

Las imágenes del mundo*

Rafael Reséndiz R.**

La influencia que ejercen "las imágenes" transforman la relación de fuerza: al placer del alejamiento de la realidad aligerada y evanescente se sobrepone la absorción del sujeto por el mundo de la ilusión: esa absorción se logra mediante el espectáculo de la "sórdida disyuntiva de los héroes".
A.J. Greimas, *De la Imperfección*

La imagen es un lenguaje y, por lo tanto, un sistema de signos y/o de significación. Al igual que el lenguaje llamado natural, cuyos signos se constituyen a partir de la relación arbitraria o convencional entre un significante (lo material del signo) y un significado (lo conceptual), la imagen también establece una relación arbitraria entre un significante plástico (y/o figurativo) y un significado cultural.

Para analizar la imagen desde esta perspectiva, la semiótica general, que se caracteriza y se considera como la "teoría de todos los lenguajes y de todos los sistemas de significación", postula la posibilidad de que una semiótica visual investigue la forma como la superficie plana, en tanto que apariencia visual sensible, puede ser el lugar de la manifestación de la significación.

Durante mucho tiempo la teoría de la imagen y de los lenguajes visuales consideró la " semejanza " como la característica particular y evidente de la imagen; lo que respondía a una larga tradición filosófica y estética europea de carácter etnocentrista. La definición de imagen a partir de su relación con la "realidad" le niega el status de signo (sistema de signos o sistema de significación) y la consecuente relación arbitraria entre significante y significado.

¿Cómo puede entonces la semiótica mantener la idea de lo "arbitrario del signo" y rendir cuenta de que ciertas imágenes dan la impresión de guardar gran "fidelidad" con la "realidad"? Se considera, en principio, que esta "semejanza" es un efecto de sentido "realidad", y no que la imagen posea algún poder de re-producción de la misma. Desde este punto de vista, la *iconicidad* será redefinida como una *ilusión referencial*, es decir,

[...] como el resultado de un conjunto de procedimientos discursivos jugando sobre la concepción muy relativa de eso que cada cultura concibe como realidad (aquello que es semejante para una cultura en una cierta época, no lo será para otra), y sobre la ideología 'realista' asumida por los productores y los espectadores de esas imágenes (sobre todo los espectadores).¹

El siguiente ejemplo puede ilustrar:

[...] Las relaciones de falsa familiaridad que nosotros tenemos con las técnicas de expresión y los contenidos expresivos de la pintura del *Quattrocento*, y en particular con la simbología cristiana [...] nos impiden percibir toda la distancia entre los esquemas de percepción y de apreciación que aplicamos hoy día a esas obras y aquellas que ellos llamaban objetivas y que les aplicaban sus destinatarios inmediatos. El pintor como su público, Botticelli como su [mecenas], pertenecían a una cultura muy diferente de la

nuestra, y ciertos aspectos de su actividad visual estaban fuertemente impregnadas de eso.²

El estudio de la imagen ha llevado a los teóricos a querer definir su identidad. ¿Es la imagen un lenguaje sin lengua? En 1945, Maurice Merleau-Ponty apuntaba que "La ventaja del arte consiste en mostrar cómo algo es capaz de significar, no por alusión a ideas ya formadas o adquiridas, sino por el arreglo temporal y espacial de los elementos [...]"³. Por su parte, Christian Metz afirmaba lo siguiente:

En el cine todo ocurre como si la riqueza significativa del código y la del mensaje estuvieran unidas entre sí -o más bien desunidas- por la relación oscuramente rigurosa de una suerte de proporcionalidad inversa: el código, cuando existe, es grosero; cuando los que creyeron en él fueron grandes cineastas, lo fueron pese a él; al afinarse, el mensaje evita el código; el código podrá en cualquier momento cambiar o desaparecer; el mensaje podrá en cualquier momento encontrar el medio de significar de otra manera.⁴

La comunicación visual requiere -como cualquier otro tipo de comunicación- de un común acuerdo entre aquéllos que se comunican, o entre la imagen de sí mismo y el sujeto ontológico. Dejarse ver por los otros o quererse ver a sí mismo, plantea todo un problema de aceptación o rechazo de sí mismo o del sujeto para con los demás. La comunicación -sobre todo la visual- destaca la existencia de un contrato de comunicación que la semiótica general equipara a un contrato fiduciario. Aceptar o rechazar el contenido de la comunicación delimita los umbrales del discurso. No obstante, puede aceptar o rechazar más o menos aquello que se dice, o aún en aquello que se ve de las cosas; se puede creer más o se puede creer menos. Se puede estar mediata o inmediatamente de acuerdo; o por el contrario, se puede aceptar un contenido para después gradualmente rechazarlo.

En la comunicación visual, el contenido icónico también se somete a un proceso semejante de comunicación. ¿Qué vieron (qué pensaron, qué sintieron, qué creyeron, qué confirmaron) los enunciatarios de aquella portada de *Paris-Match* con la imagen *quasi* santificada de Kennedy una semana después de su asesinato?⁵ El saber generalizado (histórico) sobre la muerte no impidió que el enunciatario (*Paris-Match*) insistiera sobre su inmortalidad. El pasaje de lo histórico (la muerte de Kennedy) a lo mítico (la inmortalidad en la imagen) no impedía que al saber histórico se le indujera un creer mítico. El retrato, con todas

* Esta reflexión es producto de un curso de Semiótica visual que el autor impartió en el ITESO en octubre de 1990.

** Profesor-investigador del Posgrado en Ciencias de la Comunicación y Coordinador del mismo en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM.

sus cualidades plásticas y con su carga enonciva jerarquizada por la connotación enunciativa, insistía sobre la posibilidad de creer en algo más allá del saber. A la historia se le opone el mito, y el mito de la imagen, el mito del retrato, genera la producción de un nuevo espacio cognitivo, parcial y enoncivo (mítico), distinto de aquel espacio cognitivo general y enunciativo (histórico). Si bien la historia de los hombres célebres está marcada, como la de cualquier otro, por el final de la vida (la mortalidad), la imagen es capaz de intentar que a esa historia se le oponga el mito como una prolongación permanente de la vida. Las fotografías de la revista describen a Kennedy en vida, como queriendo decir que así -como tal- seguirá en la muerte. Tal parece ser el marco ideológico en el cual se circunscribe el reportaje de *Paris-Match*.

A la creencia del mito universal de la inmortalidad de Dios hecho hombre, se superpone la imagen de un hombre a quien se le presenta como a Dios. El rol de Jesús, en tanto Dios hecho hombre, se superpone al de Kennedy representado como aquel Dios-hombre en Gethsemaní, pidiendo que se le alejara el caliz de la amargura. De la vida a la muerte, y de ahí a la inmortalidad de Dios. A Kennedy le sucede lo mismo: de la vida familiar, mundana y política, se le rescata la imagen beatificada para que, en el espacio cognitivo parcial del mito que se establece a nivel de la dimensión cognitiva de la instancia de la enunciación, se le enmarque en la inmortalidad. Estos son los juegos sutiles de las imágenes y su sentido.

Hoy día, el sentido de la imagen parece anteponerse al sentido de la historia. Contra ésta y ante ésta, la imagen (fotográfica o pictórica, y aún cinematográfica y videográfica) se interpone, se opone o se contrapone. El efecto de realidad que la imagen evoca parece coadyuvar en la construcción del mito. Al parecer, ya no es la historia quien rige el saber y el creer del espectador de imágenes; es el mito el que genera la historia, cuya presencia enfrenta el sujeto de la comunicación: a él le toca deambular en el sentido de la imagen, sentido que como en las imágenes analizadas, oscila entre la historia y el mito, la verdad y la falsedad, la mentira y el secreto. El sentido de la imagen quiere definir el sentido de la "realidad". Estamos en el umbral de una nueva iconografía: la electrónica.

El análisis semiótico realizado en fotografías de un reportaje del *Match* -como el efectuado a las fotografías de la Revolución Mexicana-⁶ demuestra que mito e historia se entrecruzan en el sentido de las imágenes *instantáneas* o *retratos*,⁷ pues éste se genera no sólo a partir de la relación entre el ser y el estar, es decir, entre la proyección-identificación de los sujetos y los objetos del mundo natural; también y básicamente, a partir de la organización espacial de éstos en la bidimensionalidad de la imagen.

La selección del encuadre, la pose, la dosificación o no de la luz y todo aquello que Moles define como los "criterios de lo remarcable"⁸ coadyuvan a la generación del sentido y la significación profunda de las fotografías, que es en este caso, lo mítico y lo histórico.

Así también, en un análisis realizado a la pintura de Diego Rivera,⁹ la segmentación espacial marca secuencias al universo mítico e histórico que el artista quiso plasmar, diluyéndose recíprocamente lo uno en lo otro. La pintura mural -conforme a lo definido en el análisis de las fotografías- está más cerca del retrato que de la instantánea,

aunque algunas de las secuencias visuales del mural pretendan presentar acciones como si procedieran de una instantánea (sobre todo las escenas del plano de fondo, unas de represión, otras de revolución).

En el retrato, donde el fotógrafo tiene el control casi total sobre las variables técnicas y naturales para realizarlo, se revela una elevada "codificación" del tiempo, del espacio y de los actores (no ocurre lo mismo en la instantánea, donde las situaciones condicionan el hacer enoncivo y enunciativo del fotógrafo). La *sintaxis discursiva* del retrato proyecta una organización y jerarquización absoluta y total de los elementos del mundo natural, a semejanza de lo que ocurre en la pintura mural, donde el encuadre, los tonos, la perspectiva, la pose y todo el resto de los "criterios de lo remarcable" son cuidadosamente seleccionados y segmentados por el artista, como lo hace el fotógrafo con la elaboración de los retratos. Como se demuestra en el análisis de las fotografías de *Paris-Match*, o en aquellas de Romualdo García y Casasola de principios de siglo, las fotografías tienden más hacia lo mítico que hacia lo histórico, tanto en lo que se refiere a los sucesos como a los personajes. Por su parte, en el mural de Diego Rivera se detecta también cómo la epopeya de la revolución proletaria mundial no deja de circuncribirse en algo más mítico que histórico.

La representación visual que ofrece el sentido de la imagen parece deslindar claramente la presencia co-ocurrente de dos mundos posibles y dos existencias probables: el mundo natural, la "realidad", el *ser* del sujeto con un sentido histórico particular, y por otro lado, el universo visual, la diégesis, el *parecer ser* del sujeto representado en un estar diferente al natural, con un sentido mítico específico. Esta deducción obvia no plantearía ningún problema si no se supiera que en la actualidad -y cada vez más- el hombre tiende a vivir de la representación visual de otros hombres y de la suya propia, que de su ser ontológico y del de otros hombres. Hoy día, al sentido de la vida se le opone el sentido de la imagen.

Notas

1. Floch, Jean Marie. "Les langages planaires", en *Sémiotique*, L'Ecole de Paris, Hachette, 1981, p.205.
2. Baxandall, M. *Painting and Experience in Fifteenth Century Italy. A Primer in the Social History of Pictorial Style*, Oxford University Press, Oxford, 1972, p.109. Citado por: Bourdieu, P. e Yvette Delsaut. "Pour une sociologie de la perception", en *Actes de Recherche en sciences sociales*, núm. 40, EHESS, París, 1981, p.3.
3. Citado por Metz en *Ensayos sobre la significación en el cine*, Tiempo Contemporáneo, Buenos Aires, 1972, p.73
4. *Ibidem.*, p.82.
5. Cfr. Reséndiz-Rodríguez, Rafael. *Approches d'une lecture sémiotique d'un discours scripto-visuel* (These de doctorat), Ecole des Hautes Etudes en Sciences Sociales, Paris, 1983, pp.182-211.
6. Cfr. Reséndiz-Rodríguez, Rafael. "Imágenes de la Revolución. Una lectura semiótica de la fotografía documental", en *Semiótica, Comunicación y Cultura*, FCPyS, Col. Ciencias Sociales, UNAM, México, 1990, pp.99-159.
7. Cfr. *Ibidem.*, p.122.
8. Moles, Abraham. *Image, Communication fictionnelle*, Casterman, 1981, p.195.
9. Reséndiz-Rodríguez, Rafael. "El hombre en la encrucijada de dos caminos. Elementos para una semiótica pictórica. El mural de Diego Rivera en el Palacio de Bellas Artes", en *Imágenes*, FCPyS-ENAP-IIS, México, 1990, 50 pp.

