

LA RETORICA, UN RECURSO DE MANIPULACION APLICADA EN EL HUMOR GRAFICO.

Por: Perucho Mejía G.

Profesor de Semiología.

Facultad de Artes Plásticas
Bellas Artes



• **T**oda imagen (lexía) por ser polisémica y

dinamógena está revestida de enigmas.

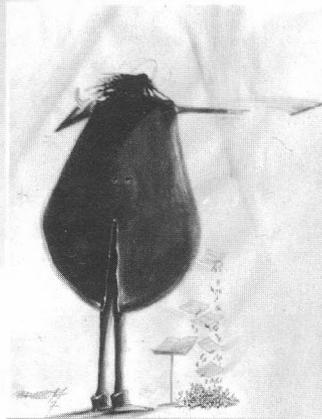
Un dibujo es la imagen, la imitación (imitari) de una cosa que mantiene su relación o semejanza con esa misma imagen y que es la imagen literal propiamente dicha y que siendo minimalista la mayoría de las veces, tiene sin embargo múltiples connotaciones.

El dibujo humorístico como consecuencia de un estímulo, como evocación, siempre es signo de algo, ubicando al receptor dentro o fuera de su contexto, haciéndolo experimentar y participar de esta misma imagen, confrontando así sus sentimientos y emociones.

Esta imagen humorística está sumergida en una **CIVILIZACION DE LA VISION**, incluyendo formas, momentos y aspectos del entorno mismo de las personas, intercambiando significaciones, descodificando o verificando la prefiguración de lo arquetípico.



El ícono en este caso es asistemático, ya que presenta la imagen de forma que le exige al lector una interpretación muy particular, dependiendo de su carácter y de su nivel cultural.

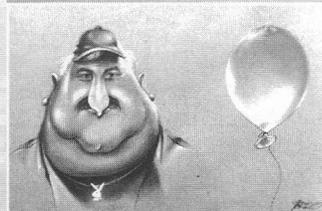


La búsqueda y la manipulación de la imagen, de la marca o de un producto de consumo masivo, consiste en crear lenguajes paralelos a su mismo nombre, tomando como soporte su valor de *pregnancia*.

Podemos hablar entonces de: metáforas visuales, hipérboles, metonimias, antanacsis, y/o palíndromos, etc., al enfrentarnos a aquellos dibujos de humor que proponen en su contexto una o varias anomalías o transgresiones gráfico-lingüísticas y que se sustentan en un sistema narrativo para provocar la risa. Estas rupturas de sentido tienen una característica disyuntiva por la yuxtaposición o la secuencia de elementos sémicos que son incompatibles, rechazando la apariencia de las cosas y manipulando el derecho por el revés o lo superior por lo inferior.



En el humor gráfico, algunas veces el estilo del dibujante divierte al receptor al margen de que posea una historia, pero la imagen lleva implícita el código mismo de la retórica; lo fáctico, como elemento de anclaje y el relevo como interacción, configuran lo icónico y lo verbal en la diégesis, identificando lo denotado, el significante.



La primera manipulación con este carácter retórico, fue propuesta por el diseñador tipográfico norteamericano Herb Lubalin en 1975, aprovechando el efecto mnemotécnico del famoso tarro de salsa de tomate Campbell's (producto publicitario enmarcado en el género de la plástica), reemplazando parte de su denotación con la manipulación de la imagen de Andy Warhol (retroalimentación); creando por connotación un doble lenguaje como valor icónico (esquema gráfico), y como valor semántico (significaciones plurales).



En la creación humorística, social, política o deportiva, el dibujo, lo denotado, como un lenguaje descifrable (connotaciones), en función de códigos y modelos pertinentes; debe comprometer gráficamente la ruptura del lenguaje verbal o de otro sistema sémico, haciendo experimentar al lector por medio de imágenes, las emociones y sentimientos que son suscitados por esa realidad, incluyendo a la vez, la mayor cantidad posible de medios y de recursos que la evidencian y la difunden; es decir, siempre debe acudir a referentes para demostrar su validez.

