

\$450

4

INTRODUCCIÓN

al análisis

de la

IMAGEN

10

Orange
**ICE
LOLLIES**

ONLY NATURAL INGREDIENTS

**Martine
Joly**

LOLI





UNIVERSIDAD DE CIENCIAS
EMPRESARIALES Y SOCIALES

MAESTRÍA EN DIRECCIÓN DE COMUNICACIONES INSTITUCIONALES
DISEÑO Y DIRECCIÓN DE PROGRAMAS DE IDENTIDAD

Joly, Martine (2000) Introducción al análisis
de la imagen. pp 17 a 46 La marca, Buenos Aires

1

¿Qué es una imagen?

1. La noción de imagen: usos y significados

El término imagen es tan utilizado –bajo todo tipo de significaciones sin vínculo aparente– que parece muy difícil darle una definición simple, abarcadora de todos sus sentidos. En efecto, a primera vista, ¿qué tienen en común un dibujo infantil, una película, una pintura rupestre o impresionista, un grafiti, un afiche, una imagen mental, una marca? Y así podríamos seguir... Lo más impactante es que, a pesar de la variedad de significados que tiene esta palabra, la entendemos. Entendemos que indica algo que, aunque no siempre sea visible, se vale de ciertos rasgos visuales y depende de la producción de un sujeto. Imaginario o concreto, la imagen pasa por alguien que la produce o la reconoce.

¿Quiere decir que la “naturaleza” no nos propone imágenes, que éstas son necesariamente culturales? Una de las más antiguas definiciones de la imagen, dada por Platón, desmiente esta suposición: “Llamo imágenes, primero a las sombras, luego a los reflejos que veo en las aguas o en la superficie de cuerpos opacos, pulidos y brillantes y todas las representaciones de este tipo”¹. Imagen, entonces, en el espejo y todo aquello que se vale del mismo proceso de representación. Percibimos entonces

que la imagen sería un segundo objeto en relación con otro al que representaría según ciertas leyes particulares.

Pero antes de seguir hacia una definición teórica de la imagen, exploremos algunos aspectos del uso de la palabra, para intentar delimitar un eje común y también para descubrir cómo nuestra comprensión de la imagen está condicionada por todo un halo de significados, más o menos explícitos, ligados con el término.

1.1 La imagen como imagen mediática

Partamos del sentido común, de los distintos usos de la palabra "imagen", entendidos y repetidos. El uso contemporáneo de la palabra "imagen" a menudo remite a la mediática. La imagen invasora, la imagen omnipresente, la que se critica y la que al mismo tiempo forma parte de la vida cotidiana, es la imagen mediática. Expuesta, comentada, adulada o vilipendiada por los mismos medios de comunicación, la "imagen" se vuelve entonces sinónimo de televisión y de publicidad.

Sin embargo estas palabras no son sinónimos. Es verdad que la publicidad se ve en la televisión, pero también en los diarios, en las revistas, en las calles. Tampoco es únicamente visual. Existe, por ejemplo, la publicidad radiofónica. No obstante, la imagen mediática está representada principalmente por la televisión y por la publicidad visual. Por ejemplo, un rubro del diario *Le Monde* bautizado "Imágenes" comenta programas de televisión; una charla reciente dedicada a la televisión tenía como subtítulo: "Poder y ambigüedad de la imagen"; semanarios no especializados comentan asiduamente publicidades bajo el rubro "Imágenes". La prensa escrita o incluso la radio se refieren a programas de televisión bajo el título de "imágenes".

Esto se explica por la naturaleza mediática tanto de la televisión como de la publicidad, que se dirigen a la mayoría. Todo el mundo las conoce. Se valen constantemente de imágenes. Sin

embargo esta combinación imagen = televisión = publicidad, implica una cantidad de confusiones perjudiciales para la imagen misma, para su uso y para su comprensión.

La primera confusión está en asimilar soporte y contenido. La televisión es un medio, la publicidad contenido. La televisión es un medio particular que, entre otras cosas, puede transmitir publicidad. La publicidad es un mensaje particular que puede materializarse en la televisión, como en el cine, como en la prensa escrita o en la radio. La confusión, que puede parecer poco seria o sin fundamentación real (finalmente se sabe que la publicidad no es toda la televisión ni viceversa), resulta sin embargo pernicioso por el hecho de ser tan repetida. Considerada como una herramienta de promoción, y sobre todo de promoción de sí misma, la televisión tiende a llevar la publicidad a campos laterales como la información o la ficción. Sin duda hay otras causas para esta estandarización de los géneros televisivos: el contagio del flujo televisivo puede pasar por procesos tales como la "espectacularización", o la "ficcionalización". Pero la publicidad, por su carácter repetitivo, se fija en la memoria con más facilidad que cualquiera de las tantas imágenes que nos rodean.

Esto nos lleva a la segunda confusión, más grave aún. Se trata de la confusión entre imagen fija e imagen animada. En efecto, considerar que la imagen contemporánea es la imagen mediática y que la imagen mediática es por excelencia la televisión o el video, significa olvidar que, también ahora en los medios de comunicación, coexisten la fotografía, la pintura, el dibujo, el grabado, la litografía, etc., todo tipo de medios de expresión visual, y que se consideran "imágenes".

Pensar que con la aparición de la televisión se pasó de "la era del arte a la del visionamiento"² es excluir la experiencia, sin embargo real, de la contemplación de imágenes. Contemplación de imágenes fijas mediáticas como los afiches, las publicidades impresas pero también las fotografías de prensa; contemplación

de pinturas, de obras y de todas las creaciones visuales posibles que la tecnología y las infraestructuras contemporáneas hacen posible. Esta contemplación descansa así de la animación permanente de la pantalla chica y permite un acercamiento más reflexivo o más sensible a las obras visuales, de cualquier tipo.

1.2 Recuerdos de imágenes

Por suerte el sentido común siempre atenúa y matiza esta simplificación. De manera más o menos confusa recordamos que "Dios creó al hombre a su imagen y semejanza". Este término de imagen, en este caso fundador, ya no evoca la representación visual sino la semejanza. El hombre-imagen de una perfección absoluta, para la cultura judeo-cristiana, acerca el mundo visible de Platón, sombra, "imagen" del mundo ideal e inteligible, a los fundamentos de la filosofía occidental. Aprendimos que, del mito de la Caverna a la Biblia, nosotros mismos somos imágenes, seres que se asemejan a lo Bello, al Bien y a lo Sagrado.

Nuestra infancia también nos enseñó que podíamos ser "buenos como santos de estampa". La imagen es, entonces, precisamente lo que no se mueve, lo que se queda en su lugar, lo que no habla. Estamos bien lejos de la televisión pero cerca de los libros de imágenes, los primeros libros infantiles donde se aprende a hablar y al mismo tiempo a reconocer las formas y los colores. Ese niño que "es un santo" durante mucho tiempo recibió como recompensa esos libros, imágenes (a veces piadosas). Estas representaciones visuales y coloreadas son imágenes de calma y reconocimiento. Un poco desordenados sin embargo cuando se transformaron en historietas, estos libros de imágenes acunaron nuestra infancia con momentos de descanso y de sueños. "¿Para qué sirve un libro sin imágenes?", pregunta Alicia³. Imágenes inmóviles, fijas, que pueden perdurar aún más bajo la forma de estereotipos y convertirse entonces en una "imagen de Epinal*".

1.3 Imágenes y orígenes⁴

Vemos entonces, a partir de estos ejemplos, que la imagen contemporánea viene de lejos. No surgió aquí y ahora, con la televisión y la publicidad. Aprendimos a asociar con el término "imagen" nociones complejas y contradictorias, que van de la sabiduría a la diversión, de la inmovilidad al movimiento, de la religión a la distracción, de la ilustración a la semejanza, del lenguaje a la sombra. Todo esto lo podemos percibir a través de expresiones cotidianas que emplean la palabra "imagen". Ahora bien, estas expresiones son el reflejo, y el producto también, de toda nuestra historia.

En el comienzo hubo imagen. En cualquier lado que miremos hay imagen. "En todo el mundo el hombre dejó la huella de sus facultades imaginativas en forma de dibujos en las rocas que van de los tiempos más remotos del paleolítico a la era moderna."⁵ Estos dibujos estaban destinados a comunicar mensajes y muchos constituyeron lo que se llamó "precursores de la escritura", utilizando procesos de descripción-representación que contenían sólo un desarrollo esquemático de representación de las cosas reales. "Litogramas" si están dibujados o pintados, "litoglifos" si están grabados o tallados, estas figuras representan los primeros medios de comunicación humana. Se los considera imágenes en la medida en que imitan, esquematizando visualmente, a las personas y a los objetos del mundo real. Se piensa también que estas primeras imágenes podían tener relación con la magia y la religión.

En cuanto a las religiones judeo-cristianas, ellas también tienen que ver con las imágenes. No sólo porque las representaciones religiosas están presentes masivamente a lo largo de toda la historia del arte occidental, sino, en particular, porque la noción de imagen, como también su estatus, representan un problema clave de la cuestión religiosa. El tercer mandamiento de la Biblia, que prohíbe inventar imágenes y prosternarse delante de

ellas, se refería a la imagen como estatua y como dios. Una religión monoteísta debía combatir las imágenes, es decir a los otros dioses. La "guerra de las imágenes" que sacudió Occidente del siglo IV al VII de nuestra era, oponiendo iconolatrías e iconoclastas, es el mejor ejemplo de este cuestionamiento acerca de la naturaleza divina o no de la imagen. Ya más cerca, en el Renacimiento, la cuestión de la separación de la representación religiosa y de la representación profana será el comienzo de la aparición de géneros pictóricos. La iconoclasia bizantina, incluso abolida, influyó toda la historia de la pintura occidental.

En el campo del arte, en efecto, la noción de imagen se relaciona esencialmente con la representación visual: frescos, pinturas, pero también estampas, ilustraciones decorativas, dibujos, grabados, películas, videos, fotografías, incluso imágenes de síntesis. La estatuaría raramente se considera "imagen".

Sin embargo, uno de los sentidos de *imago* en latín, etimología de nuestra palabra "imagen", designa la máscara mortuoria que se vestía en los funerales de la antigua Roma. Esta acepción vincula no sólo la imagen, que puede ser también el espectro o el alma del muerto, con la muerte, sino también con toda la historia del arte y de los ritos fúnebres.

Presente en el origen de la escritura, de las religiones, del arte y del culto a los muertos, la imagen es también un eje en la reflexión filosófica desde la Antigüedad. En particular Platón y Aristóteles son quienes, por las mismas razones, la combatirán o la defenderán. Por el hecho de imitar, para uno engaña, para el otro educa; desvía de la verdad o, por el contrario, conduce al conocimiento. Para el primero, seduce las partes más débiles de nuestra alma; para el segundo, es eficaz por el placer mismo que concede. La única imagen que según Platón puede perdonarse es la imagen "natural" (reflejo o sombra) que de por sí puede convertirse en una herramienta filosófica.

Herramienta de comunicación, divinidad, la imagen se

asemeja o se confunde con lo que representa. Visualmente imitadora, puede engañar como educar. Como reflejo, puede conducir al conocimiento. El más allá, lo sagrado, la muerte, el conocimiento, la verdad, el arte, tales son los campos que vinculamos, si tenemos un poco de memoria, con la simple palabra "imagen". Esta historia, consciente o no, nos constituyó y nos invita a acercarnos a la imagen de una manera compleja, a atribuirle espontáneamente poderes mágicos, ligada como está con todos los grandes mitos.

1.4 Imagen y psiquismo

El término "imagen" se emplea también para hablar de ciertas actividades psíquicas como las representaciones mentales, el sueño, el lenguaje por imágenes, etc. ¿Qué entendemos entonces y, una vez más, qué relación podemos percibir entre los usos evocados anteriormente? No es nuestra intención dar definiciones científicamente correctas de estos términos, sino delimitar lo que entendemos por ellos de la manera más llana.

La imagen mental corresponde a la impresión que tenemos cuando, por ejemplo, leímos o escuchamos una descripción de un lugar, viéndolo casi como si hubiéramos estado allí. Una representación mental se elabora de forma casi alucinatoria, y parece tomar prestadas sus características de la visión.

La imagen mental se distingue del esquema mental que concentra los rasgos visuales suficientes y necesarios para reconocer un dibujo, una forma visual cualquiera. Se trata entonces de un modelo perceptivo de objeto, de una estructura formal que interiorizamos y asociamos con un objeto y que algunos rasgos visuales mínimos alcanzan a evocar: la silueta de un ser humano que se reduce a dos círculos superpuestos y a cuatro trazos para los miembros, como en los dibujos comunicacionales primitivos de los que hablamos anteriormente o los dibujos infantiles a partir de cierta etapa, es decir después de que los niños hayan

interiorizado precisamente el "esquema corporal". Para los psicoanalistas, la elaboración de este esquema corporal, a partir de la imagen virtual del propio cuerpo que el niño capta en el espejo, constituye un "estadio" fundamental de su elaboración psíquica y de la formación de su personalidad⁶.

Lo que nos interesa de la imagen mental es esta impresión dominante de visualización que se asemeja a la del fantasma o del sueño. Y cuando nos dedicamos a demostrar el parentesco entre ver una película y la actividad psíquica del fantasma o del sueño⁷, es al revés de lo que todos experimentamos primero: cuando recordamos un sueño, tenemos la impresión de recordar una película. No tanto porque vimos, sino porque nos despertamos y entonces nos dimos cuenta de que la "historia" (o las situaciones del sueño) no eran reales. El sueño provoca una alucinación visual, es cierto, pero otras sensaciones están también comprometidas, como el tacto o el olfato, algo que sólo recientemente se intentó en el cine. Sin embargo es el recuerdo visual el que predomina y se considerará como las "imágenes" del sueño; el recuerdo visual y la impresión de un perfecto parecido con la realidad. El hecho de que el parecido o la analogía entre la imagen y lo real sea una construcción mental en sí misma no nos interesa demasiado por ahora. Lo que nos importa es constatar que lo que consideramos imágenes mentales conjuga esta doble impresión de visualización y de semejanza.

Cuando se habla de "imagen de uno mismo" o de "imagen de marca", se hace alusión a operaciones mentales, individuales o colectivas, que esta vez insisten más en el aspecto constructivo e identificador de la representación que en el aspecto visual o de semejanza. Incluso sin tener un conocimiento particular acerca del complejo concepto de representación (que puede concernir a la psicología, el psicoanálisis, las matemáticas, la pintura, el teatro, el derecho, etc.), entendemos que se trata de una elaboración que compete a lo psicológico o a lo sociológico. La

banalización del empleo de la palabra "imagen" en este sentido, y la facilidad con la que parece comprenderse, resulta asombrosa. En efecto, trabajar sobre la "imagen de" la empresa, la "imagen de" tal político, la "imagen de" tal profesión, la "imagen de" tal medio de transporte, etc. se ha convertido en la expresión más utilizada en el vocabulario del marketing, la publicidad o las profesiones de la comunicación en todas sus formas: prensa, televisión, comunicación empresarial o de colectividades locales, comunicación política y así podríamos seguir. Estudiar la "imagen de", modificarla, construirla, reemplazarla, etc. es la palabra clave de la eficacia, sea comercial⁸ o política.

También se estudia con sumo placer en ciencias humanas la "imagen de la mujer" o "del médico" o "de la guerra" en tal o cual cineasta, es decir en el registro de las imágenes. De la misma manera podemos utilizar imágenes (afiches, fotografías) para construir la "imagen" de alguien: las campañas electorales son una fiel representación (con mayor o menor éxito, según el caso)⁹ de este tipo de método. Todo el mundo comprende que se trata de estudiar o de provocar asociaciones mentales sistemáticas (más o menos justificadas) que sirven para identificar tal o cual objeto, tal o cual persona, tal o cual profesión atribuyéndoles cierta cantidad de cualidades socioculturalmente elaboradas.

Nos podemos preguntar cuál es el punto común entre una imagen filmica o una imagen fotográfica y la representación mental que proponen de una categoría social o de una persona, y que también llamamos "imagen". Este punto parece tan común que no dudamos en usar el mismo término para designarlos, sin provocar por ello confusión interpretativa. Esta ausencia de confusión es más sorprendente aún ya que tiene que ver aquí con otro tipo de imagen: una imagen verbal, una metáfora. En efecto, para hacerse entender mejor, o para aprovechar mejor las posibilidades expresivas que brinda la lengua, podemos también recurrir a las "imágenes".

La "imagen", en la lengua, podríamos decir que es el nombre común que se le da a la metáfora. La metáfora es la figura más utilizada, la más conocida y la más estudiada por la retórica, a la que el diccionario le da el sinónimo de "imagen". Lo que sabemos de la metáfora verbal, o del hablar por medio de "imágenes", es que consiste en emplear una palabra por otra dada su relación analógica o comparativa. Cuando Juliette Drouet le escribe a Victor Hugo: "Eres mi león soberbio y generoso", no significa que efectivamente sea un león sino que ella le atribuye, por comparación, cualidades de nobleza y prestancia del león, rey de los animales. Este método, extremadamente banal, habitualmente pasa tan inadvertido que la figura se olvida: ¿quién tiene presente que a las "patas" de una silla se las llama así porque inicialmente hicieron pensar en las patas de un animal?

Sin embargo la "imagen", o la metáfora, pueden ser también un proceso de expresión extremadamente rico, inesperado, creativo e incluso cognitivo, cuando la cercanía entre los dos términos (explícito o implícito) necesita la imaginación y el hallazgo de puntos comunes insospechados entre ellos. Fue uno de los principios de funcionamiento de "la imagen surrealista", en literatura por supuesto pero también por extensión en pintura (Magritte, Dalí), o en cine (Buñuel). Otras imágenes...

Esta proliferación de usos de la palabra "imagen" sin embargo no da cuenta de lo que designamos, a veces con miedo, como "la proliferación de imágenes". En la vida diaria, la televisión propone cada vez más emisiones, ofrece la oportunidad de utilizar una cantidad de videojuegos que contienen imágenes, incluso rudimentarias. La computadora, por su lado, permite utilizar imágenes gracias a software de creación de imágenes o de simulación visuales. Pero que exista una multiplicación de imágenes es una cosa, que sean sinónimos de imagen y únicamente de imagen es otra. El sonido y la escritura, por ejemplo, ocupan también un lugar, y no tan pequeño, en las pantallas.

1.5 La imagería científica

Las imágenes y su potencial se desarrollan en todos los campos científicos: de la astronomía a la medicina, de las matemáticas a la meteorología, de la geodinámica a la física y la astrofísica, de la informática a la biología, etcétera.

En todos estos campos distintos las imágenes son visualizaciones de fenómenos. Lo que las distingue unas de otras fundamentalmente, dejando de lado por supuesto las tecnologías más o menos avanzadas que utilizan, es que son o imágenes "verdaderas" o "reales", es decir que permiten una observación más o menos directa y más o menos sofisticada de la realidad, o son simulaciones numéricas.

Las imágenes que ayudan a observar e interpretar los diferentes fenómenos se producen a partir de registros de fenómenos físicos: el registro de rayos luminosos en los comienzos de la fotografía, por ejemplo, permite a los satélites vigilar y prever fenómenos meteorológicos; a las sondas astronómicas, filmar los planetas más lejanos, como a las microcámaras filmar el interior del cuerpo humano.

Este tipo de registro ya hace tiempo que no es el único. En medicina, por ejemplo, la radiografía, gracias al uso de rayos X, permite exploraciones más específicas. Otra clase de métodos coexisten, como el scanner y el uso de rayos láser, o las imágenes por resonancia magnética. La ecografía, que registra las ondas sonoras, las representa luego en una pantalla que las "traduce" visualmente.

Las imágenes visuales pueden también, a partir del registro de rayos infrarrojos, indicar el nivel de calor de la atmósfera como de ciertas partes del cuerpo humano. El electrocardiograma o el electroencefalograma nos han habituado ya a la transcripción visual del registro de la electricidad. Del mismo modo, el registro del movimiento favorece investigaciones tales como la oculometría: la transcripción en pantalla del movimiento de

los ojos de un espectador mirando una imagen, unido a la detección de ondas emitidas por el cerebro, permite detectar los objetos y la intensidad de la atención del espectador.

Otros instrumentos de observación extremadamente potentes como los telescopios o microscopios electrónicos apuntan a observar y luego a reproducir en "imágenes" lo infinitamente grande (galaxias) como lo infinitamente pequeño (moléculas).

Sin embargo, la interpretación de estas imágenes no se contenta con la mera observación. A menudo pide apoyo a modelizaciones numéricas; ya sea para verificar la observación o para completarla. Estas imágenes de síntesis, simulando fenómenos observados, como la turbulencia de las nubes o de los océanos, la tercera dimensión de una molécula, pueden servir para comprender lo que la observación por sí misma no permite. Pero la imagen numérica puede también aislar las informaciones a observar en la imagen "real", que a menudo es tan rica que no se sabe a primera vista leerla correctamente, porque se comienza a leer lo que ya se conoce.

Las simulaciones pueden servir también como sustitutos razonados de lo inobservable. Es el caso, en medicina por ejemplo, de la representación visual del virus del sida o de la exploración del interior virtual de un órgano para preparar una operación. En urbanismo, en la industria del automóvil, en el campo nuclear, para la exploración del espacio y el entrenamiento a la ingravidez, para aprender la conducta de los trenes de gran velocidad, de automóviles o aviones, la simulación por imágenes de síntesis es ya indispensable. La infografía, la utilización de interfaces sofisticadas con robots, permiten testear situaciones materialmente impracticables como las colisiones, la resistencia a los choques, la evolución de un incendio o de un huracán.

En matemáticas, el término "imagen" puede tener un sentido específico y un sentido más general: una imagen matemática es una representación diferente de un mismo objeto al cual es

equivalente y no idéntico. Es el mismo objeto visto desde otro ángulo: una anamorfosis, una proyección geométrica pueden ser ejemplos de esta "teoría de representaciones". Pero las matemáticas utilizan también "imágenes" como los gráficos, las figuras o la imagen numérica para representar visualmente ecuaciones o para hacer evolucionar formas, observar sus deformaciones y buscar las leyes que las rigen. Leyes que pueden concernir y explicar a su vez fenómenos físicos.

Esta interacción en el campo científico entre imágenes "reales", cada vez más potentes y exactas, e imágenes numéricas, cada vez más efectivas y anticipadoras, muestra hasta qué punto la interpretación de imágenes científicas —y sus consecuencias— es tarea de especialistas.

Como el cuerpo sufriente de un enfermo todo corre el riesgo de desaparecer en beneficio de sus múltiples representaciones visuales. La humanidad y su devenir, ¿corren el riesgo de perderse en sus "imágenes"?

1.6 Las "nuevas imágenes"

"Nuevas imágenes": así se llama a las imágenes de síntesis producidas por computadora, que pasaron en estos últimos años de la representación en tres dimensiones al estándar de cine, 35 mm, y las que podemos ver ahora en pantallas gigantes de gran definición¹⁰.

Softwares cada vez más potentes y sofisticados permiten crear universos virtuales, que pueden darse como tal pero también trucar cualquier imagen aparentemente "real". Toda imagen es desde entonces manipulable y puede perturbar la distinción entre "real" y virtual.

Los videojuegos sin duda banalizaron las imágenes de síntesis, todavía relativamente rudimentarias. Pero los simuladores de vuelo, heredados de los entrenamientos de los pilotos norteamericanos, entraron ya al mundo civil en instalaciones donde

el espectador experimenta los movimientos ligados con los espacios que atraviesa virtualmente. Es el caso de las cabinas lúdicas de simulación de vuelo, pero también las salas de cine donde el movimiento de los asientos sigue el relieve de los paisajes visualizados y atravesados virtualmente.

Más ilusorio aún resulta el montaje de imágenes interactivas que permite sumergir totalmente al espectador en un universo virtual, con una visión en relieve de 360°. Cascos y guantes permiten desarrollar y tomar objetos totalmente imaginarios. Ski en la habitación, guerra de las galaxias a domicilio, estos proyectos de vulgarización ya existen en todas partes. Algunos juegos permiten desarrollar un clon de uno mismo en un decorado totalmente virtual. Estas prácticas prevén investigaciones más complejas sobre la estimulación simultánea de varios sentidos sin esfuerzo, *feed-back* sensoriales múltiples, destinados a acercarse cada vez más a situaciones reales.

La publicidad y los clips inauguraron métodos de trucaje y de efectos especiales que encontramos desde entonces en las películas de ciencia ficción. La "truca digital" produce efectos especiales identificables y otros imperceptibles. El *morphing*, que consiste en operar transformaciones digitales sobre imágenes "reales" escaneadas, permite manipulaciones ilimitadas de imágenes que ofrecen desarrollos "fantásticos" para la ficción, la publicidad o los clips, pero que crea sus dudas si pensamos en la información.

Ciertos procedimientos sintéticos permiten también la multiplicación de interfaces entre diferentes tipos de imágenes, como la introducción de imágenes de síntesis en decorados "reales" y viceversa. Más allá del juego, este método puede evitar grandes gastos en la construcción de prototipos experimentales.

El holograma, una imagen láser en tres dimensiones, también forma parte de estas nuevas imágenes desconcertantes por su aspecto realista por un lado, pero también por su aspecto

fantasmático de doble perfecto, que flota suspendido en el aire.

Estas "nuevas" imágenes también se llaman imágenes "virtuales", en la medida en que proponen mundos simulados, imaginarios, ilusorios. Ahora bien, esta expresión de imagen "virtual" no es nueva; en óptica designa una imagen producida por la prolongación de los rayos luminosos: por ejemplo, la imagen en la fuente o en el espejo. Imágenes fundadoras ya de un imaginario rico y productivo. Pero sólo Narciso, Alicia ¹¹ u Orfeo ¹², hasta ahora, pasaron del otro lado del espejo.

1.7 La imagen-Proteo

En la *Odisea*, Proteo era uno de los dioses del mar. Tenía el poder de tomar cualquier forma que deseara: animal, vegetal, agua, fuego... Utilizaba este poder particularmente para apartarse de los preguntones, porque poseía también el don de la profecía.

El panorama de los distintos usos de la palabra "imagen", aunque no sea exhaustivo, provoca vértigo y nos recuerda al dios Proteo: pareciera que la imagen puede ser todo y su opuesto, visual e inmaterial, fabricada y "natural", real y virtual, móvil e inmóvil, sagrada y profana, antigua y contemporánea, vinculada con la vida y con la muerte, analógica, comparativa, convencional, expresiva, comunicativa, constructiva y destructiva, benéfica y amenazante...

Y sin embargo, esta imagen proteiforme no bloquea su uso ni su comprensión. Es una apariencia que, a nuestro parecer, plantea dos puntos al menos sobre los que esta obra propone reflexionar.

El primer punto es que necesariamente existe un eje común a todas estas significaciones evitando la confusión mental. Creemos que sólo una reflexión teórica puede ayudarnos a ver más claro y encontrar ese eje.

El segundo punto es que, para comprender mejor las imágenes,

su especificidad como los mensajes que transmiten, es necesario un esfuerzo mínimo de análisis. Pero no podemos analizar estas imágenes si no sabemos de qué estamos hablando, ni por qué queremos hacerlo. Nos dedicaremos entonces a esto.

2. La imagen y la teoría semiótica

2.1 El enfoque semiótico

Dijimos que un enfoque teórico de la imagen podría ayudarnos a comprender su especificidad. En realidad, teniendo en cuenta los distintos aspectos de la imagen que mencionamos anteriormente, varias teorías pueden abordar la imagen: teoría de la imagen en matemáticas, en informática, en estética, en psicología, en psicoanálisis, en sociología, en retórica, etc. Y caemos de nuevo en la complejidad precedente.

Para salir de esto debemos acudir a una teoría más general, más globalizante, que nos permita ir más allá de las categorías funcionales de la imagen. Esta teoría es la semiótica.

En efecto, el enfoque analítico que proponemos aquí depende de ciertas elecciones: la primera sería abordar la imagen bajo el ángulo de la significación y no bajo el de la emoción o del placer estético, por ejemplo.

Incluso, aunque las cosas no siempre fueron formuladas de la misma manera, actualmente podemos decir que abordar o estudiar ciertos fenómenos bajo su aspecto semiótico es considerar su *modo de producción de sentido*; en otras palabras, la manera en que provocan significaciones, es decir interpretaciones. En efecto, un signo no es "signo" si no "expresa ideas", si no provoca en el ánimo de quien o de quienes lo perciben una tarea interpretativa.

Bajo este punto de vista podemos decir que todo puede ser signo, porque, a partir de que somos seres socializados, aprendi-

mos a interpretar el mundo que nos rodea, sea cultural o "natural". Pero el propósito del semiólogo no es el de descifrar el mundo, ni de enumerar las distintas significaciones que damos a los objetos, a las situaciones, a los fenómenos naturales, etc. Ese podrá ser el trabajo del etnólogo. O del antropólogo, del sociólogo, del psicólogo o incluso del filósofo.

El trabajo del semiólogo consistirá más bien en ver si existen distintas categorías de signos, si estos distintos signos tienen una especificidad y leyes propias de organización, procesos de significación particulares.

2.2 Orígenes de la semiótica

La semiótica, en ciencias humanas, es una disciplina reciente. Surgió a comienzos del siglo XX y no cuenta entonces con la "legitimidad" de las disciplinas más antiguas como la filosofía, y menos aún la de las ciencias llamadas "duras" como las matemáticas o la física. Al igual que otros campos teóricos nuevos (el psicoanálisis, por ejemplo, que se constituyó más o menos en la misma época), todavía padece el efecto de las modas, el entusiasmo o el rechazo. Esto no siempre es muy serio y no impide una reflexión nueva y dinámica para evolucionar, para progresar, para ir más allá de ciertas ingenuidades iniciales y sobre todo para ayudar a comprender muchos aspectos de la comunicación humana y animal.

La semiótica no nació de un día para otro y tiene raíces muy antiguas. Sus ancestros se remontan a la Grecia antigua y se encuentran tanto en la medicina como en la filosofía del lenguaje.

Precisemos primero la etimología de "semiótica", como la de "semiología", término usado también con frecuencia. Señalemos al pasar, aunque la cosa sea más compleja, que los dos términos no son sin embargo sinónimos: el primero, de origen norteamericano, es el término canónico que designa la semiótica como filosofía del lenguaje. El uso del segundo, de origen

Europeo, se comprende más bien como el estudio de lenguajes particulares (imagen, gestos, teatro, etc.). Estos dos sustantivos nacen a partir de la palabra griega *semeion* que quiere decir "signo". De esta forma encontramos desde la Antigüedad una disciplina de la medicina que se llama "semiología". Consiste en estudiar la interpretación de los signos o también de los síntomas de distintas enfermedades. La "semiología" –o "semeiología"– médica es una disciplina que siempre se estudia en medicina.

Pero los antiguos no consideraban signos sólo a los síntomas médicos. También consideraban al lenguaje como una categoría de signos, o de símbolos, que sirven a los hombres para comunicarse. El concepto de signo es entonces muy antiguo y designa algo que percibimos –colores, calor, formas, sonidos– y a lo que damos una significación.

La idea de elaborar una ciencia de los signos, bautizada entonces desde sus comienzos semiología o semiótica, consistirá en estudiar los distintos tipos de signos que interpretamos, en trazar una tipología, en encontrar leyes de funcionamiento de las distintas categorías de signos. Esta idea es reciente y se remonta a principios de este siglo. Los grandes precursores son el lingüista Ferdinand de Saussure¹³, en Europa, y el científico Charles Sanders Peirce¹⁴, en Estados Unidos.

2.3 Lingüística y semiología

Saussure, quien consagró su vida a estudiar la lengua, partió precisamente del principio según el cual la lengua no era el único "sistema de signos que expresan ideas" del que nos servimos para comunicar.

Imaginó entonces la "semiología" como una "ciencia general de signos"¹⁵ a inventar y dentro de la cual la lingüística, estudio sistemático de la lengua, ocuparía el primer lugar y sería su campo de estudio.

Saussure se dedicó luego a aislar las unidades constitutivas de la lengua: primero los sonidos y fonemas, desprovistos de sentido, luego las unidades mínimas de significación: los morfemas (*grosso modo* el equivalente de la palabra) o signos lingüísticos. Al estudiar después la naturaleza del signo lingüístico, Saussure lo describió como una entidad psíquica con dos aspectos indisociables que unen un significante (los sonidos) con un significado (el concepto): el conjunto de sonidos "árbol" está vinculado no con el árbol real que puede estar delante mío, sino con el concepto de árbol, herramienta intelectual que construí a partir de mi experiencia. Esta entidad Saussure la representó bajo la forma del famoso diagrama:

Sdo

Ste

La especificidad de la relación entre los sonidos y el sentido en la lengua, o entre el significante y el significado, enseguida se declaró "arbitrario", es decir convencional, por oposición a una relación llamada "motivada" cuando tiene justificaciones "naturales", como la analogía o la contigüidad: "la idea de hermana no está ligada por ninguna relación interior con la secuencia de sonidos 'hermana', explica Saussure, mientras que un dibujo o una pintura de un retrato será, a su vez, un signo 'motivado' por la semejanza, una huella de pisadas o de manos, por la contigüidad física que constituye su causalidad".

Saussure se dedicó a descubrir la forma de los signos lingüísticos (su morfología), las grandes reglas de funcionamiento del lenguaje. Planteó principios metodológicos tales como los de oposición, conmutación o permutación;

en síntesis, inauguró una tarea tan nueva y tan importante como la que él mismo anunció: “la lengua, el más complejo y el más generalizado sistema de expresión, es también el más característico de todos; en este sentido, la lingüística puede convertirse en el patrón general de toda semiología, aunque la lengua no sea más que un sistema particular.

Hizo falta casi un siglo para que los investigadores se desprendieran de tal profecía y de lo que se llamó “la supremacía del sistema lingüístico” para el análisis de otros sistemas de signos. Sin embargo, sigue resultando operativo para la comprensión de muchos aspectos del mensaje, sea cual fuere su forma, y no puede ser dejada radicalmente de lado.

Nuestro propósito aquí no es exponer la historia y los distintos desarrollos de la teoría desde su aparición, incluso tampoco para lo que concierne a la imagen. Se podrá encontrar este tipo de exposiciones en otra parte. Lo que queremos es presentar de manera sucinta los grandes principios que, según nosotros, resultan operativos para llegar a comprender mejor lo que es una imagen, lo que “dice” una imagen, y sobre todo, *cómo* lo dice.

2.4 Hacia una “teoría de los signos”

El trabajo de Peirce¹⁶ trata este aspecto particularmentepreciado. No se decidió a estudiar primero la lengua, sino que intentó pensar desde el comienzo una teoría general de los signos (*semiotics*) y una tipología, muy general, que comprende la lengua, por supuesto, pero inserta y relativizada en una perspectiva más amplia.

Un signo tiene una materialidad que percibimos con uno o varios de nuestros sentidos. Podemos verlo (un objeto, un color, un gesto), oírlo (lenguaje articulado, grito, música,

ruido), sentirlo (olores diversos: perfume, humo), tocarlo o aun saborearlo.

Esta cosa que percibimos tiene lugar a partir de alguna otra cosa; es la particularidad esencial del signo estar allí, presente, para designar o significar otra cosa, ausente, concreta o abstracta.

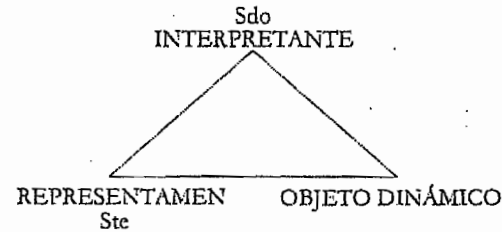
El rubor, la palidez, pueden ser signos de enfermedad o de emoción, los sonidos de la lengua que percibo son signos de los conceptos que aprendí a asociar; el humo que huelo es signo de fuego; el olor a pan fresco, signo de panadería cerca; el color gris de las nubes es signo de lluvia; tal como cierto gesto con la mano, una carta o una llamada telefónica pueden ser signos de amistad; puedo creer también que ver un gato negro es un signo de mala suerte; un semáforo en rojo en una esquina, es un signo que prohíbe cruzar con el auto y así podríamos seguir. Vemos que todo puede ser signo en cuanto deduzco una significación que depende de mi cultura, como del contexto de aparición del signo. “Un objeto de lo real no es un signo de lo que es pero puede ser signo de alguna otra cosa.”¹⁷

Ese objeto real puede constituir un acto de comunicación desde el momento en que me es destinado intencionalmente (un saludo, una carta), o proporcionarme información simplemente porque aprendí a descifrarlo (una postura, un tipo de vestimenta, un cielo gris).

Para Pierce, “un signo es algo que representa algo para alguien en algún aspecto o carácter”¹⁸.

Esta definición tiene el mérito de mostrar que un signo mantiene una relación solidaria al menos entre tres polos (y ya no sólo dos como en Saussure); la parte perceptible del signo: “representamen”, o significante (Ste), lo que representa: “objeto” o referente y lo que significa: “interpretante” o significado (Sdo).

Esta triangulación representa la dinámica de todo signo en cuanto proceso semiótico, cuya significación depende tanto del contexto de aparición como de la expectativa del receptor.



2.5 Diferentes tipos de signos

En la lengua una palabra remite a un concepto que puede no obstante variar según las circunstancias. A menudo percibimos sonidos tan familiares que los dejamos de lado para concentrarnos en seguida en su significación. Es lo que se llama "la transparencia del significante". Sin embargo basta con oír hablar un idioma que no conocemos para redescubrir que una lengua está hecha primero de sonidos.

Oímos, por ejemplo, el conjunto de sonidos cuya transcripción gráfica conocemos bajo la forma de "tapón". Estos sonidos, que constituyen la parte significante, es decir percibida, de la palabra (o signo lingüístico), tienen lugar a partir del, o remiten al, concepto de "la pieza comúnmente cilíndrica que entra en el cuello de una botella y está destinada a tapanla", pero mientras preparo la cena y escucho las noticias para informarme acerca del estado de las rutas al regreso de las vacaciones, el mismo significante (tapón) tendrá una significación (o un significado) muy distinto.

Estas variaciones de interpretación no sólo conciernen a los signos lingüísticos sino a todo tipo de signos, incluso los naturales.

Una esfera luminosa en posición oblicua en el cielo será reconocida como el sol, pero podrá ser signo de invierno en regiones templadas o de pleno verano en regiones nórdicas.

Un traje, una camisa y una corbata, se consideran una vestimenta estricta en Occidente. Las mismas prendas, vestidas en ocasión de una ceremonia oficial, significan la conformidad a la costumbre. Llevadas en una salida con amigos vestidos de manera casual, pueden significar distancia o disfraz.

El ejemplo de la "imagen" es más convincente aún y puede ayudar a entender mejor su naturaleza de signo: una fotografía (significante) que representa un feliz grupo de personas (referente) puede significar, según el contexto, "foto de familia" o, en una publicidad, "alegría" o "convivencia feliz" (significados).

Así, aunque los signos puedan ser múltiples y variados, todos tendrían, según Peirce, una estructura común que implica esta dinámica tripolar, la que une el significante con el referente y con el significado.

Aunque los signos tengan una estructura común, no por eso son idénticos: una palabra no es lo mismo que una fotografía, ni que una vestimenta, ni que un cartel ni que una nube, ni que una postura, etc. Y sin embargo todos pueden *significar algo más que ellos mismos* y entonces constituirse en signos. Para distinguir la especificidad de cada tipo de signo, Peirce propuso una clasificación excesivamente compleja.

Distinguiremos aquí un aspecto muy conocido de esta clasificación, aunque resulte particularmente parcial, porque puede ser muy útil para comprender el funcionamiento de la imagen como signo.

Se trata de la clasificación donde los signos se distinguen en función del tipo de relación que existe entre el significante (la parte perceptible) y el referente (lo representado,

el objeto) y no el significado. En esta perspectiva, Peirce propone distinguir tres grandes tipos de signos: el ícono, el índice y el símbolo.

El *ícono* corresponde a la clase de signos cuyo significante mantiene una relación de analogía con lo que representa, es decir con su referente. Un dibujo figurativo, una fotografía, una imagen de síntesis que represente un árbol o una casa, son íconos en la medida en que "se asemejan" a un árbol o a una casa.

Pero la semejanza puede ser otra, no sólo visual. La grabación o la imitación del galope de un caballo pueden ser también, en teoría, consideradas como ícono, al igual que cualquier otro signo imitativo: perfumes sintéticos de algunos juguetes infantiles, gusto sintético de ciertos alimentos, la cuerina que al tacto imita al cuero.

El *índice* o *índice* corresponde a la clase de signos que mantienen una relación causal de contigüidad física con lo que representan. Es el caso de los signos llamados "naturales", como la palidez para el agotamiento, el humo para el fuego, la nube para la lluvia, pero también la huella que deja el caminante en la arena, o el neumático de un automóvil en el barro.

Finalmente, el *símbolo* corresponde a la clase de signos que mantienen con su referente una relación de convención. Los símbolos clásicos tales como las banderas para los países, o la paloma para la paz, entran en esta categoría pero también el lenguaje, considerado aquí como un sistema de signos convencionales.

Esta clasificación ha sido tan explotada cuanto también sumamente criticada.

Si aquí la rescatamos es porque nos parece particularmente útil para comprender las imágenes y sus distintos tipos, como también para comprender su modo de funcionamiento. Por

supuesto hay que tener en cuenta sus diversos matices y fue Peirce el primero en dedicarse a ello, precisando que no existe un signo puro, sino sólo características dominantes.

Un ícono tan evidente como un dibujo realista tiene una parte de convención representativa y entonces de símbolo, en el sentido que Peirce otorga al término. No queremos hablar aquí de las significaciones convencionales que podemos dar a un dibujo, incluso al más realista (como la paz para el dibujo de una paloma) sino demostrar que la manera de dibujar en sí misma respeta reglas representativas convenidas, como la de la perspectiva, por ejemplo.

Incluso el índice puede tener una dimensión icónica cuando se asemeja a lo que representa: las huellas de pasos o de neumáticos se asemejan al pie o a los neumáticos mismos. En fin, los signos convencionales pueden tener su parte de iconicidad: las onomatopeyas, en la lengua (cocoricó, por ejemplo), se asemejan a lo que representan al igual que ciertos símbolos como los anillos de la bandera olímpica para representar a los cinco continentes y en consecuencia a las entidades nacionales.

2.6 La imagen como signo

En lo que concierne a la imagen, Peirce no se detiene allí en su tipología de signo; efectivamente, la va a hacer entrar en su clasificación como una subcategoría del ícono.

En efecto, si considera que el ícono corresponde a la clase de signos cuyo significante tiene una relación analógica con lo que representa, también considera que se pueden distinguir distintos tipos de analogía y entonces distintos tipos de ícono, que son la imagen propiamente dicha, el diagrama y la metáfora.

La categoría de la *imagen* se asemeja entonces a los íconos que mantienen una relación de analogía cualitativa entre el

significante y el referente. Un dibujo, una foto, una pintura figurativa retoman las cualidades formales de su referente: formas, colores, proporciones, que permiten reconocerlos.

El *diagrama* a su vez utiliza una analogía relacional, interna al objeto; así, el organigrama de una sociedad representa su organización jerárquica, el plano de un motor representa la interacción de las distintas piezas, mientras que una fotografía sería la imagen de ello.

Finalmente, la *metáfora* sería un ícono que trabaja a partir de un paralelismo cualitativo. Recordemos que la metáfora es una figura retórica. En la época en la que Peirce trabajaba, aún se consideraba que la retórica no concernía sino a un tratamiento particular de la lengua. Luego se descubrió que la retórica era general y que sus mecanismos podían concernir a todo tipo de lenguaje, verbales o no. Pero en eso también Peirce es un pionero al considerar que los hechos de la lengua, para él en principio “símbolos”, utilizan sin embargo procesos generalizables, de los cuales algunos, según él, competen a la categoría de ícono. Recordemos que en el ejemplo de metáfora que dimos anteriormente, el término de “león”, explícitamente formulado, ponía implícitamente en paralelo (comparaba) las cualidades del león (fuerza y nobleza) con las de Victor Hugo.

Si recapitulamos entonces la definición teórica de imagen, según Peirce, constatamos que no corresponde a todos los tipos de íconos, que sólo es visual, pero que se corresponde bien con la imagen visual que debatirán los teóricos cuando hablen de *signo icónico*. La imagen no es lo importante del ícono, pero toda ella es un signo icónico, al igual que el diagrama y la metáfora.

Aunque la imagen sea sólo visual, está claro que, cuando se quiso estudiar el lenguaje de la imagen y apareció la *semiología de la imagen*, hacia mediados de siglo, esta semiología se dedicó esencialmente al estudio de los mensajes visuales. La imagen se convirtió entonces en sinónimo de “representación visual”. La pre-

gunta inaugural de Barthes, “¿Cómo les llega el sentido a las imágenes?”¹⁹, correspondería a la pregunta: “¿Los mensajes visuales utilizan un lenguaje específico?” “Si es así, ¿cuál es, de qué unidades se constituye, en qué se diferencia del lenguaje verbal?, etcétera”. Esta reducción a lo visual no por ello simplificó las cosas, y rápidamente se percibió que incluso una imagen fija y única, que podía constituir un mensaje mínimo en relación con la imagen en secuencia, fija y sobre todo animada (donde la semiología del cine mostrará toda su complejidad), constituía un mensaje muy complejo. El objetivo de esta obra es precisamente recordar algunos de sus grandes principios de funcionamiento.

El primer gran principio para retener es, sin duda, para nosotros, que eso que llamamos “imagen” es *heterogéneo*. Es decir que se asemeja y coordina en el seno de un marco (de un límite), distintas categorías de signo; “imágenes” en el sentido teórico del término (*signos icónicos*, analógicos), pero también *signos plásticos*: colores, formas, composición interna, textura, y la mayor parte del tiempo también *signos lingüísticos*, del lenguaje verbal. Es su relación, su interacción lo que produce el sentido que aprendimos de manera más o menos consciente a descifrar y que una observación más sistemática nos ayudará a comprender mejor.

Antes de abordar este tipo de observación, hace falta reexaminar eso que algunos instrumentos de la teoría semiótica que hemos evocado nos permiten discernir acerca del uso múltiple y aparentemente babélico del término imagen.

2.7 Cómo ayuda la teoría a comprender el uso de la palabra “imagen”

El punto común entre las distintas significaciones de la palabra “imagen” (imágenes visuales / imágenes mentales / imágenes virtuales) parece ser ante todo el de *analogía*. Material o

inmaterial, visual o no, natural o fabricada, una "imagen" es antes que nada *algo que se asemeja a otra cosa*.

Incluso cuando se trata de una imagen mental y no concreta, hasta el criterio de semejanza la define: ya sea que se asemeje a la visión natural de las cosas (el sueño, la fantasía) o que se construya a partir de un paralelismo cualitativo (metáfora verbal, imagen de sí, imagen concreta).

La primera consecuencia de esta observación es constatar que ese denominador común que es la analogía, o la semejanza, ya de entrada ubica a la imagen en la categoría de las representaciones. Si se asemeja, es que no es la cosa misma; su función es entonces la de evocar, la de significar otra cosa que ella misma utilizando el proceso de la semejanza. Si la imagen se percibe como *representación*, esto quiere decir que la imagen se percibe como *signo*.

Segunda consecuencia: se percibe como *signo analógico*. La semejanza es su principio de funcionamiento. Antes de seguir preguntándonos acerca del proceso de semejanza, podemos en efecto constatar que el problema de la imagen es el mismo que el de la semejanza, que las dudas que suscita surgen precisamente de las variaciones de la semejanza: la imagen puede volverse peligrosa tanto por exceso como por defecto de semejanza. Una gran semejanza provocaría la confusión entre la imagen y lo representado. Muy poca semejanza, una ilegibilidad molesta e inútil.

Vemos entonces que la teoría semiótica, que propone considerar a la imagen como ícono, es decir como signo analógico, está de acuerdo con su uso y puede permitirnos comprenderlo mejor.

Si la imagen se percibe sin más como un signo, como representación analógica, podemos sin embargo notar entonces una distinción mayor entre los distintos tipos de imágenes: existen las imágenes fabricadas y las imágenes como registro. Se trata de una distinción fundamental.

2.8 Imitación / huella / convención

Las imágenes fabricadas *imitan* más o menos correctamente un modelo o, como en el caso de las imágenes científicas de síntesis, lo proponen. Su mayor capacidad es entonces la de imitar con tanta perfección que puedan volverse "virtuales" y dar incluso una ilusión de realidad no obstante sin serlo. Resultan así perfectos "análogos" de lo real. *Íconos perfectos*.

Las imágenes como registro a menudo se asemejan a lo que representan. La fotografía, el video, el cine se consideran imágenes perfectamente semejantes, íconos puros, tanto más fiables en cuanto son registros hechos a partir de ondas emitidas por las cosas mismas.

Lo que distingue a estas imágenes de las imágenes fabricadas, es que son *huellas*.

En teoría entonces son *índices* antes de ser íconos. Su fuerza viene de aquí. Hemos visto, en particular en lo que se refiere a la imaginería científica, que estas imágenes-huella abundan. Aunque en la mayoría de los casos son identificables para el que no es un especialista, extraen su poder de convicción a partir de su aspecto indicador y ya no de su carácter icónico. *La semejanza deja paso al indicio*. En este caso, la opacidad otorga entonces a la imagen la fuerza de la cosa misma y provoca el olvido de su carácter representativo. Y ya veremos que es este olvido (mucho más que una semejanza excesiva) lo que más incita a la confusión entre imagen y cosa.

En efecto, no hay que olvidar que si toda imagen es representación, esto implica que necesariamente utiliza reglas de construcción. Si estas representaciones llegan a comprenderlas otros que los que las inventaron es porque hay entre ellas un mínimo de convención sociocultural; dicho de otra forma, porque le deben una gran parte de su significación a su aspecto de *símbolo*, según la definición de Peirce. Al estudiar esta circulación de la imagen entre *semejanza*, *huella* y *convención*, es decir, entre *ícono*,

índice y símbolo, la teoría semiótica nos permite comprender no sólo la complejidad sino también la fuerza de la comunicación a través de la imagen. Por todo esto nos pareció necesario hacer esta referencia teórica antes de hacer un análisis interpretativo. Otra precaución a tener en cuenta es la de definir el tipo de imagen que se observa.

En cuanto a nosotros, en esta obra trabajaremos sobre mensajes visuales fijos, por razones de comodidad y de modelo de análisis.

El análisis de la imagen: posibilidades y métodos

1. Premisas del análisis

1.1 El rechazo al análisis

Proponer analizar o “explicar” imágenes suena a menudo sospechoso y provoca reticencias por diversas razones:

- ¿Qué hay que decir acerca de un mensaje que, precisamente por la semejanza, parece “naturalmente” legible?
- Otra actitud pone en duda la riqueza de un mensaje visual con un inevitable y repetitivo: “¿el autor quiso decir todo esto?”
- Una tercera reticencia implica la imagen considerada “artística” y que el análisis desnaturalizaría, porque el arte no sería del orden del intelecto sino del afectivo o emotivo.

Es cierto que un análisis no debe hacerse por el análisis mismo sino al servicio de un proyecto. Sin embargo volvamos un momento sobre los distintos tipos de reticencias frente al análisis evocadas más arriba y sobre los presupuestos que aparecen en relación con el enfoque de la imagen.