



# METÁFORA MULTIMODAL

**Neyla Graciela Pardo Abril**

Universidad Nacional de Colombia

Departamento de Lingüística

**INSTITUTO DE ESTUDIOS EN COMUNICACIÓN Y CULTURA -IECO**

**VI COLOQUIO DE LA RED LATINOAMERICANA DE ANÁLISIS DEL  
DISCURSO SOBRE LA POBREZA (REDLAD),**

**LOS DISCURSOS DE LA EXCLUSIÓN EN AMERICA LATINA**

Grupo Colombiano de Análisis del Discurso Mediático-UNAL

SEPTIEMBRE 2011

# PUNTOS DE PARTIDA

- Una razón que ha venido impulsando los estudios del **discurso multimodal** es el reconocimiento de que la comunicación ha cambiado y que este fenómeno está articulado a cambios sociales, económicos, culturales y tecnológicos.
- Los efectos semióticos son reconocibles en muchos dominios y niveles: a nivel de los medios y de la distribución de los mensajes el cambio del libro y la página a la pantalla; a nivel de la producción semiótica paso de las viejas tecnologías de impresión a los medios digitales electrónicos; y a nivel de la representación cambio del modo predominantemente lingüístico al modo gráfico, constituido por imágenes, en la mayoría de los casos, articuladas al modo sonoro.

# COMUNICACIÓN Y SIGNIFICADO EN LA GLOBALIZACIÓN

- Producción de conocimiento: Provisionalidad e inestabilidad.
- Creación de los discursos digitales: Híbridos multimodales y multimediales.
- Principios socio-culturales: Fragmentación, movilidad, inestabilidad, difuminación semiótica y social: disolución, abolición y desaparición de marcos y límites.
- El **Modo** es un recurso semiótico que se elabora culturalmente y se modela socialmente para construir significado. La imagen, la escritura, el diseño, la música, el gesto, el habla, la imagen en movimiento, el sonido de fondo y los objetos tridimensionales son ejemplos de modos usados en la representación y comunicación (Kress,2010).

# MODO:

**Un modo** es una elección cultural y social que sirve para que una comunidad atienda sus necesidades sociales y representacionales.



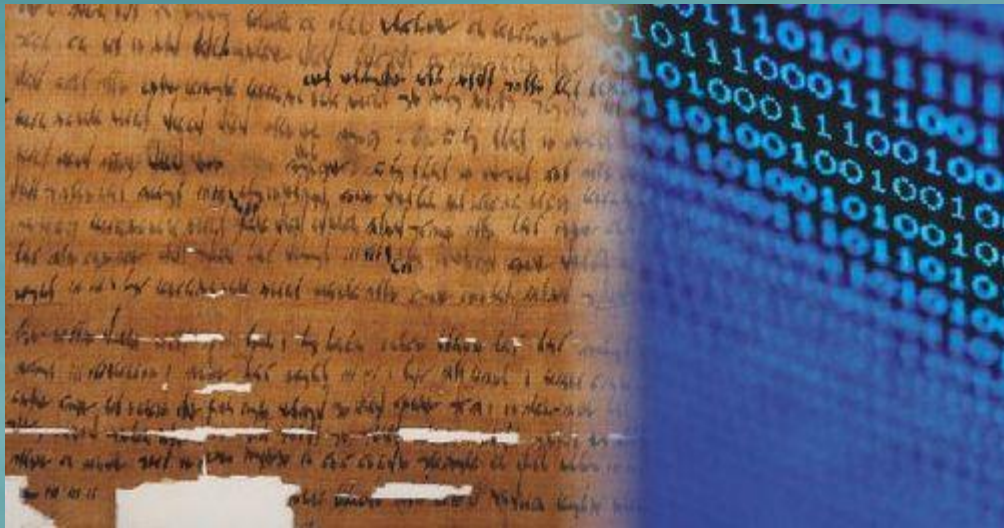
**Recursos semióticos:**  
'materiales': sonido, arcilla, movimiento (de partes) del cuerpo, superficies, madera, piedra, entre otros, para crear significado.

**Modos:** Sistemas de expresión sígnicos cuya producción e interpretación se relaciona con cada uno de los componentes del sistema perceptual.

**El cambio modal sigue el rastro del cambio social**

En la época actual se hace posible que un acontecimiento o fenómeno local se globalice y que la producción de la globalización se articule a la vida local. Este doble fenómeno vincula tecnologías y comunicación.





En: <http://www.google.com/imgres?imgurl=http://jorgeletralia.com>

Los efectos semióticos de la globalización se evidencian en el ámbito mediático, cuando se reconoce que la digitalización se ha impuesto a todos los recursos tecnológicos, que tienen como base el computador. Este recurso garantiza producir y almacenar hechos discursivos que coexisten articulados a sistemas sígnicos diversos.

Las modificaciones en el ámbito mediático y de producción semiótica, da paso la construcción y apropiación de nuevas formas de representación para expresar significados que se complejizan en la medida en que involucran más sistemas sígnicos. Los recursos simbólicos del mundo virtual y en especial de la Internet sufren, como otros productos de la globalización, constricciones articuladas a una ética utilitarista. Esta eticidad legitima las restricciones al acceso a ciertos saberes especializados. Lo que se genera es la paradoja que resulta de disponer de una comunicación amplificada, que a su vez niega a amplios sectores acceso y usabilidad simbólica.



# LA COMUNICACIÓN DIGITAL: PASO DEL *CIUDADANO*–*AUDIENCIA* AL *CONSUMIDOR-ELECTOR*

- Algunos rasgos característicos de la comunicación son:
  1. La potencialidad para la participación de los usuarios, a través de los recursos que ofrecen las tecnologías de los medios actuales.
  2. La cobertura global y local de los medios, que se propone como una fusión cuyos límites se difuminan.
  3. La posibilidad de que los grupos de usuarios, que superan las constricciones del sistema, puedan crear contenidos.
  4. La potencialidad para generar grados de accesibilidad, conectividad, movilidad y ubicuidad, tanto de los mensajes o de la información que circula, como de los sujetos que participan en el proceso comunicativo.
  5. La potencialidad para crear significados en los que convergen ‘funciones representacionales, productivas y comunicativas’, articuladas a las tecnologías.
  6. El despliegue del carácter multimodal de los discursos mediáticos, en los que se amalgaman representaciones en dos o más modos semióticos, a los cuales se articulan las potencialidades retóricas y estilísticas.



En los procesos comunicativos hay unas nuevas lógicas que modifican la comprensión, distribución de conocimiento, la construcción de saberes y, en general, las maneras de explicar la realidad. La velocidad, la concreción, la flexibilidad y la eficiencia son rasgos que se expresan en las particularidades discursivas de la comunicación. Recursos como la **metáfora multimodal** contribuyen a la construcción de los nuevos modos de significar.



# PENSAMIENTO METAFÓRICO

- En las dos últimas décadas del siglo XX han surgido desarrollos en la teoría de la metáfora, cuyo principio básico indica que los seres humanos piensan y explican su realidad en sentido metafórico (Lakoff & Jhonson, 1986).
- Con la presencia de las tecnologías de la información y la comunicación este principio permite reconocer que la metáfora no sólo se expresa en el uso de la lengua, sino través de los más diversos modos semióticos, con frecuencia en coexistencia.

## METÁFORA

Representación que integra características relevantes y pertinentes de la conceptualización experiencial, para integrarlas a conceptos más abstractos y complejos. Es una estructura cognitiva que permite reconocer maneras de pensar y de orientar la acción individual y colectiva.

**Monomodal:** la expresión que apropia en su producción un sistema de signos

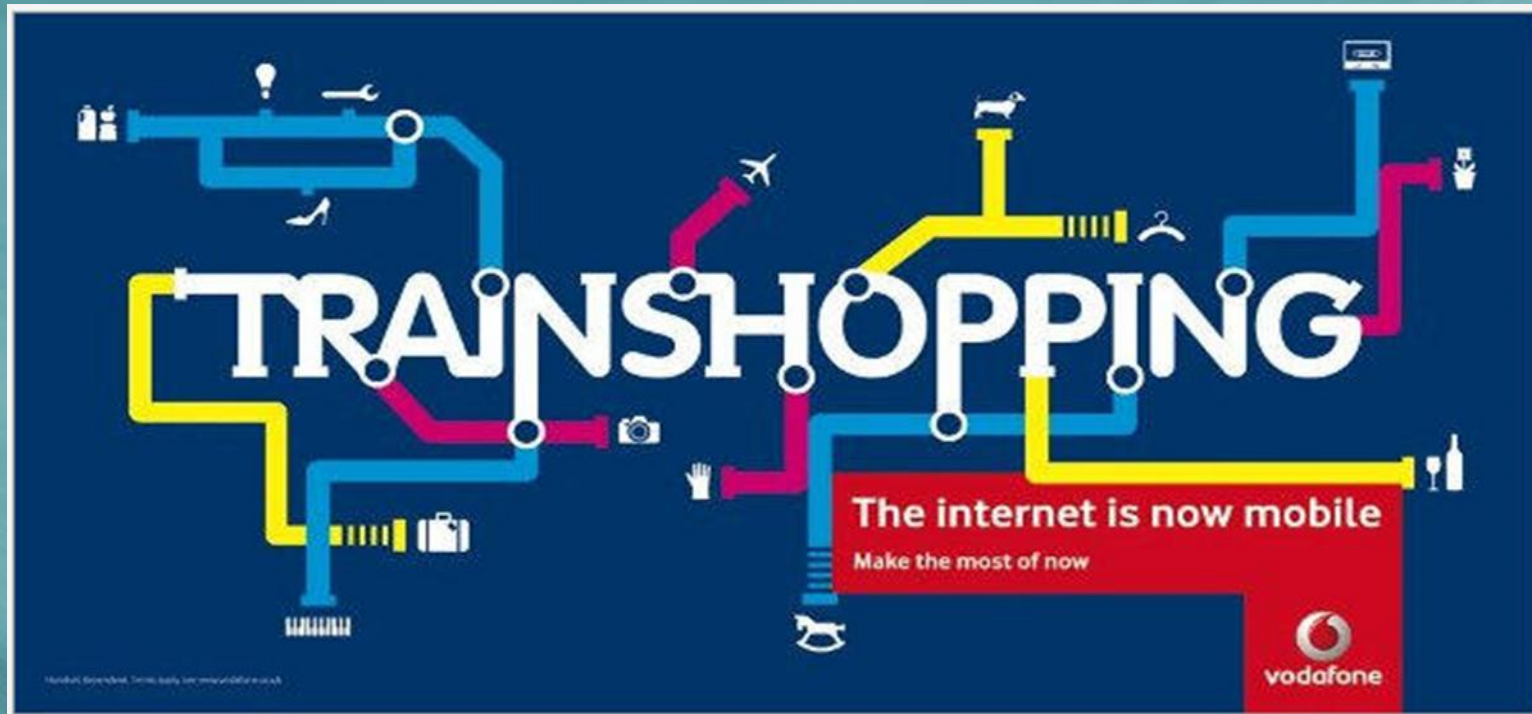


**Multimodal:** la expresión que porta más de un sistema de signos.

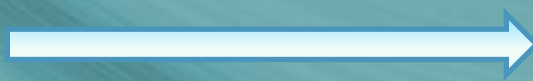


El carácter multimodal del discurso y de los recursos que implica potencia la construcción e interpretación de significados y amplifica sentidos sociales, haciendo posible que los procesos de comunicación contribuyan a desarrollar una nueva comprensión y significado de la experiencia y de las acciones humanas, transformando las formas de conocer, creer y desarrollar actitudes.





**Dominio fuente:**  
VISUAL: DISEÑO  
GRAFICO MAPA-  
COLOR Y GRAFIA.  
AVISO PUBLICITARIO



**Dominio meta:**  
VISUAL- DIGITAL:  
DISEÑO GRAFICO- FORMAS-  
COLOR –GRAFIA INTEGRADA A  
LA FORMA – LOGO INTEGRADO  
AL PLANO VIRTUAL

**REPRESENTACIÓN: LA INTERNET ES COMO UN MAPA DE RUTAS MULTIPLES.  
LAS RUTAS CONDUCEN A LA SATISFACCION DE NECESIDADES .  
LA INTERNET ES UN MERCADO MOVIL**

# SIGNIFICACIÓN AMPLIFICADA

Las expresiones metafóricas multimodales son un recurso que contribuye a modificar las maneras como se conceptualiza la realidad en un momento histórico específico. Afecta las formas de percibir el mundo y el modo de actuar en relación con la realidad. La comunicación global y la Internet se sustentan en metáforas.

# LA CONSTRUCCIÓN DE DISCURSOS DE LA EXCLUSIÓN



**Porvenir**

Fondo de Pensiones Obligatorias Porvenir.

Tranquilidad para mi futuro.

Cumplimiento de mis metas financieras.

**Porvenir Inversiones.**

Fondo de Cesantías Porvenir.

Seguridad en periodos cesantes.

Beneficios para mis empleados.

**Planes Empresariales.**

1 2 3 4

© 2010 Redlad S.A.

Redlad S.A. - Calle 100 No. 100-100 Bogotá, Colombia

El carácter multimodal de una publicidad da cuenta de que los modos tienen “sus propias posibilidades y limitaciones de significado”, por lo tanto, se hace indispensable reconocer su entorno de circulación discursivo, donde otros modos pueden estar configurando el mundo del discurso publicitario y contribuyendo a generar una significación más global (Kress y Van Leeuwen 1996: 17).

# IMPULSANDO EL DESEO DE CONSUMIR



**Porvenir**  
Fondo de Pensiones Obligatorias Porvenir.  
Tranquilidad para mi futuro.

Cumplimiento de mis metas financieras.  
**Porvenir Inversiones.**

**Fondo de Cesantías Porvenir.**  
Seguridad en periodos cesantes.

Beneficios para mis empleados.  
**Planes Empresariales.**

1 2 3 4

La metáfora se propone para definir, caracterizar y mostrar los beneficios de los que, eventualmente, puede disfrutar el consumidor si adopta un tipo específico de comportamiento o sigue los modelos previstos, en este caso, los modelos de familia y sujeto, que se construyen como ideales sociales.

En la propuesta no sólo se elaboran modelos para ser imitados, seguidos o asumidos, sino que se formulan sobre la base de que lo expresado es sugerente, atractivo, con un valor social definido y positivo, por consiguiente, es motivador y connatural al consumidor.



La metáfora multimodal tiene efectos sociales, culturales y políticos en razón de la orientación del proceso representacional.



**Porvenir**

Cumplimiento de mis metas financieras.

**Porvenir Inversiones.**

**Fondo de Pensiones Obligatorias Porvenir.**

Tranquilidad para mi futuro.

**Fondo de Cesantías Porvenir.**

Seguridad en periodos cesantes.

Beneficios para mis empleados.

**Planes Empresariales.**

- El modo visual incluye sistemas sígnicos diversos o submodos como el color, la línea, la imagen fija, la lengua escrita y los diseños.
- El propósito es sugerir estados de bienestar, asociados al logo, ubicado en la parte superior izquierda. Este contribuye a generar la representación de que la entidad publicitada, al igual que el sol, es capaz de beneficiar a todos los seres humanos de manera independiente a los condicionamientos que se derivan de la forma de organización social, **clase, sexo, etnia y edad**, entre otros.
- El logo se constituye en **un símbolo** que evoca: sentido de generalidad, potencialidad para sintetizar la omnipresencia del sol, su energía y el carácter expansivo.

# REIFICANDO MODELOS DE EXCLUSIÓN



La ubicación espacial del logo en el plano cartesiano de la imagen indica la jerarquía otorgada a lo que dicho símbolo representa y pone en evidencia los mecanismos de atribución, mediante los cuales se reelabora el universo referencial, se construye un efecto de realidad y se asignan propiedades a los seres, objetos y procesos que son conceptualizados.

Surge una abstracción generalizante, cuyo propósito es orientar el proceso inferencial de los interlocutores y validar el sentido de lo expresado. El hecho de que el logo se encuentre elaborando sentido de verticalidad indica una valoración positiva y sugiere una correlación entre las representaciones asociadas a la ubicación geoespacial y el objeto referenciado.

Se formula así: **sentido de lo positivo, lo saludable, lo correcto, lo bueno, lo virtuoso.** Lo jerárquico es vinculado con la representación del bienestar de lo trascendente que se deriva de la posición superior.

# REIFICANDO MODELOS DE EXCLUSIÓN

## Porvenir es el sol



**Porvenir**

Cumplimiento de mis metas financieras.

**Porvenir Inversiones.**

Beneficios para mis empleados.

**Planes Empresariales.**

Fondo de Pensiones Obligatorias Porvenir.

Tranquilidad para mi futuro.

Fondo de Cesantías Porvenir.

Seguridad en periodos cesantes.

1 2 3 4

Las relaciones que se establecen entre el símbolo y el nombre de la entidad administradora de riesgos, Porvenir, se sustenta en la trasmutación de las características del primero a la segunda. Los estados de bienestar se proponen explícitamente mediante el uso de imágenes fijas, que tienen como punto inicial y final la pareja heterosexual, cuyo núcleo o centro está constituido por la familia tradicional, padres e hijos. Los vínculos entre el uso de las expresiones verbales escritas y la fotografía se elaboran usando **la línea**.

El efecto cohesivo: se produce mediante el fondo blanco que caracteriza la composición visual del encuadre y en la simetría cromática que se observa en las líneas conectoras y en las prendas de vestir de los personajes. En la primera y tercera imagen hace uso de colores cálidos, y en la segunda y la cuarta de colores neutros, construyendo de esta manera ritmo visual.

# REIFICANDO MODELOS DE EXCLUSIÓN



Estrategia para generar cercanía con el interlocutor: uso de planos medios en los que se resaltan las expresiones de los personajes, los cuales siempre sonrían y en tres de las cuatro fotografías miran fijamente a la cámara.

Estas representaciones visuales corresponden con expresiones lingüísticas como **“tranquilidad para el futuro”**, **“cumplimiento de las metas”**, **“seguridad”** y **“beneficios”**, de cuyos vínculos se derivan como condiciones lógicas, los servicios que ofrece la compañía: ‘para tener un futuro tranquilo, es necesario un fondo de pensiones’, ‘para cumplir las metas, pueden ser útiles los préstamos de inversión’, ‘para asegurar periodos en los cuales no hay certeza de lo que puede suceder, es necesario hacer parte de un fondo de cesantías’ y ‘para obtener beneficios para los empleados, es eficaz la inscripción en un plan empresarial’.



**Fondo de pensiones obligatorias Porvenir** -----tranquilidad para el futuro  
 Cumplimiento de mis metas financiera**s**----- Porvenir inversion**es**  
 Fondo de cesantías Porven**ir** -----Seguridad en periodos cesant**es**  
 Beneficios para mis emplead**o**s-----Plan**e**s empresaria**l**es

El género discursivo hibrida actos nominativos y constatativos, con los recursos de la rima y el ritmo propios de la poesía. Completa el proceso de hibridación el encuadramiento lógico conceptual que relaciona fotografía fija con el acto de nombrar, direccionado rítmicamente sobre el recuadro degradado. Se relaciona el acto de argumentar y convencer propio de la publicidad, con la página *Web* oficial de “Porvenir”.

**Inducir a los potenciales interlocutores a asumir como verosímiles las relaciones entre los rituales implícitos y explícitos, los valores e ideologías que los sustentan, y la oferta de servicios.**



**Porvenir**  
Fondo de Pensiones Obligatorias Porvenir.  
Tranquilidad para mi futuro.

Cumplimiento de mis metas financieras.  
**Porvenir Inversiones.**

**Fondo de Cesantías Porvenir.**  
Seguridad en periodos cesantes.

Beneficios para mis empleados.  
**Planes Empresariales.**

Bajo la **lógica costo beneficio**, se proponen axiologías que se recuperan tanto en las expresiones lingüísticas como en el discurso visual, cuyo efecto consiste en la validación de una forma de entender el proceso vital, articulada a estructuras organizativas que corresponden a modelos hegemónicos.

La realización verbal se hace coherente con la propuesta visual de imagen y color, para relacionar un supuesto proceso evolutivo, culturalmente construido, atribuible al consumidor, en el que se **integra lo cognitivo y lo emotivo**.

# REIFICANDO MODELOS DE EXCLUSIÓN



**Porvenir**

**Fondo de Pensiones Obligatorias Porvenir.**

Tranquilidad para mi futuro.

Cumplimiento de mis metas financieras.

**Porvenir Inversiones.**

**Fondo de Cesantías Porvenir.**

Seguridad en periodos cesantes.

Beneficios para mis empleados.

**Planes Empresariales.**

1 2 3 4

Los estados de bienestar tienen como punto inicial y final la pareja heterosexual, cuyo núcleo o centro está constituido por la familia tradicional –padres e hijos–.

**El vínculo cultural y jurídico que hay entre pensión y pareja esta asociado:**

- **Futuro: inversión y familia**
- **Familia - metas financieras**
- **Cesantías y familia**
- **Familia asociado a seguridad**
- **Empresa y pareja heterosexual asociado a beneficios.**



Con el recurso de la luz dispersa se propone un sentido de suavidad y frescura que recupera la luz que se direcciona lateralmente de derecha a izquierda, la cual se distribuye **focalizando sobre la primera fotografía fija de la pareja** que se propone como la que inicialmente asume la decisión contractual con la prestadora de servicios. Esta acción inicial permite configurar el sentido del desarrollo natural de un proceso en el que se concibe el **desarrollo vital y el desarrollo del negocio** en sentido similar.

El recurso de la luz contribuye a estabilizar el sentido de bienestar.



# REIFICANDO MODELOS DE EXCLUSIÓN

El conjunto de efectos que se derivan de la construcción de las metáforas multimodales son:

- \* La estabilización de un modelo de organización social que se ajusta a los valores imperantes de la sociedad colombiana.
- \* La asociación entre deberes jurídicamente establecidos y una manera de asumir el proceso vital.
- \* En la reificación de modelos fuertemente anclados en la cultura se observa la jerarquización de formas de vida prolíficas en las que se privilegia un modelo de familia heterosexual y patriarcal (en la tercera fotografía se observa al hombre en la parte superior de la imagen, sobre los demás miembros de la familia).
- \* Elimina familias no normativas como las monoparentales, las homoparentales, las que se componen solamente de madre e hijos, o las que se pueden construir entre varios sujetos sin lazos sanguíneos.
- \* No reconocimiento de los **derechos a la seguridad social** de quienes no se ajustan a los parámetros impuestos.

# CONCLUSIÓN

- El discurso multimodal se constituye en el recurso a través del cual los diferentes grupos sociales se posicionan, desarrollan estrategias hegemónicas o contrahegemónicas, y contribuyen a la construcción de identidad y cultura.
- El conjunto de recursos semióticos que se emplean para la construcción de los significados multimodales articula diversos sistemas de signos, los cuales se constituyen en los insumos para la construcción de estrategias discursivas mediante las cuales se expresan proyectos de sociedad y de poder.
- La metáfora multimodal permite abordar los mecanismos y las estrategias de focalización, de orientación emocional y cognitiva, y de promoción de acciones que aspiran a tener incidencia sobre el orden social y, en particular, sobre las conductas de los actores sociales
- La metáfora multimodal, como cualquier otro recurso discursivo, recoge posicionamientos axiológicos, cuya función es constreñir valoraciones que no se ajusten a los paradigmas propuestos o, por el contrario, reta el orden social existente en razón del cuestionamiento a los sistemas de exclusión, marginalización y segregación.

- **El discurso publicitario permite inferir la exclusión social en relación con las distintas representaciones que evidencian las condiciones de marginalidad y exclusión que no corresponden con la propuesta establecida. Además, permite reconocer políticas laborales establecidas que perpetúan condiciones sociales inequitativas.**

# MUCHAS GRACIAS

Contacto:  
[ngpardo@bt.unal.edu.co](mailto:ngpardo@bt.unal.edu.co)