


Pragmática de la imagen



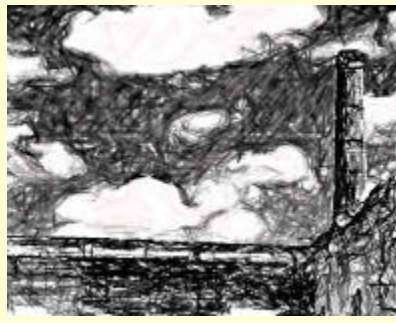


¿Qué estudiamos en la pragmática de la imagen?

- Estudiamos cómo se produce el proceso de comunicación, sobre todo en lo que concierne a:
 - Emisor:
 - Emisor/es real/es.
 - Sujeto de la enunciación.
 - Receptor:
 - Receptor real.
 - Receptor supuesto.
 - Referente de la imagen:
 - Grado de iconicidad.
 - Manipulación de la imagen
 - Estudiamos la ideología que comunica la imagen.
- 

Iconicidad

La iconicidad de una imagen consiste en el grado de semejanza que esa imagen tenga con el referente, es decir, con la imagen mental que nos hacemos de la realidad.






La manipulación de las imágenes

En los medios de comunicación se entiende manipular como modificar la realidad mediante medios tecnológicos.

Entendido así, todo lo que no sea la presentación de la realidad misma será manipulación.

Pero...

También podemos entender la manipulación como todas aquellas acciones que tienden a influir sobre los receptores, sus costumbres, sus comportamientos, sus valores, etc...



Mecanismos de manipulación y persuasión

Creación de estereotipos

Los estereotipos son esquemas a los que se reduce la realidad, mediante los cuales se atribuyen características favorables o desfavorables a personas, grupos, instituciones u objetos.

En las imágenes publicitarias se emplean esos estereotipos para asociar el producto que pretende venderse con un determinado **valor o sentimiento agradable** para el posible comprador.

Huyen de...

- Las estrecheces físicas.
- El dolor, el hambre, el insomnio.
- El fracaso, la indiferencia, el desprecio, el desamor
- La preocupación, el miedo.
- El aburrimiento, la monotonía.

Según Marçal Moline y Jacques Douce, los seres humanos...

Buscan...

- El bienestar, la alegría.
- El éxito, el poder, la consideración, el reconocimiento.
- El amor, la intimidad, la ternura, la integración social.
- El alivio, la seguridad, la paz.
- La aventura, las nuevas experiencias.

Mecanismos de manipulación y persuasión

Técnicas de manipulación

Los medios suelen emplear cinco técnicas básicas de manipulación.

- Manipulación de las ideas.
 - Se introducen juicios y opiniones ajenas a las del consumidor potencial.
- Manipulación de las necesidades.
 - Se induce al receptor a considerar como imprescindible para su vida el producto anunciado.
- Manipulación del sentimiento.
 - Se induce al receptor a dejarse llevar más por sus sentimientos que por su razón o necesidades.
- Manipulación de la uniformidad colectiva.
 - Se presenta el producto o la imagen como algo de utilidad o valor general para la sociedad.
- Manipulación de los símbolos.
 - A veces algunos símbolos que tienen un sentido tradicional son alterados para conseguir un determinado efecto.

Retórica de la imagen

Igual que sucede con el lenguaje, los creadores de imágenes pueden emplear diferentes recursos expresivos para conseguir las finalidades que pretenden con su imagen. Estos recursos expresivos son, por tanto, otra forma de **manipular** o **persuadir**.

Algunos recursos retóricos que son fácilmente visibles en las imágenes pueden ser:

Metáfora

Consiste en la sustitución de una imagen por otra con la que guarda semejanza.

Comparación

Consiste en hacer corresponder dos elementos de la imagen entre sí.

Metonimia

Consiste en sustituir una imagen por otra con la que guarda una relación que no sea de semejanza.

Personificación

Consiste en dotar de cualidades humanas algo que no lo es.

Hipérbole

Consiste en presentar una exageración.