Landi también tiene el mérito de destacar la materialidad de la producción lingüística, que a menudo se considera irrelevante: en la distinción mencionada anteriormente entre producción material y producción lingüística, los dos adjetivos no se oponen como si fueran antónimos, es decir, *lingüístico* no es sinónimo de *inmaterial*. Para demostrar mejor eso, propuso una extensión adicional de su teoría mediante un *esquema de correspondencias homológicas* entre la producción lingüística y material (para la tabla en

español que elaboramos aquí en la Fig. 1, véase Rossi-Landi, 1968a; 1969a; 1974b: 221; 1975: 107; 1985a: §§ 3-4).

NIVEL	PRODUCCIÓN MATERIAL	PRODUCCIÓN LINGÜÍSTICA
0. <i>de los no trabajados</i>	Materiales físicos en naturaleza	Material fónico
1. <i>de los elementos preelaborados como presignificantes</i>	Materiales modificados	Fonemas
2. <i>de los semielaborados básicos de partida (significantes irreducibles)</i>	“Objectemas”, modificaciones estables de los materiales físicos	Monemas (semantemas, lexemas y morfemas)
3. <i>de los elementos completos y separables</i>	Componentes y partes separables de un utensilio	Palabras u otras unidades lingüísticas (sintagmas, locuciones y dicciones)
4. <i>de los utensilios utilizables</i>	Utensilios simples	Enunciados simples (mensajes)
5. <i>de los conjuntos de utensilios</i>	Utensilios compuestos, herramientas complejas	Enunciados compuestos e interconectados
6. <i>del mecanismo</i>	Máquinas o utensilios mecanizados	Silogismos y razonamientos
7. <i>del mecanismo complejo y autosuficiente</i>	Máquinas para trabajos distintos	Discursos y ensayos o cursos y libros
8. <i>del mecanismo total o automatización</i>	Máquinas automáticas y autorreguladoras	Códigos completos que condicionan y absorben a las personas
9. <i>de la producción no repetible</i>	Prototipos o ejemplares en forma de modelos	Producción original (literaria, artística, científica) en un único modelo
10. <i>de la producción global</i>	Producción material total de un hombre, un grupo, una	Producción lingüística total con las mismas distinciones de

	civilización o toda la humanidad	escala que la dimensión material
--	-------------------------------------	-------------------------------------

Fig. 1: Esquema de correspondencias homológicas según Rossi-Landi (© D’Urso).

Así, Rossi-Landi también revela el error conceptual de la escuela de Oxford de las *palabras como utensilios* (*words as tools*), porque palabras y utensilios se sitúan en dos niveles diferentes de complejidad: para Rossi-Landi es el *enunciado* (*enunciato* en italiano o *énoncé* en francés) la que corresponde a lo *utensilio* (*utensile/outil*). Esto tiene sentido: un utensilio, que puede usarse para una función y propósito específicos, puede estar compuesto por una o más partes, como un palo de madera y un martillo respectivamente, así como una expresión con significado en un contexto comunicativo puede estar formada por una o más palabras. Aquí, por lo tanto, la unidad significativa no es la palabra singular ni la pieza aislada, pues hay palabras que no pueden usarse por sí solas, así como el mango de un martillo sin cara y peña dificulta clavar o quitar un clavo...

Aquí no hay lugar para detallar las críticas de Rossi-Landi más allá de la inspiración económica de Saussure, hacia la fisiocracia de Wittgenstein y el mercantilismo de Ryle, ni para mostrar cómo el método rossi-landiano permite señalar las influencias de las teorías económicas en otros lingüistas e incluso en sociólogos postestructuralistas y postmarxistas: el enfoque marginalista de Hjelmslev, el socialismo utópico lingüístico de Chomsky y Jakobson, las fuentes neomarginalistas de Bourdieu (véase D’Urso, 2015: 38-44). Pero en este contexto, es importante recordar que este enfoque profundiza (Rossi-Landi, 1967; 1968b) en la homología entre *lingüística y economía* – otro título de Rossi-Landi (1975) – ya que la noción de trabajo lingüístico conlleva más consecuencias, como la del *dinero lingüístico* (Rossi-Landi, 1974a; 1985a: § 6), que discutimos ampliamente en otros lugares (véase D’Urso, 2014a; 2014b).

De hecho, ya en su texto seminal, especifica que, dado que cualquier lengua sociohistórica es a la vez un producto, un material y un instrumento de trabajo, y dado que, “en cuanto medio de intercambio universal para cualquier comunicación, presenta también el aspecto — señalado a menudo — del dinero, con el cual se compran y venden todas las otras

mercaderías” (Rossi-Landi, 1965: 30), por lo tanto, se puede considerar como *capital (lingüístico) constante*. Esta no sería más que una cosa muerta — como una lengua muerta, el equivalente a una fábrica abandonada — si no existiera un *capital (lingüístico) variable* “constituido por la fuerza operativa lingüística suministrada por los hombres que hablan y entienden esa lengua en la que se expresan y comunican” (ibid.), los trabajadores lingüísticos. Juntos, estos dos capitales proporcionan el *capital (lingüístico) total* a través del cual se lleva a cabo la comunicación dentro de “una comunidad lingüística, o sea la sociedad entendida globalmente y considerada bajo el aspecto del habla” (idem: 32), de modo que “Una comunidad lingüística se presenta como una suerte de *inmenso mercado, donde palabras, expresiones y mensajes circulan como mercaderías*” (idem: 33)³.

La noción de *mensajes-mercancías* es, por tanto, otra novedad que debemos a Rossi-Landi en el panorama especulativo de la semiótica, e implica consecuencias muy importantes a nivel de homología también en el lado de la economía.

3. De lo verbal a lo no verbal: los *mensajes-mercancías* y el error de Lefebvre

Los logros, críticas y avances respecto a la nueva apreciación del *lenguaje como trabajo y como mercado* forman parte de una reconsideración igualmente original de los problemas relacionados con la dimensión no verbal e incluso con la no lingüística. Esta transición de verbal a no verbal implica como primer efecto una noción y una extensión formuladas en el contexto de la producción lingüística y ahora aplicadas al *mercado* mismo, devolviendo a este nivel los descubrimientos realizados en el otro plano y hablando abiertamente de las *mercancías como mensajes* (Rossi-Landi, 1968c). Pero esta idea no es una inversión puramente mental y homológica de su noción especular de *mensajes como mercancías*: se

³ La traducción en *El lenguaje como trabajo y como mercado* que mencionamos propone el término “mercaderías”, mientras que en *Semiótica y Estética* aparece “mercancías”, que preferimos porque ya se usa en las traducciones de textos marxistas. Pero en el primer caso tenemos “mensajes-mercaderías” (Rossi-Landi, 1966: 73) con los dos términos en plural, mientras que en el segundo tenemos “mensajes-mercancía” (Rossi-Landi, 1968c: 106, 107), siguiendo la regla gramatical oficial. Proponemos usar más bien *mensajes-mercancías*, contraviniendo conscientemente la norma de la Real Academia Española, para una mayor fidelidad filológica y conceptual a la fórmula original rossi-landiana, que utiliza el plural en ambos lemas para subrayar su paridad de estatus (y no la función adjetival del segundo sustantivo), su homología completa: los mensajes *son* mercancías en el ámbito verbal, así como las mercancías *son* mensajes en el ámbito no verbal.

convierte en un instrumento conceptual para el análisis de la forma de mercancía real, partiendo de un *punto de vista propiamente semiótico*.

Por lo tanto, esta noción es de gran importancia para una mayor extensión de la homología y para entender la brecha entre Rossi-Landi y otros lingüistas o sociólogos de su época. De hecho, mientras estos últimos estaban ocupados aplicando a la forma mercancía la separación saussuriana del signo en significado y significante, Rossi-Landi evitó esta trampa al menos hasta cierto punto. Entendió que existe un error de medición en esta ecuación, por así decirlo, porque el nivel de complejidad de la mercancía es mucho mayor que en el que se forma el signo. En este punto, es fundamental detenerse un momento en la crítica rossi-landiana al error de Lefebvre, pues es a partir de ahí como podemos empezar a comprender algunos *aspectos semióticos específicos de la economía*. Para ello, es primero necesario recordar el pasaje lefebvriano de lo verbal a lo no verbal disputado por Rossi-Landi, que es el siguiente:

toda mercancía es un signo, pero que no es un *simple* signo. [...] Tenemos ante nosotros un campo a la vez sensible y abstracto: el mundo de la mercancía [...] constituye un sistema de signos, un lenguaje, un campo semiológico. Nos habla, ¡y con qué elocuencia persuasiva y compulsiva...! [...] Sin embargo el objeto se percibe, ante todo, en su relación con la necesidad. Sin dicha relación, nada nos dice; pero inmediatamente, bajo nuestros ojos, como mercancía, el objeto se convierte en signo. Une en sí el significante (el objeto susceptible de ser cambiado) y el significado (la satisfacción posible, virtual, no sólo diferida, sino dependiente de la compra). (Lefebvre, 1967: 249)

Rossi-Landi ve en este razonamiento un enfoque confuso que intenta explicar una situación compleja, a veces reconocida como tal, pero finalmente reducida a la simple bipartición saussuriana del signo:

Hace un cierto lío cuando habla de la significación de las mercancías. Recoge en un solo *signifié* de la mercancía como tal, las significaciones que llegan al mensaje de la mercancía desde el nivel de los productos y desde el nivel de los meros bienes; y en su lugar, sitúa toda la significación de la mercancía como tal en una noción que tiene del *signifiant* de la mercancía. De este modo, todo lo que genéticamente ha pasado a formar parte de una

mercancía se aplanan en la idea de un *signifié* de la mercancía considerada como un mero signo; y el carácter de mensaje de la mercancía como tal se aplanan en la idea de un *signifiant* de ese mismo signo. (Rossi-Landi, 1975: 132, nota, nuestra trad.)

Antes de llegar al meollo de esta crítica, enfatizamos la lucidez e incluso la previsión de Rossi-Landi en su denuncia no solo del error conceptual de Lefebvre, sino también de su *arbitrariedad*, ya que su propuesta no es científica en comparación con la realidad:

Para decirlo mejor, en lugar de simplemente erróneo, eso parece en primer lugar arbitrario; y en segundo lugar que está seriamente fuera de fase respecto a la realidad. Es arbitrario porque uno podría darle la vuelta o moverla de diversas maneras, y luego discutir inútilmente y sin fin sobre las distintas operaciones realizadas. [...] Esta distribución de los roles de *signifiant* y *signifié* sería tan gratuita como la que hizo Lefebvre. (Rossi-Landi, 1975: 132, nota, nuestra trad.)

Esto es exactamente lo que ocurrió con otros teóricos que estudiaron el tema, como mostramos en la siguiente tabla (véase D’Urso, 2015: 43; D’Urso, 2025: 204, para nuestro esquema original en francés).

	Henry Lefebvre 1966	Jean-Joseph Goux 1968	Jean Baudrillard 1972	Serge Latouche 1973
Significante	el objeto susceptible de ser cambiado	valor de uso	valor de cambio	es el valor de cambio o dinero (valor de cambio por excelencia) lo que es su metáfora
Significado	la satisfacción posible, virtual, no sólo diferida, sino dependiente de la compra	valor de cambio	valor de uso	es el valor de uso lo que es su metáfora, el trabajo concreto, el objeto útil

Fig. 2: Verificación de la crítica de Rossi-Landi sobre la asociación arbitraria de Lefebvre y de sus epígonos (© D’Urso).

Esta demuestra la exactitud de la advertencia de Rossi-Landi sobre este tipo de inversión arbitraria propuesta por Goux (1968), Latouche (1973: 56) y Baudrillard (1972), quien fue asistente de Lefebvre en Nanterre, por lo que no es sorprendente encontrar también en él el error terminológico y conceptual de su maestro en su intención de “hacer el análisis de la forma-*signo* del mismo modo que la crítica de la economía política se propuso hacer el de la forma-*mercancía*” (Baudrillard, 1976: 166, cursiva nuestras). En los casos mencionados, podemos ver cierta moda de aquellos años para mezclar a Saussure y Marx: Rossi-Landi evitó — al menos en este punto — caer en la trampa de esta moda poco rigurosa. En cuanto a Lefebvre:

Sin embargo, el error más grave sigue siendo el de la fase equivocada: la visión simplificada de la formación de un signo de mercancía en un nivel que ya es demasiado alto, es decir, un nivel mucho más complejo que aquel en el que *empiezan* a funcionar los signos del sistema sígnico no verbales de la economía. (Rossi-Landi, 1975: 132, nota, nuestra trad.)

Y Rossi-Landi concluye:

Una mercancía no es un signo, es un mensaje. Un mensaje consiste en signos completos cada uno de los cuales es la unión de por lo menos un *signans* y un *signatum*. Un mensaje se construye y funciona dentro de la realidad social. Subrayando el *estatus* de las mercancías como mensajes y examinando los estratos de significación que se superponen dentro de cualquier mercancía debería evitarse el peligro de ver en las mercancías meros signos (antes que mensajes) o, peor aun, meros *signantia* (en vez de signos completos). (Rossi-Landi, 1968c: 106)

Así, para Rossi-Landi la complejidad lingüística de los mensajes se encuentra homológicamente en las mercancías a nivel material: “A través de los mensajes-mercancías se transmite información sobre el trabajo humano, sobre la forma en la que está organizada la sociedad, sobre la explotación” (Rossi-Landi, 1969b: 265, nuestra trad.). La crítica de Rossi-Landi puede entenderse mejor siguiendo y aclarando aún más su teoría semiótica. En

nuestro examen previo de su esquema homológico, demostramos que el nivel lingüístico de los *enunciados* es mucho más complejo que el de los signos aislados, aunque un enunciado puede estar formado por una sola palabra (como una herramienta de una sola pieza).

Acabamos de ver lo mismo que se puede decir del *mensaje*, ya que Rossi-Landi demostró que es algo más complejo que un signo, no solo porque suele consistir en varios signos, sino también porque implica una situación comunicativa más compleja que el nivel de formación de un signo: ya sea que el mensaje esté formado por una sola palabra o por volúmenes de jurisprudencia, se inserta en un contexto de intercambio por excelencia y lleva consigo una gran cantidad de significados e interpretaciones que superan los de cada signo aislado, o incluso de una suma algebraica pura de los significados de cada signo que lo compone. Por lo tanto, podemos concluir con una identificación entre *enunciados* y *mensajes*, en el sentido de que el nivel superior de producción de enunciados corresponde a la compleja situación comunicativa de circulación de mensajes en el contexto de la reproducción social. El propio Rossi-Landi (1966: 63) nos permitiría hacer esta asociación, ya que habla de “producción y circulación de los bienes (en forma de mercaderías) y como producción y circulación de los enunciados (en forma de mensajes)”.

Ahora es necesario entender qué son estos “estratos de significación que se superponen dentro de cualquier mercancía”, para comprender mejor el error de Lefebvre y llegar al núcleo del *análisis semiótico de la economía* que propone Rossi-Landi siguiendo a Marx. De hecho, la crítica de Rossi-Landi a Lefebvre se inspira en el análisis marxista de la mercancía en el primer capítulo de *El Capital*, que él considera altamente semiótico para una época en la que las ciencias del lenguaje apenas estaban en su infancia. En lugar de abordar los desarrollos de *la lingüística y la economía* (Rossi-Landi, 1975: 127-133), para ahorrar espacio y llegar al grano, citaremos extractos del estudio “Las mercancías como mensajes”, que resume más brevemente los cinco puntos fundamentales de los grados de transformación y las capas o los estratos de significación que van de los bienes a los productos y a las mercancías:

- a) Un objeto útil, por ejemplo, el agua de una fuente, tiene una significación por su capacidad de satisfacer necesidades humanas.
-

- b) La mayor parte de los objetos útiles son productos humanos y los productos tienen la significación del trabajo humano que se ha cristalizado en ellos. El tipo de trabajo humano que tomaremos en consideración es el grupo específico de operaciones requeridas para producir ese producto en tanto es distinto de todos los otros productos.
- c) Casi todos los productos son mercancías y las mercancías tienen un tercer tipo de significación que deriva de la *ratio* de trabajo humano referente a ellas en el ámbito de la producción total de una comunidad o de un sistema de comunidades. [...]
- d) Un producto puede significar como producto: no-verbalmente como una señal de tránsito, o verbalmente como un libro. En este caso la mercancía llevará *también* ese significado.
- e) El cuerpo de la mercancía puede ser portador de signos agregados que conciernan a la mercancía misma o a alguna otra cosa vinculada con ella. (Rossi-Landi, 1968c: 105-106)

Rossi-Landi nos cuenta dos cosas importantes aquí. La primera es que incluso en la dimensión de lo que se ha llamado producción material existen *significaciones* que, sin embargo, son no verbales (aunque a menudo pueden expresarse verbalmente). La segunda es que estos significados están relacionados con los tipos de *valores* que afectan a cada capa y se solapan de una a otra. Esto significa que la semiótica entra por derecho en el análisis de los fenómenos económicos de circulación y consumo, pero también, y ante todo, de la *producción*: la formación de estas *significaciones como valores* procedentes de la presencia-ausencia del trabajo y del propio tipo de trabajo (diferenciado-indiferenciado) es precisamente un proceso de *semiosis*. Aquí el análisis semiótico se encuentra con la desmitificación marxista del *fetichismo de la mercancía*, que es en efecto un ejemplo penetrante del primero.

Así, en el primer nivel mencionado arriba, encontramos *bienes* naturales que asumen importancia (o sea, significación) para los seres humanos debido a su capacidad para satisfacer sus necesidades, es decir, porque tienen un *valor de uso*, como ocurre, por ejemplo, con el agua o una manzana.

Pasando al segundo nivel, para tener *productos*, debe insertarse trabajo: una manzana obtenida por sudor y cultivo de la tierra siempre conservará el significado del primer nivel, es decir, el hecho de tener un valor de uso, pero traerá otro valor, que es el de ser fruto de *un específico trabajo diferenciado* que se ha cristalizado en ella.

Para mayor claridad, pasaremos aquí al cuarto nivel porque en realidad es un caso especial del segundo. De hecho, Rossi-Landi nos recuerda que no solo existen *productos materiales* (una manzana, una silla, un avión), sino también *productos sýgnicos*, como él dice (Rossi-Landi, 1975: 130), o sea, aquellos que tienen un valor de uso, por supuesto, como todos los otros productos, pero que también asumen otras significaciones derivadas de códigos de interpretación específicos dentro del marco del sistema de signos al que pertenecen. Esto significa que una *función sýgnica* ya existe en su propio valor de uso como productos, independientemente de si luego se convierten en mercancías o no. Rossi-Landi ofrece el ejemplo de una señal de tráfico, que es un *producto sýgnico no verbal*, o un libro, que es, en su lugar, un *producto sýgnico verbal*.

Por lo tanto, podemos volver al tercer nivel, que es el más importante en este contexto, el de la *mercancía*. La mayoría de los productos en nuestras sociedades de mercancías hoy poseen el tercer tipo de significación que les permite esta transformación: sigue siendo trabajo, pero esta vez *indiferenciado, trabajo general*, o la parte del trabajo social abstracto que se les debe dentro del marco de la producción total de una comunidad o un grupo de comunidades, dando así a toda mercancía su fatídico *valor de cambio*, de lo cual Marx (1975 [1867]: 58) dijo: “En contradicción directa con la objetividad sensorialmente grosera del cuerpo de las mercancías, ni un sólo átomo de sustancia natural forma parte de su objetividad en cuanto valores”. De hecho, es aquí donde se sitúa la *intuición semiótica* de Marx sobre el *carácter fetichista* de las mercancías: como explica Rossi-Landi, Marx entendía que lo que hace una mercancía es esta *función sýgnica suplementaria* (que no debe confundirse con la del valor de uso propio de los productos sýgnicos). El valor de cambio no es más que una *mistificación semiótica*. Y es una mistificación que oculta las relaciones de producción y explotación entre los seres humanos, como subraya Marx evocando el fetichismo de la mercancía.

El quinto nivel es, de hecho, una posible variante del tercero que acabamos de ilustrar. En su precisión metodológica, Rossi-Landi no olvida que el conjunto de mercancías puede contener

otros signos relacionados con la mercancía en sí o sobre cualquier otra cosa, como una etiqueta que indique su precio, su uso o su pertenencia a un sector de producción. Y da este ejemplo: “Un libro expuesto en el escaparate de una librería junto a la etiqueta del precio y a un cartel que lo describe, o bien que indica la colección a la que pertenece reúne todas las significaciones antes señaladas” (Rossi-Landi, 1968c: 106). Volviendo al error de Lefebvre, ahora es más fácil entender por qué Rossi-Landi se niega a comparar la mercancía con el signo:

En resumen, Lefebvre reduce los cinco niveles distinguidos anteriormente a una mera oposición saussuriana de *significant* y *signifié* dentro de un presuntivo signo-mercancía. Así, Lefebvre, aunque su investigación sin duda tiene un aire marxista y aunque se presenta como marxista, cae completamente bajo la feroz crítica de Karl Marx, quien ya había denunciado con la debida energía el peligro de considerar las mercancías como simples signos [...]. (Rossi-Landi, 1975: 132, nota, nuestra trad.)

El análisis de las mercancías que acabamos de exponer tiene una consecuencia importante para el estatus de la ciencia económica en el discurso de Rossi-Landi (1966: 75; 1968c: 107; 1975: 133), es decir, *la economía como sector de la semiótica*, o más precisamente, esa parte de la semiótica que trata de mensajes no verbales más conocidos como mercancías: “la economía en sentido propio es el estudio de ese sector de lo signico no-verbal, que consiste en la circulación de un tipo determinados de mensajes llamados habitualmente ‘mercaderías’. Con menos palabras y con una fórmula: *la economía es el estudio de los mensajes-mercaderías*” (Rossi-Landi, 1966: 74; 1975: 134; véase también la variante en 1968c, con *mensajes-mercancía* [sic]).

Esta idea se vuelve más clara en la siguiente sobre el papel del economista: “Es pues *dentro del intercambio* en sentido amplio, distinto de la producción y del consumo en sentido amplio, que el economista halla *esos* procesos de producción y consumo que deben interesarle como semioticista [sic]” (Rossi-Landi, 1966: 77; 1975: 135). Si Marx actuó como semiótico en economía política a través de su desmitificación del fetichismo de la mercancía

y su descubrimiento del plusvalor, no es evidente que todos los economistas y semióticos actúen como desmitificadores.

Por supuesto, Rossi-Landi insiste en muchas ocasiones en el papel desmitificador o incluso liberador que debe tener la semiótica en el contexto de la creación de una ciencia global del hombre, que no se limita a la pura descripción y que puede contribuir más bien al desarrollo de la conciencia respecto a programas y proyectos sociales, para permitir la emancipación humana, incluyendo un apoyo real a los movimientos revolucionarios: “Este es el punto de encuentro entre la investigación semiótica y la praxis” (Rossi-Landi, 1975: 31, nuestra trad.). Por ello, comprendió la importancia de los *sistemas sígnicos* que permiten la mediación e influencia recíproca (determinación y retroacción) entre la infraestructura económica de los modos de producción y las superestructuras ideológicas de todo tipo, contribuyendo a su mantenimiento mediante la planificación social y la creación de consenso (Rossi-Landi, 1980). En este sentido, las líneas que cierran *Lingüística y Economía* son significativas, incluso para construir una semiótica materialista:

Sin embargo, solo con el surgimiento del neocapitalismo han surgido los medios para un estudio frontal de los modelos y programas de comunicación. Y dado que no hay comunicación sin sistema de signos, este estudio pertenece a la semiótica, la doctrina general y la ciencia de los signos y de sus sistemas. La semiótica encuentra su lugar adecuado, su significado y su fundamento junto al estudio de los modos de producción y de las ideologías, dentro del ámbito de la programación social de todo comportamiento. (Rossi-Landi, 1975: 203, nuestra trad.)

4. Perspectivas actuales: el *plusvalor ideológico* en el capitalismo biocognitivo

La referencia al neocapitalismo nos lleva a reflexionar sobre el uso actual que se puede hacer de las teorías rossi-landianas, además de lo que ya se ha planteado sobre la cuasi-identificación entre *producción* y *comunicación* o lo que se denomina *trabajo inmaterial* (véase en particular Petrilli, 2004 y Ponzio, 2008). No hay lugar para recordar aquí nuestra crítica a la *dialéctica de los valores de los signos* que Rossi-Landi paradójicamente construye sobre un trasfondo saussuriano y la oposición valor de uso frente a valor de

cambio; pero es útil recordar que hemos propuesto más bien una extensión de su noción de *plusvalía lingüística* (que sugiere junto con el dinero lingüístico) hacia el *plusvalor ideológico* (D'Urso, 2014b y 2015).

No se trata simplemente de cambiar el adjetivo, sino también del punto de vista, que así se vuelve más global y nos permite profundizar en la homología entre lingüística y economía, en pleno respeto al discurso rossi-landiano. Además, el ajuste que proponemos permite seguir la estela del método del *Capital* cuando se trata de la *producción de valor* y de la *producción de plusvalor* que Rossi-Landi sorprendentemente no recordó. Así, llevando la homología a sus consecuencias extremas, afirmamos que la fórmula marxista del valor de una mercancía (Marx, 1975: 255, 256; 1976: 30, 31, 210) también debe aplicarse en el campo del lenguaje (para estudios ulteriores véase D'Urso, 2014c; 2015: 45-47): M (*valor de una mercancía*) = c (*capital constante*) + v (*capital variable*) + p (*plusvalor*).

Lejos de ser un formalismo puro del tipo que Rossi-Landi denunció, eso nos permite resumir de una sola vez varios factores que realmente completan la homología de los mensajes-mercancías: no solo las partes materiales y lingüísticas del capital (constante y variable) que Rossi-Landi tuvo en cuenta, sino también la relación que dejó separada entre el *plusvalor* monetario, obtenido por el plustrabajo robado al trabajador explotado, y el *plusvalor ideológico* que acompaña la producción y transmisión (incluso inconsciente) de mensajes.

En cuanto al último punto, debemos insistir en que siempre es una cuestión de homología y que el *plusvalor ideológico* no puede concebirse en el sentido de horas impagadas de salarios monetarios, aunque contribuya a la reproducción del capital. Este tipo de valor añadido debe verse más como lo que damos en el plano del dinero lingüístico rossi-landiano, o mejor dicho, como lo que permitimos que se mantenga y reproduzca a nivel de *hegemonía*, dominación social y proyecto social. Por eso preferimos el adjetivo *ideológico*, porque nos permite abarcar las reflexiones de Rossi-Landi sobre la ideología como inseparable de los signos, y como práctica social y planificación de la sociedad, con todo lo que de ella deriva a través del papel de las instituciones sociales, los comportamientos adquiridos y la ejecución de programas verbales y no verbales.

Si recordamos nuestra extensión crítica de la insuficiente noción rossi-landiana de *plusvalía lingüística*, que él limitó al uso masivo de lenguas especiales y técnicas en beneficio de una

minoría, es a fin de mostrar la actualidad de Rossi-Landi y la oportunidad de utilizar sus teorías hoy en día para construir una semiótica abierta hacia la economía que analice todos los aspectos semióticos en los desarrollos actuales del *capitalismo biocognitivo*, definido por una corriente del neooperaísmo italiano (Vercellone, 2007; Fumagalli, 2007 y 2017; Morini y Fumagalli, 2010).

Para un trabajo que aún queda por hacer, digamos brevemente que, justo antes de su muerte, Rossi-Landi (1985b) dijo que vio la parte material de un cuerpo (hardware) y la parte lingüística de un programa (software) fusionarse ante sus ojos en el ordenador, lo que ha desempeñado un papel fundamental en la reestructuración del trabajo por el postfordismo. Aquí hay dos ideas clave neooperaístas: en primer lugar, el cuerpo humano se utiliza para obtener beneficio más allá del tiempo de trabajo ordinario, de modo que este trabajo mecánico, por así decirlo, ya no se distingue de la explotación de la vida en su conjunto; en segundo lugar, esta hibridación entre seres humanos y máquinas — o incluso una introyección de estas últimas en el cerebro de los primeros —, fomentada por nuevas tecnologías telemáticas (como los *smartphones*), suele postular el *capital variable como capital constante*, refiriéndose al *general intellect* o al *social brain* (intelecto colectivo o cerebro social; Marx, 1972: 230, 220) extraído de los *Grundrisse* y de su famoso “Fragmento de las máquinas”⁴.

Marx escribe: “La acumulación del saber y de la destreza, de las fuerzas productivas generales del cerebro social, es absorbida así, con respecto al trabajo, por el capital y se presenta por ende como propiedad del capital, y más precisamente del *capital fixe*, en la medida en que éste ingresa como verdadero medio de producción al proceso productivo” (idem: 220), y “siendo este capital fijo el hombre mismo”, “en cuyo intelecto está presente el saber acumulado de la sociedad” (idem: 236 y nota b).

⁴ De hecho, unas páginas antes, Marx (1972: 210-211) habla de “capital circulant [sic, en francés] transformado en capital fijo”, donde no existe una sinonimia exacta entre capital fijo y capital constante, ya que el par fijo vs. circulante se refiere a la fase de rotación del capital y no coincide con el par constante vs. variable de la composición del capital. El capital circulante incluye tanto salarios (capital variable) como materias primas (capital constante) porque transfieren todo su valor en un único ciclo de producción, mientras que la maquinaria y las fábricas (capital constante) son capital fijo porque transmiten su valor en múltiples ciclos de producción. La distinción de Marx es fundamental para desmitificar a economistas clásicos anteriores, como Ricardo, que no explicaron el plusvalor por la explotación del trabajo porque no distinguieron el capital variable del caldero del capital circulante y vieron las materias primas solo como capital circulante y no también constante.

Esta tesis heterodoxa puede precisarse en términos semióticos. Finalmente, este capital variable que se convierte en capital constante en la teoría neooperaísta solo se explica mediante la mediación del trabajo vivo no remunerado, inconsciente y específicamente lingüístico en el sentido rossi-landiano, que traduce la vida de cada persona en forma de signos digitales verbales (textos, códigos informáticos, emoticonos) y no verbales (fotos, imágenes, emojis) o una mezcla de ellos (vídeos y memes de internet): el conjunto de información personal, gustos, preferencias, hábitos que se publican gratuitamente en la web a su antojo; en otras palabras, los mensajes-mercancías usados y vendidos por la industria de *big data*, causando así una especie de *subsunción vital*, es decir, del tiempo libre y de toda la vida en función de las ganancias capitalistas.

Así, no solo la jornada de trabajo se extiende a la vida cotidiana — producción de *plusvalor absoluto* con la prolongación de las horas de trabajo — sino también que en todo lo que se “produce” para el capital, quizá sin darse cuenta, se beneficiará de supertecnologías para producir más y mejor — producción de *plusvalor relativo* con la intensificación del trabajo. Es muy significativo que estos dos tipos de plusvalor indicados en el *Capital* estén relacionados con los dos tipos de *subsunción formal y real* que Marx (1971) describió en el famoso Capítulo VI inédito, publicado solo en 1933. Esta relación es aún más válida en nuestra era: la subsunción formal — usar las supertecnologías en todas partes — se vuelve real — expresarse según las formas que ellas imponen —, lo que se puede ver en el empobrecimiento de las capacidades expresivas generales: se usan abreviaturas, se envían emojis, se escribe mal o se nos deja escribir por la IA.

Lo que es peor es que la fase actual del capitalismo demuestra claramente, y a un nivel más concreto que el de una homología metodológica, que Rossi-Landi no se equivocaba al hablar de trabajo lingüístico: lo que ha cambiado es el hecho de que los mensajes-mercancías, así definidos para resaltar una equivalencia de complejidad estructural, genética y funcional, a menudo se han convertido en mercancías en la actual *producción de dinero mediante la comunicación*. La esencia de los mensajes no cambia, pero al final podemos ver mejor que su explotación ya no se limita únicamente al campo del lenguaje, sino que se extiende más allá del dinero lingüístico para producir beneficio monetario. Así, el trabajo lingüístico sirve claramente más allá de la dominación específica de la alienación lingüística misma, para

pasar al nivel material de la producción de mercancías (-mensajes). Por lo tanto, no solo existe la co-presencia o superposición de la producción material y lingüística como de costumbre, sino también una explotación directa del trabajo lingüístico y de los mensajes (-mercancías) para producir *plusvalía* que no solo es *ideológica*, sino también *monetaria*, como reproducción del capital real. Esto demuestra de forma más inmediata que siempre existe un plusvalor ideológico subyacente y que posibilita la obtención de ese valor monetario.

Estudiar este tipo de mediación cruzada, que permite transformar el intercambio de mensajes de naturaleza lingüística en una transacción de mercancías “inmateriales” para la reproducción del capital material, sigue siendo una tarea que afecta hoy a la semiótica para el análisis de los aspectos actuales de la economía mundial. En este sentido, citaremos estas líneas finales de Rossi-Landi (1968c: 108), que llaman la atención por su actualidad: “Es sorprendente observar cuánto trabajo de tipo semiótico puede y debe hacerse en esta situación. O quizás no sea sorprendente, ya que — como dice Hegel — *in alles, was der Mensch zu[]dem Seinigen macht[,]* hat sich die Sprache eingedrängt [es decir, ‘en todo lo que el hombre hace suyo, se ha introducido el lenguaje’ (Hegel, 2011: 238)]: un lema que podría servir para nuestra común empresa de semióticos”. Semióticos *materialistas*, por supuesto.

Referencias bibliográficas

- Baudrillard, J. (1976). *Crítica de la economía política del signo*. México: Siglo XXI. Trad. esp. de *Pour une critique de l'économie politique du signe*. París: Gallimard, 1972.
- D'Urso, A. (2014a). Sur l'homologie comme méthode d'approche de la psychologie politique. *Cahiers de Psychologie Politique*, (25). Recuperado de <https://cpp.numerev.com/pdf/articles/revue-25/1704-sur-l-homologie-comme-methode-d-approche-de-la-psychologie-politique>.
- D'Urso, A. (2014b). Denaro linguistico e plusvalore ideologico. Estensione dell'omologia fra economia e semiotica. *Krypton*, (4), 52-61.
-

- D'Urso A. (2014c). Bakhtine, Morris, Rossi-Landi et le surréalisme : pour une sémiotique matérialiste-dialectique des valeurs du signe. *Semat. An International Journal*, 2(1), 195-207.
- D'Urso, A. (2015). Théories économiques et sémiotiques de la valeur. Une approche homologique et une proposition inédite. *Synergies Italie*, (11), 37-49.
- D'Urso, A. (2017). Reproduction sociale, critique de l'idéologie et praxis révolutionnaire dans la sémiotique matérialiste de Ferruccio Rossi-Landi. *Motifs*, (2), 73-85.
- D'Urso, A. (2025). Les horizons ouverts de (et par) la sémiotique rossi-landienne. En A. Biglari (ed.), *La sémiotique et ses horizons* (pp. 199-216). París: L'Harmattan.
- Fumagalli, A. (2007). *Bioeconomia e capitalismo cognitivo. Verso un nuovo paradigma di accumulazione*. Roma: Carocci Editore.
- Fumagalli, A. (2017). *L'economia politica del comune. Sfruttamento e sussunzione nel capitalismo bio-cognitivo*. Roma: DeriveApprodi.
- Goux, J.-J. (1968). Marx et l'inscription du travail. En Tel Quel, *Théorie d'ensemble* (pp. 188-211). París: Seuil.
- Hegel, G. W. F. (2011). *Ciencia de la lógica. Vol. I: La lógica objetiva (1. El ser [1812] / 2. La doctrina de la esencia [1813])*. Ed. F. Duque. Madrid: Abada Editores.
- Latouche, S. (1973). Linguistique et économie politique. *L'homme et la société*, (28), 51-70.
- Lefebvre, H. (1967). *Lenguaje y Sociedad*. Buenos Aires: Proteo. Trad. esp. de *Le langage et la société*, París: Gallimard, 1966.
- Martinet, A. (1962). *A Functional View of Language*. Oxford: Clarendon.
- Marx, K. (1971). *El Capital. Libro I Capítulo VI (inédito). Resultados del proceso inmediato de producción*. México: Siglo XXI Editores.
- Marx, K. (1972). *Elementos fundamentales para la crítica de la economía política (Grundrisse) 1857-1858. Vol. II*. México: Siglo XXI Editores.
- Marx, K. (1975 [1867]). *El Capital. Crítica de la economía política*. T. 1, vol. 1. México: Siglo XXI Editores.
- Marx, K. (1976 [1894]). *El Capital. Crítica de la economía política*. T. 3, vol. 6. México: Siglo XXI Editores.
-

- Morini, C., y Fumagalli, A. (2010). Life Put to Work: Towards a Life Theory of Value. *Ephemera: Theory & Politics in Organization*, 10(3/4), 234-252.
- Petrilli, S. (Ed.) (2004). *Lavoro immateriale. Athanor. Semiotica, Filosofia, Arte, Letteratura*, 14(7). Roma: Meltemi.
- Petrilli, S. (2020). Ordinary Language and Economic Language. *Recherches sémiotiques / Semiotic Inquiry*, 40(2-3), 81-103.
- Ponzio, A. (2005). Valeur linguistique et valeur marchande. Saussure, Chomsky, Schaff, Rossi-Landi. Recuperado de http://www.ferrucciorossilandi.com/files/ponzio2__copia.pdf.
- Ponzio, A. (2008). *Linguaggio, lavoro e mercato globale. Rileggendo Rossi-Landi*. Milán: Mimesis.
- Rossi-Landi, F. (1965). El lenguaje como trabajo y como mercado. En Rossi-Landi, 1970: 11-62. Trad. esp. de Il linguaggio come lavoro e come mercato. En Rossi-Landi, 2003: 61-104.
- Rossi-Landi, F. (1966). Sobre el lenguaje verbal y no-verbal. En Rossi-Landi, 1970: 63-91. Trad. esp. de Sul linguaggio verbale e non-verbale. En Rossi-Landi, 2003: 105-129.
- Rossi-Landi, F. (1967). Trabajando en la homología del producir. En Rossi-Landi, 1970: 151-166. Trad. esp. de Lavorando all'omologia del produrre. En Rossi-Landi, 2003: 163-176.
- Rossi-Landi, F. (1968a). Por un esquema homológico de la producción. En Rossi-Landi, 1970: 167-228. Trad. esp. de Per uno schema omologico della produzione. En Rossi-Landi, 2003: 177-228.
- Rossi-Landi, F. (1968b). Capital y propiedad privada en el lenguaje. En Rossi-Landi, 1970: 265-297. Trad. esp. de Capitale e proprietà privata nel linguaggio. En Rossi-Landi, 1972: 201-227.
- Rossi-Landi, F. (1968c). Las mercancías como mensajes. En Rossi-Landi, 1976: 103-109. Trad. esp. de Le merci come messaggi. En Rossi-Landi, 1972: 117-123.
- Rossi-Landi, F. (1969a). Extensión de la homología entre enunciados y utensilios. En Rossi-Landi, 1976: 53-59. Trad. esp. de Extension de l'homologie entre énoncés et outils. En *Actes du X^e Congrès international des linguistes* (Vol. 1, pp. 503-508).
-

- Bucarest: Éditions de l'Académie de la République Socialiste de Roumanie. Trad. ita. Estensione dell'omologia fra enunciati e utensili. En Rossi-Landi, 1972: 61-68.
- Rossi-Landi, F. (1969b). Dialectica e alienazione nel linguaggio. Colloquio con Enzo Golino. En Rossi-Landi, 1972: 253-339.
- Rossi-Landi, F. (1970). *El lenguaje como trabajo y como mercado*. Caracas: Monte Ávila.
- Rossi-Landi, F. (1972). *Semiotica e ideologia*. Milano: Bompiani.
- Rossi-Landi, F. (1973). Le langage comme travail et comme marché. *L'homme et la société*, (28), 71-92. Trad. fran. parcial de Rossi-Landi, 1965; versión esp. *El lenguaje como trabajo y como comercio*, Buenos Aires: Rodolfo Alonso Editor, 1975.
- Rossi-Landi, F. (1974a [1973]). Sur l'argent linguistique. En A. Verdiglione (ed.), *Psychanalyse et politique* (pp. 103-127). París: Seuil.
- Rossi-Landi, F. (1974b). Articulations in verbal and objectual sign systems. En Rossi-Landi, 1992: 189-232.
- Rossi-Landi, F. (1974c). *Ideologías de la relatividad lingüística*. Nueva Visión: Buenos Aires.
- Rossi-Landi, F. (1975). *Linguistics and Economics*. La Haya: Mouton.
- Rossi-Landi, F. (1976). *Semiótica y estética*, Buenos Aires: Nueva Visión. Trad. esp. parcial de Rossi-Landi, 1972.
- Rossi-Landi, F. (1980). *Ideología*, Barcelona: Labor. Trad. esp. de *Ideologia*, Milán: ISEDI, 1978; segunda edición definitiva Milán: Mondadori, 1982.
- Rossi-Landi, F. (1985a). *Metodica filosofica e scienza dei segni: nuovi saggi sul linguaggio e l'ideologia*. Milán: Bompiani.
- Rossi-Landi, F. (1985b). Il corpo del testo tra riproduzione sociale ed eccedenza: Dialogo. Recuperado de http://www.ferrucciorossilandi.com/files/rossi-landi_il_corpo_del_testo.pdf.
- Rossi-Landi, F. (1992). *Between Signs and Non-Signs*. Ed. Susan Petrilli. Ámsterdam: John Benjamins.
- Rossi-Landi, F. (2003 [1968, 1983]). *Il linguaggio come lavoro e come mercato*. Ed. Augusto Ponzio, Milán: Bompiani.
- Saussure, F. de (1945 [1916]). *Curso de lingüística general*. Buenos Aires: Editorial Losada.
-

Vercellone, C. (2007). From Formal Subsumption to General Intellect: Elements for a Marxist Reading of the Thesis of Cognitive Capitalism. *Historical Materialism*, 15(1), 13-36. Recuperado de <https://shs.hal.science/halshs-00263661>.