

Retórica de la imagen

Para hablar de retórica es necesario empezar con ciertos conceptos básicos sobre comunicación.

El vehículo que utilizamos para comunicarnos es el lenguaje, cuya unidad mínima de sentido es el signo, que sería como una imagen "mental" de otra naturaleza distinta a lo que evoca.

Al signo lo dividiremos en significante (vendría a ser la representación en sí) y significado (el contenido que se le asigna). En la realidad es imposible separar estas dos entidades, pero se separan teóricamente para su mejor comprensión.

A cada significante le corresponde una cadena de significados, por eso se dice que los signos son polisémicos, es decir que poseen o pueden poseer varios significados.

Todo signo tiene un significado que se lo considera denotativo. La denotación es la relación por la cual cada significado se refiere a un objeto, un hecho o una idea. El papel del receptor en este caso es pasivo (no pone en juego capacidades de interpretación, se supone que la asociación se hace automáticamente en el caso del significado denotativo).

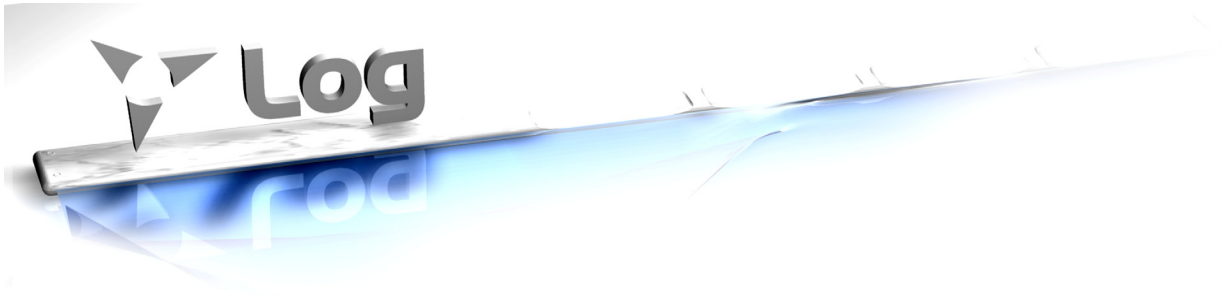
Además de denotar, el signo se suele cargar de valores añadidos. Dichos valores varían según la persona, contexto cultural, entre otras variantes. A esta serie de valores añadidos se los llama sentido connotado.

El papel del receptor en este caso es activo porque se pone en juego una serie de mecanismos de interpretación que, como se dijo antes, varían según el contexto, la persona, etc.

Estas dos instancias no están claramente delimitadas, no se puede precisar donde termina el sentido denotado y cuando empieza el connotado. En el caso del diseño, es necesario un mínimo nivel denotativo, puesto que la connotación es cultural y puede haber conflictos cuando se trata de valores personales.

La retórica de la imagen juega con los sentidos connotados, implica un juego mental, de interpretación, se encarga de decir las cosas no de la manera más obvia, sino de un modo más sutil y elaborado, lo que hace más rica e interesante a la comunicación.

Toda imagen está cargada de contenido retórico, en mayor o menor medida, y por eso se trata de controlar la carga retórica para que la interpretación siga el curso que el emisor de la comunicación quiere darle, puesto que puede haber tantas interpretaciones como personas haya. Para que la información pueda ser correctamente interpretada, es dirigida a grupos delimitados de personas. Cada uno de ellos posee



características propias, y el conocerlas ayudan a preveer en mayor o menor medida la futura interpretación. Cabe destacar que la delimitación de los grupos no garantiza la efectiva comunicación.

La retórica de la imagen

La retórica puede aportar a la comunicación visual un método de creación. De hecho, las ideas más originales aparecen bajo la forma de figuras retóricas. En el caso del diseño, el proceso creativo se enriquece si los diseñadores tienen en cuenta el poder de este ejercicio semántico.

La función de la retórica es básicamente la persuasión. El objetivo de potenciar al mensaje consiste en que el receptor tomará frente al mismo una posición activa, de compromiso ideológico y podrá incluso llegar a modificar hábitos en su conducta.

Los recursos que se utilizan para operar sobre la imagen reciben el nombre de figuras retóricas. En ellas se enfrentan dos niveles del lenguaje: el denotado y el connotado. Lo que se comunica a través de una figura podría haberse dicho sin ella de modo más simple y directo aunque no siempre tan eficiente ni tan rico.

La forma y el significado están en permanente juego interactivo y en el caso de las figuras se da una constante jerarquización de una sobre la otra.

La retórica en la imagen es un recurso muy poderoso, y como diseñador, estar al tanto de los mecanismos lingüísticos que utiliza, es una herramienta muy poderosa para el trabajo que realiza.