
ESTUDIOS

LAS POSTALES: LOS SIGNOS DEL PAISAJE

ROCCO MANGIERI

“... en la época de la reproducción técnica de la obra de arte lo que se atrofia es el **aura** de ésta. El proceso es sintomático; su significación señala por encima del ámbito artístico. Conforme a una formulación general: la técnica reproductiva desvincula lo reproducido del ámbito de la tradición. Al multiplicar las reproducciones pone su **presencia** masiva en el lugar de una **presencia Irrepetible**”.

WALTER BENJAMIN, “La obra de arte en la época de la reproducibilidad técnica”.

LOS SIGNOS DEL PAISAJE

En este momento en que el país parece volver a una especie de renacimiento turístico tiene sentido analizar un género de imágenes algo marginal con respecto a la atención de la crítica, por lo general dedicada al campo de las “bellas artes”. Me refiero a la **postal** turística, aunque el adjetivo “turística” quizás sea solamente una función posible dentro de otras. Emparentada con el noble género de la **fotografía** (hija o prima hermana de ésta), y, más específicamente, con la fotografía turística; con la imagen del **mapa**; con los cromitos infantiles; y sin lugar a dudas con la **pintura del paisaje**.

De la fotografía retoma todos sus códigos: el tipo de encuadre, la relación campo/ fuera de campo, el tratamiento del color y del grano, los procedimientos de **focalización**. Pero su referente directo dentro del mismo lenguaje es la fotografía tomada por un **turista-modelo** dotado de una cierta **competencia visual**, un cazador del “buen ángulo”, de la luz adecuada y del contraste “óptimo”. Un sujeto relativamente hábil y cuidadoso para capturar las “inmovilidades” más notorias del paisaje urbano y rural.

El mapa también se relaciona con la postal porque, de algún modo, comparten la función de darnos un **perfil** del paisaje. El mapa como relevamiento cartográfico de un espacio poblado de objetos y la postal como focalización siempre relativizada de un lugar (nunca sagrada y frontal) están construidas para **memorizar** un lugar, para **recordarlos** en sus **contornos**. André Malraux quizás no dudaría en postular un **museo imaginario** popular donde los personajes centrales serían las postales de todo el mundo: ordenadas en secuencia, de acuerdo al tipo de espacio que simbolizan, al punto de vista fotográfico, al tratamiento estético de la superficie, etc.

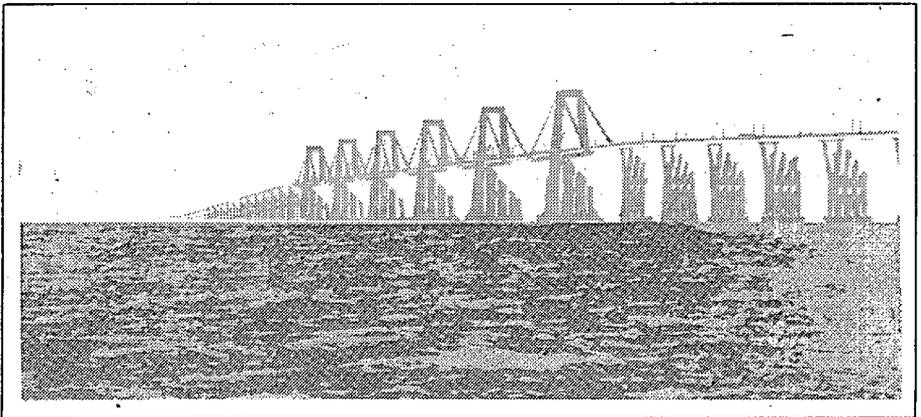
Con la imagen de los cromitos comparte la vocación de constituir una **colección** de encuadres idénticos en su formato; la presencia de un texto escrito que (como diría Barthes) "ancla" la imagen y yo diría, el uso escenográfico del color y la confección del punto de vista. Pero, sobre todo, ambas imágenes tienen un casi absoluto valor de copia, de reproducción "ad infinitum", y como tales se pueden consumir (intercambiar, coleccionar, reutilizar).

La pintura de paisaje es el antecesor noble de la postal. La postal sería un paisaje sin "**aura**", sin ese halo burgués de originalidad e irrepetibilidad que rodeaba la obra antes de la era de la "reproductibilidad técnica" (1). La postal no se consume como la "manifestación irrepetible de una lejanía" sino como imagen **cercana**, escenográfica y ficcional en su valor de copia masificada, satisfaciendo el deseo de selección y combinación que un usuario anónimo puede efectuar antes de enviarla por correo.

Se trata pues de un **objeto intertextual**: El cruce o coincidencia de otros textos-ímagenes contemporáneos o anteriores en su producción.

UNA ARQUEOLOGIA VISUAL : GRAMATICA Y SINTAXIS

El objetivo de la postal es el paisaje. Paisaje culturizado o paisaje "salvaje". División provisional porque, a fin de cuentas, la **postallización** del territorio es una operación que, de algún modo, esteriliza y clasifica imaginariamente todo el paisaje. Discurso clasificatorio de la ciencia que es retomado y "vulgarizado" en cierto modo por la relativa focalización del espacio. Así, un ordenamiento espacio-temporal (o sincrónico/diacrónico) de la postal seguramente daría como resultado una taxonomía del paisa-



je, una especie de arqueología menor al estilo siglo XVII (2) de aquellas porciones del paisaje que han sido seleccionadas, semiotizadas, convertidas en signo y mercancía.

Si el lenguaje de las postales sigue alguna clasificación ésta debe arrancar desde la separación de espacios ciudadanos y salvajes (forma del contenido ya **segmentada**, como diría Eco) y llegar hasta los signos emblemáticos de la flora y de la fauna criolla. Aquellos como la **perla de margarita**, la **lechoza** picoteada por el **azulejo**, el **turpial** y el **cocotero** que, siguiendo a Jakobson, van a constituir una retórica metonímica y metafórica del país. Desde los planos generales o panorámicas de la selva "virgen" hasta el close-up de una perla margariteña se viene armando una segmentación del país. Segmentación visual que sería lo análogo en narratología al proceso de **focalización** (3) que, entre otras cosas conduce al observador-modelo a una precisa localización espacio-temporal.

Se producen símbolos de la /Venezolanidad/, de lo autóctono, emblemas cristalizados donde, a menudo, no cambia ni siquiera el punto de vista a lo largo de varios años: Los Próceres, la Plaza Venezuela, el Hotel Humboldt, el Puente sobre el Lago, los Palafitos, la Cueva del Guácharo, el Salto Angel, el Pico Bolívar, los Médanos de Coro, el Araguaey, la Guacamaya, la Orquídea.

LO VEROSIMIL

La postal conforma un país imaginario, ficcional pero **verosímil**. El texto de la postal conserva dentro de los códigos de su puesta en escena (ángulo de toma, pose, color, trucajes, etc.) las leyes de la verosimilitud: Ese país "puzzle" que se obtiene a través de la unión "imposible" de todas las imágenes es verosímil, es creíble como país. Es precisamente un país total que sólo se percibe por la yuxtaposición espacial simulando un **Itinerario Ideal**, un viaje multiprogramado y ficticio. Una secuencia de puntos de vista que si se replicaran en la vida real darían como resultado un verdadero film de ficción a la manera de cuadros "inmóviles", ligeramente animados; un film de fondos trucados pero dotados de un particular grado de realismo (iconicidad).

Volviendo a la función memoriosa de la postal pero sobre todo a la postal como "tesoro", hay un film de Jean Luc Godard ("Los Carabineros" 1963) donde dos campesinos se enrolan entusiasmados en el ejército real con la promesa de acumular riquezas al recorrer Europa ganando batallas y saqueando tesoros. Al regresar a sus hogares, donde son ansiosamente esperados por sus esposas, sólo traerán un baúl repleto de postales. Viaje de riquezas, dorado de papel, ficción y tesoro imaginario (4).

LA CONSTRUCCION DEL ESPACIO Y EL VALOR DE LA REPLICA

La postal ha experimentado una evolución en cuanto a la profundidad del espacio y al encuadre. Se ha pasado de la imagen reducida con poca profundidad de campo hasta "panorámicas" que aumentan el **hacer cognitivo** del observador (5). Requieren de un itinerario visual más complejo y aumentan la competencia del lector. También se han introducido las figuras del **testigo ocular** y del **observador-modelo** que actúan como delegados en el interior de la imagen (texto) para "darnos a ver" y focalizar alguna zona: Es el caso del turista de espaldas que suponemos está mirando la cima de la

montaña o la llegada de la cabina de un teleférico. Del personaje dibujado que nos mira frontalmente y señala con la mano un lugar más pequeño dentro del encuadre o de un grupo de visitantes en segundo o tercer plano que parecen observar un momento o una fachada.

Densa y homogénea (en cuanto a su materia expresiva) mucho más cerca de la **historia** que del **discurso**, las postales hacen fotogénico al paisaje convirtiéndolo en una **arqueología de lugares comunes**, simbolizándolo e integrándolo a una memoria colectiva. Si las postales nos dicen **qué es** lo que hay que ver en el paisaje, **desde qué** angulación, con qué iluminación, color, textura, etc. estamos sin duda frente a una **ideología del paisaje**, quizás pequeño burguesa y replicativa, pero dotada sin embargo de una estética, quizás no tanto del lado de la emisión sino del lado de la recepción y el consumo.

Imágenes cromáticas, de formato reducido, que permiten integrar un mensaje verbal que media entre lo privado y lo público, imagen **fáctica**, soporte y canal de un mensaje y, contemporáneamente, imagen pragmática y referencial de un **viaje imaginario** por un **pais imaginario**.

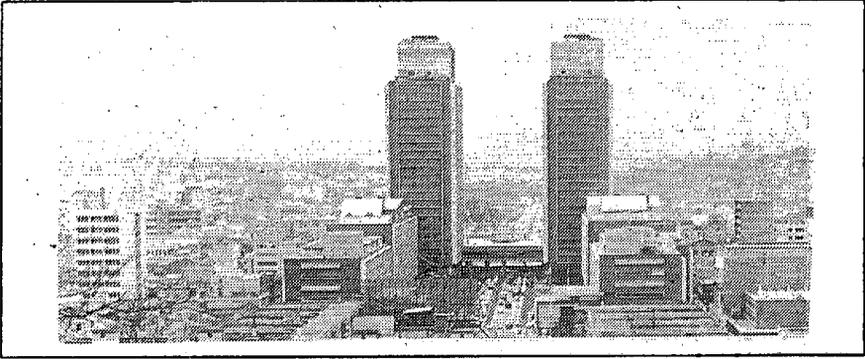
Siguiendo a Eco (6) la postal sería el ejemplo de una réplica no absolutamente duplicativa sino parcial, en función de un conjunto de reglas de standarización gráfica. En el espacio de esta imagen-réplica hay una cierta **invención** debido a la manipulación de la materia expresiva (tinta y papel) independientemente del modelo de referencia. Sobre todo por el tratamiento cromático, la acentuación de los planos de fondo, el contraste del grano. Tiende pues a un grado de iconicidad relativamente alto pero, lo interesante es que a medida que intensifica este proceso, digamos de **hiper-codificación**, crea, como apuntábamos antes, una retórica visual ficticia con sus propias leyes de verosimilitud. La postal es signo icónico "motivado", de "ratio facilis", heteromatérica, réplica que necesita de un trabajo de reconocimiento por parte del lector, imagen-gramática pues tiende a una codificación exhaustiva del paisaje humano (7).

La postal se reserva ciertos procesos de **estilización** (8) sobre todo a nivel de segmentos o porciones ambientales (la casa, la plaza, la calle, la selva, la playa); también por la standarización de objetos complejos en forma análoga al texto publicitario (El altar, el Metro, El rascacielos); por las connotaciones del Kitsch que introduce en el mensaje visual (/modernismo/, /pulcritud/, /clasicismo/ etc.); por el mecanismo de seducción visual que nos quiere hacer ver un único punto de vista posible como el de mayor interés o atractivo (9).

LA SEGUNDIDAD

Sin duda, para no caer en los extremos de un **Idealismo** semiótico, la imagen-postal aporta un conocimiento. Posee un grado de iconicidad (en el sentido que lo entendía Peirce) y contemporáneamente es un **índice**, un conjunto de **marcas** obtenidas por proyección, que se constituye como un **modelo** del paisaje. Aporta pues un conocimiento sobre un aspecto relativizado del paisaje real y, quizás lo más importante semióticamente, un conocimiento sobre el procedimiento mismo de elaboración de la imagen como signo de una realidad que se resemantiza y simboliza a través de su distribución y consumo.

Más que cualisigno (primeridad) o legisigno (terceridad) la postal es un **sinsigno**



no (seguridad). Mejor dicho, centra de algún modo su especificidad semiótica en un valor de **token** o réplica, de copia de un paisaje sin "aura" (10). Si bien tiende "fuera del texto" a inducir a la organización de una gramática de símbolos (terceridad), su línea de "operatividad" es el índice, la huella de un proceso visual que debe remitirse necesariamente a un lugar (espacio).

SISTEMA Y PROCESO

Y, verdaderamente, si estamos atentos al repertorio de posibles postales, notaremos que se trata de un **sistema** visual más que de un **proceso** encadenado de imágenes. La postal se afianza mucho más sobre el eje del **paradigma** y de la conmutación (por lo tanto el hecho de seleccionar es fundamental) más que sobre el eje del **sin-tagma** y la combinación. Es entonces más **metafórica** que metonímica y más cercana a los procesos de **condensación** que del desplazamiento: De aquí que el campo semántico de las postales se extiende o se conecta con lo onírico (los lugares "soñados") y por esto, posiblemente, el uso metafórico de la postal en los otros textos (el film, la novela, el cuento) (11).

Debería también decirse entonces que la postal privilegia lo espacial sobre lo temporal. El tiempo parece detenido o como "expulsado" de la imagen. No tanto en el sentido en que lo está también en otras imágenes "espaciales" (como la fotografía o la pintura) sino como una dimensión temporal que rodea la escena sin alejarse totalmente.

Pasando por el espacio del folklore, de lo silvestre, lo salvaje, por la "city" moderna y limpia que no discrimina entre aportes democráticos o de la dictadura, por los monumentos perennes de lo patriótico y lo bolivariano, hasta los símbolos casi gramaticales de una flora criolla "reluciente y tropical", la postal ha venido elaborando esa arqueología menor del paisaje, turística, cotidiana y "vulgar" pero indicadora de una ideología y de una estética.

CITAS Y REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- (1) El concepto de **aura** fue tratado por WALTER BENJAMIN en sus ensayos "La obra de Arte en la época de la reproductibilidad Técnica", Ed. Suhr-

kamp Verlag 1972. Ed. castellana Taurus ediciones reimpression 1982. "Discursos ininterrumpidos" I.

"Definiremos esta última como la manifestación irrepitible de una lejanía (por cercana que pueda estar). Descansar en un atardecer de verano y seguir con la mirada una cordillera en el horizonte o una rama que arroja su sombra sobre el que reposa. Eso es aspirar el aura de **esas** montañas, dé **esa** rama". pág. 24, op. cit. Subrayado nuestro).

- (2) Ver al respecto la función de la **episteme** taxonómica que plantea MICHEL FOÇAULT en su obra "Las Palabras y las cosas", en los siglos XVII y XVIII. Capítulo: "Maathesis y Taxonomía" pág. 87 de la edición italiana. (Ed. Rizzoli, 1983). La noción de arqueología podría aplicarse en el caso de las imágenes de la pintura de paisaje en su focalización de las ruinas o simplemente de aquellas partes del todo que deben enunciarse.
- (3) Entiéndase por **focalización** bien, "cualquier procedimiento que nos acerca progresivamente a la localización espacio-temporal del relato" o bien, "la instalación en el **discurso** de un observador que constituye nuestro **punto de vista** proyectado en el texto". Extraído del trabajo de OMAR CALABRESE "Specchi, Sguardi e Ritratti" en Versus 29, 1981.
- (4) Ver al respecto del libro de SUSAN SONTAG, "Sobre la Fotografía" el capítulo "En la cueva de Platón". Ed. ital. Nuevo Politécnico-Einaudi 1978.
- (5) En la semiótica de GREIMAS el mirar es un **hacer cognitivo** y por tanto el **saber mirar** es una de las modalidades que forman parte de la competencia del observador de las imágenes. Como apunta LORENZO VILCHES "El observador tiene la tarea de ejercer la función receptiva e **interpretativa** a partir de la percepción de la imagen. No es externo al discurso visual y no debe confundirse con el observador empírico". Subrayado nuestro. "La Lectura de la Imagen", Ed. Paidós-comunicación 1983.
En efecto, si el texto visual es un **querer-hacer-ver** (exhibir) el observador es un **ver-querer-hacer** (mirar). O, dicho de otro modo, la imagen quiere que yo vea esto o aquello y yo.
- (6) y (7) Ver al respecto los capítulos sobre "El problema de una tipología de los signos" y de los "Modos de Producción de los signos" en "El Tratado de Semiótica" de Umberto Eco, Ed. Lumen, Nueva Imagen 1978.
- (8) y (9) Ver también lo que Eco denomina como ESTILIZACION en su Tratado de Semiótica, pág. 382-385.
- (10) Siguiendo lo más fieles posibles a PEIRCE, la postal como signo es **signo de la segundidad** pero, sin perder (como todo signo **perciano**) la primaridad y la terceridad. Requiere de cualidades sensibles iconizadas convencionalmente desde la escala del grano hasta la "escena" visual que

crystaliza el signo a la manera de una terceridad, de una ley argumental: En este caso es todo un **argumento ideológico** sobre el paisaje criollo y tropical. Ver, "La ciencia de la Semiótica", Ed. Nueva Visión 1974, pág. 29-30.

- (11) El uso, por ejemplo de una postal en el comienzo de un film como "Ter-ciopelo Azul" que establece, aunque demasiado sutilmente, un **contrato narrativo** con el observador.

Es probable que en Cortázar y en Borges encontremos este uso metafórico de la postal.

