ICONOS

INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN Y CULTURA

ALEGORIZACIÓN DEL CONTEXTO MEXICANO EN EL CARTEL DE AVÁNDARO: ESTUDIO RETÓRICO Y TRANSTEXTUAL

TESIS

QUE PARA OBTENER EL GRADO DE

MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN Y ESTUDIOS DE LA CULTURA

PRESENTA:

CAROLINA LULE CAMPOS

ASESOR: DR. RAFAEL MAULEÓN

MÉXICO, D. F. **2015**

RECONOCIMIENTO DE VALIDEZ OFICIAL DE ESTUDIOS DE LA SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA SEGÚN ACUERDO NO. 2005627 DE FECHA 22 DE SEPTIEMBRE DE 2005. CLAVE 2012

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN 4

I. Construcción del discurso visual 8
I.I Retórica 8
I.I.I Retórica de la imagen 17
I.II Discurso visual 20
I.II.I Operaciones retóricas en el discurso visual 22
I.II.I.I Inventio 24
I.II.I.II Dispositio 25
I.II.I.III Elocutio 26
I.II.I.IV Mnemotecnia 27
I.II.I.V Actio 29
I.II.II Operaciones retóricas en el discurso visual 30
I.II.II.I *Inventio* en el discurso visual 31
I.II.II.II *Dispositio* en el discurso visual 33
I.II.II.III *Elocutio* en el discurso visual 35
I.II.II.IV *Mnemotecnia* en el discurso visual 35
I.II.II.V *Actio* en el discurso visual 36
Preliminares 36

II. Representación del contexto a través del discurso visual 38
II.I Intertextualidad y contexto 38
II.II Ejemplos de transtextualidad en la representación visual . 50
II.II.I Cartel del *Moulin Rouge* 51
II.II.I.I Contexto 51
II.II.I.II Intertextualidad 58
II.II.I.III Paratextualidad 58
II.II.I.IV Metatextualidad 59
II.II.I.V Hipertextualidad 59
II.II.I.VI Architextualidad 60
II.II.I.VII Mensaje no codificado (denotación) 61
II.II.I.VIII Preliminares 63

III. Alegorización del contexto en el cartel 66
III.I El cartel 66
III.II Análisis retórico y transtextual del cartel del Festival de Rock y Ruedas en Avándaro 1971 69
III.II.I Avándaro: el discurso visual 71
III.II.I *Inventio* 74
III.II.I.II *Dispositio* 74
III.II.I.III *Elocutio* 75
III.II.I.IV *Mnemotecnia* 76
III.II.I.V *Actio* 78

III.II.II Contexto histórico 76
III.II.III Avándaro: el análisis transtextual 85
III.II.III.I Intertextualidad 87
III.II.III.II Paratextualidad 88
III.II.III.III Metatextualidad 88
III.II.III.IV Hipertextualidad 89
III.II.III.V Architextualidad 89
III.II.III.VI Mensaje no codificado (denotación) 90
III.II.III Preliminares 89
III.III Avándaro: la alegoría 90
III.III.I Análisis de la alegorización 91
CONCLUSIONES 98
BIBLIOGRAFÍA ..... ¡Error! Marcador no definido.

¿Y los preliminares del tercer capítulo?

INTRODUCCIÓN

La música es un medio de expresión artística que ha estado presente en la humanidad durante varios siglos. Esta se ha acompañado de otros medios para complementarse, como la danza, las artes gráficas y, a partir de los años 80, de los videoclips (puesto que se popularizaron en dicha década). La música ha servido para congregar masas, así como para dividirlas, debido a los distintos géneros musicales que se han desarrollado a través del tiempo.

En cuanto a las representaciones gráficas, en general, datan también de muchos miles de años atrás en la historia de la humanidad. La comunicación visual predomina, puesto que es nuestra forma más cercana y amplia de percepción del mundo, mucho más allá de las palabras.[1] (Orfila 5)

Tanto en el arte como en el diseño gráfico, se han abarcado muchas etapas y tipos de representación de la realidad, que van de lo más realistas hasta lo más abstracto. Desde el siglo pasado, los festivales musicales han congregado a enormes cantidades de seguidores de géneros musicales específicos. Dichos eventos siempre han tenido una imagen gráfica sintetizada en los carteles que utilizan para su difusión. Se entiende, pues, que estos tienen un alto grado de representatividad del género musical al que cada festival se dedica en un contexto específico; de

[1] Esto se debe a que, al traducir cualquier idioma a imágenes, es comprensible para un mayor número de personas, sin importar su nivel de alfabetización la mayoría de las veces; además, está comprobado que el 50% de nuestro cerebro se dedica al procesamiento visual, según estudios de Asifa Majid, investigadora del Instituto Max Planck, organización alemana de investigación. Dato extraído de http://www.cromo.com.uy/la-vista-es-el-sentido-mas-importante-n588224, el 23 de septiembre de 2015.

esta forma, el cartel es un medio efectivo de comunicación gráfica para públicos específicos.

En el presente trabajo de investigación se aborda la problemática de la imposibilidad de una traducción literal de la música a la imagen, por la naturaleza de cada uno de los lenguajes: sonora y visual. Aunque en cualquier tipo de traducción existirá pérdida de información, en este caso, al ser lenguajes que no comparten códigos puesto que, de entrada, se asimilan a través de sentidos distintos, la traducción será incluso menos fiel. De este problema, se desprende la siguiente pregunta de investigación: ¿cómo representan el contexto de un género musical las imágenes en los carteles de festivales musicales, a partir de las operaciones retóricas? De igual forma, se responde a las siguientes preguntas particulares para ofrecer una conclusión sobre la problemática: ¿cómo está construido en un cartel su discurso visual? ¿Qué influencia tiene el contexto en un discurso visual? ¿Qué función retórica cumple el discurso visual del cartel en relación con su contexto?

A partir de las preguntas de investigación, el objetivo general es explicar la representación visual del contexto de un género musical en el cartel de festival musical, en función de las operaciones retóricas de *inventio, dispositio, elocutio,* mnemotecnia *y actio*, para explicitar la alegorización. La pregunta general que se busca responder es ¿cómo representan el contexto de un género musical las imágenes en los carteles de festivales musicales, a partir de las operaciones retóricas?, a la cual corresponde la siguiente hipótesis general: los carteles de festivales musicales contienen imágenes que alegorizan el momento histórico del género musical que promueven, por lo que si bien, el discurso visual puede explicarse a partir de las operaciones retóricas será la *elocutio* la fundamental.

A su vez, existe un primer objetivo particular que es explicar, mediante la retórica aplicada a la imagen, la función que desempeñan los elementos que conforman el cartel de festival musical, para así comprender su edificación como discurso visual. La pregunta que deriva de dicho objetivo es ¿cómo está construido en un cartel su discurso visual? La hipótesis que le corresponde es que el cartel de festival musical contiene elementos gráficos que conforman una argumentación, por lo que se vale de la retórica de la imagen para consolidarse como discurso visual.

El segundo objetivo particular de este trabajo de investigación es analizar la relevancia del contexto en el que es creado determinado discurso visual, para identificar de qué forma se representa. Le corresponde la pregunta: ¿Qué influencia tiene el contexto en un discurso visual? Que se responde con la hipótesis de que el contexto en que se inscribe determinado discurso visual es relevante, debido a que, a partir de su análisis, puede permitir la compresión de una época y de las condiciones de producción, circulación y reproducción de un cartel, ya que impacta en las representaciones gráficas de una época.

Por último, el objetivo particular que da cierre a es describir el momento histórico en el que fue creado un cartel y esquematizar el discurso visual que contiene, a partir de las operaciones retóricas de *inventio, dispositio, elocutio,* mnemotecnia y *actio*, para comprender la alegorización del contexto en la imagen. La pregunta que se desprende de este tercer objetivo es: ¿Qué función retórica cumple el discurso visual del cartel en relación con su contexto? La última hipótesis es que el cartel es un discurso visual, construido a partir de operaciones retóricas, que alegoriza el contexto en el que es creado.

El primer capítulo denominado, "Construcción del discurso visual", establece una introducción a la retórica, con base en Aristóteles y la descripción diacrónica de López y de Santiago, que lleva a las concepciones actuales de retórica plasmadas por autores como Perelman y Atkinson. Dentro de esta, se habla específicamente de retórica de la imagen, a partir de Tapia, Barthes y Durand, para concluir con la explicación de las operaciones retóricas de *inventio, dispositio, elocutio,* mnemotecnia y *actio*, con base en Beristáin, enfocadas específicamente a la construcción del discurso visual.

En el segundo capítulo, "Representación del contexto a través del discurso visual", se define texto, discurso y los tipos de transtextualidad desde las clasificaciones y definiciones que proveen Haidar, Genette y Kristeva, para dar pie a la importancia del contexto a partir de planteamientos como la Teoría General de Sistemas y se muestran ejemplos de la influencia del contexto en la producción gráfica de un momento específico.

En el tercer y último capítulo, "Alegorización del momento histórico en el cartel", se incluye un apartado en el que se habla del cartel como objeto artístico y del diseño, desde sus orígenes, para enmarcar la relevancia del tema. Posteriormente, se relata el contexto del festival "Rock y Ruedas: Avándaro", que abarca más que sólo el año 1971 (año en que se llevó a cabo el festival), pues es necesario rastrear las condiciones socioculturales que dieron pie a dicho evento. Finalmente se explica el discurso visual del cartel promocional del festival de Avándaro, así como las operaciones retóricas que lo construyen, con el fin de identificar la alegorización del contexto del rock en una imagen promocional.

Capítulo I. Construcción del discurso visual

El objetivo de este capítulo es explicar, mediante la retórica aplicada a la imagen, la función que desempeñan los elementos que conforman el cartel de festival musical, para así comprender su edificación como discurso visual. La pregunta de investigación que se responde en este capítulo es ¿cómo está construido en un cartel su discurso visual? La hipótesis correspondiente es que el cartel de festival musical contiene elementos gráficos que conforman una argumentación, por lo que se vale de la retórica de la imagen para consolidarse como discurso visual.

En el presente capítulo se explica qué es la retórica, a partir de sus orígenes, definiciones y características. Se ahonda en qué es la retórica de la imagen y se incluye un apartado específico enfocado a esta, pues la principal área de estudio de la retórica es la oralidad, pero es determinante para esta investigación su enfoque en la imagen. Para cerrar el capítulo y sentar las bases del análisis retórico que se emplea en esta investigación, se define la noción de discurso visual y se explican las operaciones retóricas de *inventio, elocutio, dispositio,* mnemotecnia y *actio* centradas, precisamente, en el discurso visual.

I.I Retórica

La retórica tiene su origen en tiempos de la Grecia Antigua, cuando se instauró la democracia como forma de gobierno, en el siglo V a. de C. Como lo mencionan López Eire y de Santiago Guervós en *Retórica y comunicación política* "… ese momento decisivo en que la tiranía fue derrocada por el pueblo apoyado por la nobleza […] Córax desarrolló su actividad en la Siracusa ya democrática." (López y de Santiago 29) Esto nos indica que, al encontrarse en un sistema político y social que dota a

los ciudadanos de libertad de palabra, se privilegia el raciocinio y la argumentación, sobre todo en los asuntos públicos.

Córax inventó un sistema de tres partes orientado al discurso de deliberación, cuyos componentes eran "… el proemio, el debate o *agón* acompañado de narración, y el epílogo o peroración." (López y de Santiago 30) En este esquema, el *proemio* se refiere a la primera parte, a un prólogo en el que se plantea a grandes rasgos el tema que se habrá de tratar y a dónde se quiere llegar; el debate o *agón* desarrolla, a modo de narrativa, los argumentos que validarán lo planteado en el *proemio*, como López y de Santiago lo mencionan: aquí se encontraría la palabra razonada; finalmente, en el epílogo se plasma un resumen de los puntos principales tratados anteriormente, a manera de guía hacia la conclusión.

Cabe mencionar que estos usos de la retórica, tenían cabida en asuntos públicos, tanto deliberativos como judiciales. Por lo anterior, Kennedy, en *Greek Rhetoric under Christian Emperors* (58-61), menciona que Córax se dedicó a la retórica deliberativa (orientada a la política), mientras que su discípulo Tisias desarrolló los discursos judiciales, en los cuales se incluye una parte más al esquema planteado anteriormente: *proemio*, debate o narración de los hechos en este caso, pruebas y epílogo. Al incluir en este esquema las pruebas, indispensables para los fines forenses o judiciales, se integra también la noción de "argumento de probabilidad", que López y de Santiago definen como "… un enorme esfuerzo por racionalizar el valor de las presuntas pruebas de la perpetración de un delito." (López y de Santiago 31)

Por todo lo anterior, se entiende que el discurso retórico no podría haber surgido en otro entorno que no fuera el de la democracia, pues en esta se

gestó la libertad deliberativa. Además, a partir de estas condiciones, se dispuso de igualdad de circunstancias para ambas partes en un litigio, por lo que cobró gran relevancia la narración presentada ante los jueces para que pudieran emitir un veredicto. En este sentido, el argumento de probabilidad, después de la narración de los hechos y la presentación de las pruebas, era el momento de atar cabos para dar con la verdad, pero sólo a través de las probabilidades razonadas, no de la persuasión como engaño.

En la tabla 1 se muestran de forma sintética los orígenes de la retórica, a partir de Córax y Tisias, y la posterior aportación de Aristóteles a dicha disciplina:

SIGLO	ENFOQUE DE LA RETÓRICA	CARACTERÍSTICAS
V	Córax – retórica delberativa.	1. Proemio 2. Debate (narración) 3. Epílogo
	Tisias – retórica judicial	1. Proemio 2. Narración de los hechos 3. Pruebas 4. Epílogo
IV	Aristóteles – retórica judicial, retórica deliberativa y retórica epidíctica	1. Prosthesis (proposición) 2. Pistis (pruebas) e introducción (proemio) a modo de narración (diégesis) 3. Epílogo * Interrogación

Tabla 1. Orígenes de la retórica, información de López y de Santiago.

En la tabla se muestran los cambios en las partes que integran el discurso. En la retórica deliberativa, se buscaba incentivar eso justamente: la deliberación, por lo que es importante el debate en donde cada uno

expone sus ideas a modo de narración y, a la vez, permite preparar una respuesta a cada uno de los puntos. Después, para los fines judiciales de la retórica, se puede interpretar que lo que era el debate, en el discurso deliberativo, se divide ahora en narración de los hechos y presentación de las pruebas que avalen esos mismos hechos, esenciales ambas fases para los fines forenses. Finalmente, como se muestra, Aristóteles, en su obra *Retórica*, explica tres tipos de discurso:

- judicial: usado en los litigios ante tribunales
- deliberativo: usado por los hombres de Estado en la Asamblea
- epidíctico: usado entre ciudadanos, con fines de cohesión (Aristóteles 195)

A pesar de que, en el contexto del surgimiento de la democracia, los hombres de Estado eran todos los ciudadanos, pues todos participaban en el tratamiento de asuntos públicos; quedaban excluidos de estas prácticas los esclavos, pues no eran considerados ciudadanos. Aristóteles distingue entre el discurso deliberativo y el epidíctico por las intención de cada uno. En cuanto a las partes del discurso, Aristóteles retoma la apertura del discurso a partir del planteamiento de la proposición general, seguido de la narración de las pruebas y el *proemio*; además, agrega la interrogación que es un cuestionamiento que debe insertarse en un momento preciso de la intervención del oponente, principalmente en el discurso judicial, con la finalidad de provocar una respuesta poco atinada; es decir, es una pregunta a modo de provocación. (Aristóteles 211-212)

Así pues, hasta este momento, la retórica se define como "… el arte de presentar los argumentos de manera tal que, convenciendo, produzcan asentimiento." (Pereda 88) Se ha establecido que la retórica se valía

únicamente de la narración de hechos y la argumentación de las pruebas verdaderas, dando pie al convencimiento del público, ya que, como menciona Chaignet: el convencimiento se logra a partir de las ideas del propio público, una vez que estos conocen los argumentos de verdad. (Chaignet 93)

Posteriormente, en el siglo II d. de C., con la expansión del Imperio Romano y el surgimiento de la llamda "Iglesia Universal" (católica), cambió en general la dinámica y organización social por lo que, en los mismos territorios en los que la retórica se gestó, dio un giro "… disfrazando de ejercicios escolares y declamatorios los discursos que, en condiciones normales, habrían sido pronunciados en público para con ellos persuadir a los conciudadanos." (López y de Santiago 56) Es decir, en un nuevo momento histórico en el que dominaba el Imperio Romano y aunque este también absorbió una gran parte de la cultura griega (no en vano es conocida como cultura greco-romana), el cambio en la forma de gobierno permeó en muchas otras formas de organización. Es así que, al pasar de una república a un imperio, se modificó la función que cumplía el espacio público, que era donde la retórica precisamente encontraba su campo de acción en la democracia.

Tras varios siglos de confinamiento a las aulas, la retórica resurgió en el discurso escrito, en su mayor parte, aproximadamente en el siglo IV d. de C. Si se considera que los fines de la retórica estaban originalmente enfocados a favorecer a los ciudadanos, se retomó este camino con el cristianismo en expansión: "… esta misma filantrópica Retórica política la siguen practicando más tarde […] pronuncian discursos y escriben cartas del mismo tenor humanitario aunque ya desde sus sitiales de obispo…" (López y de Santiago 60). En esta etapa se consideraba que los hombres

de poder eran los altos rangos eclesiásticos, por lo que ellos velaban por la prosperidad de los menos favorecidos, a esa labor se hace referencia con "filantrópica Retórica política". Dicha tarea era llevada a cabo con la retórica como herramienta de discurso, ya fuera oral o escrito, para persuadirse, entre hombres de poder, de realizar labores caritativas de acuerdo a la moral judeo-cristiana.

También en el siglo IV d. de C., dentro de los límites del Imperio Romano, surgió el paganismo[2] de cara a la expansión de la religión judeo-cristiana, sobre todo hacia la región germánica, por lo que la retórica volvió a la vida pública, religiosa y política, sobre todo para la conducción de las masas a través de la palabra. En aquel momento de imposición de una fe sobre otra, la principal función de la retórica, en términos de discurso político, era principalmente la conversión pacífica de un pueblo al cristianismo, pero además Kennedy menciona que el discurso epidíctico, en este contexto en el que no existían los periódicos ni ninguna forma inmediata de comunicación entre dos puntos distantes, hacía las veces de una prensa controlada por el Estado (Kennedy 24), puesto que se manipulaba la información de forma tal que no llegaran a difundirse, en gran medida, los actos violentos o represivos que se llevaban a cabo en nombre de la llamada "religión universal".

Respecto a esta intersección religión-retórica, es relevante mencionar el papel de San Agustín en la transformación de la disciplina, pues tiene que ver con la forma en la que conocemos actualmente las misas, a partir de la interpretación de las Escrituras que propuso y de la explicación de las mismas.

[2] Adoración de los dioses distintos al dios único que se revela en la Biblia para la fe judeo-cristiana.

> … San Agustín piensa que la primera cualidad del estilo cristiano es la claridad […] pues importa ante todo distinguir las oscuridades de la Escritura y hacer ésta transparente a todos, sabios e ignorantes, lo que también tendrá su reflejo en la retórica escolar… (en Luján 289)

En su obra *La doctrina cristiana*, San Agustín dedica tres de cuatro libros a la interpretación de las Sagradas Escrituras y uno a la explicación clara de lo interpretado. En este último libro menciona que la retórica, la elocuencia que esta provee, ha sido usada para fines que sirven a la mentira y establece que la retórica originalmente apelaba a la verdad, que debe seguir haciéndolo para servir a los fines del cristianismo. A partir de la propuesta agustiniana, de hecho, cambió la forma del rito de la misa, se insertó la homilía que, por definición, consiste en una plática o narración en la que se explican cuestiones religiosas, principalmente las Escrituras. De esta forma, San Agustín puso en funcionamiento los mecanismos retóricos que favorecen a la elocuencia en función de lo que se había interpretado de la verdad, es decir, de las Escrituras pues, también dentro de su filosofía, la verdad sólo es Dios y el resto de las personas solo pueden interpretarla o comprenderla parcialmente. La finalidad de la retórica, pues, para San Agustín, es aportar claridad y evidencias de la verdad al discurso; es por lo anterior también que, a partir de este tiempo, se empezó a enseñar de esta forma la retórica en las aulas.

Posteriormente, dentro del marco de la Edad Media, se considera que la retórica se volcó al discurso escrito a través del amplio uso de las cartas como principal medio de comunicación y de tratamiento de asuntos políticos, "… la modélica epístola ahora preconizada consta casi de las

mismas partes nucleares de los discursos aplicadas –eso sí- a la nueva función epistolar.” (López y de Santiago 65) El medievo se entiende principalmente como un momento histórico en el que existieron el oscurantismo y la represión en altos niveles, por lo que se comprende que la exposición de ideas y argumentos se hiciera de forma silenciosa, por escrito; el discurso oral retórico solamente se encuentra en el momento del dictamen, es decir, cuando se expresaba en voz alta lo que la carta debía contener para que lo escribiera otra persona. Dicho ejercicio de dictamen supone, un acercamiento a ciertas partes del discurso que funcionan principalmente en el hablado o que, a partir de este, permiten plasmar de forma más efectiva el discurso por escrito (por ejemplo, en la forma de dar entrada al discurso, cómo lograr que cada parte se lea en el tono adecuado, etc.)

Una vez terminado el periodo medieval, es decir, durante los siglos XVI, XVII y XVIII, Francis Bacon y George Campbell son de las principales figuras que rescatan la importancia de la retórica en la política. Ambos descartan el valor del silogismo aristotélico para la retórica, pero Bacon realza la importancia de la disciplina en la labor persuasiva del ámbito político; mientras que Campbell considera a la retórica una parte importante en los estudios para mejorar el discurso oral.

Con el paso de un par de siglos, la retórica se desvirtúa y en el siglo XX llega a entenderse, explica Perelman, como “… palabras vacías y floridas, figuras con nombres extraños e incomprensibles…” (Perelman 3). La referencia a las “palabras vacías y floridas” sigue apuntando hacia la persuasión, pues implica convencer con los argumentos necesarios, sean o no verdaderos. Aun más, después del uso de la propaganda en la II Guerra Mundial y los discursos políticos de los regímenes totalitarios, la

retórica se presenta como el engaño en que estos se sustentaban, como la fórmula a seguir para que cualquier argumento se exprese de un modo aceptable.

Se tomará la definición de Atkinson como la más contemporánea, además de que retoma los planteamientos presentados anteriormente y resuelve una forma de retórica moderna:

> … la retórica actual enseña un tipo de discurso persuasivo nuevo debido a que el modelo de la comunicación en su conjunto es asimismo nuevo en todos los elementos tal y como fueron formulados por Laswell, en los años cuarenta, con la considerable fórmula '¿Quién dice, qué cosa, por qué canal, a quién, y para producir qué efecto?'. (Atkinson 165)

Atkinson hace referencia a un discurso persuasivo nuevo aunque, como se ha visto, la parte de la persuasión tiene siglos instalada en la retórica. Se propone como nuevo el discurso puesto que el modelo de la comunicación es también nuevo, sin embargo se puede observar que los elementos señalados ya estaban contemplados en los discursos retóricos de todo tipo, lo que sucede es que con el modelo de Laswell se hacen explícitos. Es decir, desde que la retórica se divide en varios enfoques o tipos, es porque se está contemplando quién lo dice, qué dice y a quiénes, el canal siempre era la oralidad y el efecto buscado era el convencimiento a través de la exposición de argumentos verdaderos. Lo que sucede en nuestro tiempo es que el canal y el efecto deseado cambian de acuerdo a qué se va a decir, quién lo va a decir y quién lo va a recibir. No se considerará la persuasión del receptor como el efecto buscado, puesto que el discurso retórico se toma como intrínsecamente persuasivo en la definición de

Atkinson. Esta definición de retórica es la más adecuada para efectos de esta tesis, puesto que toma en cuenta la subjetividad que implica tanto el sujeto emisor como el receptor.

I.I.I Retórica de la imagen

A pesar de los grandes cambios que atravesó la retórica durante más de 20 siglos, algo invariable fue que siempre se concentró en las palabras, habladas o escritas. Sin embargo, al recurrir a la definición más actual de retórica, en la que se establece la persuasión como inherente a ella, es fácil asociarla con la forma de persuasión más recurrente en nuestro contexto: la publicidad.

Como explica Alejandro Tapia "… no debe sorprender entonces que los mecanismos retóricos reaparezcan en ese campo (y en la imagen en particular), pues en realidad están latentes en los hábitos de la cultura popular…" (Tapia 40) Lo anterior abarca varios puntos importantes. Para empezar, Tapia dice que no es raro que la retórica reaparezca en la publicidad, esto se comprende con base en el apartado anterior, donde se hizo un recorrido por la historia de la retórica y se estableció que, desde hace un par de siglos, esta se considera una herramienta meramente persuasoria; a partir de este hecho, la relación retórica-publicidad es muy clara o, hasta cierto punto, inevitable. A continuación, Tapia menciona que es también de esperarse que los mecanismos retóricos reaparezcan en la imagen; se puede trazar una ruta lógica que lleve a la comprensión de dicha aseveración: retórica → publicidad → imagen publicitaria; es decir, si bien la publicidad no inició valiéndose de imágenes, sí se valía de la retórica, por lo que, posteriormente, cuando la imagen hace su incursión en el medio publicitario, continúa llenando los esquemas retóricos que llevan a cumplir con los fines de persuasión que se buscan. Además, y

para finalizar, Tapia menciona que los mecanismos retóricos están presentes en la cultura popular, es decir, que se han enraizado en nuestras formas de expresión cotidianas por lo que no tendrían por qué estar ausentes en el lenguaje publicitario, ya sea en palabras o en imágenes.

Ahora bien, no solo la imagen publicitaria implica cuestiones retóricas, sino las imágenes en general, por lo que "… podemos considerar a la imagen como un lenguaje que requiere códigos, produce significación y tiene una semántica y una retórica propias." (Tapia 42) Aquí se establece que la imagen misma es un lenguaje, un lenguaje entendido como un conjunto de códigos y elementos finitos que pueden combinarse infinitamente para producir significados; de igual forma, habla de una semántica propia debido a que el estudio de los significados de la imagen ha de ser abordado por una disciplina específica, así como de una retórica propia. Esto último permite comprender que la imagen, al ser un lenguaje y tener códigos propios, genera un discurso que puede ser estudiado a partir de la retórica. También se puede sostener que el discurso de la imagen será inminentemente retórico al haber afirmado antes que los esquemas de la retórica están implícitos en nuestras formas de comunicarnos.

Con mayor profundidad, Roland Barthes aborda el tema de la retórica de la imagen:

> Llamaremos […] retórica al conjunto de connotadores: […] aparece como la parte significante de la ideología. Las retóricas varían fatalmente por su sustancia […] pero no necesariamente por su forma. Es incluso probable que exista una sola forma retórica […] De este modo la retórica de la imagen (es decir la

> clasificación de sus connotadores) es específica en la medida en que está sometida a las exigencias físicas de la visión… (Barthes 45)

Para Barthes, la retórica es un conjunto de significantes de connotación, estos son formas simbólicas que dotan de subjetividad a la imagen pues se entienden a partir del consenso social que atribuye un significado a dichos símbolos. Es por ello que Barthes inserta el término ideología, pues este se refiere al constructo de significados perteneciente a una determinada sociedad en un momento específico. Es decir, la ideología establece el rango semántico, por lo que los connotadores sólo pueden ser interpretados a partir de ella y en estos se encuentra la retórica. Como ya se mencionó, la sustancia puede variar, puede ser la imagen, el discurso oral, la literatura, entre muchas otras, pero Barthes hace hincapié en que probablemente la forma retórica sea solo una aplicable para todas las sustancias. Por lo tanto, la especificidad de la retórica de la imagen es sólo la sustancia en la que se enfoca, la retórica en sí es la misma para todas las sustancias. Barthes, sobre todo, se basa en las figuras retóricas para la interpretación de los connotadores; es decir, las figuras retóricas se pueden aplicar al análisis de cualquiera de las sustancias de igual forma.

De este modo, en relación con el apartado anterior, se concluye que la retórica de la imagen implica la construcción de un discurso visual persuasivo determinado por elementos como: quién dice qué, a quiénes y qué efecto busca con ello, así como de las figuras retóricas.

Las figuras retóricas, en la imagen, son el paso entre lo que de hecho está plasmado y lo que figuradamente representa, como lo explica Durand: "… eso que es dicho de forma 'figurada' podría haber sido dicho de forma más

directa, más simple, más neutra."[3] (Durand 71) Lo que se logra a través de los *tropos* es codificar el mensaje en un segundo nivel, es decir: además de lo que directa y explícitamente está en la imagen, hay un significado más profundo que sostiene, hasta cierto punto, un segundo mensaje o una segunda forma (más compleja, como Durand da a entender) de leer el discurso visual.

I.II Discurso visual

En el apartado sobre retórica, se establece que esta tiene su campo de acción en el discurso en términos lingüísticos; posteriormente, en el apartado sobre retórica de la imagen, se explica que los mismos esquemas retóricos pueden aplicarse a la imagen, pues esta constituye un discurso visual.

> … un conjunto susceptible de generar sentido a través de elementos visuales […] tiene propiedades disposicionales para crear sentido a partir de un conjunto objetivo de elementos que lo componen, pero depende también de sus condiciones de recepción e interpretación… (Reygadas y Velasco 230)

Lo que se explica es que la imagen, por sí misma, representa un proceso de significación que, además de estar sujeto a lo que conoce y siente quien lo crea, depende del conocimiento, emociones y entorno de quien lo recibe. En este proceso se llega a una generalización de significados, que se categorizan y se abstraen para volver a convertirse en parte de una nueva argumentación; es decir, todo lo anterior sigue una ruta incesante de lo individual a lo colectivo y viceversa. Los procesos mencionados se

[3] "… ce qui est dit de façon 'figurée' aurait pu être dit de façon plus directe, plus simple, plus neutre."

ven delimitados por la composición y disposición de los elementos que, a su vez, remiten a figuras y operaciones retóricas. Se pretende explicar que la imagen tiende más a la generalización de significados puesto que alcanza hasta donde la palabra no llega, no es suficiente o no es por todos comprensible por los límites que dibujan los códigos.

Pedro Reygadas y Pablo Velasco señalan también las dimensiones que intervienen en el proceso de la construcción del sentido en el argumento visual:

- Lo sensible, lo que se plasma, lo que será leído e interpretado.
- Lo percibido como argumento, que depende de la capacidad o aptitud estrictamente física del sujeto que observa, así como de lo que exista en su conciencia.
- La direccionalidad, que posibilita o limita la continuación de la argumentación.
- La significación, que depende del código aprendido y de la dinámica de comunicación conocida.
- La que llaman "danza comunicativa co-regulada", que implica situaciones, contextos y coyunturas que modifican en dado momento lo sentido, ya sea como emoción o como lo que se concibió a partir de la percepción. (Reygadas y Velasco 229)

Se comprende, entonces, que el discurso visual no dista de las posibilidades del lingüístico y que, en muchos casos las supera; ambos discursos argumentan, refutan, simbolizan, indican relaciones e ilustran de manera sintética lo que podría ser ilustrado sólo a través de abundantes palabras.

Tanto en la definición como en las dimensiones de su construcción, se encuentra el hecho de que el discurso visual depende de su circulación; es decir, su significación e impacto dependen del diálogo de este con los sujetos y, a la vez, de los sujetos que lo observan entre sí mismos. De esta forma es irrefutable el hecho de que la interpretación está sujeta tanto a una cultura como a una ideología determinada, aquella en la que estén insertos los sujetos que reciben el discurso. Cuando el discurso visual se presenta sólo como imagen existe la posibilidad de que la interpretación sea abierta, es decir, ampliamente generalizable o variable; mas, cuando es una combinación de lo visual y otro elemento (generalmente la escritura), se logra un anclaje[4] un tanto más específico que, aunque dependerá todavía del contexto del receptor, brinda cierta dirección para su significación.

Actualmente, nadie está exento de percibir los discursos visuales del entorno; los hay más o menos complejos pero, desde los discursos con fines publicitarios, somos sujetos de una dinámica que conforma opiniones y visiones del mundo a través de la argumentación con imágenes. La importancia de la semiosis[5] del discurso visual impacta la vida cotidiana y está sujeta también a los cambios que esta enfrente.

I.II.I Operaciones retóricas en el discurso visual

[4] Según Roland Barthes, la función de anclaje consiste en guiar al lector por una sola interpretación gracias al mensaje lingüístico; por otra parte, existe la función de relevo, en la que la imagen y el texto se complementan, aunque el texto tiene mayor peso para la comprensión de la imagen. (Barthes 37)

[5] Según Charles Peirce, la semiosis es la forma en la que operan los signos para producir un significado. Es una operación mental que inicia con la percepción del signo y concluye con la presencia, también mental, del objeto del signo. (Sandoval 7)

Como el discurso lingüístico, el discurso visual puede analizarse a partir de la retórica, ya sea desde las figuras o *tropos*, o desde las operaciones que permiten la construcción del argumento que quiere mostrarse en la imagen. Jacques Durand menciona, sobre la retórica y la imagen publicitaria, que "… la retórica es en suma el repertorio de diferentes maneras en las que podemos ser 'originales'."[6] (Durand 91) Esto hace referencia, de nuevo, a ambas partes: a los *tropos* y a las operaciones retóricas, puesto que al conocer el repertorio completo de figuras retóricas se pueden hacer juegos de imágenes que respondan a las necesidades argumentativas y de connotación del discurso visual. Por otra parte, es importante resaltar que las operaciones retóricas de *inventio, dispositio, elocutio,* mnemotecnia y *actio* están implícitas en cualquier construcción discursiva, cualquiera que sea su soporte. Durand afirma que se usan las operaciones retóricas de forma inconsciente, pues siempre se ha construido así el discurso; su aportación es la sugerencia de que se tome consciencia del proceso de cada operación para que se puedan utilizar más allá de la forma intuitiva en que siempre ha funcionado, esto abre la posibilidad de transmitir un mensaje más claro y de guiar, desde la creación, el proceso de significación por el que pasará el discurso visual ante el espectador.

A continuación se explicará cada una de las operaciones mencionadas, desde su concepción original, es decir, desde el discurso lingüístico y se ejemplificará cómo se emplean en la construcción del discurso con imágenes.

[6] "… la rhétorique est en somme le répertoire des différentes manières par lesquelles on peut être 'original'."

I.II.I.I Inventio

En primera instancia, la *inventio* o invención es una parte que se requiere para que se desarrollen el resto de operaciones retóricas, por ello se aborda antes que las demás. Es relevante señalar, pues, que la *inventio* pertenece "… a la preparación del proceso discursivo, pues consiste en localizar […] temas, asuntos, pensamientos, nociones generales…" (Beristáin 273) Es decir, para poder desarrollar el discurso, primero se realiza una exploración entre lo que se denominan tópicos o lugares comunes que nos remiten a ciertos constructos con presencia histórica en la memoria colectiva. La importancia de este proceso reside en que al llegar a esas partículas de conocimiento que son comunes para todos o para la mayoría, dentro de una misma cultura (aunque también existen arquetipos universales), se asegura que el proceso comunicativo sea efectivo pues se relaciona de forma directa el tópico del discurso con un concepto previamente presente en la mente del receptor.

Aunque el término *inventio* no se menciona, Reygadas y Velasco hacen referencia a él al explicar que:

> Puede verse, pues, que la argumentación visual es un dispositivo de memoria de la cultura y un dispositivo ideológico, los cuales se expresan de manera particular en […] argumentos repetidos a lo largo del tiempo respecto a un problema… (Reygadas y Velasco 233)

Lo que resaltan estos autores respecto a la invención, es que esta se vale de lo que innegablemente es un dispositivo ideológico, pues reproduce esquemas e ideas que han estado presentes en la sociedad a lo largo del tiempo. Lo que estos esquemas provocan es que se pueda establecer una

relación inmediata entre un significante y su significado, por la repetición y el enraizamiento de esta correspondencia que desafía el paso de los años al encontrarse presente tanto en los individuos como en la colectividad.

Algunas de las clasificaciones de los tópicos más recurrentes son: de definición, de división, de relación, de circunstancia y de autoridad.

I.II.I.II Dispositio

Esta operación, tal cual su nombre lo enuncia, se refiere a la disposición de los argumentos para lograr una secuencia significante. Es decir, la *dispositio* sigue la estructura planteada desde la Antigua Grecia, otorga un orden a cada parte para lograr el fin perseguido. Al igual que la *inventio*, su utilidad es instruir sobre aquello de lo que trata el discurso, está totalmente enfocada a la construcción del discurso.

Actualmente, se consideran estos los elementos de la estructura del discurso:

1. Exordio o proemio.
2. Narración.
3. Argumentación.
4. Conclusión o epílogo.

Estos elementos ya han sido explicados en el primer apartado de este capítulo, solo se rescata el hecho de que, al igual que los tópicos mencionados en la *inventio*, se puede observar que este esquema se repite desde hace varios siglos, pues ha probado su efectividad para transmitir de forma coherente un mensaje. Es un orden de presentación

de ideas en el que se acostumbra leer las argumentaciones de forma intuitiva, sin hacer consciente que se inicia por el *exordio* y se termina en la conclusión invariablemente (salvo reducidas muestras de discurso que, principalmente con fines artísticos, alteran esta disposición de los elementos). Sin embargo, cabe señalar que aunque estos elementos y esta disposición no son fijos entre autores, se utilizarán así para fines del presente trabajo de investigación.

I.II.I.III Elocutio

Esta operación o fase de construcción del discurso también nos remite a su término en español: elocución. Aquí convergen "… la expresión lingüística de los pensamientos hallados en la *inventio* y combinados en la *dispositio* por el orador." (Beristáin 164) Es decir, si el proceso se sigue en orden: ya se contaba con ideas básicas o generales a las que remitirse desde la invención, en la disposición se decidió en qué orden se expondrían dichas ideas, y en la elocución entra en juego la selección de los términos adecuados y de las figuras retóricas necesarias para la exposición de las ideas, para darle el sentido deseado y, por supuesto, lograr el objetivo del discurso.

El resultado de esta fase puede depender completamente de la semántica o puede estar matizado por el estilo de quien genera el discurso. En general, se considera que las cualidades elocutivas son la corrección, la claridad y la elegancia; se puede concluir que la *elocutio* es el "vestido" de las ideas, es la forma en la que son presentadas que hará, en gran medida, que se acepte o no el discurso, que sea más o menos críptico, que sea correcto para el público al que se dirige, etc.

I.II.I.IV Mnemotecnia

Esta operación originalmente refería al "… aprendizaje de las ideas fundamentales del discurso, o bien de este ya elaborado, ya prescrita su formulación elocutiva…" (Beristáin 305) Es decir, se trataba únicamente de técnicas de memorización del discurso o de los temas que se abarcarían en él para poder pronunciarlo completo y en el orden adecuado ante el público. Actualmente, remite de nuevo a la *inventio* por los conocimientos arraigados en cada individuo creador de un discurso, de los que se vale para crearlo precisamente y para enunciar lo propio, según el contexto.

Por otra parte, es necesario hacer referencia a la mnemotecnia como la invención a la inversa, es decir, como lo que el observador puede retener del discurso para recordarlo, para llevarlo consigo de alguna forma, para que le provoque algún impacto. Están directamente relacionadas esta fase y la invención, como puede verse, ambas van de la memoria y conocimiento colectivos a los individuales, invariablemente.

> El saber o memoria colectiva de la sociedad en general tiene un papel particularmente importante. Los acontecimientos políticos, las guerras, los cambios de gobierno, las huelgas… son elementos que sitúan en el tiempo hechos individuales que sin aquellos resultarían amalgamados o sin ningún tipo de relación. (Lieury 190)

Lo que se busca explicar es que a partir de los sucesos que marcan a la humanidad o a una sociedad en particular (sucesos que, por supuesto, son percibidos a través de los sentidos), existe cierto orden y organización que permea incluso la memoria individual. Esto quiere decir mucho más que sólo el hecho de que sean recordados por todos aquellos que vivieron en

su tiempo o que se siga transmitiendo, sino que incluso los hechos personales se organizarán a partir de estas grandes columnas que sostienen la memoria colectiva. Muchos otros acontecimientos, tanto a gran escala como a nivel individual, incluso cobrarán sentido a partir de la estructura brindada por la memoria colectiva.

En cuanto a la memoria visual, se puede comprender que haya imágenes que se retienen con mayor facilidad que otras gracias a la ley de la pregnancia, explicada por la Gestalt[7], y que estas también estarán determinadas, hasta cierto punto, por los constructos de la memoria colectiva. Que una imagen pueda ser retenida fácilmente por el receptor (es decir, que sea pregnante), depende tres factores:

- el contraste entre figura y fondo
- la simplicidad y regularidad del contorno
- la habituación cultural, la familiaridad que tenemos con la forma, la facilidad con la cual la identificamos como un culturema conocido. (Costa 25)

Mientras más contraste haya entre figura y fondo, habrá mayor grado de pregnancia. Mientras el contorno de una figura sea más simple y regular, habrá mayor grado de pregnancia. Mientras más familiarizado se esté con alguna forma, habrá mayor grado de pregnancia en el individuo. Respecto a la habituación cultural, el punto de referencia más común son las figuras geométricas, por todos reconocibles e identificables; sin embargo, existen figuras o imágenes que sencillamente se internalizan pues son similares (o

[7] Escuela de psicología dedicada al estudio de la percepción, primordialmente. Postula que las imágenes son percibidas en su totalidad y no como una suma de las partes que las constituyen.

idénticas) a alguna que ya existía en el individuo, fruto de su historia, de su cultura, de su contexto.

I.II.I.V Actio

En el discurso lingüístico, la última etapa es el *actio* que ya no es precisamente de construcción, sino de expresión y, como su nombre lo indica, se refiere a la acción como tal de pronunciar el discurso con todo lo que esto conlleva. Beristán dice que el *actio* "… es la puesta en escena del orador al recitar su discurso como un actor, con la dicción adecuada y los gestos pertinentes para […] lograr el efecto que se propuso." (Beristáin 401) Es decir, todo lo paralingüístico está contemplado también en esta etapa. Se hace énfasis en que además de lo que se dice, hay que planear cómo se dice pues, en palabras de Beristáin, es una puesta en escena que gira en torno a conseguir el objetivo para el que el discurso fue preparado; esto se logrará a través de la forma de pronunciar el discurso (es decir, de forma estricta, lo que implica al aparato fonador), y de todos los complementos, como el lenguaje corporal, el lugar en el que se sitúa el orador, su proximidad o lejanía con el público, etc.

El *actio* no podría estar inscrito en otros términos que en los de la representación, pues el discurso en papel, por así decirlo, no está aún materializado en su finalidad. Es así que en el *actio* el discurso se materializa pues se pone en práctica y se dirige a los fines que para él se tenían pensados, ahí encuentra su realización material. Para cumplir dichos fines, el discurso no sólo se vale de lo que originalmente lo conforma, sino que todos los lenguajes que tienen lugar alrededor de él mientras es pronunciado aportan a reafirmar o refutar los argumentos que se exponen.

I.II.II Operaciones retóricas en el discurso visual

Para poder comprender a fondo la aplicación de las operaciones retóricas en el discurso visual, en el presente apartado se explicará una imagen a partir de dichas operaciones. Es decir, se trasladarán la *inventio, dispositio, elocutio,* mnemotecnia y *actio* del código lingüístico al código visual.

El siguiente esténcil se usará como ejemplo debido a que es una forma sencilla, e incluso popular, de comunicación visual. Contiene elementos identificables para la mayor parte de la población mundial actual, por lo tanto, no existe la necesidad de hacer una análisis retrospectivo lejano ni de explicar de forma abundante sus componentes. Es decir, su sencillez lo vuelve un instrumento accesible para ejemplificar y comprender las operaciones retóricas en el discurso visual.



Esténcil *Disney War* (2003) Colectivo Buenos Aires Stencil Link

I.II.II.I *Inventio* en el discurso visual

Para analizar en retrospectiva las operaciones de construcción del discurso visual y específicamente para indagar en la *inventio*, es importante conocer el contexto o momento histórico de creación del discurso visual. Es decir, para poder dar con los temas, nociones o pensamientos generales de la sociedad, es necesario remitirse a una época en específico, en este caso, la de la creación de la imagen que se analizará.

De esta forma, es importante, para efectos de la imagen elegida, conocer el contexto de Estados Unidos de Norteamérica y de Argentina en el año 2003, y de la relación entre estas naciones en ese momento, pues de ahí se desprenderán las nociones que conforman la *inventio* de este esténcil.

George Bush hijo fue presidente de los Estados Unidos de Norteamérica de 2001 a 2009. Durante su mandato sucedió el denominado "ataque terrorista" contra las Torres Gemelas (9/11), en la ciudad de Nueva York. Desde ese momento, la Casa Blanca fundamentó de una u otra manera la intervención de la nación más poderosa del mundo en territorio iraquí.

Tal fue la percepción exterior que se catalogó como una guerra ilegal e injustificada. El periodista Dirk Adriaensens, en su investigación al respecto (*2003-2013: La resistencia iraquí, la "guerra sucia" de Estados Unidos y la remodelación de Oriente Próximo.* 2013), resalta el dato de que el país estadounidense violó la carta de las Naciones Unidas que se estableció desde el término de la Segunda Guerra Mundial, debido a que en Irak no había armas de destrucción masiva y ese fue el principal fundamento para la intervención.

Por lo anterior, una serie de ideas globales se desarrollaron, dando pie a la interpretación de que la guerra en Irak tenía fines exclusivamente económicos para los Estados Unidos de Norteamérica. De aquí se puede desprender la relación con Disney World:

1. The Walt Disney Company es la empresa de entretenimiento más grande del mundo, es de origen estadounidense y tiene alcances a nivel mundial.
2. Globalmente, las palabras "Disney World" remiten al mundo de fantasía creado en torno a los personajes de dicha compañía, debido a que The Walt Disney World Resort es un complejo de entretenimiento abierto por la compañía en Florida, en 1971, y su nombre se ha popularizado como "Disney World" únicamente. Por su pronunciación en inglés, es propicio el juego de palabras entre *world* y *war*, ya que puede llegar a volverse imperceptible el cambio.
3. El símbolo más fácilmente identificable del Mundo de Disney es Mickey Mouse, su sola silueta permite saber de qué se trata. Más aún, las orejas de Mickey Mouse son un producto que se comercializa y no se necesita nada más para saber que pertenecen a dicho personaje.

He aquí que los grandes tópicos de la *inventio* para esta producción gráfica son: el mandato de George W. Bush y la guerra injustificada contra Irak, así como su relación con la sociedad del entretenimiento, el capitalismo y Disney como uno de sus más grandes símbolos.

Se debe considerar también que los receptores del mensaje deben estar familiarizados con estas nociones, lo cual no es complicado, justamente porque son nociones, no son conocimientos profundos respecto a los

temas que se señalan. En general, el habitante promedio de Buenos Aires en el año 2003 (como, en general, alrededor del mundo, en los entornos urbanos) estaba al tanto de la guerra contra Irak porque predominaba en los medios de comunicación y, por diversas razones como la globalización, tenía en mente nociones respecto a Disney, Mickey Mouse y el presidente de los Estados Unidos de Norteamérica.

Todas estas nociones se convierten en lugares comunes a través del tiempo por lo que, a más de una década del suceso, sigue teniendo sentido el esténcil a partir de los tópicos que aborda; permite que el receptor llegue a una conclusión a través de la deducción y, en este sentido, la conclusión deseable será: Estados Unidos es un mundo de guerra.

I.II.II.II *Dispositio* en el discurso visual

Exordio

Esta es la parte introductoria, la que hará que observemos el discurso propuesto por lo que suele ser sorpresiva, emocional, sin sentido, cómica, entre otros atributos que pudieran captar la atención de una persona. En el caso del esténcil en cuestión se trata del rostro del ex presidente George W. Bush, que podría no ser tan llamativa en cualquier circunstancia pero al tener puestas las simbólicas orejas de Mickey Mouse, capta la atención de quien observa.

Narración y argumentación

La narración del discurso visual está inevitablemente ligada a los sucesos de su tiempo, es por eso que la narración del presente discurso incluye la intervención estadounidense en Irak, la presidencia a cargo de George W.

Bush, las intenciones capitalistas de Estados Unidos de Norteamérica y el gigante del entretenimiento, en ese mismo esquema capitalista, The Walt Disney Company.

La argumentación está ligada al *pathos* y al *logos*. Al *pathos*, en el sentido de que las imágenes tanto de Mickey Mouse como de George W. Bush están relacionadas con reacciones afectivas por parte del público que las identifica, puesto que son figuras públicas que hacen rememorar, incluso de forma inconsciente, lo que los medios nos hacen llegar sobre ellas. De igual forma, la tipografía en la que está escrito "Disney War" es la misma en la que utiliza la marca, por lo que remite, a una gran parte del público, a momentos de identificación con The Walt Disney Company (películas, personajes, productos, canciones, parques temáticos, etc.). Por otra parte, el *logos* se encuentra sólo en la medida en que el receptor puede deducir, a partir de sus conocimientos de la situación mundial, la analogía que plantea el discurso visual del esténcil.

Resultados

El presente discurso visual plantea como conclusión que la guerra de Estados Unidos de Norteamérica contra Irak es una puesta en escena que, lejos de buscar la liberación de una nación de Medio Oriente, busca preparar el terreno para el capitalismo en este país. Por otra parte, podría entenderse que mientras el pueblo tenga pan y circo, como lo menciona la popular frase, un mandatario puede llevar a cabo cualquier cantidad de atrocidades, tales como la guerra. Aun más, podría concluirse que, como ya se mencionó, Estados Unidos es un mundo de guerra.

I.II.II.III Elocutio en el discurso visual

En la *elocutio* de este discurso visual se encuentra un tono satírico, de denuncia y rebeldía, así como el uso de la metáfora. El hecho de poner las orejas de Mickey Mouse en la figura del entonces presidente de los Estados Unidos de Norteamérica y de utilizar el globalmente famoso "Disney World" en asuntos bélicos, implica un acto satírico motivado por la rebeldía de su creador (o creadores), al manipular de esa forma la imagen de George W. Bush, al mezclarlo con una imagen icónica de un personaje infantil que ha estado presente desde 1928 y al utilizar "Disney World", que usualmente remontaría al espectador a un mundo alegre de fantasía, para mencionar la guerra; en todos estos aspectos se encuentra, como finalidad y estilo, la denuncia social de un acto declarado como legítimo, como benéfico para Irak, pero entendido como todo lo contrario y que, efectivamente, se demostró su ilegitimidad.

Por otra parte, la figura retórica utilizada por este discurso visual es la analogía: la semejanza que se busca plasmar es la de un producto de la empresa Disney con la guerra, la de la imagen del entonces presidente George Bush hijo con la de Mickey Mouse como figuras del mundo del entretenimiento meramente, deslegitimándolo como mandatario.

I.II.II.IV Mnemotecnia en el discurso visual

Gracias a lo emblemático de las ya mencionadas orejas de Mickey Mouse y de la tipografía de Disney, así como gracias a lo icónico de la representación de George W. Bush, los recursos mnemotécnicos han sido utilizados de una forma altamente eficiente. Un emblema representa, de forma simbólica, una idea o una cosa; los símbolos se convierten en eso precisamente por su alto grado de significación y reconocimiento en la sociedad, y los íconos son representaciones a partir de los rasgos básicos

de un objeto. De esta manera, el discurso visual del esténcil presentado cuenta con elementos que sencillamente se quedan en la memoria, haciendo uso de conceptos aprendidos.

I.II.II.V Actio en el discurso visual

Esta operación, al referirse directamente a la puesta en escena del discurso desarrollado en las operaciones previas, en el discurso visual implica su circulación en la escena social. Por la imagen recuperada, se puede ver el esténcil en un muro de concreto, cubierto de pintura clara, puesto que este fue pintado con aerosol negro; de esta manera se logra el contraste de la forma y el fondo, llama la atención, incluso más si está en un muro completamente limpio excepto por el esténcil. Se asume que se encuentra en un contexto urbano, pues el colectivo artístico es de Buenos Aires, de esta forma se busca que la población de dicho entorno, que podría ser la interesada en temas de relevancia mundial, esté al tanto de las denuncias de este tipo y tome conciencia de las implicaciones de la intervención estadounidense en Irak.

Preliminares

En este primer capítulo de la investigación se rescata que, en cuanto al objetivo planteado, se cumple con la explicación de cómo funcionan, a través de la retórica aplicada a la imagen, los elementos que conforman un cartel, para así comprender su edificación como discurso visual.

En cuanto a la pregunta de investigación que se responde en este capítulo, es decir ¿cómo está construido un discurso visual? Se explica la función de cada una de las operaciones retóricas en dicho proceso que da pie a un sólido y coherente discurso en imágenes; no se pierde de vista el hecho de que la retórica tiene una intención persuasiva o seductora y es con esta

finalidad que se dispone de la *inventio*, la *dispositio*, la *elocutio*, la mnemotecnia y el *actio*. De esta forma se verifica la hipótesis planteada: el cartel de festival musical, al ser un discurso construido con imágenes, contiene elementos gráficos que conforman una argumentación, por lo que se vale de la retórica de la imagen y las operaciones retóricas para consolidarse como discurso visual.

Esto último opera, regularmente, en un nivel inconsciente, como se mencionó con anterioridad, pues es una estructura de construcción y organización del discurso aprendida culturalmente, que se ha trasladado de lo oral a lo escrito y, como se ha visto, a la construcción de la imagen. Sin embargo, mientras más dominio consciente exista de este proceso de construcción de la argumentación por parte del emisor, existirá un mejor manejo de las operaciones retóricas y, por ende, un mejor resultado al ser construido el discurso.

Capítulo II. Representación del contexto a través del discurso visual

El objetivo del presente capítulo es analizar la relevancia del contexto en el que es creado un discurso visual, a partir de la intertextualidad, para identificar de qué forma se representa. La pregunta de investigación que se genera en este capítulo es ¿qué influencia tiene el contexto en un discurso visual? La hipótesis que corresponde a este capítulo es que el contexto en que se inscribe un discurso visual es de mucha incidencia, debido a que, a partir de su análisis, puede permitir la comprensión de una época y de las condiciones de producción, circulación y reproducción de un cartel, en este caso, ya que impacta en las representaciones gráficas de su tiempo.

En este capítulo se explica la diferencia entre texto y discurso, desde los conceptos de Julieta Haidar, para dar pie a la definición de los distintos tipos de relaciones entre textos según Genette y aclarar cuáles son los pertinentes para la presente investigación. De esta forma se presenta la relevancia del contexto (que se explica en términos generales a partir de Kristeva) para el análisis de un discurso específicamente visual. Por otra parte, para fundamentar lo dicho en el primer apartado, en este se muestran dos ejemplos de cómo se han representado determinados contextos en discursos visuales.

II.I Intertextualidad y contexto

A través del tiempo, el hombre ha evolucionado, han cambiado sus capacidades, sus creaciones, sus usos y costumbres, etc. Dependiendo de la región en la que se sitúa, cada grupo social ha sufrido cambios; de igual

forma, el entorno donde se desenvuelven las transformaciones mencionadas se ha ido modificando a lo largo de los siglos. Es decir, el hombre ha cambiado junto con su entorno y viceversa.

Es así que todas las acciones y creaciones del hombre se encuentran inscritas en un contexto, están marcadas por su tiempo y por el entorno en el que suceden. Si, en un caso hipotético, los actores de una situación histórica permanecieran inamovibles, pero se pudieran modificar las circunstancias, dicha situación histórica podría tener resultados incalculables, puesto que el contexto determinaría circunstancias diferentes y, a su vez, estas circunstancias podrían modificar profundamente al factor humano involucrado.

En primer lugar, puesto que este trabajo de investigación se centra en el análisis del discurso visual influenciado por el contexto, se debe comprender la diferencia entre texto y discurso; es decir, son temas y conceptos prioritarios. Un discurso es un conjunto transoracional afectado por las condiciones de producción, circulación y recepción; pero más allá de esto, el discurso es una práctica ritualizada conformada por subjetividades de la semiosis (Haidar 74). Por otro lado, "… el texto abarca tanto el discurso verbal, como todas las producciones semióticas, con lo cual la cultura es una semiosfera. En este sentido, todo fenómeno cultural constituye un texto" (Haidar 74) En otras palabras, los textos constituyen la red de significados que se entiende como cultura; la cultura es un conjunto de textos y de esta forma el discurso está definido por ellos, porque al ser una práctica y al estar determinado por la semiosis, sólo pueden ser los textos que conforman la cultura los que delimiten los discursos de la misma, pues producen, hacen circular y reproducen lo simbólico.

Ahora bien, entre textos existen relaciones de diferentes índoles que es relevante conocer para establecer cuáles son pertinentes para la presente investigación; la transtextualidad es "… todo lo que pone al texto en relación, manifiesta o secreta, con otros textos." (Genette 9) Es decir, la transtextualidad es la totalidad de las relaciones que pueden existir entre textos. Gérard Genette, aunque no incluye la categoría de contexto aún en su clasificación, menciona cinco formas en las que puede manifestarse la transtextualidad:

- Intertextualidad: tal cual es la relación de un texto con otros. Se usa en forma de cita, plagio o alusión cuando se refiere literalmente a textos.
- Paratextualidad: implica los elementos u otros textos paralelos que enmarcan, delimitan y construyen a un texto principal.
- Metatextualidad: es la relación establecida por un texto que habla de otro texto, aunque no se mencione. La teoría y la crítica son metatextos por excelencia.
- Hipertextualidad: es la contención de un texto en otro; es decir, existe un hipotexto como fuente principal de significado que contiene o produce un segundo texto, este es el hipertexto.
- Architextualidad: es la relación que guarda un texto con el género y subgénero a los que pertenece. (Genette 9-17)

Para fines ilustrativos, se incluye a continuación una imagen, como ejemplo, que ilustra los tipos de transtextualidad recién mencionados:



Cartel *Occupy HOPE* (2011) Shepard Fairey Link

- Intertextualidad

Al contemplar las dimensiones de cita, plagio o alusión, el presente cartel tiene citas y alusiones que dan cuenta de la intertextualidad. Se cita la imagen del conspirador inglés Guy Fawkes que, a su vez, fue retomada por la cultura popular en el cómic *V for Vendetta* en los 80, de Alan Moore, y fue llevada al cine en 2005 por James McTeigue; a raíz de la popularización de esta imagen, se utiliza también para el grupo de activistas y hacktivistas que, de hecho, está vigente desde 2004. Por otra parte, se hace alusión al famoso cartel de Shepard Fairey del presidente de los Estados Unidos de Norteamérica, Barack Obama, que fue parte de su campaña presidencial en 2008; se utilizan los mismos colores, y la palabra "*HOPE*" (esperanza). Es preciso mencionar que el autor original creó que esta nueva versión del cartel como muestra de apoyo al movimiento *Occupy*.

- Paratextualidad

Si se toma como texto principal únicamente la cita y la alusión, las relaciones paratextuales se establecerían con el resto de los mensajes lingüísticos, es decir: lo principal es la palabra "*HOPE*", como en el cartel original, pero está enmarcada por "Mister president, we HOPE you're on

our side" (Señor presidente, esperamos que esté de nuestro lado). De igual forma, el círculo que está a la derecha, en el cartel original sólo representa los rasgos distintivos de la bandera de los Estados Unidos de Norteamérica, pero en este cartel, además de eso, incluye la leyenda "we are the 99 %".

- Metatextualidad:

En cuanto a esta categoría, se encuentra que este cartel hace referencia (o se basa, por completo) a otro cartel ya existente. El primer cartel fue parte de una campaña política, este funciona como la contraparte: la rebelión. Por lo anterior podría establecerse un término como metatextualidad política, puesto que se reutiliza exactamente el mismo instrumento pero se enfoca en criticar el fin inicial.

- Hipertextualidad:

En la periferia de este texto no se encuentran más que den pie a las relaciones hipertextuales, sin embargo, la propia imagen de Guy Fawkes se ha convertido en algo tan enigmático, emblemático y polisémico que, en sí misma, es un hipertexto que lleva al espectador a indagar y descubrir varios significados al respecto.

- Architextualidad

Esta imagen sostiene relaciones architextuales con el género del cartel, con el subgénero del esténcil (puesto que con esa técnica creó el cartel original Shepard Fairey). Además, pueden considerarse factibles asociaciones al género, por ejemplo, de la protesta política gráfica que, por supuesto, se camufla en el género de la propaganda política.

De esta manera se encuentra que, para fines del presente trabajo, las relaciones de intertextualidad son las que darán cuenta de la influencia del contexto en un discurso visual, puesto que, trasladándolo al soporte pertinente, un cartel hace alusión a las circunstancias en las que fue producido. La paratextualidad está implicada ya, de cierta manera, en la operación retórica de *actio* pues se explican los elementos o conjuntos de elementos que enmarcan el principal, el que está siendo estudiado. De igual forma, la hipertextualidad está referenciada en la *inventio* y la *mnemotecnia*; en la *inventio* se buscan los grandes tópicos y temas comunes a los que se podrá referir un discurso, es así que el discurso terminará siendo un hipotexto que llevará a uno o varios hipertextos; en la *mnemotecnia* sucederá lo mismo pero en el momento en que el receptor entra en contacto con el discurso visual: comprenderá lo que observa como un hipotexto que lo referenciará a uno o varios hipertextos.

Operación retórica	**Relación transtextual correspondiente**
Actio	Paratextualidad - Explica elementos o conjuntos que enmarcan a un elemento principal.
Inventio	Architextualidad - El discurso estará inscrito en algún género que, a se vez, dará pie a vislumbrar todos los temas que en este se encuentren. Hipertextualidad - Se buscan los grandes tópicos a los que se referirá un discurso, y este terminará siendo un hipotexto que llevará a más hipertextos.

Mnemotecnia	Hipertextualidad - Cuando el receptor observa el discurso visual, obtendrá referencias a uno o varios hipertextos.

Tabla 2. Relaciones identificadas entre operaciones retóricas y transtextualidad

El contexto, para hablar de intertextualidad con este de por medio, se puede definir como "… un espacio textual múltiple cuyos elementos son susceptibles de ser aplicados en el texto poético concreto. Denominaremos a este espacio *intertextual*." (Kristeva 67). Una vez más, se observa la influencia, directa o indirecta, del contexto en los textos que dentro de él se producen. Asimismo, los textos se influencian entre sí; se puede entender un ir y venir de contenidos compartidos: el contexto influye en los textos; los textos, a su vez, influyen en otros textos que también tienen influencia del contexto; el contexto también se ve modificado por los textos de alguna manera. De ahí la concepción de *intertextual*, pues se entiende una concatenación de textos que dan pie a otros, que se influencian entre ellos y que contienen elementos del contexto, del conjunto en el que están situados.

Lo que Kristeva explica en el fragmento anterior es que un texto no surge de la nada, sino que encuentra su origen en otros textos y en su contexto. Es decir, se entiende al "… texto como una intertextualidad […] en (el texto de) la sociedad y la historia." (Kristeva 2001 148). Es muy importante rescatar esta noción de sociedad e historia como textos también, ya que indica que ambos se encuentran inscritos, de la misma forma, en un contexto que los modifica. Con el término sociedad, Kristeva se refiere a los actores que hacen posible la producción de textos, que a su vez son texto ellos mismos; con el término historia, se hace referencia al tiempo, al momento histórico en el que se inscribe un texto, pues este

igualmente lo definirá y determinará muchas de sus características y contenidos.

Es necesario, pues, comprender que cualquier tipo de producción gráfica es también un texto, influenciado por otros e inscrito en un contexto que también permea en sus contenidos. Julia Kristeva explica un concepto relevante en estos términos:

> El ideologema de un texto es el hogar en que la racionalidad cognoscente aprehende la transformación de los *enunciados* […] en un todo (el texto), así como las inserciones de esa totalidad en el texto histórico y social. (Kristeva 2001 148)

En el ideologema se condensa, en gran medida, la influencia del contexto que se ha mencionado con anterioridad; este concepto se refiere a una función intertextual que nos dirige a concepciones generalizadas por la ideología de un sistema. Lo que explica es que, en un ideologema, el sujeto racional mezcla su conocimiento, su cultura y todo lo que el entorno le ha brindado con el enunciado mostrado, de esta forma lo reconoce en su totalidad, lo vuelve un texto en sí mismo pues este tiene un significado irrevocable gracias a la determinación contextual e intertextual de los individuos. Es así que se comprende también la inserción del ideologema en la historia y la sociedad, si estas variables cambian, también lo hace el ideologema, pues la relación intertextual tendrá otros factores involucrados y la connotación brindará una lectura distinta.

Son ejemplos contundentes de ideologemas las representaciones gráficas de las emociones básicas plasmadas en los *emoticones*. Es decir, dichos signos contienen los rasgos básicos de la expresión facial que

ideológicamente hemos interpretado como: tristeza, alegría, enojo o angustia. Un ejemplo aún más marcado por la ideología sería la representación de una mujer atractiva: voluptuosa, de largas piernas y cintura estrecha. En ambos casos, se podrían leer los rasgos por separado (en un afán denotativo), pero al convertirlos en un conjunto, en una totalidad o enunciado, son una representación icónica que se comprende a partir de la influencia de la ideología, el contexto y, en sí, de la intertextualidad (función connotativa). La intertextualidad, pues, se convierte en un campo fértil de recuperación, creación y asimilación de significados, así como textos, compartidos socialmente. "El texto es un tejido de citas provenientes de los mil focos de la cultura." (Barthes 69)

Barthes recupera, de nueva cuenta, la noción de que los textos ni son puros ni surgen de la nada, son un tejido de otros tantos textos que, a su vez, están dentro de una cultura y un contexto que los determinan. Si la cultura ya es, en sí misma, una red de significados compartidos (bien podría decirse que es un sistema de significados), esta aporta un enorme grado de determinación de los individuos y los textos que se producen en ella. "La cultura se nos aparece cada vez más como un sistema general de símbolos, regido por las mismas operaciones: hay una unidad del campo simbólico, y la cultura, bajo todos los aspectos, es una lengua." (Barthes 25)

La cultura no es por sí sola la totalidad del contexto, pero al ser un sistema de símbolos, al funcionar como una lengua, determina el contenido y la codificación misma de los textos que en ella se producen. Por lo que es indispensable tomarla en cuenta para comprender a profundidad cualquier texto; mucho más si se trata de un texto de otro tiempo: si se entiende la cultura en un tiempo y espacio determinado, se

podrá decodificar un texto de forma mucho más precisa. En otras palabras: lo único que se podría obtener de un texto sin tomar en cuenta su contexto (que incluye la cultura), sería una mera descripción, una denotación de los elementos que lo componen; para adentrarse en los significados, habrá que adentrarse también en el contexto. La propuesta es, pues, una arqueología del texto: no observar el texto desde la cultura, el tiempo y el espacio en que se encuentra quien interpreta, sino situar al texto en el contexto en el que fue creado para comprender sus motivos, significados, impacto y demás variables pertinentes.

Si se entiende, pues, que un texto es lo dado, cualquier cosa, fenómeno, situación o tema enmarcado en una cultura y que un discurso es la puesta en práctica de los textos, ambos pueden ser considerados sistemas ya que, finalmente, son conjuntos de elementos relacionados que funcionan en torno a un mismo objetivo, que, en este caso, sería la creación de sentido o significado para conformar el entramado que es la cultura. De una forma concreta, existen entornos y sistemas, como lo menciona la Teoría General de Sistemas. El primero siempre afectará al segundo y debe distinguirse uno del otro, pues "El objeto de la teoría es la diferenciación entre sistema y entorno: que un sistema no puede existir sin entorno […] se comprende en sí mismo en razón de reflexiones lógicas…" (Luhmann 15). Lo que Luhmann expone es el hecho de que son interdependientes uno del otro, de alguna manera. Un sistema no tiene donde existir, si no es en un entorno; aunque puede existir un entorno dado que no contenga un sistema. En términos de este autor, al mencionar sistemas influenciados por sus entornos, se habla de sistemas abiertos, eso serían los discursos: estos se alimentan del entorno y también vierten en él sus excedentes, llevan a cabo procesos miméticos y modifican sus alrededores; intercambian información, en resumen. Si se

piensa en un sistema social, como ejemplo, los conceptos de sistema y entorno se aclaran en gran medida.

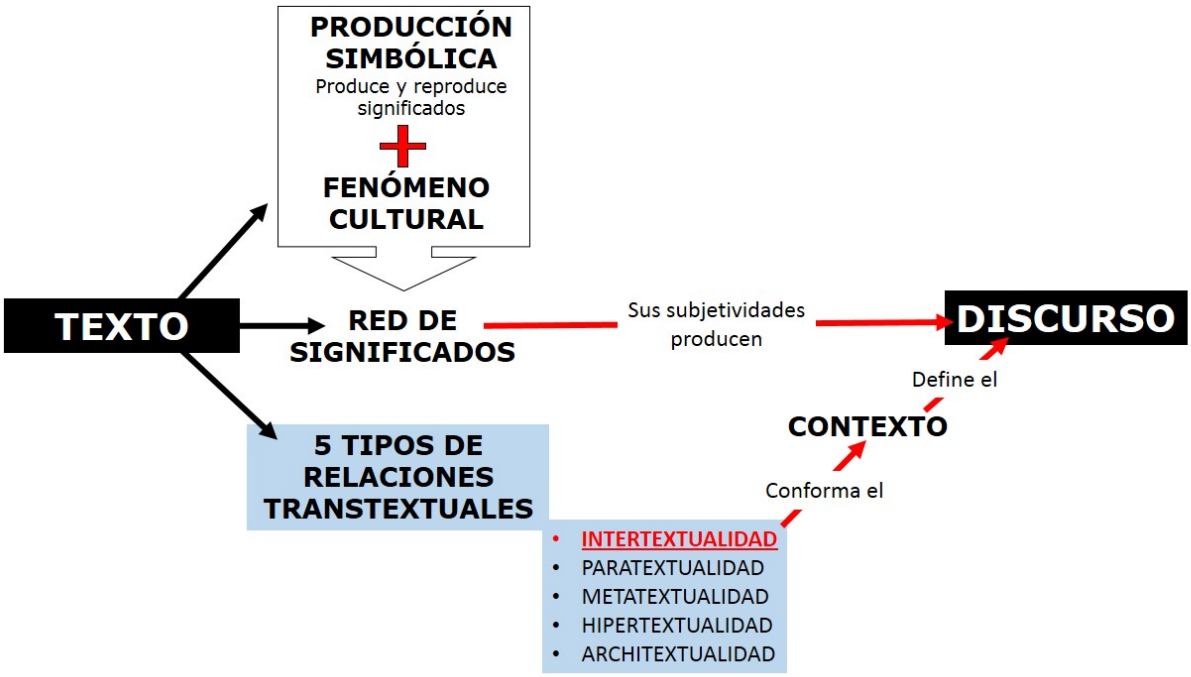
Por otra parte, existen los sistemas cerrados, aunque sólo en ocasiones extraordinarias, por lo que se les conoce como casos límite. En ellos el entorno no tiene significado o sólo lo tiene en situaciones muy específicas. Al respecto, el mismo Luhmann menciona que "… no puede haber ningún sistema producido exclusivamente por autorreferencia, ni un sistema con un entorno indistinto." (Luhmann 38) Lo que quiere decir que un sistema se produce únicamente a través de tener una referencia externa en el medio, en el entorno, no podría construirse un sistema únicamente referenciado en sí mismo, necesita de la información y sustento del contexto, su entorno no le es indiferente ni es pasivo respecto de este mismo. De esta forma, los textos pueden considerarse sistemas cerrados, es decir, contienen ya un significado y un conjunto de características dadas que no mutan sino hasta que se convierten en discurso, siendo así sistemas abiertos. Además, se puede considerar que un texto se vuelve un sistema abierto en la medida en que el espectador establece relaciones con otros textos, es decir, en la medida en que adquiere la característica de la transtextualidad, pues así se modifican unos a otros.

Al considerar al sistema como un organismo, o un conjunto de ellos, se entiende también que se encuentra en constante cambio y que, de la misma manera, modifica activamente su entorno, así como se ve transformado por él. De esta forma, el factor tiempo es importante al considerar el entorno, pues este no es el mismo en este momento que en el pasado o en el futuro.

Por otra parte, los entornos y los sistemas pueden considerarse conjuntos y subconjuntos, respectivamente. Así como los sistemas son subconjuntos en sí mismos, dentro de ellos se producen, a la vez, otros subconjuntos. Es decir: existe un contexto (entorno) dentro del cual se producen textos (sistemas) y la capacidad de producción de más textos es prácticamente infinita dentro de los contextos.

Finalmente, para el objetivo de este trabajo de investigación, es necesario hacer hincapié una vez más en la relevancia del contexto como determinante de cualquier texto que se encuentre dentro de sus límites. Bruno Latour observa distintos estudios antropológicos y concluye que en ellos todas las prácticas, creencias, relaciones y, en general, todos los textos analizados se entienden como círculos concéntricos hilados por un mismo elemento; es decir, todos los textos pertenecientes a un mismo contexto tienen en común un punto de partida que los vuelve indisociables. "¿Y si nunca fuimos modernos? La antropología comparada se volvería posible. Las redes tendrían un hogar." (Latour 27) La crítica que hace Latour es en términos de una visión sesgada por parte de la antropología, pues el hilo conductor del que se habla sólo se observa en los grupos "salvajes" y no en las sociedades modernas, a pesar de que existe. No se ha dedicado la suficiente atención a aquello que enmarca los textos de una cultura, se han analizado los textos de forma aislada; pero si se observara detenidamente cada uno de los textos, se encontraría irremediablemente ese hogar que menciona Latour: un punto en común del que parten todos los significados, todas las representaciones, todos los textos de un contexto determinado (Latour 23).

A continuación se presenta un esquema para explicar, de forma condensada, la diferencia entre texto y discurso:



Esquema 1. Elementos del texto y del discurso.

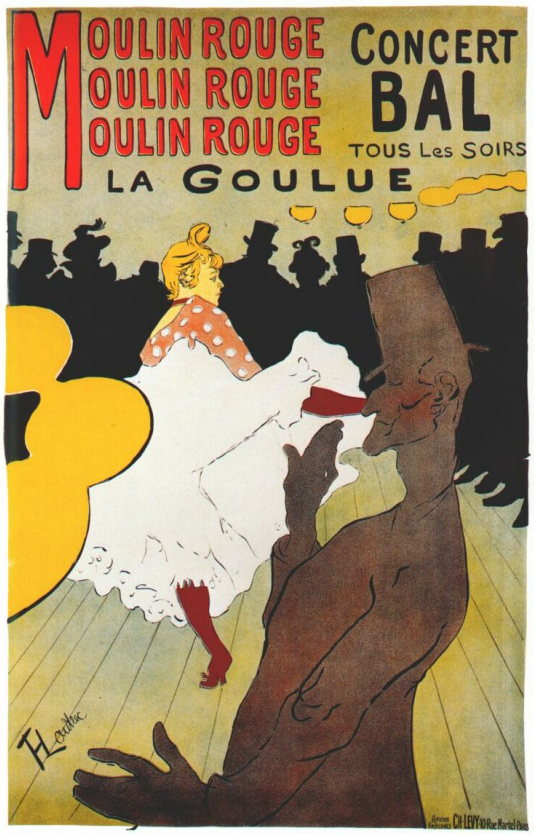
Lo que se plasma en el esquema es lo siguiente: un texto es producto de la producción simbólica aunada a un fenómeno cultural; varios textos construyen una o varias redes de significados y las subjetividades de su interpretación y reproducción dan pie un determinado discurso. A su vez, tanto los autores como los receptores/intérpretes de los textos, generan distintos tipos de relaciones entre ellos; para la presente investigación, la intertextualidad es la más relevante de estas relaciones puesto que los vínculos que se producen ahí dan pie el contexto, factor que define al discurso.

II.II Ejemplos de transtextualidad en la representación visual

En el presente apartado, se abarcan las siguientes categorías para el análisis de un cartel:

- Antecedentes y/o contexto histórico
- Intertextualidad
- Paratextualidad
- Metatextualidad
- Hipertextualidad
- Architextualidad
- Mensaje no codificado (denotación)

Así se dará cuenta de la intertextualidad que existe en la construcción del discurso visual y de la marca indeleble del contexto en las producciones humanas. Existe otra categoría que se agrega en el último apartado de la presente investigación: el análisis discursivo; se integra posteriormente debido a que incluye las operaciones de construcción del discurso, de las que se prescinde en este capítulo para fines del desarrollo ordenado de la investigación.



Cartel *La Goulue* (1981) Henri de

II.II.I Cartel del *Moulin Rouge*

En Francia "… la historia del siglo XIX debe ser contemplada en el trasfondo de dos revoluciones, la historia y la política." (Price 133) Por este motivo, a continuación se planteará un marco histórico de referencia respecto a los acontecimientos que definieron la última parte del siglo XIX, en la que vivió y produjo el pintor Henri de Toulouse-

Lautrec, autor de los famosos carteles del *Moulin Rouge*. Popularmente se conoce a esta época, de aproximadamente 30 años de duración, como la *Belle Époque*.

II.II.I.I Contexto

Para la siguiente explicación de las circunstancias históricas que enmarcaron la creación del cartel, se integran las siguientes categorías:

- Antecedentes
- Política y sociedad
- Cultura

Antecedentes

La primera parte del siglo XIX estuvo marcada por una muy lenta evolución económica, debido a que, a pesar de que aumentó la producción agrícola, también creció la población, por lo que no se daba abasto a las necesidades de alimentación de grandes sectores. Esta situación sólo llevo a la nación francesa a una crisis económica (a causa de que los agricultores no producían lo suficiente), social (debido a la falta de alimento) y política (a raíz del descontento social general por las malas condiciones de vida, desencadenadas por la falta de alimento).

A la caída del Imperio de Napoléon III, los grandes terratenientes que detentaban el poder económico fueron cayendo y continuaron así un par de décadas; sucedió que las tierras que poseían y los quehaceres del campo ya no eran tan redituables, puesto que en las ciudades la producción se aceleraba al mismo ritmo que el consumo con la industrialización de por medio. El hecho de quedarse únicamente como

terratenientes implicaba pérdidas continuas de capital, por lo que comenzaron a diversificar sus inversiones hacia el entorno urbano.

El siglo XIX podría considerarse el del Segundo Imperio, es decir, el de Napoleón III. A la mitad del siglo, hubo un golpe de estado que destituyó por completo a la Asamblea Nacional y a los republicanos radicales. Bajo el móvil de "la civilización o la barbarie, la sociedad o el caos", se reprimieron muchos levantamientos y movimientos sociales, lo cual llevó a un descontento aún mayor y a un alto nivel de politización por parte del pueblo. De esta forma se logró el sufragio masculino universal.

Después del golpe de estado, gracias a las primeras elecciones de sufragio universal masculino en Francia, Napoleón III subió al poder. Durante los tres años de su mandato, Napoleón III gozó de gran poder personal, además del que tenía por su puesto público, ya que tanto las clases propietarias o adineradas, como la población rural estaban de su lado. "El nuevo régimen dependía de los servidores aristócratas y *grand burgeois* de los gobiernos precedentes." (Price 164) Es decir, sin el apoyo de las clases de mayor poder económico, el Segundo Imperio francés no prosperaría; dicho apoyo estaba en juego debido a que Napoleón III tomó medidas y determinaciones que afectaron puntos muy relevantes en cuanto a la cantidad de poder que ejercían en la esfera de mayor poder político.

Se mencionó que Napoleón III tenía gran poder personal, esto le permitió de hecho no perder el apoyo de los burgueses ni de los aristócratas, lo cual impulsó en gran medida la industrialización, le dio velocidad a este proceso. De igual forma, se modernizó el transporte y se procedió con la urbanización del país; estos factores mejoraron el nivel de vida en el

grueso de la población, aunque una gran parte vivía en el campo todavía, y se niveló el índice de natalidad.

Por otra parte, las reuniones de los republicanos sucedían en los lugares de trabajo, bares, cafés, etc. con la finalidad de reconstruir el partido. A pesar de que todo esto llegaba a oídos de Napoleón III, el régimen no se volvió autoritario ni hubo represión contra dichas reuniones. Por lo tanto, al no haber represión para estos grupos, los círculos que detentaban grandes redes de poder, como el clero o los aristócratas, comenzaron a asumir que sus intereses estaban en riesgo al peligrar el régimen en turno.

A final de cuentas, cuando Francia perdió la guerra contra Prusia, se vio el fin del Segundo Imperio. El hecho de que Prusia ganara Austria cambió, en general, el equilibrio de poderes políticos en Europa. Por su parte, el grueso de la población francesa creía que otra guerra era lo que se necesitaba para reinstaurar la autoridad del país ante el mundo. Además de las reuniones republicanas, hubo un movimiento llamado la Comuna de París, sus integrantes y simpatizantes proponían una forma de gobierno completamente gestionada por el pueblo, al estar decepcionados de Imperios y Repúblicas; sin embargo, la Comuna de París sí sufrió de actos represivos y persecuciones, por lo que se disolvió en poco tiempo.

Tras la caída del Imperio de Napoleón III, "… se proclamó definitivamente la República, a finales de la década de 1870." (Price 145) Lo anterior debido a que los grupos de republicanos, que habían recobrado fuerza, se introdujeron en la Asamblea para proclamar lo que se conoce como Tercera República Francesa.

Política y sociedad durante la *Belle Époque*

Durante esta época, las potencias más grandes del momento, entre las que se encontraba Francia, mantuvieron un equilibrio apropiado para que no estallara una guerra a nivel mundial; aunque lo que predominó, sobre todo previo al inicio de la *Belle Époque*, fueron las guerras industriales. De cualquier forma:

> … los grandes poderes se observaban entre ellos y se hacían de armas, pero respetaban las decisiones del Congreso de Berlín que, 25 años antes, había establecido un balance entre los dos poderes de Gran Bretaña y Alemania.[8] (Jullian 10)

Como puede observarse, existía una gran tensión que se había acumulado precisamente por no recurrir a un conflicto bélico de inmediato, gracias a los acuerdos hechos con anterioridad. Además, con los avances en ciencia y tecnología, cualquiera de los países principales podría haber iniciado una guerra en dado momento, por probar su poderío. Sin embargo, como la historia lo sustenta, fue hasta 1919 que estalló el conflicto armado y con este los enfrentamientos directamente por sobresalir en cuanto a poder económico y en armamento por parte de cada una de las potencias.

Además, a propósito de la recientemente difundida teoría de la evolución de Charles Darwin, se popularizó el término "darwinismo social", que sólo sirvió para justificar "científicamente" la perpetuación de marcadas divisiones socioeconómicas, ya que, quienes tenían ciertas posibilidades eran optimistas y ambiciosos respecto al futuro, pero nunca se erradicaron las clases desfavorecidas.

---

[8] "… the great powers were watching each other and arming themselves, but still respected the decisions of the Congress of Berlin, which, twenty-five years earlier, had established a balance between the two powers of Great Britain and Germany."

En general, las condiciones laborales y de avances tecnológicos sirvieron, justamente, para hacer muy evidentes las diferencias entre el campo y la ciudad principalmente. Comenzaron a congregarse los obreros y la mano de obra, en general, en sindicatos y partidos, debido también a las grandes diferencias entre la burguesía, la aristocracia y la fuerza de trabajo, pues lo que las clases trabajadoras buscaban era tener algo de certeza respecto a su situación económica y laboral. Por otro lado, las clases acomodadas disfrutaban, efectivamente, de una bella época de prosperidad.

Todo lo anterior enmarca la vida de Toulouse-Lautrec. Este pintor decidió vivir en París por ser esta ciudad el centro de todos los movimientos importantes en Francia. A nivel personal, como artista, este pintor se desenvolvió en los ámbitos conocidos como bohemios, que implicaban el disfrute, el gozo, el consumo de bebidas alcohólicas y otras sustancias, la convivencia cercana con las bailarinas de cancán en los cabarés de la época, entre varias otras actividades principalmente volcadas al esparcimiento. A nivel contextual, en la época, la gente que laboraba y residía en las ciudades contaba con más tiempo libre que quien tenía que trasladarse a las periferias o al campo cotidianamente. Además, si el ingreso era suficiente para tener una vivienda en la zona urbana, se podía considerar que se podía costear también algún tipo de entretenimiento; es por esto que los centros nocturnos eran frecuentados por la clase media y la aristocracia.

Cultura

Durante la *Belle Époque* "… el rasgo más notable fue el crecimiento de París." (Price 143) En realidad, desde el Segundo Imperio hasta finales de esta etapa, la población en la capital francesa aumentó en 7 %, lo cual

reflejaba el crecimiento poblacional, una mayor en la esperanza de vida y la mejora general de las condiciones sociales.

En París, se abrieron centros industriales en ingeniería y química, así como de actividades administrativas, financieras y comerciales; esto sólo podía llevar al aumento en la densidad de población, a pesar de que el costo de vivir en la ciudad seguía siendo muy alto para la mayoría. De igual forma, no era precisamente necesario vivir en el entorno urbano para tener un empleo en él; muchas personas se asentaron en las periferias y lograron mantener sus puestos de trabajo en las ciudades gracias a las mejoras en los sistemas de transporte. Esta disposición de movilidad también hizo más frecuentes las visitas y los intercambios den entorno rural al urbano, por lo que la población del primero cayó en cuenta de las diferencias que existían en el estilo de vida.

Finalmente, en las ciudades se ofrecían mejores empleos y mejores salarios, brindaban seguridad laboral por realizar un trabajo mucho menos duro que en el campo y que, además, permitía tener una cantidad considerable de tiempo libre. De la mano de estos cambios en la esfera laboral, vinieron transformaciones culturales y, por supuesto, de comportamiento; por principio de cuentas, la Iglesia perdió importancia y la educación empezó a valorarse mucho más, tanto que los círculos poseedores del capital comenzaron a invertir en colegios. En estos términos, la educación se volvió un pilar relevante debido a la industrialización: no sólo la alfabetización, sino la especialización de la mano de obra empezaba a ver sus inicios. Por otra parte, el hecho de que las clases privilegiadas se preocuparan por la educación, incluso de los económicamente desfavorecidos, tiene que ver con la perpetuación de los esquemas existentes hasta el momento; es decir, si se tiene una mano en

el sistema educativo, se puede salvaguardar lo que es pertinente considerar civilizado y el poder de las propias clases que invierten en el sistema. Por lo tanto, a pesar de algunas modificaciones, la hegemonía cultural y política continuaba presente; dicho de otra forma: la moral y el poder de una persona eran determinados por su cantidad de propiedades y de capital.

En general, la *Belle Époque* se contempla a lo largo del continente europeo. Fue un tiempo de grandes cambios en todos los aspecto posibles: desde el hecho de que el imperialismo se expandiera, que el capitalismo fuera más aceptado cada vez, hasta que los avances en la ciencia y la tecnología actuaran en beneficio de la humanidad. Fueron décadas en las que sólo se veía progreso. Las exhibiciones artísticas más grandes e importantes del mundo se llevaron a cabo en París precisamente; en 1889, para conmemorar el centenario de la Revolución Francesa, se construyó la Torre Eiffel, que se suponía que fuera desmontada al final de la celebración, sin embargo, hasta nuestros días es un símbolo universal que data de un momento histórico de esplendor en Francia.

II.II.I.II Intertextualidad

En términos generales, el cartel es una alusión, en sí mismo, a una velada en un cabaré, a donde asisten mayormente hombres y la principal atracción son las bailarinas de cancán. De igual forma, la figura ensombrecida del hombre en primer plano hace alusión al presentador de dicho espectáculo; eran personas dotadas de gran teatralidad para realizar su labor, lo cual se puede ver por los ademanes y expresión que se muestran.

En cuanto a citaciones, la principal es la del *Moulin Rouge* directamente, pues fue un centro de entretenimiento que marcó época en París y que, hasta la fecha, ofrece espectáculos. Otra citación incluida en el cartel es la de la famosa bailarina apodada *La Goulue*, pues se tomó directamente de la vida nocturna parisina para incluirla en el cartel y promocionar su aparición en el cabaré. Existe también alusión en el cartel, puesto que *La Goulue* se trata no sólo de "la golosa" como apodo para la bailarina por sus hábitos en cuanto a la ingesta de alimentos, sino que es una referencia en doble sentido a su oficio como prostituta.

II.II.I.III Paratextualidad

En este caso, podría considerarse una relación paratextual la que mantiene el cartel, y todos sus elementos, con la firma del artista que lo realizó, puesto que no forma parte de la composición del discurso visual como tal y está presente, lo cual otorga ciertos parámetros en la construcción del sentido. La firma de Toulouse-Lautrec en la parte inferior izquierda del cartel da información relevante para el espectador, tanto ahora como en su momento, se relaciona al pintor con los ambientes nocturnos y bohemios, con las bailarinas y prostitutas de la época y, por supuesto, con el centro de entretenimiento del momento: el *Moulin Rouge*. Además, el nombre de Henri de Toulouse-Lautrec portaba y porta aún prestigio artístico, uno diferente cuando vivía que ahora, al verlo en retrospectiva, ya pasadas hace casi 100 años las vanguardias de las que fue precursor.

II.II.I.IV Metatextualidad

En este ejemplo, la relación metatextual se encuentra en el sentido de que el cartel se convierte en una narración gráfica de una noche en el *Moulin*

Rouge, con el espectáculo de *La Goulue*. Es decir, como textos pueden considerarse, de hecho, una noche en el afamado cabaré, así como el cartel que lo promociona; finalmente, la relación que se establece entre ellos es de metatextualidad puesto que existe un texto que habla de otro, que lo plasma en lenguaje gráfico y se vuelve meramente descriptivo aunque icónico, pues sólo incluye los rasgos más distintivos que permiten identificar de qué trata la narración. Esta relación metatextual es la que da estructura a los carteles de espectáculos, desde aquel momento, pues se plasma una impresión del evento al que se asistirá y se debe incluir información relevante para que el espectador acuda al evento (quién se presentará, dónde, cuándo, etc.).

II.II.I.V Hipertextualidad

Como en los demás tipos de transtextualidad, los conocimientos que posee el receptor son determinantes para la cantidad de subtextos que se desprendan de un texto, en este caso serán hipertextos. Es decir, la imagen detonará en quien la observe cualquier cantidad de asociaciones a otros temas e imágenes. Algunos de los caminos más evidentes, tanto en su momento como ahora para quien conoce dicho contexto, son el cancán, la prostitución, las drogas, los bohemios, etc. Por otra parte, existen hipertextos entretejidos en historias de aquella época, por ejemplo el nombre de la bailarina: *La Goulue*, pues brinda cierta profundidad al enlazar al espectador directamente con la idea de una mujer golosa en términos de comida, pero también, al tener nociones de su ocupación, se entra en la idea del doble sentido y se entiende la insinuación hacia lo sexual, lo cual da una profundidad de lectura importante para un discurso visual de su tiempo.

II.II.I.VI Architextualidad

El cartel es obra del pintor postimpresionista Henri de Toulouse-Lautrec, titulado *La Goulue* (nombre por el que era conocida la bailarina retratada), y se inscribe precisamente en el periodo mencionado anteriormente. Además de romper con las reglas del impresionismo, se le reconoce haber plasmado fielmente el baile y el entorno del cancán que fue de gran importancia para una época de tanto movimiento, alegría y despreocupación como la *Belle Époque*. El postimpresionismo, principalmente:

> ... creaba su propio mundo estilizado y auto-suficiente paralelo a la naturaleza, aunque […] estaba firmemente basado en la realidad y la modernidad y plasmaba temas tópicos urbanos como los espectáculos callejeros y la prostitución. (Thomson 25)

Esto se explica debido a que se le dio impulso, en todos los sentidos, a la modernización antes que a cualquier otra cosa y esto se reflejaba en todos los ámbitos de la vida francesa, y en Europa en general. Como la mayor parte del movimiento sucedió del campo a la ciudad, era momento de retratar todas las escenas citadinas relevantes. Los artistas más representativos de esta corriente dividían su tiempo entre el aprendizaje de la técnica y el esparcimiento tanto en los cabarés como en las festividades de los barrios bohemios a los que pertenecían ellos mismos o sus maestros. En cuanto a lo estilizado del postimpresionismo, puede atribuirse a la influencia del arte japonés que a finales del siglo XIX llegó en grandes oleadas a Europa; de hecho, una de las más importantes exposiciones de estampas japonesas fue organizada por Van Gogh y a ella atendió, precisamente, Toulouse-Lautrec.

II.II.I.VII Mensaje no codificado (denotación)

A continuación se muestra una tabla en la que se realiza la descripción del cartel que ejemplifica las relaciones transtextuales en este apartado.

<table>
<tr>
<td>SIGNOS:
- Texto
- Salón de baile
- Siluetas de hombres y mujeres
- Bailarina
- Posición icónica de la bailarina bailando cancán
- Torso de hombre
- Vestimenta formal y sombrero de copa</td>
<td>CATEGORÍAS- SIGNOS ORGANIZADOS
<table>
<tr><td>PERSONAS</td><td>Hombre</td><td>Torso</td><td>Vestimenta formal y sombrero de copa. Lenguaje corporal teatral.</td></tr>
<tr><td></td><td>Siluetas de hombres y mujeres</td><td>Cabezas con sombreros</td><td>Situados alrededor de la bailarina</td></tr>
<tr><td>PERSONAJES</td><td>Bailarina de cancán La Goulue</td><td>Posición de baile de cancán</td><td>Vestimenta de bailarina de cancán</td></tr>
<tr><td>LUGARES</td><td>Salón de baile</td><td>Tonalidades de amarillo y piso que semeja madera.</td><td></td></tr>
</table>
</td>
</tr>
<tr>
<td>ELEMENTOS DE VALOR:
- Siluetas situadas alrededor del salón
- Bailarina situada al centro del salón
- Salón en tonalidades de amarillo
- Torso de hombre con traje y sombrero
- Manos en posición exagerada o teatral</td>
<td>SENTIDO DADO A TRAVÉS DEL PROCESO DE SIGNIFICACIÓN:
Bailarina de cancán situada al centro de un salón (entendible por el piso de maderas y por la iluminación amarilla, que se interpretaría como artificial), la multitud de espectadores, representada por siluetas, está situada alrededor de la bailarina que lleva a cabo su espectáculo, mientras hay un hombre que pasa por lo que parece ser la parte de atrás del espectáculo.</td>
</tr>
</table>

- Texto	
MENSAJE LINGÜÍSTICO *"Moulin rouge.* *Concert, bal, tous les soirs.* *La Goulue."* *(Molin rojo. Concierto, baile, todas las tardes. La golosa)*	**DIAGNÓSTICO** A partir del texto, se comprende que el objetivo del cartel es difundir un espectáculo. Es un cartel creado por Henri de Toulouse-Lautrec para el famoso cabaré parisino *Moulin Rouge*. Se concluye pues que: 1. Esta imagen es de un centro de entretenimiento que busca incentivar la asistencia a sus espectáculos. 2. El mensaje se entiende porque se utilizó la imagen de una de las bailarinas más famosas de la época, La Goulue, bailando cancán. 3. Por los elementos que integran la imagen, no cabe duda de que se trata de un espacio interior y de que las personas reunidas ahí están presenciando el espectáculo de la bailarina. 4. La persona que parece estar pasando por detrás, debido a su vestimenta y lenguaje corporal, así como por su posición, podría ser el presentador del espectáculo de cancán. 5. El texto y la imagen se complementan, cumple la función de anclaje, pues la imagen se comprende más a fondo gracias al texto: se entiende que el espectáculo es todas las tardes, que es en el *Moulin Rouge*, que baila *La Goulue*. 6. El proceso de construcción de significado, al que lleva el discurso visual, es adecuado.

Tabla 3. Tabla de análisis del cartel del *Moulin Rouge*.

La tabla anterior es de utilidad para mostrar un análisis semiótico de forma condensada, lo cual nos permite notar varios aspectos relevantes; uno de ellos es el hecho de que una imagen tiene más de una lectura: por una parte, está la mera descripción de lo que se ve, por otra, la interpretación de ello y, finalmente, cómo todo lo anterior se modifica o se afianza a partir de la existencia de un mensaje lingüístico. Un esquema como el anterior permite desmembrar, de alguna forma, la imagen y analizarla

desde los ángulos mencionados para comprender si su construcción, desde lo literal, lo figurado y lo lingüístico, permite llegar al significado adecuado.

II.II.I.VIII Preliminares

A lo largo del presente capítulo se establecieron diferentes puntos importantes para culminar con un análisis, tanto de forma como de fondo, de un discurso visual. Por una parte, es importante destacar la diferencia entre texto y discurso, donde el primero es lo dado y lo segundo es la práctica. Los textos conforman a la cultura, que es, a su vez, un sistema de significados; la cultura influye de vuelta en los textos y así se entiende como un ciclo propio de un sistema abierto.

Expresado en otros términos: la cultura es un cúmulo de relaciones transtextuales que afectan o modifican el contexto y viceversa. De las cinco relaciones transtextuales que se considera que pueden existir, la intertextualidad será la que más claramente dé cuenta del contexto pues, de cierta forma, toma textos preexistentes para usarlos y convertirlos en discurso. En la medida en la que esto determina qué se puede o debe entender de un discurso visual, es que se propone una arqueología del texto/discurso; lo que esto implica es que lo que se analice se sitúe en las correctas coordenadas espacio-temporales para comprenderlo de origen y así, de ser el objetivo, tener un punto de comparación entre el sentido/significado inicial y hacia dónde se dirige con las reinterpretaciones, influenciadas a su vez por contextos diferentes.

En cuanto al estudio de caso que se plantea en este capítulo, el contenido del cartel permite entender y analizar hasta cierto punto las condiciones contextuales que se han explicado con anterioridad. Principalmente, se

comprende que existe una razón de peso para que, en este caso, Toulouse-Lautrec haya pintado estos escenarios y no la vida del campo o el avance de la industrialización en París; la razón es que estos centros nocturnos de entretenimiento eran de relevancia social en la época y en su vida personal.

Como se observa, el siglo XIX fue de muchos cambios para Francia, cambios trascendentales. El paso de los Imperios, las Repúblicas, represión política, severas variaciones demográficas debido a la calidad de vida, entre muchos otros factores, fueron sólo algunos de los momentos que se pueden enlistar como conflictivos en este país. Cuando finalmente, después de 1870, tanto el gobierno como la sociedad tienen la mirada puesta únicamente en el progreso, es que comienza el esplendor de la República Francesa.

En este contexto, Toulouse-Lautrec por su parte, a diferencia de los impresionistas, pintó lugares cerrados con iluminaciones artificiales además de sus famosos carteles para el *Moulin Rouge* y algunos otros establecimientos en los que se presentaban las bailarinas de cancán. El cartel, en ese momento y gracias a las aportaciones de Toulouse-Lautrec, se convirtió en una obra de arte y dejó de ser solo informativo, para convertirse en algo bello que no necesita serlo, en algo que da un mensaje claro y a la vez nos permite ver más allá de las letras como en el caso de los carteles que anuncian a las bailarinas de cancán.

Como conclusión a este segundo capítulo, se puede afirmar que se cumple con el objetivo de analizar la relevancia del contexto en el que es creado determinado discurso visual, a partir de la transtextualidad, para identificar de qué forma se representa justamente el contexto; esta

afirmación es posible debido a que, aun en un análisis semiótico condensado (como el que se muestra en la tabla), se debe llegar al mensaje connotado y este solo puede ser apegado al sentido inicial si se conoce el contexto de creación. Para llegar al objetivo se establecieron categorías de análisis transtextual, tales como contexto, intertextualidad, paratextualidad, metatextualidad, hipertextualidad, architextualidad. La pregunta de investigación que se responde en este capítulo es ¿qué influencia tiene el contexto en un discurso visual? Y se responde a partir de las categorías propuestas para el análisis intertextual, debido a que, al adentrarse primero en el contexto, en el resto de las categorías se encuentran elementos que remiten nuevamente a este, una y otra vez, pues las relaciones transtextuales históricas y temporales determinan en gran medida el discurso visual; además, a partir de una mirada contemporánea, se recontextualiza y se reaviva el discurso, lo cual permite traer nuevamente a colación, con total pertinencia y nuevos caminos interpretativos, los discursos visuales de tiempos pasados. La hipótesis que se verificó en el presente capítulo fue que el contexto en que se inscribe determinado discurso visual es relevante, debido a que, a partir de su análisis, puede permitir la comprensión de una época y de las condiciones que predominaron en el surgimiento de un cartel, ya que impacta en las representaciones gráficas de una época; esto se debe a que la cultura y el contexto están compuestos por textos entretejidos que conforman una red de significados que, en la práctica y determinados por sus correspondientes subjetividades, son el discurso de un momento específico. Es decir, se ha comprobado que un discurso (en este caso, el discurso visual) no puede separarse de las relaciones intertextuales que existen en su momento (de su contexto); de la misma forma, no puede separarse de las relaciones intertextuales del momento del espectador, lo cual también influirá en la reinterpreintación.

III. Alegorización del contexto en el cartel

Para concluir el presente trabajo de investigación, se incluye este capítulo en el que se aplica la herramienta de análisis desarrollada a partir de los capítulos I y II; es decir que incluyen tanto las operaciones retóricas enfocadas al cartel del Festival de Rock y Ruedas de Avándaro ’71, como la descripción del contexto que contuvo al evento.

El objetivo de este capítulo es describir el momento histórico en el que fue creado el cartel y esquematizar el discurso visual que contiene, a partir de las operaciones retóricas de *inventio, dispositio, elocutio,* mnemotecnia y *actio*, para comprender la alegorización del contexto en la imagen. La pregunta de investigación que se responde es ¿qué función retórica cumple el discurso visual del cartel en relación con su contexto? La hipótesis que se sostiene en el presente capítulo es que el cartel es un discurso visual, construido a partir de operaciones retóricas, que alegoriza el contexto en el que es creado.

Con la intención de sentar las bases de la forma de discurso visual que será estudiado, se incluye un apartado referente al cartel como medio de comunicación visual y como objeto del diseño.

III.I El cartel

El cartel es una de las formas de comunicación más efectivas hasta ahora, incluso en una época en la que contamos con toda clase de medios inmediatos donde la información está disponible en cualquier momento. Este tipo de comunicación "… se expone, por lo general, en lugares de paso o afluencia de gentes para dar conocimiento público de su contenido." (Herreros 151) Esta característica es inherente a la función que cumple, necesita estar a la vista para difundir la información que

contiene. Es todavía un medio indispensable para la comunicación masiva en su formato original; es decir, en papel y, comúnmente, pegado en un muro. Sin embargo, una de las grandes aportaciones del cartel que se ha trasladado a otros medios, tanto impresos como digitales, es la composición visual, puesto que tiene una forma eficaz de mostrar la información para el público al que está dirigido. Un anuncio en la página de una revista, una plana de periódico, un *banner* en un sitio web tiene las bases de la disposición de sus elementos en la construcción del discurso visual del cartel.

Las primeras expresiones gráficas en la historia que se consideran lo más cercano a lo que actualmente concebimos como carteles, son las "… pinturas murales referidas al anuncio de fiestas, tal como hace tres mil años realizaban los egipcios." (Herreros 152) La finalidad de las pinturas mencionadas era difundir celebraciones, por lo que definitivamente se buscaba que llegar a la mayor cantidad de personas que fuese posible; el propósito del cartel no ha cambiado hasta nuestros días, si bien no siempre se difunden celebraciones, el cartel es el primer medio de comunicación de masas.

Para la edad media, en ferias y plazas se colocaban ilustraciones y dibujos para anunciar a los cómicos y juglares que se presentarían en el lugar; nuevamente se ve el propósito de la difusión de información a grandes cantidades de personas, en puntos estratégicos del entorno. Se plantea que para finales de la Edad Media, con la invención de la imprenta, se estaba ya más cerca de lo que conocemos ahora como carteles pues se dio pie a la reproducción mecánica de dichos materiales gráficos, aunque fuera sólo con letras.

En dado momento, se vio la necesidad de incluir imágenes y, de esta forma, hacer los carteles "… de más fácil comprensión para unas audiencias generalmente analfabetas." (Herreros 152) La desventaja de los carteles exclusivamente tipográficos fue que el mensaje no podía llegar a la población analfabeta. Para dar solución y lograr un efecto a corto plazo, se empezaron a usar imágenes para complementar la información escrita o incluso para sustituir por completo al mensaje escrito.

A partir del uso de las imágenes en los carteles, se puede dar cuenta de la historia del cartel moderno en tres etapas:

1. Ya en el siglo XIX, con la introducción de las litografías, cobró fuerza la imagen en el cartel y se impulsaron estilos artísticos como el *Art Nouveau*. En un contexto como el de la Primera Guerra Mundial, el cartel se usó también para difundir ideas políticas en aquel momento y fue de gran efectividad.

2. Posteriormente, en el periodo de entreguerras y con el auge de la fotografía, el cartel dio otro giro:

   > Sobresale una mayor racionalidad en el uso de elementos gráficos, de manera que se entremezclan la tipografía, la fotografía junto al dibujo o la ilustración […] creando zonas expresivas de interés visual. (Herreros 154)

   Es decir, a mayor cantidad de elementos que incluir, se hizo necesario reconsiderar la disposición e integración de los elementos en el cartel. De esta forma se volvieron tan famosos los carteles propagandísticos de la Segunda Guerra Mundial, por ejemplo, pues

la gran efectividad de dichos carteles tenía que ver con la diversidad de elementos gráficos que incluían.

3. Posterior a la Segunda Guerra Mundial, de los años 50 hasta nuestros días, la tecnología ha avanzado de formas insospechadas, lo cual ha permitido el desarrollo de nuevas fórmulas y recursos en muchos sentidos… La digitalización de la producción de carteles brinda posibilidades de todo tipo para su invención, creación y reproducción, por lo que ahora incluso se considera como un objeto estético-decorativo que puede estar presente, no sólo en las calles, sino en interiores por ser agradable a la vista y adornar el espacio. (Herreros 155)

Se puede ver que la importancia del cartel, con el paso del tiempo, ha ido modificándose pero no desaparece, además de que ha estado presente y ha sido de gran relevancia en situaciones como las Guerras Mundiales, por lo que se considera que es un elemento importante de la comunicación gráfica y tiene el peso suficiente para ser objeto de la presente investigación.

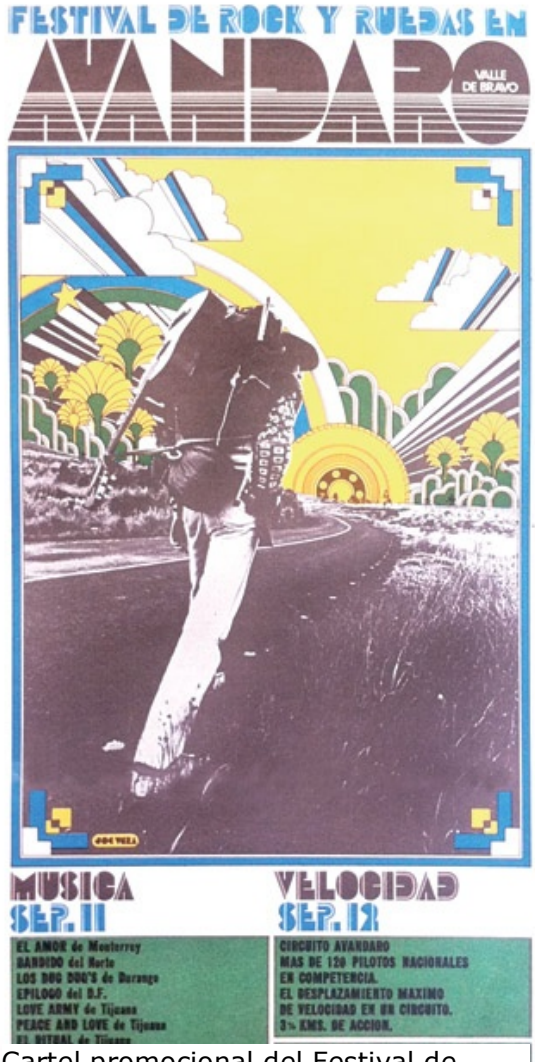
III.II Análisis retórico y transtextual del cartel del Festival de Rock y Ruedas en Avándaro 1971

Para realizar el análisis, se seguirá el siguiente orden de categorías:

- Operaciones retóricas en el discurso visual
    - *Inventio*
    - *Dispositio*
    - *Elocutio*
    - *Mnemotecnia*

- *Actio*

- Transtextualidad
  - Contexto histórico
    - Antecedentes
    - Política y sociedad
    - Cultura
  - Intertextualidad
  - Paratextualidad
  - Metatextualidad
  - Hipertextualidad
  - Architextualidad
  - Mensajes no codificado (denotación)



Cartel promocional del Festival de Rock y Ruedas en Avándaro, 1971, por Joe Vera Link

En 1971, en México, se llevó a cabo uno de los eventos más trascendentales para los jóvenes de la época y para la escena del rock: el Festival de Rock y Ruedas Avándaro. El país no vivía un clima festivo, ni mucho menos (principalmente en el sector juvenil) sin embargo, llama la atención que haya sido tan exitoso este evento, que haya superado las expectativas de asistencia incluso, a pesar del ambiente adverso en términos sociales y políticos. Esta es la

razón de la elección del presente cartel para la investigación: parecen no coincidir las características contextuales con el evento, es así que se cuestiona el contenido del material gráfico para difundirlo, puesto que esta comunicación visual fue completamente efectiva, más allá de lo estrictamente referente a la forma del cartel, sino que se entiende que el fondo, el contenido y las circunstancias que lo determinaron debieron ser fundamentales para la creación del cartel del Festival de Rock y Ruedas en Avándaro 1971.

> Tres hechos históricos registrados en menos de tres años condicionan la vida social, política y cultural de México. Tres hechos que aparecieron aislados pero que tienen una estrecha interconexión. (Rubalcaba 5)

Esos tres hechos históricos son la Matanza de la Plaza de las Tres Culturas, la Masacre del Jueves de Corpus y, precisamente, el Festival en Avándaro. Todos estos momentos estuvieron marcados por la participación juvenil, por la búsqueda de espacios de expresión, de rebelión y, sobre todo, por la unión de fuerzas entre los reprimidos, es decir, entre los jóvenes precisamente. Ellos pugnaban por cambios importantes en las estructuras del país, cambios que les permitieran conformar un nuevo México, más equitativo, como ellos consideraban que debía ser; sin embargo, este mismo sistema que los llevó a perseguir dichos ideales, fue el que los detuvo y les mostró el lado irrefrenable del poder del Estado.

III.II.I Avándaro: el discurso visual

III.II.I.I *Inventio*

Como se mencionó anteriormente (en el apartado de Contexto), los tópicos que enmarcan o delimitan el momento de creación del cartel son la Masacre de la Plaza de las Tres Culturas (2 de octubre de 1968), la Matanza del Jueves de Corpus (10 de junio de 1971), el movimiento jipi en México, con todo lo que implica cada uno de estos sucesos o circunstancias, como ya se ha explicado con anterioridad: ideales de libertad, rebelión, unión entre jóvenes y apoyo a la contracultura; y, por otro lado, la represión por parte del Estado. Incluso, si se quisiera contemplar en términos globales, el año 1968 fue de revueltas estudiantiles alrededor del mundo, estas dieron inicio en Francia (el conocido Mayo Francés).

El conocimiento sobre estos temas es algo común en México, pues fueron definitorios para la forma de operar actual de nuestra sociedad. A casi 50 años de la noche de Tlatelolco, es un evento que sigue vigente en la memoria colectiva de los mexicanos.

III.II.I.II *Dispositio*

Exordio

Esta parte del discurso visual es la que debe llamar la atención del receptor. Como se ha explicado antes, la sorpresa, la emoción, el sinsentido, la comedia, entre otras características inesperadas son los elementos que hacen que funcione. Es por esto que en el cartel de Avándaro el *exordio* se encuentra en la imagen central: la ilustración del camino y el joven que lo recorre.

Narración y argumentación

La argumentación está ligada al *pathos*, pues busca que los jóvenes, llamados en ese entonces onderos o jipis, se identifiquen con el que se muestra en el cartel. La ilustración muestra un joven recorriendo un camino solitario, con su equipaje y su guitarra, con ropa que era común que cualquier chico usara en la época; estos elementos era altamente probable que impactaran en el sentir de un joven en aquel momento, por la edad, por los recientes acontecimientos en contra de los movimientos estudiantiles, etc. Además, el final del camino se muestra prometedor: es como si garantizara que a pesar de la soledad y del pesado recorrido, todo sería recompensado.

Epílogo

El discurso visual del cartel promocional de Avándaro tiene un cierre completamente coherente, con un mensaje lingüístico de anclaje. La conclusión a la que nos lleva, con los textos al pie, es a comprender cuál es el fin del camino al que se dirige el joven que protagoniza la imagen: llegará a presenciar el espectáculo musical del 11 de septiembre (de 1971), que consistirá en presentaciones de bandas como El amor, Bandido, Los Dug Dug's, Epílogo, Love army, Peace and love, El ritual, Tequila, Three souls in my mind, Tinta blanca, La tribu y Los taki; además, el 12 de septiembre (de 1971 también) podrá vivir la emoción del circuito automovilístico Avándaro, una competencia de más de 120 pilotos nacionales. Finalmente, para cerrar el círculo de la invitación y la narración, se informa respecto a dónde adquirir los boletos para asistir al evento y su costo.

III.II.I.III *Elocutio*

La elocución del presente discurso visual es correcta, clara e informativa. Es correcta en tanto que está bien presentada para el

público al que va dirigido: contiene tipografías e ilustraciones novedosas, de acuerdo al estilo del momento, lo cual llamará la atención probablemente de todos pero gustará a las miradas jóvenes, principalmente. La elocución del cartel es clara e informativa precisamente gracias a que contiene los datos necesarios para que quien esté interesado en el Festival pueda asistir. Además, la selección de los términos y la información es concisa y breve. Con estas características, se logra el objetivo del discurso visual presentado.

En términos de figuras retóricas, se utiliza la alegoría en el discurso visual; más específicamente: la alegorización del contexto. Este proceso se explicará en el apartado III.III Avándaro: la alegoría. Por otra parte, existe una metonimia al mostrar al joven recorriendo un camino gris, rodeado de colores y con una meta igualmente colorida y diferente; es decir, se hace referencia al camino libertario que recorre una persona de esa edad y a la experiencia alternativa que ofrece el mundo de las drogas, relacionadas también con el tipo de música al que se dedicó el festival.

III.II.I.IV *Mnemotecnia*

En cuanto a procesos mnemotécnicos en el cartel promocional de Avándaro, nuevamente se recurre a la forma en la que el receptor retendrá la información visual presentada en el cartel. Se pueden rescatar cuatro elementos principales que cumplen, si no completamente, en gran medida con los requerimientos de la ley de pregnancia.

- Las nubes están representadas de forma icónica, con simplicidad y regularidad en el contorno, existe suficiente

contraste entre la figura y el fondo, y es la forma consensada de ilustrar una nube con simpleza, además de que estas remiten a la idea de volar, de levitar, de la ligereza.

- Hay una estrella que cumple con las mismas características que las nubes: es una representación icónica, es simple y regular, cuenta con contraste entre figura y fondo, y es la forma normal de plasmar una estrella que, simbólicamente, es éxito en nuestra cultura.
- Los semicírculos que se ubican al fondo del camino en el cartel, podrían ser una representación icónica del sol al atardecer, con lo que cumpliría con las mismas características de pregnancia que los dos elementos anteriores, además de que el sol hace referencia simbólica a la iluminación tanto en sentidos espirituales como intelectuales. Por otra parte, estas mismas figuras podrían representar una concha acústica, haciendo alusión al escenario para el concierto, por lo que podría cumplir con dos de los tres factores de los que depende la pregnancia, sólo estaría exento de ser una habituación cultural, pues no se puede dar por hecho que un semicírculo es una representación familiar de un escenario.

Con estos elementos fijos en la mente del receptor, se logra grabar la imagen de un evento al atardecer, concepto que también conlleva metafóricamente la trascendencia al final del camino. Pero existen más elementos que cumplen con las características propias de la pregnancia y que, además, cierran el mensaje que se quiere dar:

- La imagen del joven caminando y del camino son las que más contraste crean entre figura y fondo; la representación del camino es simple y regular, mientras que la de la figura humana no por tratarse de una reproducción fotográfica más que de una

ilustración simplificada; ambas son habituaciones culturales: desde la perspectiva en la que está trazado el camino, que da la impresión de profundidad y lejanía, hasta la postura del joven inclinado hacia delante dando un paso.

Entonces, al compaginar ambos conjuntos de elementos, se tiene un retención del mensaje completo: un joven solo caminando con su equipaje a cuestas, al atardecer, por un camino largo, para llegar al prometedor evento al final de recorrido.

III.II.I.V *Actio*

La "puesta en escena" del cartel se llevó a cabo en las explanadas universitarias, cafés y salones donde sucedían los "toquines" de rock de aquellos años. En estos lugares se congregaban los jóvenes que disfrutaban del rock en el entorno urbano, cualquiera que fuera su clase social o su apariencia. No se descarta la posibilidad de que el cartel se haya encontrado en otros entornos o espacios, sin embargo, por las circunstancias (sobre todo, el reciente "Halconazo") es de esperarse que, a pesar de que haya sido un evento organizado por el famoso productor Luis del Llano, se haya querido mantener focalizado a un grupo en específico utilizando los parámetros estéticos que dictaba la psicodelia en el momento.

II.II.II Contexto histórico

Antecedentes

Los jipis llegaron, en grandes oleadas, a México en la segunda mitad de los 60. Eran personas interesadas en vivir experiencias cercanas a la naturaleza, en un entorno rural o indígena, provenientes de países como Estados Unidos de Norteamérica e Inglaterra. En su búsqueda por aprender de una cultura que para ellos no era menos que mística

e intrigante, tomaban elementos de la comida, la ropa y los rituales de estas poblaciones para sí mismos, como afrenta al capitalismo global y a las instancias de gobierno, y encontraban en ello una experiencia que los transformaba por completo.

> Esta no era la clase de turistas que el gobierno quería atraer con las próximas Olimpiadas, aunque, irónicamente, la romántica imagen folclórica utilizada en publicidad turística y promoción cultural había labrado una imagen de un México exótico y "perdido" esperando ser redescubierto. (Zolov 108)

Se hablaba de turistas que, si bien no tenían un bajo poder adquisitivo, venían a México a vivir en condiciones frugales, no aportaban mucho a la economía de los lugares que habitaban (pues pasaban en Huautla, Oaxaca, por ejemplo, incluso meses sumergiéndose en la cultura local) y los pobladores originales consideraban que no respetaban del todo sus formas de vida, prácticas y creencias. Sin embargo, sí fueron de ayuda para canalizar al país una mayor cantidad de visitantes. Se consideraban, en notas periodísticas y en la opinión popular, como extranjeros con aspecto descuidado, que venían en búsqueda de drogas del suelo mexicano, que tenían prácticas reprobables por la sociedad de la época. Aunque Huautla fue un centro importante de reunión para estos visitantes, pronto se expandieron también a Acapulco, Guerrero, y a la propia Ciudad de México, por lo que la influencia no fue sólo en una dirección, sino que ellos empezaron a permear, con sus nuevas prácticas, la cultura de los jóvenes mexicanos.

Los jipis mexicanos copiaban a los jipis extranjeros que, en realidad, estaban copiando a su manera las culturas indígenas mexicanas. Esto

generó una reasimilación de las culturas indígenas por parte de los propios jóvenes mexicanos, quienes además cambiaron la etiqueta de *hippie* por la españolización jipi. Más adelante, el sacerdote Enrique Marroquín los llamaría jipitecas, mezclando así el extranjerismo *hippie*, ya castellanizado, con un sufijo indígena, para dar cuenta de la mezcla que se vivía.

El movimiento jipi en México tenía los mismos ideales de amor, paz y libertad que en otros países.

> El hombre es humano. Déjennos ser humanitarios. Hay un tiempo para que todas las cosas pasen. Hemos alcanzado el epítome del urbano sofisticamiento, falsa sinceridad […] e ingeniosa conversación […] Amor, amistad, libertad personal y franqueza están enterrados bajo una máscara. (Rubalcaba 84)

Los jóvenes de la época cuestionaban los esquemas de poder en turno, consideraban que hacía falta ver a las personas y no sólo números que aportaran o hicieran tambalear al capitalismo y a todas las formas de dominación existentes. Ellos creían en una meta de bien común, en una sociedad en la que todos fueran iguales; como se puede apreciar en la cita, criticaban sobre todo los grandes centros urbanos pues era en ellos donde se encontraban precisamente los mayores choques culturales, económicos y sociales entre clases. Los jipis apostaban por los principios de amor, amistad y libertad que viven en todos los hombres, pero que se habían visto soslayados por la vorágine de la ambición de todos los núcleos de poder del momento. Incluso se criticaba a los jipis que los hombres usaran el cabello largo y que la vestimenta fuera prácticamente indistinta para hombres y mujeres, se decía que no se podía distinguir entre uno y otro; precisamente, esta es la materialización del ideal de este

movimiento: todos usaban el mismo tipo de ropa, por eso se sabía que eran jipis pero no había distinciones entre ellos y, aún más, en un momento en el que las mujeres no gozaban todavía de total libertad en la sociedad y eran mucho más juzgadas que los varones, optaron por usar ropa como la que ellos usaban y, viceversa, los hombres no se preocupaban por parecer afeminados ni mucho menos, tenían ideales más grandes en mente.

Dentro de todo, el movimiento jipi atravesó a todas las clases socioeconómicas del país, hasta cierto punto por moda pero hasta otro punto, hizo reflexionar a los jóvenes respecto a ellos mismos y su situación como parte de un estrato social: la clase media cuestionaba su papel como perpetuadores de los esquemas religiosos y del patriarcado, mientras que la clase alta se rebelaba contra sus privilegios, se cuestionaba sobre ellos y se preocupaba por la forma de proveer a todos los demás de oportunidades. Por otra parte, la clase baja siempre actuaba influenciada por encontrar la forma de sobrevivir día con día y, precisamente por estas condiciones, vivía en una afrenta constante contra el sistema, haciendo también conscientes de su situación a las demás clases.

Política y sociedad

Matanza de la Plaza de las Tres Culturas

Una serie de eventos, que iniciaron en julio de 1968, desembocaron en la trágica matanza en la Plaza de las Tres Culturas en Tlatelolco, el 2 de octubre del mismo año. Todo comenzó como un enfrentamiento entre vocacionales del IPN, tras un partido de fútbol americano, en el que se introdujeron granaderos a las instalaciones de dichas instituciones, lo cual

dio pie a numerosas marchas posteriores para exigir que se disolviera el grupo de granaderos, entre otras cosas:

> Las peticiones y el discurso de los estudiantes estaban cuidadosamente estructuradas en términos de respeto a la Constitución de 1917, que contenía garantías de libertad de expresión, procesos democráticos y redistribución económica.[9] (Zolov 121)

Lo que el discurso estudiantil indicaba, en aquel momento, era una sed irrefrenable de cambiar las circunstancias del país, empezando por el entorno más cercano a los jóvenes, que había sido violentado innecesariamente. Ellos pedían tanto el respeto a la autonomía de sus instituciones educativas, como a la autonomía como personas que habrían tenido de resolver sus diferencias sin la intervención de fuerzas armadas que, ante sus ojos, provocaron más daños aun. Se pedía además respeto por las instituciones educativas y el cese al abuso de poder por parte de estos grupos de autoridades, se buscaba que terminara la represión contra los jóvenes, sus opiniones, sus eventos, etc. Los jóvenes se sentían más empoderados cada vez y el gobierno temía que esto provocara el caos público.

Los mítines, manifestaciones, huelgas y demás encuentros en torno al movimiento de Tlatelolco no cesaron desde ese momento, hasta que se convocó a una reunión en la Plaza de las Tres Culturas, el 2 de octubre de 1968, donde se encontrarían estudiantes pertenecientes a todas las instituciones educativas involucradas en el movimiento, aunque este ya se

[9] "… students demands and discourse were carefully structured in terms of respect for the 1917 Constitution, which contained guarantees of free speech, democratic process and economic redestribution."

había extendido mucho más allá pues convocaba también a amas de casa, trabajadores y niños.

> Gente no identificada intentó entrar al balcón donde estaba el escenario para el orador principal. Se avisó con notas a los oradores que el público estaba lleno de judiciales haciéndose pasar por espectadores.[10] (Zolov 129)

También había miembros del batallón olímpico repartidos en la multitud, se supo que varios periodistas con acceso privilegiado al balcón y al evento eran infiltrados del gobierno en turno. De tal forma que no había flancos descubiertos, había actores clave en todos los puntos estratégicos para poder contener el evento que sucedería esa tarde. Con un promedio de 8,000 personas congregadas, un helicóptero comenzó a sobrevolar la plaza y, tras lanzar un par de bengalas, varias tropas taparon las rutas de salida y los soldados comenzaron a disparar indistintamente.

Masacre del Jueves de Corpus

Tras casi tres años de los acontecimientos en Tlatelolco, en la Universidad Autónoma de Nuevo León se presentó una ley orgánica que proponía un cambio significativo en la forma de dirigir dicha institución, mucho más democrático e incluyente en la toma de decisiones. El cambio fue aceptado y Héctor Ulises tomó la rectoría de la Universidad bajo este nuevo esquema, pero comenzaron a surgir represalias por parte del Estado, como recortes presupuestales, pues este modelo dejaba fuera de su control muchas decisiones trascendentales que se toman desde las universidades. Por lo anterior, el Consejo Universitario debió tomar decisiones aun más

[10] "Unidentified people tried to enter the balcony where the main speakers were staged. Notes were passed to the speakers that the crowd was full of judiciales posing as spectators"

drásticas y someter a la institución a un acuerdo que prácticamente suprimía su autonomía en aras de tener recursos para continuar con sus labores.

En respuesta, los estudiantes convocaron a una huelga y pidieron el apoyo de sus pares en la Universidad Nacional Autónoma de México y en el Instituto Politécnico Nacional. Es así que, la reacción en la capital del país no se hizo esperar y para el 10 de junio de 1971 se realizó una marcha del Casco de Santo Tomás al Zocalo. En el recorrido, varias calles estaban ya bloqueadas por granaderos, agentes de policía y militares; de pronto hizo su aparición un grupo de choque conocido como "Los Halcones", golpeando y posteriormente disparando contra todos los jóvenes reunidos. El saldo estimado fue de 120 jóvenes muertos. (*The Corpus Christi Massacre*, Kate Doyle)

Cultura

La Onda

La Onda fue un movimiento multidisciplinario que buscaba un cambio radical en México, en el contexto del jipismo. Empezó como un asunto de moda, música, literatura y otras disciplinas como medios de expresión, pero para 1968 se convirtió en la única esperanza de los jóvenes que buscaban protestar y transformar el país.

Después de los sucesos de la Plaza de las Tres Culturas, el 2 de octubre de 1968, La Onda tomó un camino hacia la práctica de la libre opinión, desafío a lo tradicional por parte de los jóvenes (que se vivió principalmente en las familias, por ser la estructura jerárquica más cercana a una persona) y al consumo de drogas, como una forma de exigir la libertad de acción individual. Es decir, "… la contracultura se convirtió en

un vehículo importante para canalizar la ira y el cinismo que se sentía hacia el sistema político que negaba la expresión democrática…[11]" (Zolov 132).

En estos momentos no se consideraba como una opción unirse a la cultura para cambiarla, sino que el medio era precisamente rechazar a la cultura reinante, despreciarla y hacer ver este rechazo en todas sus acciones para, de esta forma, lograr un cambio radical y significativo en ella. Justamente se despreciaba también a la familia tradicional y sus valores, porque se creía que sólo replicaban a ciegas una estructura impuesta por el Estado; es decir, una estructura injusta, de jerarquías arbitrarias y de represión.

Cafés cantantes

La música fue un punto toral en el movimiento Jipi, en el año 1965 proliferaron en la Ciudad de México los cafés a los que los jóvenes acudían a escuchar rock. Aquí se tocaban los éxitos del rock en inglés, en vivo, lo cual permitía a las bandas locales imaginarse dentro de la escena internacional de un movimiento tan fuerte como el *rock and roll*; en esos momento el rock en español no era lo más aclamado pues hacía sentir a la audiencia dentro de las cuatro paredes del tercermundismo en el que se encontraba el país, por eso el rock en inglés les daba la impresión de estar atravesando a otros horizontes y otras realidades, por eso era lo más aclamado, además de que ya se había pasado por la etapa de los "fusiles", que eran las canciones del momento traducidas al español, interpretadas por agrupaciones mexicanas.

[11] "… the counterculture became an important vehicle for channeling the rage and cynism felt toward a political system that denied democratic expression…"

El primer objetivo de estos establecimientos era difundir la música del momento, porque el rock no se tocaba en todas partes, al hacer esto, proveían a los jóvenes también de espacios seguros y sanos en donde podían pasar un buen rato. Sin embargo, "… estos clubes tenían una imagen dudosa en la mentalidad pública, donde eran conectados con la rebeldía a pesar de su generalmente inofensiva realidad.[12]" (Zolov 98)

Era de esperarse que se generara una imagen pública de esta índole, pues todo aquello que quedara fuera del control de los adultos (de los padres de familia, por ejemplo) o de mayores instancias de poder, podía representar una amenaza. Al principio, los cafés no vendían alcohol ni otras sustancias estupefacientes pero empezaron a entrar drogas y alcohol en el ambiente y una atmósfera de desorden superó el énfasis anterior de diversión sana[13] (Zolov 99). Ahora se mezclaba el estigma con el que cargaba la música rock (de rebeldía y ataque a las estructuras sociales) con la idea de que en aquellos establecimientos se consumían drogas y había un ambiente nocivo para los jóvenes, en todos los sentidos.

A estos cafés entraban todos los jóvenes de clase media e incluso alta que buscaban un espacio libre de lo que se imponía afuera, en el "mundo de los adultos". En estos lugares se hablaban los temas importantes para la juventud, sin temores ni limitaciones, además de que se convirtieron en espacios de convivencia transcultural pues congregaban distintos estilos, gestos y sonidos pertenecientes a los jóvenes de la capital del país. Ahí se construían los nuevos valores e ideales. Por otra parte, los cafés se mantenían en funcionamiento sólo mientras las autoridades omitían

[12] "… these clubs had a dubious image in the public mind-set, where they were connected with rebeldismo, despite their generally innocuous reality."
[13] "… a certain level of drugs and alcohol entered the environs and an atmosphere of desmadre edged aside and earlier emphasis on diversión sana (healthy diversion)."

inspecciones a los mismos, pues la combinación de música rock, libre expresión y libre reunión representaba para ellos una gran amenaza contra el orden público.

III.II.III Avándaro: el análisis transtextual

III.II.III.I Intertextualidad

Este cartel cita a los dos festivales musicales más grandes que se habían llevado a cabo, hasta la fecha, al aire libre: *Woodstock Music & Art Fair* '69 (Nueva York, E.U.A.) y *Glastonbury Festival of Contemporary Performing Arts* '70 (Somerset, Inglaterra). Avándaro estaba basado en la misma idea de convivencia y comunidad entre jóvenes. Por lo anterior, en el cartel de Avándaro se muestra a un joven emprendiendo el camino hacia el festival; al final del recorrido parece haber un escenario precisamente al aire libre como en los festivales mencionados previamente. Por otra parte, existen alusiones a los ideales jipis de la época, que también rigieron los eventos de Woodstock y Glastonbury (como muchos otros), entre ellas: la convivencia con la naturaleza que se muestra a las orillas del camino llenas de vegetación y la libertad individual que se muestra con el chico que recorre el camino, solitario, con su equipaje al hombro. Además la alusión puede volverse aún más profunda y abarcar diversos niveles de significación: puede aludir a la etapa de construcción de la identidad en la que se encuentra un joven y por eso recorre solo el camino, con su equipaje a cuestas, pero llegará al final del camino, donde todo pinta mejor; por otra parte, se puede entender la alusión también a la situación de ese momento de los jóvenes en el país, sintiéndose solos, marginados y como si caminaran solos un camino que no conocen, pero el Festival les presentara esa oportunidad de llegar a algo mejor.

III.II.III.II Paratextualidad

Las relaciones paratextuales que mantiene el discurso visual de este cartel, se establecen con los mensajes lingüísticos a su alrededor, que también forman parte del cartel. Por un lado, en la parte superior del cartel se encuentra el nombre completo del festival y la ubicación: Festival de Rock y Ruedas en Avándaro, Valle de Bravo; esto permite que el espectador sepa que será un festival musical (específicamente del género rock), que incluirá otro evento relacionado con automóviles, ya que hasta dos años antes se había realizado periódicamente el Circuito Avándaro, además, especifica aún más al incluir "Valle de Bravo" por las personas que no supieran dónde era la locación. Por lo anterior, este primer mensaje lingüístico, en su relación paratextual con el discurso visual, cumple la función de anclaje puesto que fija el sentido de la imagen.

Por otra parte, los mensajes lingüísticos inferiores, a diferencia del primero, cumplen una función de relevo puesto que agregan información que no está presente en la imagen: artistas que se presentarán, detalles sobre el evento automovilístico que se llevará a cabo posterior al concierto e información sobre la adquisición de los boletos.

III.II.III.III Metatextualidad

Se establece una relación metatextual con la estructura de otros carteles de espectáculos, al incluir el nombre del evento, las fechas, los detalles sobre los artistas invitados, etc. Además, existe una referencia metatextual a lo que habría de suceder: este texto hace referencia al trayecto que emprendería un asistente al festival de Avándaro, por lo que crea una expectativa y un afán de cumplirla, de forma que se crea un texto posterior al cartel en el que los jóvenes reproducen la escena presentada y, se podría decir, que se agrega un nivel de metatextualidad.

III.II.III.IV Hipertextualidad

Como se ha mencionado, las relaciones hipertextuales que cada receptor puede establecer con el discurso visual son virtualmente infinitas. Por mencionar algunos hipertextos que, tanto en aquel momento como en el espectador contemporáneo, pudieran estar presentes, se tiene: el jipismo, la rebeldía, la aventura, el *camping*, etc. Pero, como se estableció, es en realidad impredecible el alcance de la hipertextualidad de un discurso, mucho más cuando este trasciende sus fronteras temporales y se traslada a otras épocas, donde los espectadores tendrán otros conocimientos y otras circunstancias de interpretación.

III.II.III.V Architextualidad

El cartel de Avándaro fue encargado a Joe Vera, egresado del Art Center College de Los Ángeles; este diseño le hizo ganar fama a nivel mundial y en poco tiempo tuvo su propio despacho dedicado a esta actividad.

Por la situación temporal del festival, la corriente predominante tanto en arte como en diseño gráfico era la psicodelia "... pues ofrece una vía de escape de los límites impuestos a la conciencia y a la vida diaria por el sistema dominante." (Moreno 3) Sucede que en esta etapa se conjuntaron los avances químicos y médicos, que dieron origen a las drogas más famosas de la época, y una actitud de inconformidad por parte de los jóvenes hacia todo lo que implicaban los sistemas, el capitalismo, las guerras, etc.

Algunas características de las producciones gráficas inscritas en la psicodelia fueron:

- Patrones parecidos a un caleidoscopio, fractales o inspirados en los diseños persas conocidos en inglés como *paisley pattern*.
- Colores brillantes y / o altamente contrastantes.
- Extrema profundidad de detalle o estilización del detalle.
- Mutación de objetos y/o patrones y algunas veces collage.
- Inclusión de motivos fosfénicos y otros fenómenos entópicos. (Cerda 124)

III.II.III.VI Mensaje no codificado (denotación)

A continuación se incluye una tabla en la que se describe el cartel a modo de denotación:

<table>
<tr><td>SIGNOS:
- Camino largo y pavimentado
- representaciones abstractas de vegetación (en amarillo, verde y blanco)
- cielo amarillo
- arcos que semejan un arcoíris de colores atípicos (verde, azul, amarillo y blanco)
- nubes blancas
- rayos en azul y negro
- joven de vestimenta sencilla (pantalón y camisa), con un sombrero, equipaje (mochila y alguna bolsa) y una guitarra acústica</td><td>CATEGORÍAS- SIGNOS ORGANIZADOS<table>
<tr><td>PERSONAS</td><td>Joven</td><td>Cuerpo completo</td><td>Vestimenta sencilla (pantalón y camisa), con un sombrero, equipaje (mochila y alguna bolsa) y una guitarra acústica. Lenguaje corporal de movimiento, de caminata.</td></tr>
<tr><td></td><td>Siluetas de algunas personas en pequeña</td><td>Cuerpo completo</td><td>Están al final del camino, en el</td></tr>
</table></td></tr>
</table>

<table>
<tr>
<td>- semicírculo con dos tonos de amarillo intercalados
- rayos negros y blancos
- siluetas de algunas personas en pequeña escala</td>
<td>
<table>
<tr><td></td><td>escala</td><td></td><td>semicírculo amarillo con negro.</td></tr>
<tr><td>LUGARES</td><td>Camino largo y pavimenta-do.</td><td>Vegetación a la orillas, cielo amarillo con algunas nubes y un arcoiris, semicirculo al final del camino.</td><td></td></tr>
</table>
</td>
</tr>
<tr>
<td>ELEMENTOS DE VALOR:
EN ESCALA DE GRISES:
- Joven caminando, con equipaje y una guitarra.
- Camino largo y pavimentado.
EN COLORES:
- Cielo amarillo con nubes y rayos de luz.
- Vegetación.
- Semicírculos al final del camino.
- Texto.</td>
<td>SENTIDO DADO A TRAVÉS DEL PROCESO DE SIGNIFICACIÓN:
El joven esta situado en un punto lejano a la culminación del camino, en una posición que indica que va caminando. El camino se entiende que es largo, está pavimentado o eso aparenta por la tonalidad. A los lados del camino hay representaciones de vegetación, el cielo es amarillo con algunas nubes y rayos de luz que las atraviesan. Al final del camino hay semicírculos que podrían ser la puesta del sol o el escenario en el que se llevará a cabo el festival; se entiende que esa es la meta del joven que camina.</td>
</tr>
<tr>
<td>MENSAJE LINGÜÍSTICO
PARTE SUPERIOR
- Festival de Rock y Ruedas en Avándaro. Valle de Bravo.
PARTE INFERIOR
- Música. Sep.11
El amor de Monterrey
Bandido del norte
Los Dug Dug’s de Durango
Epílogo del D.F.</td>
<td>DIAGNÓSTICO
A partir del texto, se comprende que el objetivo del cartel es difundir un festival musical. Es un cartel creado por Joe Vera para el festival de Rock y Ruedas en Avándaro 1971. Se concluye pues que:
1. Esta imagen fue creada para la difusión de un evento musical de corte masivo.
2. El mensaje se entiende porque los textos que acompañan a la imagen permiten complentar su significado.
3. Por los elementos que integran la imagen, se entiende que será un evento al aire libre, en convivencia con la naturaleza.</td>
</tr>
</table>

Love army de Tijuana Peace and love de Tijuana El ritual de Tijuana Tequila del D.F. Three souls in my mind del D.F. Tinta blanca del D.F. La tribu de Monterrey Los Yaki de Reynosa - Velocidad. Sep.12 Circuito Avándaro Más de 120 pilotos nacionales en competencia El desplazamiento máximo de velocidad en un circuito 3 ½ km. De acción - Boletos $25.00 de venta en los distribuidores Automex.	4. La única persona que aparece bien definida en el cartel es un joven, por lo que se entiende que es el ideal de público al que está dirigido este evento y, por ende, este discurso visual. 5. El texto superior y la imagen se complementan, cumple la función de anclaje, pues la imagen se comprende más a fondo gracias al texto. Mientras que el texto inferior cumple la función de relevo al aportar información que no estaba de otra forma presente en el discurso visual. 6. El proceso de construcción de significado, al que lleva el discurso visual, es adecuado.

Tabla 4. Tabla de análisis del cartel del Festival de Rock y Ruedas en Avándaro.

III.III Avándaro: la alegoría

En este apartado se analizará la forma en la que, alegóricamente, se representan las circunstancias históricas que enmarcaron el suceso del Festival de Rock y Ruedas en Avándaro, en el año 1971, en el cartel promocional que se creó para el evento. Es así que, lo primero que se debe comprender es que:

> … en la alegoría, para expresar poéticamente un pensamiento, a partir de comparaciones o metáforas se establece una correspondencia entre elementos imaginarios. Tomadas

> literalmente […] ofrecen un sentido insuficiente, pero éste se acabala con el sentido del contexto. (Beristáin 36)

Puede entenderse, de esta manera, que una alegoría existe en dos niveles: el literal y el figurado. En la parte literal se puede encontrar sentido, por supuesto, pero será limitado debido a que la totalidad de la alegoría pretende establecer una abstracción simbólica del sentido del contexto de lo que se representa. Interpretar una alegoría, pues, requiere de un ejercicio como el que Roland Barthes realiza en el análisis semiótico de la imagen: denotación y connotación. Entonces se encuentra, en el nivel de la denotación, un primer sentido pero incompleto que sólo será descubierto en su totalidad al contemplar las implicaciones contextuales, en el nivel de la connotación, es decir, el sentido amplio y profundo de las representaciones visuales.

III.III.I Análisis de la alegorización

La primera parte de la alegorización, el sentido literal, requiere de una descripción como la hecha en el apartado III.II.II Mensaje no codificado. Ahí se encontrará lo que cualquier espectador puede ver y comprender sobre la argumentación visual.

Una vez que estos elementos son trasladados a un análisis que se centre en lo contextual, se verá que hay un sentido profundo, como se explica a continuación. Para que se pueda contrastar o complementar la denotación con la connotación, se incluirá el fragmento descriptivo (tomado de III.II.II Mensaje no codificado) y enseguida su explicación contextual.

- Un camino largo y pavimentado, en escala de grises, lo enmarcan representaciones abstractas de vegetación a las

orillas y un cielo amarillo con arcos que semejan un arcoíris de colores atípicos. Hay nubes blancas que se ven atravesadas por rayos en azul y negro.

Los caminos pavimentados son señal de urbanización, de la acción del Estado en el entorno. De esta forma, se simboliza lo establecido, la estructura, lo "correcto" con el camino que está justamente al centro del cartel; además, el camino es poco llamativo o incluso desagradable en contraste con la vegetación y el cielo que lo rodean. Esto, aunado a los acontecimientos alrededor del Festival, indican que el camino establecido es poco deseable; que, a pesar de ser "lo oficial", no es precisamente lo mejor. Igualmente, lo colorido y lo fantasioso de todos los elementos que rodean o enmarcan al camino, implica que lo perférico al poder o a la estructura es mejor, más amable y agradable, tanto que podría parecer irreal.

- Al inicio del camino se encuentra un joven de vestimenta sencilla (pantalón y camisa), con un sombrero; trae a cuestas equipaje (mochila y alguna bolsa) y una guitarra acústica, todo en escala de grises.

  El joven, en este contexto, recorriendo el camino establecido, en la misma tonalidad que el propio camino, representa, para el año 1971 en México, la forma en la que se tenía que vivir: con un bajo perfil, mezclándose con el entorno para no llamar la atención por una conducta distinta, pues esto podría tener consecuencias terribles. El joven lleva ropa sencilla y esto no es un indicador de clase socioeconómica precisamente, ya que, por

la época, esta era una moda predominante que trascendía las clases sociales y los jóvenes podían verse en gran parte de una manera homogénea, representando al movimiento jipi con el mismo estilo de pantalones, de camisas, incluso de cortes de cabello. Lleva consigo algo de equipaje y una guitarra, es decir, no es un símbolo de una carga que le pese y prefiera no traer a cuestas, sino que representa la forma en la que, a donde quiera que vaya, lleva con él lo más valioso e importante, sin pensar en cuán largo será el camino ni lo pesado del recorrido. En este cartel se proyecta a un joven que, frente al gris panorama, toma sus afectos materiales (que, por supuesto, representan afectos inmateriales) y emprende un camino delimitado por las estructuras establecidas, en una búsqueda de salir de las mismas.

- Al fondo del camino se ve un semicírculo con dos tonos de amarillo intercalados, puede estar en representación de la puesta del sol, ya que salen de él rayos negros y blancos, o de un escenario pues se vislumbran es muy pequeña escala algunas personas ahí, también en escala de grises.

  El final del camino, el horizonte o el panorama del porvenir, eso representan los semicírculos del final. Como ya se mencionó, bien puede ser un atardecer o un escenario, de igual forma, se trata de representar un final esperanzador o, por lo menos, una válvula de escape, un punto de descanso en el camino. Se podría pensar en una alegoría de ambas cosas a la vez: con los ideales que se pusieron en el Festival, se buscaba de cierta forma un nuevo comienzo, un segundo aire para los jóvenes y

el rock en México, por lo que la metáfora del atardecer no se descarta del todo, ya que también habla del fin del día para dar paso a uno nuevo.

En conclusión, lo que sucede en el discurso visual del cartel de Avándaro, no es sólo la representación literal de un chico caminando hacia el festival, que fue finalmente como muchos de los asistentes lograron llegar al evento, con sus cosas para acampar durante el fin de semana. Sino que, representa la situación histórica de los jóvenes y del rock durante aquellos años en este país. Es decir, lo menos deseable en ese entonces para un joven habría sido ceñirse al sistema y a sus mandatos; sin embargo, también se sabía ya de sobra acerca del poder represor del Estado en contra de cualquier grupo que lo confrontara. La música rock en esos momentos representó un alivio y una forma de vida un tanto clandestina para la juventud, por lo que Avándaro ponía sobre la mesa la oportunidad de dejar de esconderse y, aun mejor, ponerse en contacto con muchas personas de distintias procedencias que tuvieran los mismos ideales y muchas más cosas en común. El camino es lo cotidiano, en donde se vive aunque no se quiera; el joven está ahí porque le tocó estar y se ve opacado por las circunstancias en gran medida. Sin embargo, no ha dejado de lado la esperanza de algo mejor, que quiere procurarse a través de la música y del encuentro con otras personas de su edad. Que el joven esté solo en el camino, únicamente implica que así se siente dentro de los mecanismos represores de la época, además de que justamente así debía ser percibido para no levantar sospechas de rebeldía o conspiración contra el Estado. Pero, al tratarse del cartel promocional para un evento masivo de rock, se comprende que la meta es la llegada al momento de reunión en el que la música no permita que haya diferencias entre los asistentes y que todos puedan convivir en un ambiente pacífico, de hermandad (como

predicaban los ideales jipis) para permitirles mantener la esperanza de que cambiarían las circunstancias, tal vez a partir de un evento como este. El sentir social en México después de los sucesos mencionados (La matanza de Tlatelolco y el Halconazo) es el camino y el joven: gris, sin mucha vida, determinado por estructuras superiores. El resto del cartel representa lo que los jóvenes querían encontrar y a partir de dónde querían reiniciar su camino.

CONCLUSIONES

A lo largo de la presente investigación, se expusieron diversos puntos que contribuyen a la argumentación que responde a la siguiente pregunta de partida: ¿cómo representan el contexto de un género musical las imágenes en los carteles de festivales musicales, a partir de las operaciones retóricas? Uno de los hallazgos del presente trabajo es que el contexto se ve representado en el discurso visual a partir de un proceso de alegorización en el que no se puede entender el sentido completo de la imagen sólo con lo que estrictamente plasma, sino que tiene un significado profundo a partir del contexto de su creación.

La primera tesis es que el cartel es un discurso construido con imágenes, por lo que estas últimas conforman la argumentación y, al igual que otro tipo de discurso, parte de la retórica y sus operaciones para consolidarse como una construcción discursiva con todos los elementos necesarios. Una meta cumplida a través de esta investigación es precisamente el análisis de una imagen como discurso, a través de las operaciones retóricas, pues, para fines comunicativos, debe construirse de esta forma, permitiendo así hacer manifiesto el proceso de edificación de la imagen como discurso.

Es así que se logra explicar la representación visual del contexto de un género musical en el cartel de festival musical, en función de las operaciones retóricas de *inventio, dispositio, elocutio,* mnemotecnia *y actio*, puesto que estas se ponen en práctica para la creación de cualquier tipo de discurso; conforman un proceso que se lleva a cabo de manera más bien inconsciente o automática, pero que es fundamental para que estas construcciones de sentido y significado sean efectivas en su contexto, precisamente, y para que puedan ser estudiadas y reinterpretadas posteriormente.

Otra tesis es que el contexto de creación e interpretación de cualquier discurso determina su codificación y significación, ya que la cultura y el contexto mismo están compuestos de textos que se entretejen para dar pie a la red de significados que nos permite percibir cualquier discurso. Así se explica que una meta alcanzada y relevante del presente estudio sea el análisis de los discursos visuales a partir de las relaciones transtextuales del cartel con las condiciones de su momento histórico; de igual forma, las relaciones transtextuales del cartel con el momento de su interpretación (independientemente del momento de su creación) definen nuevas redes y construcciones de significados por parte de los interpretantes.

Finalmente, como tesis particular, se comprueba que un cartel es un discurso visual, construido a partir de operaciones retóricas, que hace referencia figurada (generalmente) al contexto en que es creado. Una meta alcanzada es el desarrollo de una herramienta de análisis del discurso a partir de las categorías de operaciones retóricas y de relaciones transtextuales, donde se encontrarán coincidencias e información de valor para interpretar el discurso visual en términos de su relevancia histórica, o de su significación dependiendo del momento en el que se interprete.

Se comprueba pues la hipótesis principal: los carteles de festivales musicales contienen imágenes que alegorizan el momento histórico del género musical que promueven, por lo que si bien, el discurso visual puede explicarse a partir de las operaciones retóricas, será la *elocutio* la fundamental. Esto no quiere decir que se pueda prescindir del resto de operaciones retóricas, puesto que, de ser así, no se dispondría siquiera de material para crear el discurso; lo que vuelve tan importante a la *elocutio* es que a través de ella se comprende que todos los elementos que se

toman en las demás operaciones están representadas por medio de una o varias figuras retóricas y no de forma literal, ya que si se esperara obtener una lectura directa, sería distinta la interpretación del espectador que la que busca el creador del discurso.

Como evidencia de lo anterior, se muestran casos en los que los temas elegidos en la *inventio* se encuentran representados de forma figurada, lo cual se explica en la *elocutio* (el modo de decir las cosas). En el discurso oral, esta operación implica la selección adecuada de palabras para el estilo o tono que se quiera imprimir en el texto; en el discurso visual se seleccionan las imágenes que representen los temas contemplados en la *inventio*, estas pueden ser directamente representativas de los tópicos o en sentido figurado, lo que permite indagar en las figuras retóricas para la comprensión total del discurso visual.

Otro hallazgo importante en cuanto a las operaciones retóricas es el caso de la mnemotecnia, puesto que esta se contempla como un paso para el propio orador en la construcción del discurso, para que recuerde lo preparado cuando debe pronunciarlo. Sin embargo, en el discurso visual resulta mucho más relevante contemplarlo a la inversa, puesto que quien produzca el discurso no tendrá que recordarlo; es decir, la importancia de la mnemotecnia en este sentido es que el receptor se quede con el contenido del cartel y con la intención comunicativa que este tiene.

Cabe señalar que, en términos generales, hasta cierto punto la retórica se comprendía como una técnica de persuasión; sin embargo, en la presente investigación se expone de qué manera las operaciones retóricas de construcción del discurso sirven para dar claridad al mismo y lograr impactar al receptor de una forma más efectiva, sin importar si su fin es la

persuasión o no. Es decir, como se ha mencionado, la construcción del discurso se lleva a cabo de manera inconsciente, pero se aplican casi todos los principios que implican las cinco operaciones retóricas; ahora bien, si se segmentara la construcción del discurso en las operaciones y se abordaran a conciencia todas, se podría lograr el objetivo deseado en cada discurso de una forma más certera.

También debe abordarse la importancia de estudiar por una parte el discurso y el texto por otra. Esto no quiere decir que sean elementos aislados, sino que son complementarios y al agotar en la medida de lo posible el estudio de un hecho o fenómeno tanto en su dimensión discursiva como textual, existen mayores posibilidades de comprenderlo a profundidad. En el análisis textual es de gran importancia no perder de vista las categorías de transtextualidad existentes, puesto que, como se ha visto, no existen textos puros y es importante comprender las relaciones entre textos y de qué índole son para poder interpretarlos. Al hacer el análisis discursivo primero, lo que se busca es tomar como objeto de estudio lo que se tiene más próximo, la puesta en práctica de los signos con sus implicaciones; de esta manera se comienza a desenmarañar un discurso y esto da pie a la detección de textos que podrán ser analizados también.

A partir de este trabajo quedan abiertos varios caminos y posibilidades de estudio, entre ellos la definición de categorías que combinen tanto operaciones retóricas como relaciones transtextuales para que el análisis se vuelva menos repetitivo y mucho más conciso. Por ejemplo, como se mostró en la Tabla 2, el *actio* tiene elementos de paratextualidad, la *inventio* y la mnemotecnia incluyen elementos y relaciones hipertextuales que podrían resumirse en una categoría que los conjunte.

Por otra parte, en el aspecto de la mnemotecnia aplicada no para el creador del discurso, sino para el receptor, queda abierto el camino de las técnicas mnemotécnicas en ese sentido, mucho más allá de la pregnancia; queda el camino de la selección de tópicos universales, de lugares comunes y demás recursos que, aplicados correctamente, lograrían una retención ideal del discurso visual.

FUENTES DE CONSULTA

Adriaensens, Dirk. Traducido por Beatriz Morales Bastos. "2003-2013: La resistencia iraquí, la "guerra sucia" de Estados Unidos y la remodelación de Oriente Próximo." Global Research, Centre for research on globalization. 2013. Global Research. 10/06/2015 <URL>

Aristóteles. *Retórica.* Editorial Gredos. 1999. Impreso.

Atkinson, Max. *Our Masters' voice: The language and body language of politics.* Londres: Methuen. 1984. Impreso.

Barthes, Roland. *El susurro del lenguaje*. Editorial Paidós. 1987. Impreso.

Barthes, Roland. *Lo obvio y lo obtuso*. Editorial Paidós. 1986. Impreso.

Beristáin, Helena. *Diccionario de retórica y poética*. México: Editorial Porrúa. 1998. Impreso.

Chaignet, A. *La rhetorique et son histoire*. París: F. Wieveg Editeur. 1888. Impreso.

Costa, Joan. *La forma de las ideas*. Barcelona: Editorial Tiana. 2013. Digital.

Cerda Gutiérrez, Hugo. *Mitos de la sociedad moderna: un negocio lucrativo*. Colombia: Ecoe Ediciones. 2013. Impreso.

Freidel, Frank y Sidey, Hugh. "George W. Bush. "The White House. 2006. USA government. 10/06/2015 <URL>

Genette, Gérard. *Palimpsestos: la literatura en segundo grado*. España: Editorial Taurus. 1989. Impreso.

Haidar, Julieta. *Debate CEU-Rectoría. Torbellino pasional de los argumentos.* México: Universidad Nacional Autónoma de México. 2006. Impreso.

Herreros Arconada, Mario. "Definición de cartel". *Diccionario de Ciencias y Técnicas de la Comunicación*. Madrid: Ediciones Paulinas, 1991. Impreso.

Kennedy, George A. *Greek Rhetoric under Christian emperors.* Oregon: Wipf and Stock Publishers. 2008. Impreso.

Kristeva, Julia. *Semiótica 1*. Editorial Espiral. 2001. Impreso.

Kristeva, Julia. *Semiótica 2*. Editorial Espiral. 1981. Impreso.

Latour, Bruno. *Nunca fuimos modernos*. Editorial Siglo XXI. 2007. Impreso.

Lieury, Alain. *La memoria*. Barcelona: Editorial Herder. 1985. Impreso.

López Eire, Antonio. De Santiago Guervós, Javier. *Retórica y comunicación política*. Editorial Cátedra. 2000. Impreso.

Luhmann, Niklas. *Sistemas sociales: lineamientos para una teoría general*. Editorial Anthropos. 1998. Impreso.

Luján Atienza, Ángel Luis. *Retóricas españolas del siglo XVI: el foco de Valencia*. Madrid: Consejo Superior de Investigaciones Científicas. 1999. Impreso.

Moreno, Álvaro "Psicodelia". Texto. *Pensamiento-arte*. Wordpress. Web. 24-09-2015. <URL>

Orfila, María. "La vista es el sentido más importante". *Cromo*. Dos al cubo, 01-30-2015. Web. 23-09-2015. <URL>

Pereda, Carlos. "Sobre la retórica". *Filosofía, retórica e interpretación*. Ed. Helena Beristáin y Mauricio Beucheot. México: Universidad Nacional Autónoma de México. 87-112. Impreso.

Perelman, Chaïm. *El imperio retórico: retórica y argumentación*. Editorial Norma. 1998. Impreso.

Pericot, Jordi. *Mostrar para decir: la imagen en contexto*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona. 2002. Impreso.

Preckler, Ana María. *Historia del arte universal de los siglos XIX y XX, tomo I*. Madrid: Editorial Complutense. 2003. Impreso.

Price, Roger. *Historia de Francia*. Cambridge University Press. 1998. Impreso.

Reygadas, Pedro y Velasco, Pablo "La argumentación visual". *La argumentación. Ensayos de análisis de textos verbales y visuales*. Coord. Adrián Gimate-Welsh y Julieta Haidar. México: Universidad Autónoma Metropolitana. 225-260. Impreso.

Rubalcaba, Humberto. *Nosotros*. México: Editorial Nosotros. 1972. Impreso.

Sandoval, Edgar. *Semiosis y faneroscopía: actas de las primeras jornadas internacionales Peirceanas*. México: Universidad Autónoma de la Ciudad de México. 2011. Impreso.

Tapia, Alejandro. *De la retórica a la imagen*. México: Editorial UAMX. 1991. Impreso.

Thomson, Belinda. *Postimpresionismo: Movimientos en el arte modern (Serie Tate Gallery)*. Londres: Encuentro Ediciones. Impreso.

Van Dijk, Teun. *Ideología y discurso*. Barcelona: Editorial Ariel Lingüística. 2008. Impreso.

Zolov, Eric. "Refried Elvis: The Rise of the Mexican Counterculture". Berkeley: University of California Press, c1999 1999. 10/09/2015 <URL>