

# El dinero como soporte material del nacionalismo banal: estudio del peso uruguayo desde una perspectiva semiótica

Money as a material support for banal nationalism: a study of the Uruguayan Peso from a semiotic perspective

Sebastián Moreno Barreneche\*

\* Profesor adjunto en la Facultad de Administración y Ciencias Sociales de la Universidad ORT Uruguay, a cargo del curso Cultura y Sociedad Contemporánea en la Licenciatura en Estudios Internacionales. Investigador activo del Sistema Nacional de Investigadores (Uruguay).

✉ [morenobarreneche@gmail.com](mailto:morenobarreneche@gmail.com)  
<https://orcid.org/0000-0003-3551-7117>

RECIBIDO: 16.3.2022

ACEPTADO: 16.5.2022

## Resumen

El dinero creado y utilizado por una entidad política (por lo general un país, pero también una entidad supranacional como la Unión Europea) funciona como soporte material para vehiculizar una idea de nación. Para crear dicho sentido, el aparato estatal selecciona unidades pertenecientes a una enciclopedia histórica local (personajes históricos, momentos, paisajes, animales, obras, etcétera) y las utiliza como recursos semióticos para construir discursivamente la idea de nación mediante un uso estratégico de la iconografía. Este artículo estudia desde una perspectiva semiótica los billetes y las monedas del sistema monetario uruguayo vigente en 2022 con el objetivo de identificar la estrategia discursiva subyacente a la iconografía escogida para su diseño. El artículo demuestra que el dinero uruguayo efectivamente funciona como soporte material para la construcción de un nacionalismo banal.

**Palabras clave:** dinero, Uruguay, identidad nacional.

## Abstract

Money designed and used by a political entity (usually a country, but also a supranational entity such as the European Union) functions as a material support to convey an idea of nation. To create that sense, the state

apparatus selects units belonging to a local historical encyclopaedia (historical figures, moments, landscapes, animals, works, etc.) and uses them as semiotic resources to discursively construct the idea of nation through a strategic use of iconography. This article studies the banknotes and coins of the Uruguayan monetary system in force in 2022 from a semiotic perspective, with the aim of identifying the discursive strategy underlying the iconography chosen for their design. The article proves that Uruguayan money functions as a material support for the construction of a banal nationalism.

**Keywords:** money, Uruguay, national identity.

## Introducción

El dinero en efectivo forma parte integral de la vida cotidiana de las personas. Aunque actualmente las tarjetas de crédito y de débito, los medios electrónicos (por ejemplo, PayPal o aplicaciones para *smartphones*) y las criptomonedas hayan ganado terreno como medios de pago, el dinero en efectivo todavía subsiste como parte de un sistema económico que, con el paso del tiempo, se ha ido complejizando y ha ganado en diversidad. En el mundo, el dinero en efectivo tiene mayor o menor protagonismo dentro del sistema económico según la región o el país en cuestión: mientras que en algunos países una práctica cotidiana como pagar un billete para poder acceder al sistema de transporte público puede prescindir totalmente del dinero en efectivo y ser efectuada a través de otros medios de pago, en otros países todavía resulta improbable subir a un medio de transporte público sin abonar utilizando dinero en efectivo.

Algirdas J. Greimas —el gran referente de la semiótica estructural francófona forjada en la línea del trabajo de los lingüistas Ferdinand de Saussure, Louis Hjelmslev y Roman Jakobson y continuada a partir de la década de 1980 por semiotistas como Jacques Fontanille y Eric Landowski— consideraba que los individuos estamos rodeados por el sentido. La finalidad disciplinar de la semiótica, al menos en su estado de desarrollo actual, es dar cuenta de cómo el mundo se vuelve uno *con sentido* para los individuos. Según Greimas (1986, p. 5), el mundo humano nos parece definible en esencia como el mundo de la significación. El mundo no puede ser dicho *humano* si no es en la medida en que significa algo. El sentido y la significación se posicionan como categorías analíticas centrales en los intentos teóricos de la semiótica por comprender y dar cuenta de la totalidad de la experiencia humana (Landowski, 2012a; Fontanille, 2015a; Demuru, 2019; Finol, 2020).

Las categorías analíticas abstractas de *sentido* y *significación* sirven para referir a fenómenos que surgen en el individuo a partir de «conglomerados significantes» (Verón, 1988) a los que la semiótica acostumbra denominar *textos* (en sentido amplio). En particular, la vida cotidiana es un entorno muy rico para la producción, la circulación y

el consumo de sentido, en el que, por repetición y establecimiento de hábitos, se forjan las concepciones de lo que es normal, natural, correcto y apropiado.<sup>1</sup> A partir del contacto con —y la interpretación de— signos, textos (en sentido amplio, incluidas imágenes y otras articulaciones coherentes de unidades más pequeñas), objetos y prácticas, los individuos tenderán a inferir de ellos un sentido, por lo que estos conglomerados se vuelven *significantes* (Fontanille, 2008).

El dinero en efectivo puede ser considerado como un conglomerado de sentido en la medida en que, además de su función utilitaria en el plano económico, vehiculiza significados socioculturales. Concretamente, la iconografía elegida para su diseño cumple un rol central en el tipo de sentido que se infiere de las imágenes, los personajes, las figuras y las referencias culturales impresas y acuñadas en los billetes y las monedas de un país. Este artículo se propone estudiar el sentido vehiculado por el dinero uruguayo vigente. Como se argumenta, se trata de un sentido que responde a una estrategia del aparato estatal de construcción discursiva de una semiósfera nacional, esto es, de un espacio distintivo de circulación de sentido (Lotman, 1996) concebido en términos identitarios como basado en una idea de nación y a partir de cuyo reconocimiento y comprensión los individuos pueden identificarse como miembros de la identidad nacional uruguaya. En este sentido, el caso uruguayo demuestra cómo el dinero en efectivo funciona como soporte material para la construcción discursiva de un nacionalismo en términos banales (Billig, 1995; 1998).

## Semiótica, nacionalismo banal y el sentido del dinero

La semiótica es la ciencia social interesada en comprender el sentido y la significación (Verón, 1988; Hénault, 2012). Desarrollada como disciplina con cierta autonomía durante la segunda mitad del siglo XX, desde la década de 1980 semiotistas a lo largo y ancho del mundo se han interesado por estudiar cómo funciona el sentido no solamente en textos, según la acepción tradicional del término, sino también en prácticas, interacciones y otras instancias de naturaleza dinámica y social que pueden vehicular sentido (Demuru, 2017; Dondero, 2017; Landowski, 2017; Fontanille, 2008). A partir de este giro, durante las últimas décadas la semiótica se ha posicionado con firmeza dentro del campo de las ciencias sociales y humanas como una ciencia de la cultura (y no solo una ciencia del lenguaje) y ha comenzado a estudiar, a modo de ejemplo, «estilos» o «formas

---

1 A modo de ejemplo, a partir del consumo de imágenes en las que adolescentes se autorrepresentan en sus redes sociales digitales, un adolescente podrá inferir una adecuación (o no) de determinadas prácticas de autorrepresentación en dichos medios.

de vida» como conjuntos articulados más o menos coherentes que sirven para dar sentido a la experiencia humana e interpretar la realidad social (Landowski, 2012b; Fontanille, 2015b; Perusset, 2020; Fontanille y Perusset, 2021).

Uno de los padres fundadores de la semiótica fue el lingüista Ferdinand de Saussure. Para Saussure, la lengua es un sistema de unidades interrelacionadas (los signos) que están compuestas por dos caras (como ocurre en los billetes): un significado y un significante. Esta propuesta fue reelaborada por el lingüista danés Louis Hjelmslev (1961), quien prefirió hablar de un *plano del contenido* y un *plano de la expresión* —y ya no de *significado* y *significante*, respectivamente— como aquellos que son puestos en relación por el acto de *semiosis*. Básicamente, la idea que la semiótica actual toma de Hjelmslev es que una unidad en el plano de la expresión (una palabra, un gesto, una imagen, un sonido, una huella en la arena, etcétera) es *interpretable* como vehículo de un contenido (la huella *significa* que alguien pasó por allí). De manera inversa, quien quisiera vehicular determinado sentido deberá manipular la forma del plano de la expresión para que dicha articulación pueda ser interpretada como vehículo de un sentido localizado en el plano del contenido. Contenido y expresión son los dos planos correlacionados y centrales del análisis semiótico.

Dentro del conjunto de mecanismos y dinámicas que es empleado para dar sentido a la experiencia humana, las identidades colectivas son un fenómeno de especial relevancia para la semiótica social y cultural. A partir de la identificación con grupos, los individuos pueden definir quiénes son, cómo comportarse y a qué aspirar (Appiah, 2018; Tajfel, 1982; Billig, 1998). En términos semióticos, las identidades colectivas son articulaciones discursivas que vehiculizan unas unidades semánticas cuyo sentido es establecido a partir de oposiciones con otras unidades semánticas: una identidad colectiva se vuelve una *con sentido* en la medida en que es diferente de otras identidades (Arfuch, 2005; Montoro y Moreno Barreneche, 2021a; 2021b). Las identidades colectivas desempeñan un papel fundamental en su calidad de conjuntos articulados de discursos, imaginarios y narrativas existentes en las «redes de significación» que constituyen una cultura (Geertz, 1973), ya que median en la atribución de sentido que los individuos hacemos de la realidad social (Somers, 1994).

Dentro del espectro de identidades colectivas con las que los individuos pueden identificarse para dar sentido a su existencia en términos de pertenencia colectiva, actualmente la identidad *nacional* continúa teniendo una posición sobresaliente: al preguntarle a un individuo quién es, es altamente probable que dentro de las primeras tres o cuatro referencias mencione su país de origen. En un mundo organizado en Estados nación como aquel en el que vivimos, la identidad nacional es una identidad colectiva central para definir pertenencias y apegos individuales. Salvo en algunas excepciones, la identidad nacional suele asociarse a un Estado nación. Este hecho es el resultado de ciertos procesos históricos que hicieron de la nación el principio central para articular

el sistema internacional (Thiesse, 1999). Así, en el mundo actual, la nación (los uruguayos) y el Estado (Uruguay) se vuelven unidades semánticas con una extensión casi sinónímica, una situación que no era común, a modo de ejemplo, en la era de los imperios como el austrohúngaro, que subsumía nacionalidades diversas bajo un mismo aparato administrativo.

Como cualquier identidad colectiva, la identidad nacional no es algo dado o presocial, sino que se construye a través de discursos y prácticas sociales (Skey, 2013; Palmer, 1998). Por eso, Anderson (1983) considera a la nación una «comunidad imaginada» resultante de un proceso de construcción que se desarrolla a través del tiempo mediante distintos mecanismos y recursos. Los símbolos patrios, los contenidos curriculares que se enseñan y aprenden en la escuela (historia, literatura, geografía, etcétera), los feriados oficiales de un país, el foco temático que los medios de prensa eligen para sus agendas y las campañas de promoción turística, entre otros elementos, exponen a los residentes de un país de manera constante a discursos sociales que los identifican con una identidad colectiva definida en términos nacionales. Muchos de estos discursos y prácticas son el resultado de diseños y/o usos estratégicos: los Estados implementan estrategias semiótico-discursivas de diferenciación respecto a otras identidades nacionales. Si bien en términos legales se es uruguayo por haber nacido en Uruguay o por ser hijo/a de padre y/o madre uruguayos, en términos semióticos la pertenencia se construye a partir del consumo de discursos y el seguimiento de prácticas que darán lugar a efectos de sentido con un impacto cognitivo y afectivo (Tajfel, 1982).

Desde el siglo XIX, los Estados nación han desarrollado e implementado estrategias de construcción de la nación, no solo en términos autoidentitarios («este es el Estado nación uruguayo, que se diferencia del argentino»), sino también para lograr la identificación afectiva de sus ciudadanos. Quienes han estudiado el fenómeno de la identidad nacional han mostrado especial interés en investigar cómo la idea de nación es construida y vehiculizada en contextos cotidianos (Skey, 2013). Es así que surge en las ciencias sociales y humanas el concepto de *nacionalismo banal* (Billig, 1995; 1998; Skey y Antonsich, 2017). Se trata de un concepto que busca dar cuenta de cómo la nación es construida en contextos cotidianos y aparentemente irrelevantes (de ahí el adjetivo *banal*), es decir, en instancias ajenas a ciertos eventos de naturaleza «extraordinaria» que contribuyen de manera más evidente a dicha construcción, como, por ejemplo, la celebración pública y oficial del día nacional, que ocurre una vez al año (es decir, de manera «extraordinaria»). La idea de nación se construye discursivamente en distintos medios, espacios y soportes: mientras que algunos tienen mayor solemnidad institucional (fechas patrias, símbolos nacionales, figuras históricas), otros se caracterizan por su naturaleza banal y cotidiana.

Dentro de una semiósfera nacional asociada a un Estado dado, el dinero es una institución social que sirve para vehicular contenidos vinculados con la pertenencia

nacional, del mismo modo que lo son otros documentos producidos por el Estado, como pasaportes y certificados. El dinero de un país es una institución social creada y regulada por el Estado para que los ciudadanos realicen sus transacciones económicas de manera utilitaria y funcional. En términos socioculturales, el dinero es una institución que combina la dimensión estatal y la cotidiana: si bien es creado y está regulado por el Estado, su ámbito de circulación es el de la vida cotidiana. En dicha circulación, los contenidos nacionales están presentes y, por lo tanto, el dinero funciona como un soporte material para la construcción de un nacionalismo banal.

Con excepción del euro y algún otro caso excepcional, los países del mundo suelen disponer de una moneda propia, circunscrita a los límites del territorio nacional. Dado que, a diferencia de las criptomonedas y los medios electrónicos de pago, el dinero en efectivo tiene una existencia física —ya sea en la forma de billetes o de monedas—, los Estados deben manipularlos —imprimirlos, acuñarlos— para que sean reconocibles como dinero. Por lo tanto, los Estados deben tomar decisiones estratégicas sobre cómo marcar el papel y el metal para que sean reconocidos y utilizables como moneda nacional. Estas decisiones dan cuenta de un fenómeno de *semiosis* mediante el cual, a partir de una marca que ocurre en el plano de la expresión, se construye un sentido que connota la idea de una identidad nacional.

Históricamente, las ciencias sociales y humanas han concebido al dinero desde una perspectiva predominantemente utilitaria y económica, es decir, como institución social que regula las interacciones entre actores sociales. Durante las últimas décadas, algunos investigadores han demostrado interés por estudiar el valor *social* del dinero más allá de su valor económico. Para Zelizer (1989; 2017), además de una función utilitaria, el dinero tiene un significado social y simbólico. Wennerlind (2001, p. 557) estudia el significado social del dinero tomando en cuenta su contexto y su contenido cultural, político y social, y argumenta que el dinero no existe en un vacío, sino que es parte de una «elaborada red de condiciones socioestructurales dinámicas en las que la gente actúa e interactúa». Papadopolous (2015), Penrose (2011), Sassatelli (2017, 2021) y Sorensen (2014), entre otros, se interesan por estudiar la *iconografía* presente en el dinero en efectivo como estrategia discursiva que vehiculiza ciertos contenidos vinculados con la identidad nacional (y también de identidades supranacionales, como la europea, que en cierto modo funciona según la misma lógica que la de las identidades nacionales). Este artículo se posiciona en esta línea de investigación: su objetivo es identificar el sentido y los contenidos vehiculizados por la iconografía impresa y acuñada en los billetes y las monedas vigentes en Uruguay.

## Corpus de análisis y metodología

El corpus de análisis está conformado por nueve billetes y cuatro monedas. De los nueve billetes, siete —de \$20, \$50, \$100, \$200, \$500, \$1000 y \$2000— son todavía válidos y circulan en Uruguay. Dos de ellos —de \$5 y \$10— fueron eliminados del sistema monetario hace algunos años. Sin embargo, por su innegable relación sistémica (en términos visuales, pero también discursivos, como se demostrará en la próxima sección) con los billetes aún en circulación, analizarlos permitirá reforzar el argumento.

La figura 1 presenta los siete billetes con validez en Uruguay, cuyos diseños datan de 1994 y 1995. A la izquierda se presenta la cara frontal de cada billete, mientras que a la derecha se incluye la trasera. De la selección se excluye deliberadamente un billete de \$50 creado en 2017 como una edición especial para celebrar el 50º aniversario del Banco Central del Uruguay, ya que, si bien este billete aún está en circulación en el Uruguay, dado su carácter de «billete especial» es claro que no forma parte del sistema que aquí se analiza.

**Figura 1.** Billetes en circulación en Uruguay





Fuente: Banco Central del Uruguay (s.f.a)<sup>2</sup>

Los billetes de \$5 y \$10 (figura 2) formaron parte del sistema monetario uruguayo hasta hace unos pocos años, pero debido a la depreciación del peso uruguayo fueron retirados del mercado y sustituidos por monedas. Sin embargo, como se puede apreciar, su diseño refleja claramente la misma estrategia discursiva y visual que la que subyace en la creación de los billetes aún en circulación. Por lo tanto, resulta oportuno incluirlos en el análisis.

2 Para obtener imágenes de buena calidad se utilizaron los siguientes recursos *online*: el sitio web *Colnect* <<https://colnect.com/fy/search/list/collectibles/banknotes/q/Uruguay>> y el blog *Riqueza Numística* <<http://coincharrua.blogspot.com/2008/10/billetes-uruguay-banknotes.html>>.

**Figura 2.** Billetes fuera de circulación

Fuente: Banco Central del Uruguay (s.f.a)

Además de billetes, el sistema monetario vigente actualmente en Uruguay cuenta con cuatro monedas estándar (figura 3), más una edición especial de \$50, que será dejada de lado en el análisis. Tres de esas monedas son de color dorado, mientras que una combina el dorado con plateado. Por lo tanto, mientras que las monedas de \$1, \$2 y \$5 son fácilmente reconocibles como parte del mismo sistema (están acuñadas siguiendo el mismo principio), la de \$10 resulta distinta no solo por su combinación de colores, sino también por la relación topológica (la posición) entre el animal y el número. Con todo, a pesar de la diferencia evidente, el principio articulador es el mismo, ya que se recurre a un animal autóctono como elemento central de la iconografía acuñada en la moneda.

Estos nueve billetes y cuatro monedas componen el corpus de estudio de este artículo. Por su función, se trata de unidades que forman parte de un sistema (monetario, pero también semiótico). Sin embargo, cada medio monetario (billetes y monedas) conforma un subsistema. La división en dos subsistemas se apoya en diversos criterios. En primer lugar, las monedas tienen una materialidad diferente (metal) que la de los billetes (papel). Por otra parte, el repertorio iconográfico difiere entre un subsistema y el otro: mientras que las monedas incluyen animales como elementos diferenciales, los billetes incluyen seres humanos. En tercer lugar, el subsistema de las monedas queda reservado en términos funcionales a los valores más bajos del espectro, mientras que los billetes se reservan para los valores más altos.<sup>3</sup>

3 Es respecto a este tercer aspecto que los subsistemas se solapan: a medida que el dinero uruguayo se va depreciando, valores para los que antes se utilizaban billetes (\$5 y \$10) fueron reemplazados por monedas. Actualmente, solo conviven el billete y la moneda de \$50.

**Figura 3.** Monedas vigentes en Uruguay

Fuente: Todo Uruguay (s.f.)

La metodología a emplear para el análisis del sistema monetario uruguayo será el estándar en semiótica: a partir del estudio del plano de la expresión (iconografía presente en los billetes y monedas) se intentará volver visible la estrategia discursiva subyacente, sobre la premisa de que las unidades en el plano de la expresión fueron escogidas por el aparato estatal para vehicular unidades del plano del contenido que son relevantes en términos de la identidad nacional.

Como se señala en la próxima sección, este sentido opera en al menos dos niveles. El primero consiste en unir el contenido iconográfico impreso en el billete o acuñado en la moneda con un referente extralingüístico con una existencia histórica comprobable: así, el retrato de Juana de Ibarbourou incluido en el billete de \$1000 *representa* a la persona histórica llamada Juana de Ibarbourou, así como el carpincho acuñado en la moneda de \$2 *representa* al animal carpincho. Si bien ambas representaciones difieren en su naturaleza (una es particular, ya que *representa* a una persona específica, y la otra genérica, ya que *representa* a una especie), refieren a entidades con una existencia empírica e histórica real y verificable.

El segundo nivel de sentido consiste en activar ciertas connotaciones socialmente atribuidas a dichas imágenes, las que sirven el propósito estratégico de dotar de contenidos específicos a la semiósfera nacional uruguaya.

## Análisis y discusión

Los billetes y monedas uruguayos reflejan la estrategia iconográfica y visual que es característica de este género discursivo. En términos de diseño, esto significa que un individuo cualquiera —incluidos niños, analfabetos o turistas— que se vea confrontado con un billete o una moneda uruguaya, incluso sin saber leer o a qué país estos pertenecen, fácilmente se dará cuenta de que se trata de un medio de pago en efectivo. Un primer reconocimiento del dinero uruguayo está pautado, entonces, por una práctica discursiva culturalmente codificada: imprimir billetes y acuñar monedas que sirven como dinero según un código visual determinado que permite su identificación como tales.

Comencemos el análisis por los billetes. Además del valor numérico, las palabras, la silueta del país, los símbolos patrios y los elementos de seguridad (número de serie, marca de agua, firmas de autoridades, etcétera) presentes en ellos, para la semiótica es de interés identificar los repertorios culturales que se utilizan como fuente para la creación de la idea de una semiósfera nacional uruguaya a partir del uso de algunos de sus representantes o especímenes en la iconografía del billete. Al analizar los billetes, rápidamente se advierte una estrategia semiótico-discursiva consistente en recurrir a reconocidos personajes públicos de la historia y la cultura uruguayas (tabla 1).

**Tabla 1.** Personajes históricos que figuran en los billetes

Billete	Personaje incluido en el frente
\$5	Joaquín Torres García
\$10	Eduardo Acevedo Vásquez
\$20	Juan Zorrilla de San Martín
\$50	José Pedro Varela
\$100	Eduardo Fabini
\$200	Pedro Figari
\$500	Alfredo Vásquez Acevedo
\$1000	Juana de Ibarbourou
\$2000	Dámaso Antonio Larrañaga

Todos los personajes presentados en la tabla 1 forman parte de lo que en términos nacional-estatales se identifica como *la cultura uruguaya* en el sentido de un espacio de producción, circulación y consumo de sentido apoyado en una memoria no hereditaria

(Lotman, 1996). Con la selección realizada desde el Estado, dicha cultura se define a partir de *las profesiones* de los individuos que figuran en los billetes: el arte pictórico (Pedro Figari, Joaquín Torres García), la creación literaria (Juan Zorrilla de San Martín, Juana de Ibarbourou), el campo intelectual (Eduardo Acevedo Vásquez, José Pedro Varela, Alfredo Vásquez Acevedo, Dámaso Antonio Larrañaga) y la música (Eduardo Fabini).

La selección de figuras no incluye creadores de obras de lo que podría denominarse una *cultura popular*, sino que se trata de creadores de una *alta cultura*, fuertemente urbana, ilustrada y —de interés para nuestro análisis— por lo general influenciada por tendencias y obras extranjeras. Al compararlo con lo que ocurre en otros países, en el caso uruguayo llama la atención la ausencia de figuras pertenecientes al ámbito político-militar (próceres, generales, liberadores, expresidentes, etcétera). La gran figura ausente en la iconografía de los billetes uruguayos es José Gervasio Artigas, el prócer nacional, que sí estaba presente en la iconografía del sistema monetario precedente al actual.

Los billetes del sistema monetario vigente en Uruguay delimitan por lo tanto una idea de cultura nacional uruguaya anclada en el campo de *la producción cultural erudita*, esto es, como un conjunto de obras artísticas, literarias, musicales e intelectuales. El carácter nacional de esa (alta) cultura se define a partir de la nacionalidad de los personajes históricos escogidos: además de ser grandes creadores de cultura (obras literarias, cuadros, piezas musicales, el sistema educativo, etcétera), estos personajes históricos son *indiscutiblemente uruguayos*, es decir, difícilmente puedan ser reclamados por otras semiósferas nacionales como especímenes propios.

La siguiente prueba de sustitución evidencia la estrategia discursiva utilizada para la selección de las figuras históricas incluidas en los billetes: ¿habría sido aceptable que en lugar de Juan Zorrilla de San Martín figurara el escritor Isidore Ducasse, también conocido como Conde de Lautréamont, nacido en Uruguay pero hijo de padre y madre franceses y cuya obra fue escrita en francés? Una figura como Ducasse contribuiría ciertamente a la vehiculización de un contenido en términos de «lo cultural erudito», pero quizá no sería tan evidente en cuanto a un contenido en términos de «lo nacional».

De los nueve personajes históricos incluidos en los billetes, ocho son hombres y solo Juana de Ibarbourou representa al género femenino. Difícilmente esta desproporción habría sido aceptada si los billetes hubiesen sido diseñados en los últimos cinco a diez años. Además de que las normas sociales hegemónicas en 1994 y 1995 —que es de cuando datan los diseños actuales— todavía aceptaban la disparidad de género sin mayores cuestionamientos, parecería ser un hecho que la producción cultural erudita y urbana en Uruguay estuvo asociada durante la mayor parte de su historia principalmente a figuras masculinas.

En este sentido, el diseño de billetes y monedas puede ser motivo de debate: como propone Sassattelli (2021, p. 199), en el diseño de billetes la selección inevitablemente

limitada y a veces sesgada de imágenes y símbolos puede generar demandas de una integración más equitativa e inclusiva de una pluralidad de eventos y personajes en una historia compartida. ¿Por qué se seleccionaron solamente personajes productores de un tipo de cultura erudita y urbana? ¿Por qué no se incluyeron referencias a la cultura popular y, en particular, rural? ¿Por qué se limitó el repertorio de personajes históricos a figuras activas en el campo de la cultura y no fueron incluidas otras personalidades históricas activas en otros campos (militar, estatal, etcétera), que también forman parte de la enciclopedia histórica local? ¿Por qué se seleccionaron estos personajes históricos y no otros?

Cada billete incluye en el dorso otras imágenes vinculadas con el personaje presente en el frente. Concretamente, cada billete presenta al menos una obra (en sentido amplio) producida por el personaje —un texto literario, una pintura, una institución educativa, etcétera— y un pequeño ícono que representa el campo de actividad en el que el personaje actuó (tabla 2), presentado dentro de dos palmas de una planta que parecería ser laurel.

**Tabla 2.** Obras e íconos incluidos en el dorso de los billetes

Billete	Obra/s incluida/s en el dorso	Ícono
\$5	Cuadro <i>Pintura constructiva 1943</i>	Paleta de pintor con pinceles en el medio, tres figuras geométricas con volumen (esfera, cubo, pirámide) y dos lápices
\$10	Edificio de la Facultad de Agronomía	Libro abierto en blanco, sin nada escrito en sus páginas, ni en el frente ni en el dorso
\$20	Alegoría de <i>La leyenda patria</i> junto a un breve fragmento manuscrito de <i>Tabaré</i> y la firma del autor.	Pluma de escritor, recipiente de tinta y papiro (en blanco en el frente, escrito en el dorso)
\$50	Monumento a José Pedro Varela (ubicado en la Plaza Varela de Montevideo)	Libro abierto (en blanco en el frente, escrito en el dorso) con un sol por detrás
\$100	Alegoría musical, en la que se ve a un joven desnudo, sentado de perfil, tocando una flauta de pan en un paisaje bucólico	Lira y trompeta, con una partitura con signos musicales por detrás

\$200	Cuadro <i>Baile antiguo</i>	Paleta de pintor con pinceles en el medio y un pergamino en blanco detrás
\$500	Edificio Central de la Universidad de la República (actual Facultad de Derecho)	Libro abierto (en blanco en el frente, escrito en el dorso) con un sol por detrás
\$1000	Libros (ocho) correspondientes a obras de la escritora ( <i>Chico Carlo, Raíz salvaje, El cántaro fresco, Perdida, Las lenguas de diamante, Loores de Nuestra Señora, Estampas de la Biblia y La rosa de los vientos</i> ), junto a una reproducción de <i>La palma de Juana</i> , una palmera conmemorativa ubicada en la rambla de Montevideo, en la playa Pocitos. Además, se incluye un breve texto manuscrito, datado el 8 de setiembre de 1924, firmado por la poeta y titulado «El cazador». El texto dice: «Porque yo no sé alzar me de este suelo / donde tengo mis hijos y mi casa, / hermano Calibán, detengo el vuelo / del pájaro que pasa»	Ánfora con una rosa al pie
\$2000	Biblioteca Nacional del Uruguay y la fecha de su fundación: 26 de mayo de 1816	Ave y microscopio

La lógica que establece la relación entre el frente y el dorso de cada billete es común a los nueve casos incluidos en el corpus: los contenidos que figuran en el dorso se relacionan directamente con el personaje histórico incluido en el frente. Concretamente, los contenidos del dorso aluden a la producción en el campo cultural de la figura incluida en el frente del billete.

Sin embargo, no se evidencia una única estrategia semiótico-discursiva utilizada para representar dicha relación, sino cuatro. Una primera estrategia implica emplear *obras* producidas directamente por los personajes históricos incluidos en el frente del billete, como el fragmento de la epopeya *Tabaré*, la estrofa del poema de Ibarbourou y los cuadros de Torres García y Figari, incluidos en los billetes de \$20, \$1000, \$5 y \$200. Estas obras son textos con una materialidad que es empíricamente perceptible. Una segunda estrategia implica utilizar *íconos* de la obra intelectual de los personajes, como el

edificio central de la Universidad de la República, la Biblioteca Nacional y la Facultad de Agronomía, incluidos en los billetes de \$500, \$2000 y \$10, respectivamente. Estas construcciones representan obras en el campo intelectual, concretamente vinculadas con el desarrollo del conocimiento científico y académico en el país. Una tercera estrategia implica el uso de *alegorías*, como ocurre en los billetes de \$20 (alegoría de *La leyenda patria*) y \$100 (alegoría musical). Finalmente, el billete de \$50 no incluye en el dorso ni una obra, ni un ícono, ni una alegoría, sino un *monumento* dedicado a José Pedro Varela, del mismo modo que el billete de \$1000 incluye la palma en honor de Juana de Ibarbourou.

Las distintas estrategias de representación utilizadas responden a la naturaleza del tipo de producción cultural realizada por los personajes históricos elegidos para la iconografía de los billetes, así como a la naturaleza del papel como soporte visual: mientras que un cuadro y un poema pueden ser impresos en los billetes copiando a las obras originales tal cual estas son (es decir, de manera icónica), obras de carácter intangible no pueden ser representadas de manera icónico-especular sobre el papel y deben ser sugeridas mediante el uso de índices y símbolos.

Esto es lo que ocurre con la producción cultural de Larrañaga, Varela, Vásquez Acevedo y Acevedo Vásquez (de carácter intelectual) y la de Fabini (composición musical): dado el carácter inmaterial de las obras producidas por estos personajes históricos, la naturaleza del papel impide una representación icónica y mimética, por lo que es necesario utilizar una estrategia de representación en la que un signo o texto se utiliza de manera indicial (un signo representa a otro por ser su consecuencia o producto, como el humo representa la ocurrencia de fuego) o simbólica (alegórica) para vehicular *el sentido* de la obra del personaje histórico y no la obra misma, como ocurre con los cuadros de Figari y Torres García o con los textos poéticos de Zorrilla de San Martín y de Ibarbourou.

En cuanto a las monedas, todas las que están actualmente en circulación luego de la desaparición de las monedas plateadas de 10, 20 y 50 centésimos son totalmente doradas o incluyen el color dorado. En el pasado, todas las monedas vigentes incluían al dorso el perfil de José Gervasio Artigas —la figura histórica máxima de la nación uruguaya en el imaginario social dominante— acompañada de la inscripción «República Oriental del Uruguay» y, en la parte delantera, el número que indica su valor (figura 4).

**Figura 4.** Monedas viejas, algunas de ellas todavía en circulación

Fuente: Mochileros Viajeros (s.f.)

Desde el año 2011, las monedas oficiales —que conviven con las viejas, que todavía circulan— incluyen, al dorso, el escudo nacional acompañado de la inscripción «República Oriental del Uruguay» y, al frente, un animal de la fauna que es considerada autóctona (tabla 3).<sup>4</sup> Es en el sistema de las monedas que se incorpora el componente rural tan característico de Uruguay, por oposición al fuerte carácter urbano de las figuras históricas y las obras incluidas en los billetes.

**Tabla 3.** Monedas en circulación

Moneda	Animal
\$1	Mulita
\$2	Carpincho
\$5	Ñandú
\$10	Puma

Como se puede apreciar, la estrategia semiótico-discursiva subyacente a la creación de los billetes y de las monedas es la misma: se identifica una porción de la enciclopedia local (en el caso de los billetes, personajes históricos activos en el campo cultural, con un trasfondo urbano; en el de las monedas, fauna autóctona, con un trasfondo rural) y se seleccionan algunas unidades para el diseño de las distintas piezas del sistema monetario. Esta estrategia da pie a un mecanismo productivo para futuras piezas: el día en

4 Cf. Banco Central del Uruguay (s.f.b).

que se cree una moneda de \$20 es esperable que su iconografía incluya un animal autóctono, mientras que el día en que se cree un billete de \$5000 podemos esperar otra figura histórica del campo cultural erudito uruguayo.

## Conclusiones

Este artículo se propuso estudiar el dinero uruguayo vigente desde una perspectiva semiótica, con el objetivo de detectar las estrategias semiótico-discursivas utilizadas por el aparato estatal uruguayo para la creación de los billetes y las monedas que conforman el sistema monetario de Uruguay. Como fue demostrado, las unidades incluidas en los billetes y monedas (personajes históricos, sus obras y animales autóctonos) no surgen de la nada, sino que dan cuenta de una estrategia discursiva de construcción de una semiósfera nacional mediante la puesta en destaque de personajes históricos activos en el campo de la cultura, sus obras y, en el caso de las monedas, de animales considerados como autóctonos del Uruguay.

Como se señaló, todos los personajes y animales incluidos en los billetes parecen haber sido seleccionados por su presuntamente «incontestable uruguayidad»,<sup>5</sup> esto es, por ser representantes y/o especímenes de una semiósfera definida en términos nacionales como uruguaya y que, por esta razón, no corre el riesgo de ser reclamada como propia por otras semiósferas nacionales. Es esta la característica que se posiciona como el principal criterio para la selección de dichas unidades dentro de las dos porciones de enciclopedia local elegidas como pilares de la estrategia iconográfica subyacente a la creación de piezas del sistema monetario: la de figuras de la (alta) cultura (erudita y urbana) y la de los animales presentes en las zonas rurales del país.

La estrategia semiótico-discursiva subyacente a la creación de billetes y monedas uruguayos es similar a la implementada por los Estados de otros países. Al crear billetes y monedas, la iconografía puede incluir unidades pertenecientes a distintas porciones de la enciclopedia local que hacen a la semiósfera nacional del país en cuestión. A modo de ejemplo, en años recientes se dio en Argentina un debate respecto a la enciclopedia local que debería ser utilizada en los billetes del peso argentino: por un lado, estaba la propuesta de continuar incluyendo figuras históricas vinculadas al campo político-militar (José de San Martín, Juan Manuel de Rosas, Julio Argentino Roca, etcétera) y, por

---

5 El problemático concepto de *uruguayidad* refiere a la identidad nacional-cultural uruguaya, esto es, un conjunto articulado y coherente de discursos, signos, prácticas, objetos y otros recursos semióticos que son concebidos como parte de la semiósfera nacional uruguaya. Por lo tanto, el concepto no refiere a una presunta esencia de lo uruguayo, sino a un constructo cultural resultante de una articulación discursiva con una historia específica. En este sentido, conceptos como *argentinidad*, *portugalidade* y *belgitude* son equivalentes al de *uruguayidad*.

otro, la de utilizar especímenes de la fauna autóctona (ballena franca austral, yaguareté, cóndor andino, etcétera). Por su parte, los billetes del euro —la moneda común utilizada por varios países miembros de la Unión Europea— no incluyen ni animales, ni personajes, ni lugares históricos: su iconografía se apoya en una estrategia semiótico-discursiva simbólica, consistente en la inclusión de puentes, puertas y ventanas imaginarios que simbolizan las distintas eras de la historia europea y que no tienen una correspondencia en el mundo extradiscursivo (Sassatelli, 2021; Kalberer, 2004). Si bien las estrategias para diseñar billetes y monedas pueden ser variadas, lo que parecería ser indiscutible es que unos y otras funcionan como soporte material para la construcción discursiva de un tipo de nacionalismo banal.

En términos interpretativos, resulta interesante pensar el tipo de nacionalismo banal que se infiere a partir de la selección que el Estado uruguayo realiza de dos enciclopedias locales (personajes de la cultura y animales) para diseñar sus billetes y monedas. Como se señaló, es frecuente encontrar en billetes y monedas iconografía que representa a los héroes de la nación, quienes suelen ser personajes del campo político y militar.

El caso uruguayo es interesante porque en algún momento se decidió dejar de construir la semiósfera nacional mediante el uso de figuras político-militares en los billetes y las monedas (antes sí se utilizaban figuras de esta índole en la iconografía del dinero) y poblar dicho espacio de circulación de sentido con escritores, pintores, músicos, intelectuales y, más recientemente, animales. Así, se puede apreciar cómo los billetes y monedas de Uruguay vehiculizan un nacionalismo banal mediante el uso de dos enciclopedias locales específicas que poco tienen que ver con la construcción histórica de la nación en términos político-administrativos. Más bien ocurre lo contrario; lo que parecería ponerse en destaque son dos componentes nacionales que poco tienen que ver con el Estado nación: animales y personajes de la cultura.

Una discusión de las posibles interpretaciones de la estrategia semiótico-discursiva subyacente a la iconografía utilizada en el diseño de la moneda uruguaya vigente queda por fuera del alcance de este trabajo, pero es una tarea fundamental para comprender el sentido que esta vehiculiza. Algunas posibles líneas de interpretación pueden encontrarse en trabajos más o menos recientes sobre la construcción de la nación uruguaya y de su identidad (Achugar y Caetano, 1992; Caetano, 2010; Hentschke, 2012). A modo de ejemplo, en una región geográfica en la que la dicotomía civilización-barbarie ha sido históricamente relevante, la selección de personajes productores de alta cultura como figuras a incluir en los billetes podría interpretarse como un intento de delinear un perfil nacional alejado de la barbarie, especialmente si se considera que esta alta cultura se producía desde y en la ciudad letrada y cosmopolita (Hentschke, 2012).

En síntesis, el caso uruguayo da cuenta de que, como propone Sassatelli (2021, p. 199), «el dinero cuenta historias y da forma a imágenes identitarias». Estas historias

e imágenes deben ser cuidadosamente descritas e interpretadas para dar cuenta del sentido que quienes las crean, implementan y reproducen pretenden vehiculizar.

## Referencias bibliográficas

- Achugar, H., y Caetano, G. (1992). *Identidad uruguaya: ¿Mito, crisis o afirmación?* Montevideo: Trilce.
- Anderson, B. (1983). *Imagined communities*. Londres: Verso.
- Appiah, K. A. (2018). *The lies that bind*. Londres: Profile Books.
- Arfuch, L. (Ed.). (2005). *Identidades, sujetos, subjetividades*. Buenos Aires: Prometeo.
- Banco Central del Uruguay. (s.f.a). El Banco Central del Uruguay presentó nuevo cono monetario. Recuperado de <https://www.bcu.gub.uy/Billetes-Monedas/Paginas/Nuevo-Cono-Monetario.aspx>.
- Banco Central del Uruguay. (s.f.b). Billetes y monedas. Recuperado de <https://www.bcu.gub.uy/Billetes-Monedas/Paginas/Billetes-y-Monedas.aspx>.
- Billig, M. (1995). *Banal nationalism*. Londres: Sage.
- Billig, M. (1998). El nacionalismo banal y la reproducción de la identidad nacional. *Revista Mexicana de Sociología*, 60(1), 37-57.
- Caetano, G. (2010). Ciudadanía y nación en el Uruguay del Centenario (1910-1930): La forja de una cultura estatista. *Iberoamericana*, 10(39), 161-176.
- Demuru, P. (2017). Prácticas de vida: Entre semiótica, comunicação e política. *Estudos Semióticos*, 13(1), 28-39.
- Demuru, P. (2019). De Greimas a Eric Landowski: A experiência do sentido, o sentido da experiência: Semiótica, interação e processos sócio-comunicacionais. *Galaxia*, NE, 85-113.
- Dondero, M. G. (2017). Du texte à la pratique: Pour une sémiotique expérimentale. *Sémiotica*, 219, 335-356.
- Finol, J. E. (2020). Prolegómenos para una semiótica de la experiencia: Memoria, contextos y dialécticas del sentido. *Athenea Digital*, 20(2), 1-25.
- Fontanille, J. (2008). *Pratiques sémiotiques*. París: Presses Universitaires de France.
- Fontanille, J. (2015a). La sémiotique face aux grands défis sociétaux du XXI e siècle. *Actes Sémiotiques*, 118.
- Fontanille, J. (2015b). *Formes de vie*. Lieja: Presses Universitaires de Liège.
- Fontanille, J., y Perusset, A. (2021). Les formes de vie entre pratiques et cultures, styles et idéaux de vie. *Estudos Semióticos*, 17(2), 89-103.
- Geertz, C. (1973). *The interpretation of cultures*. Nueva York: Basic Books.
- Greimas, A. J. (1986). *Sémantique structurale*. París: Presses Universitaires de France.
- Hénault, A. (2012). *Les enjeux de la sémiotique*. París: Presses Universitaires de France.

- Hentschke, J. R. (2012). Artiguista, white, cosmopolitan and educated: Constructions of nationhood in Uruguayan textbooks and related narratives: 1868-1915. *Journal of Latin American Studies*, 44(4), 733-764.
- Hjelmslev, L. (1961). *Prolegomena to a theory of language*. Madison: The University of Wisconsin Press.
- Kalberer, M. (2004). The euro and European identity: Symbols, power and the politics of European monetary union. *Review of International Studies*, 30(2), 161-178.
- Landowski, E. (2012a). ¿Habría que rehacer la semiótica? *Contratexto*, 20, 127-155.
- Landowski, E. (2012b). Régimes de sens et styles de vie. *Actes Sémiotiques*, 115.
- Landowski, E. (2017). Interactions (socio)sémiotiques. *Actes Sémiotiques*, 120.
- Lotman, Y. (1996). *La semiosfera, I*. Madrid: Cátedra.
- Mochileros Viajeros. (s.f.). *Monedas Uruguay*. Recuperado de <https://www.mochileros-viajeros.com/moneda-uruguay/>.
- Montoro, J. M., y Moreno Barreneche, S. (2021a). Towards a social semiotics of geo-cultural identities: Theoretical foundations and an initial semiotic square. *Estudos Semióticos*, 17(2), 121-143.
- Montoro, J. M., y Moreno Barreneche, S. (2021b). Identidad latinoamericana y sistemas de transporte: Notas para una semiótica de las identidades geo-culturales. *De-Signis*, 34, 67-82.
- Palmer, C. (1998). From theory to practice: Experiencing the nation in everyday life. *Journal of Material Culture*, 3(2), 175-199.
- Papadopoulos, G. (2015). Currency and the collective representations of authority, nationality, and value. *Journal of Cultural Economy*, 8(4), 521-534.
- Penrose, J. (2011). Designing the nation: Banknotes, banal nationalism and alternative conceptions of the state. *Political Geography*, 30(8), 429-440.
- Perusset, A. (2020). *Sémiotique des formes de vie*. Lovaina la Nueva: De Boeck.
- Sassatelli, M. (2017). «Europe in your pocket»: Narratives of identity in euro iconography. *Journal of Contemporary European Studies*, 25(3), 354-366.
- Sassatelli, M. (2021). Europe's cosmopolitan identity: Images of unity in diversity in the euro. En T. Migliore., y F. Mangiapane (eds.), *Images of Europe* (pp. 195-208). Cham: Springer.
- Skey, M. (2013). *National belonging and everyday life*. Londres: Palgrave Macmillan.
- Skey, M., y Antonsich, M. (ed.). (2017). *Everyday nationhood: Theorising culture, identity and belonging after «Banal Nationalism»*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Somers, M. (1994). The narrative constitution of identity: A relational and network approach. *Theory and Society*, 23(5), 605-649.
- Sorensen, A. R. (2014). Too weird for banknotes: Legitimacy and identity in the production of Danish banknotes (1947-2007). *Journal of Historical Sociology*, 29(2), 186-206.

- Tajfel, H. (1982). Social psychology of intergroup relations. *Annual Review of Psychology*, 33, 1-39.
- Thiesse, A. M. (1999). *La création des identités nationales*. París: Seuil.
- Todo Uruguay. (s.f.). Moneda y cambio de divisas en Uruguay. Recuperado de <https://www.todouruguay.net/moneda-y-cambio-de-divisas-en-uruguay/>.
- Verón, E. (1988). *La semiosis social*. Barcelona: Gedisa.
- Wennerlind, C. (2001). Money talks, but what is it saying? Semiotics of money and social control. *Journal of Economic Issues*, 35(3), 557-574.
- Zelizer, V. (1989). The social meaning of money: «Special monies». *The American Journal of Sociology*, 95(2), 342-377.
- Zelizer, V. (2017). *The social meaning of money*. Princeton: Princeton University Press.