

Por Luz Nancy Monroy de Ortega

ACERCAMIENTO A UNA SEMIOLOGIA DE LA IMAGEN

Lo que pretendo a lo largo de estas páginas no es una práctica ni un taller de análisis semiológico de una imagen sino, primero, la puntualización de los fundamentos metodológicos que respaldan dicho análisis; y segundo, dejar claramente manifiesta la rigurosidad que implica el análisis semiológico frente a la imagen; afirmación ésta que de ninguna manera niega o se opone a un espíritu semiológico libre.

El primer objetivo porta en sí mismo su relevancia; pero es especialmente importante el segundo puesto que existe hoy en día la tendencia a llamar "semiología" a cualquier interpretación arbitraria del significado de la realidad, en forma netamente subjetiva, lo que veo en extremo peligroso para la semiología, pues allí no solamente cabe cualquier cosa sino que puede asumirse como válida cualquier significación. Con esto puede darse rienda suelta a la fantasía, produciendo así discursos interpretativos más de carácter sociológico, psicológico, económico, etc. que semiológico.

Digo "se pierde toda especificidad semiótica" en cuanto que por una parte tal actitud deja totalmente de lado, o desconoce el papel denotativo del campo significante y también la imprescindible referencia a los indicadores que emergen del seno de la vida socio-cultural de cada grupo en particular y que actúan como condicionadores del sentido. Por otro lado, como consecuencia de tal separación o polarización se llega a algo peor, al rompimiento de la relación existente, en términos de necesidad y reciprocidad, entre significante y significado; es decir, conduce a la destrucción del signo (1).

(1) Tomo aquí los términos "Semiótica" y "Semiología" como equivalentes, partiendo de que la carta constitutiva de la "Asociación Internacional de Estudios Semióticos", en 1969, así lo acepta. Me baso además, para no hacer distinción en que existen dos líneas claras: una la línea europea con herencia lingüístico-saussureana (Semiología) y la otra, la línea inglesa fundamentada en Charles Peirce y Charles Morris (Semiótica).

del semiólogo la que define en su posición tales fundamentos. Su tarea se desarrolla en el marco de una toma de posición frente a la forma de entender los procesos de significación.

Tales procesos de significación pueden ser entendidos como una red organizada de elementos covariantes enmarcada en la evolución cultural intencionalizada y mediada por el grupo social, es decir, se entienden como una función social, o como un acontecer que está ahí y que puede ser leído un poco a la luz del azar y cuya lectura es tan precedera como la rapidez de la movilidad cotidiana. Humberto Eco nos trae en su libro "Tratado de Semiótica General" una imagen a este respecto que es ilustrativa y explicativa. El dice:

"La investigación semiótica no se parece a la navegación, en la que la estela del barco desaparece tan pronto como ha pasado la nave, sino a las exploraciones por tierra en las que las huellas de los vehículos y de los pasos, y los senderos trazados para atravesar un bosque intervienen para modificar el propio paisaje y desde ese momento forman parte integrante de él, como variaciones ecológicas"(2).

Así, el análisis semiológico no puede quedar sujeto a esta vulnerabilidad ya que una de sus tareas consiste en señalar las articulaciones que el hombre hace sobre la realidad y las que responden a intenciones y a diferentes lógicas de composición. En consecuencia, podemos afirmar que su trabajo no es de orden ideológico sino teórico y que su acción se podrá captar solamente sobre el terreno, en la reconstrucción de los sistemas de significación y su funcionamiento.

El análisis semiológico entendido de esta forma será motivado por un ideal de inteligibilidad que de suyo requiere pasar de la superficie a descubrir las reglas o los sistemas inmanentes a toda comunicación humana y que se encuentran en cada sociedad concreta. Por tanto, se trata de establecer relaciones, de diferenciar, de clasificar, de encontrar un orden, una razón de ser, un sentido, todo lo cual nos lleva solamente a meternos en el mundo del lenguaje desde una perspectiva dentro de la que no sólo las imágenes y los objetos son vistos como partes de un engranaje sino que también lo son los hechos sociales y estéticos. Perspectiva que entiende el lenguaje como una institución social cuyas normas son impuestas a los individuos y que son, pues, formas que implican en sí mismas su poder normativo.

Al entender los procesos de significación como un todo organizado de elementos que varían los unos junto a los otros en el marco de una realidad social estructurada y, reconociendo las tareas de la semiología en el contexto de una inteligibilidad, según ha quedado ubicado en las líneas precedentes, no podemos sino reconocer el trasfondo básicamente estructural desde el cual se hace el análisis semiológico. El análisis esta, entonces, regido por el planteamiento metodológico básico en el que subyace la idea de SISTEMA y en el que cada elemento no sólo se puede ver aisladamente sino que también se ve en la incidencia que tiene sobre los demás elementos. De tal manera que si un solo elemento varía todos los demás sufren a la vez una modificación.

Es preciso notar que no se trata de elementos existentes previamente y que han sido dados en desorden para armarlos a la manera semejante como se arma un rompecabezas, sino que se trata más bien de descubrir en una expresión ya constituida como unidad, los elementos y las relaciones, y de desentrañar el sistema inmanente en el que a su vez cada elemento tiene su lugar y está en una relación específica frente a los demás, es decir,

(2) ECO, Umberto, "Tratado de Semiótica General", ed. Lumen, Barcelona, 1977, págs. 67-68.

1. FUNDAMENTOS METODOLOGICOS

Desde las líneas anteriores ya dejo ver tangencialmente, la raíz de la necesidad de concretar los fundamentos metodológicos del análisis semiológico, pues es la acción misma que su organización está dada en la determinación de sus elementos; o en otras palabras que "se nos dan imágenes y no esquemas"(3).

En síntesis, tenemos una unidad constituida como un todo organizado en la cual se distinguen sus elementos y relaciones existentes entre ellos; el todo se transforma en las variaciones particulares de sus elementos siendo así posible: primero, entender tal unidad únicamente a través de sus elementos y sus relaciones; segundo, entender cada elemento en sí mismo y en su relación con los otros del conjunto, relacionando en esta forma, los elementos y su sistema. A la vez, esta unidad como expresión estaría dada desde el contexto de las convenciones sociales y culturales, es decir, desde unos códigos específicos que están determinando su mensaje. Estos códigos pertenecen a los grupos sociales y a sus costumbres y por lo tanto, se pueden tomar como motivadores reales.

El análisis semiológico, es preciso enfocarlo, no sólo desde el punto de vista de la composición de aquello que es tomado como signo, sino que también es imprescindible ubicarlo en el medio circundante de ese signo, o sea, de su entorno. Dicho análisis tendrá que tener muy en cuenta estos dos ámbitos (composición del signo y entorno del signo) y cuidar de no polarizarse en uno solamente, reconociendo al otro, puesto que si bien cada uno de estos nos referimos a universos diferentes, ellos son necesariamente entre sí y simultáneos.

Al analizar el signo desde el punto de vista de su composición llegamos a la descripción y entendimiento de las relaciones internas entre sus elementos constitutivos. El análisis de su entorno nos conduce al entendimiento de las leyes que rigen su composición y al establecimiento del sistema total de sentido. Precizando más aún, podemos decir que el Universo Semiótico implica tanto un sistema transmisor como un sistema transmitido en cuya correlación se constituye la FUNCION SEMIOTICA.

2. SIGNO ICONICO

El espíritu humano tiene la necesidad de manifestarse, de salir de sí y por tanto de Representarse. La existencia de la imagen estaría respondiendo, entonces, a esta necesidad. El hombre requiere, así, poner frente de sí mismo la imagen que él ha captado de la realidad ya sea aquello convencional que hay en ella, o lo que se le manifiesta ópticamente, o lo que él ha entendido de su ser real.

Para el hombre, la creación o la constitución de la imagen implica la reconstrucción de los caracteres o de las formas de la realidad en una substancia distinta, es decir, que el hombre intuye las condiciones necesarias para la "transformación" de la realidad en imagen, para transcribirla o sustituirla, o sea que la imagen queda en lugar de la realidad (4). De este modo, la imagen constituye, pues, una representación de la realidad, en cuyas condiciones se establece una ANALOGIA.

(3) GARRONI, Emilio, "Contenido y Significado en la Obra Cinematográfica" en "Problemas del Nuevo Cine", Alianza Editorial, Madrid, 1971, pág. 123.

(4) ECO, Umberto, "Sobre las articulaciones del código cinematográfico" en "Problemas del Nuevo Cine", Alianza Editorial, Madrid, 1971, pp. 84-85.

El signo icónico, representa una realidad en cuanto que es la creación de una imagen semejante, proporcional o isomórfica de la realidad (5). Se dejan plasmados en la imagen como representación las características propias o culturales que se le atribuyen a la realidad o aquellas que el hombre ha articulado en su contexto socio-cultural, así como también lo que se ve de ella.

La imagen como representación de la realidad está implicando de suyo la asociación de diversos signos en el interior de la cual se reúnen las condiciones necesarias para permitir una determinada percepción. Podemos retomar aquí la definición de imagen que aparece en el artículo "Semiología Estructural o Proyecto Semiológico?" de Genoveva de Iriarte que dice: "Una imagen consiste en una disposición especial de signos diversos" (6) la cual nos conduce a hablar del código icónico como un sistema, en la medida en que todo acto comunicativo se basa en un código y la imagen como acto comunicativo, formaría parte de un código: el visual que se origina como tal a partir de unas reglas sistematizadas a través de convenciones sociales.

Para la organización del mensaje en la imagen es preciso especificar ese aspecto sistemático en tres puntos:

1. En la imagen se articulan figuras (elementos aislados), que conforman signos al asociarse (relación entre elementos) constituyendo así las condiciones de la percepción. Aquí se establecen relaciones de figuras y fondo por ejemplo, o relaciones geométricas y contrastes de luces y sombras.
2. Los signos indican modelos abstractos o diagramas conceptuales del del objeto (casa, avión, perro) como artificios gráficos que producen imágenes completas conocidas comúnmente.
3. Los signos que permiten identificar la idea concebida es decir, las imágenes con un sentido serían, entonces, los semas.

Estas tres dimensiones ubican el carácter de los códigos icónicos en un primer momento, teniendo presente que estos varían constantemente.

En este orden estructural podemos tener no sólo la estructura del mensaje en cuanto a composición, sino que ya podemos en un paso más o segundo momento, dar lugar a una narrativa de la imagen, especificando descriptivamente las relaciones entre figuras y, o, signos; es decir, que tendríamos la organización SINTAGMATICA de la imagen y junto con ella la descripción de significados dados y combinaciones de imágenes asociadas que establecen el conjunto de relaciones PARADIGMATICAS (7). En este ámbito, Los semas se asocian SINTAGMATICAMENTE y su significado es reconocible únicamente dentro del contexto, conformando el plano DENOTATIVO en la medida en que la imagen aporte o reproduzca el objeto en el signo.

Estos significados de Denotación motivan en el lector otras ideas o imágenes asociadas pero ausentes en la imagen misma y que constituyen el plano connotativo de ésta.

(5) BARTHES, Roland, "Retórica de la imagen", en Comunicaciones, pág. 126.

(6) CFO, Revista Universitas Humanística No. 15, pág. 28.

(7) cfr. Iriarte Genoveva, "Semiología Estructural o proyecto Semiológico", Universitas Humanística No. 15, pp. 28-29.

De tal forma la imagen se encuentra en una relación entre sus elementos constitutivos y una realidad que es referida en ella; al igual que con aquel mundo exterior o contexto socio-cultural (entorno) que rodea a la imagen. Allí en medio de estas correlaciones se constituyen por un lado todas las “descargas, informativas” que conforman el mensaje y se distinguen por otro lado, las estructuras internas de la imagen y las de su propósito comunicativo.

Esta entidad, el signo icónico, en cuanto que expresa algo y por tanto comunica, entra en un campo intersubjetivo en el cual esa “imagen-signo” se crea por “ALGUIEN”, hecho que implica una interpretante o lector quien frente a la imagen se encuentra en tensión que oscila entre la libre interpretación de ella y la fidelidad al contexto estructurado en la imagen-signo, lo que equivale a decir que fluctua entre el mensaje que realmente está en la imagen y aquel que se intuye, se cree o se imagina que es.

Si miramos entonces, el signo icónico más precisamente desde su análisis en la “función Semiótica”, ésta entiende a la imagen ubicada en el contexto de la relación que le es necesaria: la relación entre Plano de la Expresión y Plano del Contenido (8). Cada uno de estos dos planos nos referirá a universos claramente diferenciados, en los que como ya dije anteriormente, se estructuran tanto el sistema transmisor como el sistema transmitido simultáneamente. Respecto al plano de la Expresión, sistema transmisor, podemos decir que la imagen refleja el complejo de unidades perspectivas y el sistema de medios gráficos, la organización sintagmática de la imagen y los significados denotados o mensaje objetivo enraizados en la imagen significante. Por otra parte el plano del Contenido o sistema transmitido, refleja el conjunto de ideas asociadas y no presentes en la imagen, esto es la clasificación de unidades de connotación. El orden paradigmático de significados da lugar a un conjunto estructurado de ideas del mismo género y que pertenecen al contexto socio-cultural que da origen a tal orden, es decir, a una razón de ser que identifica la idea concebida en una dimensión amplia y ubica la imagen en el marco social o Entorno del signo establecido, por tanto, en el sentido cultural. Dicho sentido se estructura, así, en un campo Semántico y podría llamarse sentido secundario ya que no solamente da lugar a la especificación de un campo ideológico sino que se vive “como la resonancia natural de la denotación fundamental constituida por la analogía”(9). Toda la lectura de ese entorno social estará remitida imprescindiblemente a la lectura no solo de la Expresión sino del sistema de ideas transmitido a través de ella y por consiguiente no podrá reducirse el análisis semiológico solamente a un análisis sistematizado de puros contenidos o significados en cuanto que éstos actúan más que todo como condicionadores del sentido de la imagen.

De esta forma tanto la composición de la imagen como su mundo circundante constituyen dos ejes del análisis Semiológico de ella y la ubican en el contexto sistemático ya especificado desde el cual se desentrañan sus estructuras inmanentes y su mensaje, es decir, su expresión en cuanto a tal y su contenido en cuya correlación es entendida la imagen en una función Semiótica.

(8) ECO, Umberto, “Tratado de Semiótica General” Ed. Lumer, Barcelona, España, pág. 99 y ss.

(9) BARTHES, Roland, “El Mensaje Fotográfico” en comunicaciones. Buenos Aires, pág. 115.

BIBLIOGRAFIA

BARTHES, Roland, "Retórica de la Imagen" en comunicaciones. 1969.

BARTHES, Roland, "El Mensaje Fotográfico" en comunicaciones. 1969.

ECO, Umberto, "Tratado de Semiótica General", Ed. Lumen, Barcelona, 1977.

ECO, Umberto, "Sobre las Articulaciones del Código Cinematográfico" en Problemas del Nuevo Cine, Alianza Editorial, Madrid, 1971.

GARRONI, Emilio, "Contenido y Significado en la Obra Cinematográfica" en Problemas del Nuevo Cine, Alianza Editorial, Madrid, 1971.

Revista "UNIVERSITAS HUMANISTICA" Facultad de Filosofía y Letras, Universidad Javeriana No. 15, Junio, 1981.