

Retórica de la imagen y poéticas de la memoria

*Éste apunte tiene vigencia para el programa 2021 y el anterior



"No creo en el calentamiento global"

Retórica de la imagen y poéticas de la memoria.



Introducción:

Retórica y poética son conceptos vinculados a la imagen como materia de comunicación y como recursos de diseño en los procesos creativos.

Pasado y futuro

Hablar de memoria es hablar del tiempo, esta dialéctica entre memoria y tiempo, tuvo la decisión de adoptar el concepto de memoria, es porque en el concepto de memoria está incluido el de tiempo.

La decisión de adoptar el concepto de memoria es estratégico para el sentido que se le va a dar al texto.



Como en comunicaciones anteriores también vamos hacer una lectura crítica del texto de Roland Barthes realizado en la década de 1960.

Entonces el tiempo de producción de la teoría juega en cuanto análisis contextual, y en cuanto al análisis crítico de los códigos utilizados en diversas etapas.



Barthes

Poner en crisis la idea de imagen y lenguaje natural por los lingüistas, pone en juego cuáles son límites del sentido en cada contexto de la comunicación.

Conceptos antropológicos adoptados por Barthes, o la idea del mito que ha que desarrollar en otros nodos.

Cuales son los roles de la significación en campos de la imagen la publicidad, para poner en contexto esta lectura crítica.

Verificar cuáles son los aspectos semánticos que se ponen en juego en los tres "tipos" de mensajes que portan las imágenes, y cual es su utilidad en el proceso de diseño.





Los tres mensajes

La elección de las pastas Panzani como ejemplo a deconstruir, es la excusa para el análisis del mensaje Lingüístico, del mensaje que porta la imagen denotada y del mensaje connotado.

Imágenes y palabras en el mensaje lingüístico.

Para encontrar imágenes sin palabras ha que remitirse a sociedades parcialmente analfabetas.

Tomemos por caso la relación entre las palabras y las imágenes con la aparición del libro.

De qué se trata la ilustración de un texto, en qué consiste su estructura signifiante?

La imagen duplica las informaciones del texto o lo descubre, aparece como redundancia?



Cuál es la relación el vínculo entre ambos lenguajes, en esta relación y vínculo se asoma el sentido del discurso.

En términos de comunicaciones de masas, o de pensar en términos de civilización de la imagen, hoy se superan y debemos pensar en culturas de la imagen que no logra desligarse de la escritura y de la palabra.

Las imágenes en la actual cultura también tienen títulos que designan, epígrafes, leyendas, artículos que las sostienen, subtítulos en películas, y su gráfica informativa.



"La tierra no se está muriendo. La están matando y los que lo están matando tienen nombres y direcciones".

Aparece la palabra en twitter, en wpp, instagram, stickers, tik tok y otros canales de circulación de mensajes.

Pregunta:

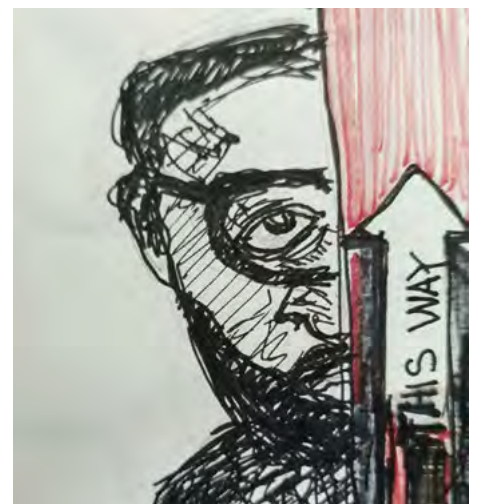
¿Qué comunican las imágenes sin palabras, sin datos referenciales?

Con la ausencia de la palabra aparece lo hermético, lo enigmático, situación que salvan los códigos referenciales y los contextos en que aparecen las imágenes.

Observando a este señor con barba y anteojos, algo calvo, quién conoce a esta figura?

Solo una parte de los destinatarios interesados en el tema. Si se le incorpora un nombre - Umberto Eco - más destinatarios lo identifican.

Si explico en un epígrafe quién es y a qué se dedica, si titulo la imagen, o si comento su biografía, se van incorporando datos referenciales que favorecen la interpretación de la figura, **incorporando referentes contextuales le aporta sentido al personaje en cuestión.**



Al revés la figura puede ilustrar por ejemplo la biografía del personaje.

En este sentido, la figura en su función de ilustración se referencia con lo que se denomina **significado global del texto**, gracias a este mecanismo de connotación texto y figura se relacionan.

El concepto de ilustración es un NODO en sí mismo.

¿Cuáles son las funciones lingüísticas respecto del mensaje icónico?

Barthes plantea dos: anclaje y relevo.



Funciones de anclaje y relevo

Anclaje

- Guía al lector por solo una vía de interpretación
- Lo realiza la materia lingüística

Relevo

- El texto y la imagen se complementan
- La información recae en el texto la imagen acompaña

Función de anclaje en la comunicación visual

Es momento de hacer foco en el mensaje lingüístico. Comenzando por entender que las imágenes son polisémicas

Polisemia que se verifica subyacente a sus significantes que dispara una “cadena flotante” de significados. El lector elige unos y descarta otros. esta la situación pone en crisis el sentido, el sentido es cuestionado.

Las imágenes generan incertidumbre, lo que Barthes designa como “cadena flotante” se explica en que las imágenes dispara una deriva semiótica “ilimitada”, entonces cómo fijar esta cadena evocativa?, cómo reconducir esta deriva, como intentar fijar algún sentido.



Entonces aparece la propuesta de intervención del mensaje lingüístico, de qué se trata esto, la palabra intenta un mensaje literal – que tampoco es así- intenta ser directa, tampoco puede evitar ser parcial –a excepción de lo imperativo en el mensaje- describir los objetos de la escena es una descripción denotada.



Lo opuesto a esta mera descripción que redundante y duplica, el objetivo es anclar los sentidos.

Aquí debo aclarar que esta función propone un aspecto de lo lingüístico, dado que el concepto que estamos desarrollando en otros textos de cátedra es la de **enunciado complejo**, ya descrito y analizado, y que propone una relación vincular entre imagen y palabra como un mensaje articulado con sentidos globales propone un espacio de interpretación.

Volviendo a la función de anclaje de los sentidos posibles se puede decir que las leyendas colaboran para implicar niveles de percepción de la imagen. Acomodar la mirada en función de balizar el sentido posible y de contener la deriva de sentidos connotados.



En la imagen publicitaria el anclaje también puede hacer de lo ideológico un recurso de mayor potencia o manipulación.

Aquí toma protagonismo - no ya un mensaje literal, descriptivo- sino la idea de un mensaje simbólico que abandona lo identificatorio de los objetos, y ponga un dique para que la deriva no se propague por áreas de interpretaciones excesivamente individuales o hacia valores **distópicos** es decir incómodos.

Los productos enlatados, - que figura en la fotografía de Panzani- con leyendas que proponen la posibilidad de acceder a frutas, verduras, legumbres, al alcance de la mano.

Estas leyendas direccionan el mensaje a situaciones que indica un contexto que le da sentido a la deriva. Si el mensaje nos indica que son productos enlatados sin necesidad de refrigeración son indicados en localidades lejanas, o desérticas, sin posibilidades de un huerto al alcance.



Si el producto de los enlatados se los quiere colocar en centros urbanos desarrollados, la deriva debe soportar aquellos valores distópicos negativos, como los enlatados relacionados con el medio ambiente, o vinculados a temas de salud, y a la industria de la alimentación.

En este caso además de proponer un sentido contextual determinado, se requiere una transmutación de código (Humberto Eco, La estructura ausente).



En estas situaciones el sistemas de signos utilizados tienen un valor de control sobre la cadena de significados flotantes propuesto por los diseñadores, y de control social de parte de los usuario, lectores, consumidores.

El anclaje es la función más utilizada en publicidad, propaganda política y en medios gráficos.



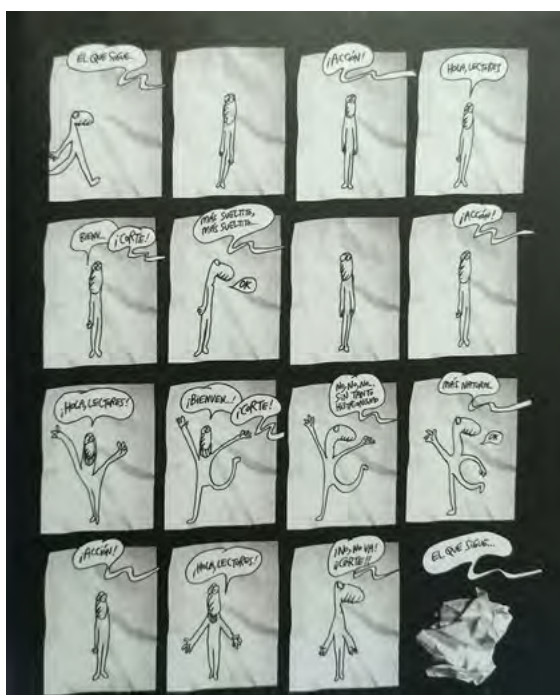
La otra función lingüística mencionada es la de relevo.

A mi criterio esta función de **relevo** me parece- en algún punto- con más posibilidades de creatividad, hasta divertidas o incluso con más alternativas simbólicas que atraviesen muchos de los sentimiento y pasiones humanas.

Se utiliza en diversos géneros, y canales y medios, de acuerdo a la intencionalidad y posibilidades de los creativos.

Dibujos y representaciones de humor, de historietas, en **diversos soportes** modalidades de lenguajes y tecnologías.

En este caso imagen, palabra fragmentos de diálogos, casi como guiones para soportes cinéticos, y también en la imagen fija, trabajan en una relación complementaria.



Son sintagmas complementarios, es decir, articulación de elementos paradigmáticos combinados para el diseño de un mensaje. Un mensaje a través de un enunciado complejo, para...

La unidad del mensaje a comunicar se sostiene en el **concepto de diégesis**, el mundo en que ocurren situaciones y acontecimientos **narrados**, estamos hablando del concepto de diégesis como un **sistema autónomo**. Un sistema donde puede haber un narrador que cuenta una historia o diversos personajes que participan de esas historias.

La diégesis funciona como **un mundo en sí mismo**, ese mundo donde la creatividad dispara múltiples deriva condicionada por códigos vigentes y por contextos que le dan sentido a los mensajes que se sostienen desde aquello simbólico para proponer una acción y secuencias de acciones.

Es interesante aclarar que como en todo enunciado y mensaje ambas funciones anclaje y relevo pueden coexistir.

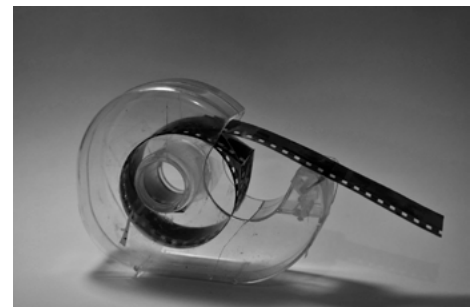
Aquí en estas funciones el juego de los lenguajes asume el protagonismo imprescindible en el mundo de la creatividad como objetivo comunicacional.



Retórica de mensaje simbólico

Lo simbólico en el mensaje y su relación con códigos de referencia.

Pensar lo simbólico como proceso de diseño es un tema que venimos desarrollando a través de todos estos textos precedentes y lo continuaremos haciendo hasta concluir con el desarrollo y análisis de los conceptos de ideología y el desarrollo del concepto de Juego de lenguajes asociado a lo escrito por Lidwing Wittgenstein,



Entonces la lectura crítica del mensaje simbólico va en línea con la comprensión, análisis y producción de diseño.

Este tipo de mensaje es simbólico es cultural y connotado, si bien a los signos que participan de este mensaje se los denomina discontinuos, pensamos que se los puede observar como significantes articulados, y solicitados entre sí.

Aún cuando los elementos que componen una imagen en su apariencia análoga, son signos que provienen de **códigos culturales**.



"Uno muere, millones lo lloran" *"millones mueren, nadie los llora"*

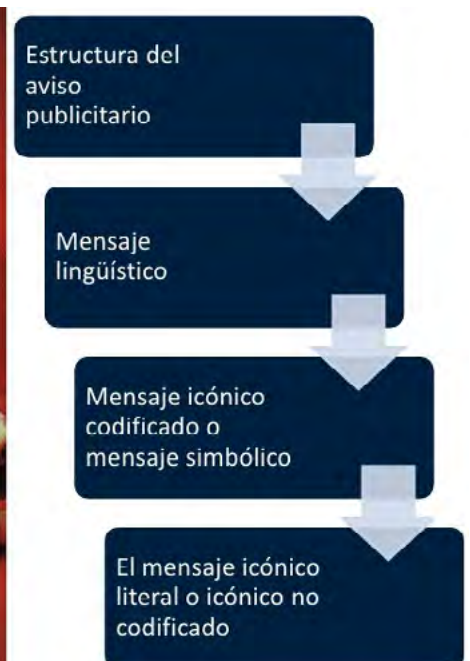


Aquí aparece otro concepto, la imagen porta una cantidad de lecturas que varían de acuerdo a los colectivos que la interpretan y de acuerdo a las connotaciones flotantes codificadas.

En la publicidad de Panzani su nombre por asonancia connota italianidad como significado suplementario, empiezan a funcionar la cadena de significados flotantes.

Acá quiero aclarar algo, cuando se habla de italianidad, no es que los colores son verde, blanco rojo o el nombre solamente, hay que profundizar en los conceptos.

La foto publicitaria, propone una **escena** como lenguaje, que implica la acción de un regreso del mercado con la pesca del día.



En esta frase se pueden explicar aspectos del proceso de connotación, asociados a saberse sociales, a códigos consensuados que tienen que ver con un tiempo determinado, y a la historicidad del signo.

Para analizar esta escena presentada hay que comprender el momento de los **códigos de producción**, y analizar algunos códigos de consumo, desde el punto de vista académico -como en este caso- en una instancia contemporánea.

Regresar del mercado, con productos frescos, asociados a la pesca del día, vincula a los productos recolectados de la huerta, con los productos de la marca.

El código referencial de esta asociación, implica entender cómo el **saber constituido implícito** en el momento de producción de la publicidad de Panzani, las personas acostumbraban ir al mercado con una bolsa de red de ese tipo. Como contrapartida hasta hace poco se compraba con bolsitas de plástico, y ahora con bolsas de tela ambas proveídas por un super chino.

Una red que como significante se asocia a las redes utilizadas para la pesca.

También entender que el pescado que se consume en los hogares, en los locales de comida, es pescado fresco, entonces es "pesca del día" en función que debe consumirse "fresco", por supuesto que ya desde momento de producción de la pieza publicitaria, la pesca era "industrial".

En este sentido a red también evoca una aproximación romántica de la pesca considerando que en las ciudades se lo consume congelado.

Ciertamente, la denominada "vida moderna" implicaba que los productos de la marca estarían a disposición en cualquier momento para realizar una comida completa.



Esta asociación entre los productos exhibidos envasados comparados en el relato discursivo con los "naturales", se puede entender también con un ejemplo curioso: hay sectores sociales, y etéreos, que no distinguen que el consumo de pollo fraccionado en un supermercado proviene de un animal vivo parecido a una gallina y es criado en galpones o en una granja y tiene plumas y pico.

Esta exageración hace a la comprensión del uso de códigos asociados a saberes y conocimientos populares asociados a contextos sociales contemporáneos.



Para cerrar este análisis del concepto de frescura voy a reforzar el concepto de deriva semiótica, los códigos contemporáneos, suponen lecturas asociadas a la industria de la alimentación, a conceptos de salud referidos a el sodio para conservación utilizado en las conservas, en el material de hojalata, y plásticos de los envases vinculados al cuidado del medio ambiente.

Y así la deriva puede continuar de acuerdo al punto de vista - incluso ideológico - desde donde se lee la imagen.

Las cadenas de significados flotantes, los proceso de connotaciones subyacentes en el mensaje hace a la concepción ideológica que aparece en la negociación entre emisor y lector.

La otra lectura posible que propone Barthes es la que se identifica la puesta en escena que denota la fotografía, asociada al concepto de "naturaleza muerta", se supone que para realizar esta connotación el consumidor debe saber o tener conocimientos de historia del arte o de pintura y saber en que consiste este concepto pictórico.

Lo que parece probable es que el segmento de consumidores que tiene estos saberes es probablemente menor al que genera otras lecturas.

Lo que juega en la intención de los creativos es la producción de un **significante global estético**, derivado de la naturaleza muerta como composición.

El placer estético que produce este tipo de puesta en escena es un plus de diseño relevante más allá de los conocimientos del arte que tenga el lector de esta imagen.

Lo simbólico en el mensaje

Después de haber analizado el uso de códigos referenciales en lo simbólico, vamos a analizar lo simbólico específico en el mensaje.

De los tres mensajes que plantea Barthes en la imagen publicitaria de Panzani, voy a poner el acento en el mensaje simbólico de acuerdo con la línea planteada por la cátedra respecto a qué consiste el proceso de diseño.



Pintura



Foto publicitaria



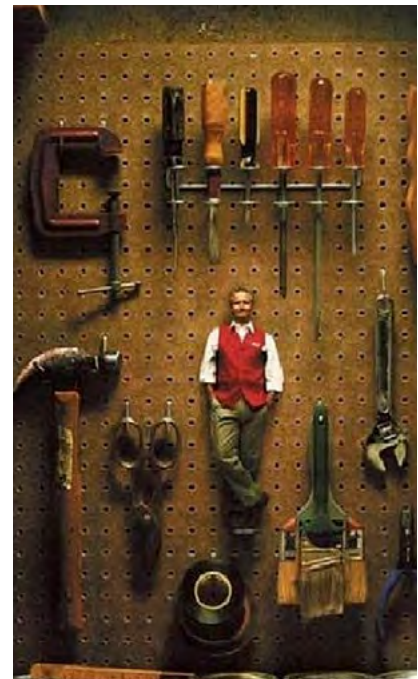
El mensaje simbólico es cultural y connotado, la foto en cuestión también cuenta un relato que se expone a diversas lecturas, para entender una imágenes se debe recurrir a adjetivos evocadores, reconocer actitudes, acciones, circunstancias.

La historicidad del signo recuperada en contextos guía el sentido de de la cadena evocativa.

La operación denotativa no tiene que ver con la relación entre significativo y significado sino con la relación entre el signo y su referente, es una operación directa, de reconocimiento por un grupo social.

Lo subjetivo pasa por otros campos analíticos, la operación denotativa en la comunicación social, juega en el campo de los colectivos que construyen conocimientos consensos previos al proceso denotativo.

Un tomate rojo, es una fruta, la reconozco en una imagen, el referente cultural permite su identificación reconocimiento, de acuerdo al contexto en que se ubica este elemento de un mensaje, y en función de su percepción da comienzo el proceso de connotación de operación semióticas en los sentidos en que el contexto refiere. **El contexto es el que refiere el sentido.**



Pongamos por ejemplo: si me cruzo con un cartel que percibo, e identifico como información, un lago rodeado de pinos y con alguna montaña de fondo y sol en el cielo.

Esta información la relaciono a objetos referentes sociales, **que pueden ser reales o imaginario, o abstractos** y denoto un sistema de signos que los referentes contextuales, me vincula valores semánticos que deberán explorarse desde la mirada ideológica.

Para el caso puedo asociarlo con un sentido turístico.

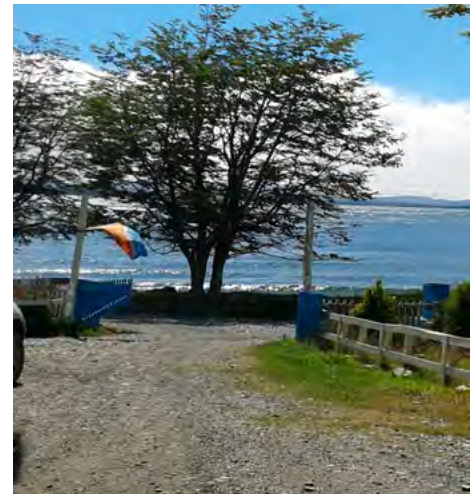
No es sólo una cuestión de la relación entre lo objetivo y subjetivo, sino que son dos aspectos de la semiosis, aparece una denotación de objetos de conocimiento socializados.

El otro aspecto es el connotativo y la cadena de evocaciones que produce la percepción del cartel, un lugar tranquilo, se asocia a un sentido de belleza, lo verde como apacible y fascinación del agua para la contemplación. También la propia historia de quienes perciben el signo, por caso con quienes compartió y en qué circunstancia ese lugar o un lugar similar asociado.

Aparecen connotaciones sugeridas, flotantes, extra denotativos que agregan incluso nuevos sentidos, que no contradicen lo connotativo y ponen en funcionamiento la deriva semiótica.

Además del turístico, se puede poner en marcha sentidos vinculados a la calidad de vida, a recursos naturales o laborales, o hasta deportivos vinculados a la pesca.

Aquí hay que prestar atención a las proyecciones simbólicas y el uso de lenguajes metafóricos en el mensaje.



Poéticas de la memoria y marcadores semánticos

Empezamos este texto con su título referido a las poéticas de la memoria, a lo simbólico en proceso de diseño, y la retórica de la imagen.

Como decíamos en la dialéctica entre tiempo y memoria, y a pesar de lo “gastado” del concepto este fue el utilizado en el contexto de producción de algunos ejemplos que vamos a analizar y por otra parte verificar que el concepto de tiempo está incluido en el de memoria.

A esta altura del texto considero pertinente incorporar en la explicación de los procesos de connotación el concepto de **marcadores semánticos en los discursos**, como **mecanismos de interpretación** y de producción de **enunciados complejos**.

Un marcador semántico son aquellos significantes asociados que permiten la deriva semiótica de modo tal de construir los sentidos del mensaje, e identificar en las cadenas de connotaciones el contenido ideológico subyacente. NODO que vamos a desarrollar el próximo texto.

Es dable comentar el rol de estos connotadores extra denotados, que no figuran en el sistema explicito de los significantes pero que sin duda o están implícitos en el sistema o forman parte del discurso global de las acciones concurrentes de la estrategia de comunicación.



Pongamos por caso la producción editorial “Memorias Urbanas”, que desarrollamos para el Instituto Histórico de CABA.

El **concepto de Diseño Estratégico** propuesto partió de la selección y análisis de una serie de fotografías que daban cuenta de la historia social de una ciudad.



El carácter documental de las fotografías es determinante para el sentido y producción del discurso. Se establece entonces como estrategia global e integrada el diseño de productos de comunicación y actividades concurrentes que posibiliten diversos niveles de lectura para la comprensión del proyecto.

Se diseña una exposición multimediática - itinerante por tres años de duración - se propone y diseña un proyecto editorial que posibilita diversos niveles de lectura con diversos lenguajes en juego.

Se diseña la **identidad** de la estrategia y de la producción editorial y da como resultado una cantidad de acciones, de las cuales vamos a analizar sólo la propuesta de la pieza editorial.

Marcadores semánticos que aparecen en la tapa analizada: en primer lugar identificamos un reloj como signifiante elemental del concepto de tiempo, el diseño del reloj remite a la época representada, asociada a los "años 40".

Pero en el signifiante global, la fotografía porta una cantidad de marcadores que consolidan el sentido de tiempo como son los mensajes lingüísticos que denotan la temporalidad a representar: "**Transradio**", es un edificio que albergaba una radio de la época. Medio de comunicación dominante en ese momento.

Otro mensaje lingüístico alude a "Casa fundada en 1860", el tiempo se desplaza a través de significantes que lo connotan. Después podemos apreciar mensajes que **anclan** y consolidan el sentido del enunciado como:

Título: "**Reflejos de la Calle Corrientes**", **Fotografías de bajo obelisco en los años 40**, este título ancla tiempo y lugar. Lo más importante es el anclaje del proyecto editorial es el concepto: "**Memorias Urbanas**", que le da un sentido evocativo.

La nominación del "emisor" referencial es el Instituto Histórico, cuya marca vamos a deconstruir en otra oportunidad.

El fotógrafo propone aquí un sistema signifiante cuya capacidad denotativa exige un **saber histórico**, determinante para su reconocimiento, y produce en el receptor un relato evocativo que refiere a la memoria, a lo afectivo, a lo connotado cultural, y emotivo entre otras referencias interpretativas.



El marcador más interesante a analizar es el concepto de Blanco & Negro como connotador de tiempo.

Si bien la vida en la realidad se verifica en colores diversos, en el contexto de producción de la fotografía y del cine de esa época se desarrollaba en B&N.

Entonces podemos verificar cómo la connotación **expande** los mundos de asociaciones hasta trascender los propios significantes de la propuesta.

El proceso connotativo es asociar el significado del signo con diferentes sentidos, con nuevos sentido anclados a partir de mensajes lingüísticos (Barthes) entonces se verifica una apertura semántica, que se debe balizar.

Lo simbólico se desplaza en un universo de tríadas agregando nuevos signos a interpretar.

La connotación se nutre de las **metáforas**, y las metáforas suplantando un signo por otro y construyen nuevos signos. **El uso de la metáfora es un ejercicio que se revalida en la praxis interpretativa de los perceptores.**

Habana Vieja:

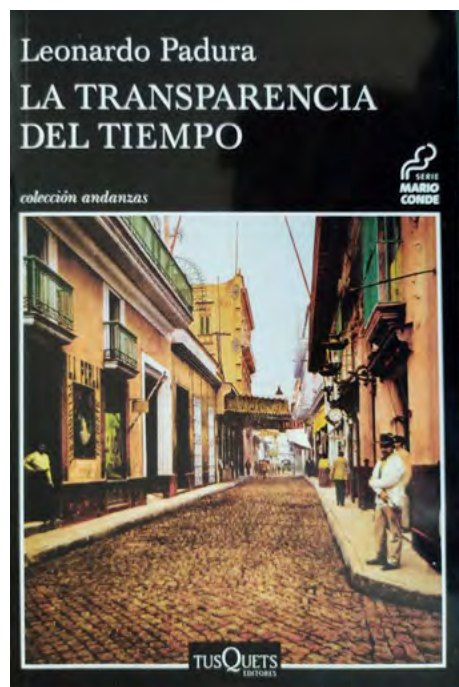
En esta imagen de la **Habana "vieja"** que funciona como representación de tapa del libro: "**La transparencia del tiempo**", del escritor cubano **Leonardo Padura**, también se verifican algunos de los análisis semióticos del binomio denotación connotación retórica. Aquí expone a consideración el concepto de la memoria con otra poética. diferente a la anterior.

En este caso nos vamos a centrar en algunos de los **marcadores semánticos**, aquellos signos que evocan determinadas interpretaciones y lecturas de la memoria y del tiempo que propone la imagen.

Hay tres marcadores que me interesa resaltar, para entender el sentido global del discurso, el primero que señala el tiempo es otra vez un significante elemental como el reloj, ya lo comentamos en la fotografía anterior que es un denotador obvio y consensuado.

El otro marcador que me interesa destacar de la **puesta en escena** global es el personaje que aparece en primer plano y funciona como evocador de diversas lecturas interpretativas para el perceptor.

En principio es un denotador socialmente informativo, una persona que mira a la cámara, como evocador individual es



un personaje anónimo, quién sabe quién es, no tiene nombre ni identidad para los perceptores de la imagen.

Entonces lo debemos considerar como un signo evocador -en su deriva semiótica- como alguien que estuvo ahí en el tiempo de la toma, como alguien que por su vestimenta se puede inferir un tiempo particular en la Habana, como alguien que probablemente no exista más como sujeto social.

Entonces podemos **ampliar** el proceso de semiósis considerando al personaje como un signo de paso del tiempo irreversible y recuperarlo como memoria de un tiempo social en un lugar del mundo.

El tiempo se hace "transparente" en el proceso de simbolización del perceptor activo (Prieto).



Aquí se verifica que la connotación está sometida por una doble fuerza, una centrífuga que escapa del control significativo y otra fuerza centrípeta porque atrae y acumula significados que rescata del entorno cultural asociados por diferentes lenguajes.

El último marcador semántico de este discurso es la acera constituida por adoquines como rasgo con cierto romanticismo como deriva de sentido, o como rasgo de identidad cultural, o como una modernidad demorada en el lugar.

Pero este signo aparece aquí como metáfora paradójica que simboliza el tiempo, como una flecha, esta calle se acerca como proveniente del pasado y avanza sobre el observador, lo atraviesa en el presente de la toma y llega hasta el "futuro" que queda a sus espaldas.

Para concluir el análisis de este enunciado complejo, si hacemos una abstracción y consideramos sólo a la fotografía sin mensaje textual alguno, sin contexto referencial que indique un sentido puede representar una calle cualquiera por ejemplo del barrio de San Telmo en la ciudad de Buenos Aires.

Entonces el anclaje Lingüístico, el contexto de producción propone balizar el sentido de la deriva semiótica.



Objeto referencial

En este último ejemplo de poética de la memoria los puntos a identificar, si bien algunas teorías dicen que la evolución de los sentidos, tienden a deconstruir las estructuras regulatorias denotativas, en una propuesta de **comunicación global integrada** es necesario un análisis previo correcto para la estrategia a definir.

En un proyecto de comunicación estratégica, en cuanto a diagnóstico, es importante identificar un objeto referencial para acotar derivas extendidas, y aportar acumulación de sentidos nuevos en su doble función del proceso de connotación.

En el caso de este último tema el de las **“Invasiones Inglesas al Río de la Plata”** el objeto referencial fuerte es el sector de la ciudad donde se desarrollaron los hechos.

Entonces el objeto referencial más fuerte en esta estrategia de comunicación es un sector histórico de la ciudad.

La **estrategia extendida** como concepto, propone diferentes niveles de lectura con sus propios juegos de lenguaje, la ciudad como “protagonista” comunicacional, la producción editorial que incluyen revista, diarios, exposiciones multimedia, docudramas, y representaciones “teatrales” callejeras en el propio sector del Casco Histórico donde se desarrollaron los hechos.

Con la participación de grupos de representación teatral, con agrupaciones históricas que participaron de los hechos, y el público concurrente.

En fin, una estrategia de diseño transversal e integrado, con la propuesta de una identidad reconocible en todos los juegos de lenguajes.

Se ponen en juego las diferentes lecturas de la deriva, y en estas lecturas la cadenas inferenciales, evocativas, y de connotación aparecen aquellas lecturas ideológicas subyacentes en los procesos de interpretación social.

Algunas conclusiones, retórica, poética, proceso de connotaciones, derivas semióticas, mensajes simbólico e interpretación, diversidad de lecturas facilitan la comprensión del concepto de ideología en general y del concepto de ideología subyacente en particular, a desarrollar en el próximo texto.

