



## PROPUESTA DE ANALISIS ICONICOS

Prof. *Raúl Muñoz Chaut*

**E**ste trabajo tiene el propósito de entregar algunas reflexiones derivadas de la experiencia, a nivel de posgrado, en nuestro Departamento.

Puesto que las ideas que aquí se exponen corresponden, formalmente, a lo que debe contener un artículo, quedarán muchas dudas que necesitarían de un espacio mayor. Es un esfuerzo de sintetizar lo más medular con todos los riesgos que ello conlleva. De ello estoy consciente.

En estos últimos años, al parecer motivados por los estudios lingüísticos, los estudiosos de la Semiótica o Semiología se han interesado cada vez con mayor intensidad por lo icónico.

Es importante partir de una idea básica: todo ícono es una construcción cultural, que en mi opinión, no es un reflejo de la realidad (como, por ejemplo: propone Luckacs), sino **interpretación** de la realidad.

Por ello mismo es que cabe valorar un hecho que muchas tendencias modernas han querido disminuir: la **intuición**. Frente a un producto, que es expresión verbal o icónica, es posible adoptar dos actitudes que no son excluyentes, sino resultan ser complementarias. Una que podríamos llamar prerracional y otra racional. No estoy muy cierto que éstos sean los mejores

términos pero me son suficientes para entregar una explicación. La primera es la actitud que adopta cualquier persona usando su intuición, a través de la cual se otorga un sentido, un significado a un hecho cultural. Tiene valor porque comienza el acercamiento al objeto.

La segunda es tratar de entenderlo y para ello categorizo, planteándole previamente algunos supuestos. Empiezo con una serie de preguntas, las cuales me llevan a determinadas categorías y científicamente he de acudir a un metalenguaje. Así se descompone el objeto observado en parcialidades y sin darnos cuenta, la mayor parte de las veces estamos entrando al objeto en sí mismo con toda su red de relaciones.

Sin duda que las categorías están determinadas de algún modo, por el objeto de estudio y por los objetivos del estudio. De ahí la necesidad inevitable de adaptar, sobre todo cuando utilizamos un modelo X pertinente a un objeto A y tratamos de aplicar ese mismo modelo X a otro objeto B. Por lo tanto, no se debe aplicar una categorización determinada, que es de una disciplina específica, a otra de diferente naturaleza.

En opinión de varios autores, nuestra visión occidental del mundo es racional y consciente. Quizás por ello hemos privilegiado, tal vez en demasía, la segunda actitud. Sin embargo, algunos estudios modernos dan cuenta de que el neocórtex está al servicio de todo lo que ha sido la evolución en el ser humano.

El arte es uno de los puntos más elevados de la transformación simbólica de la experiencia.

Como dice S. Langer "se engendra en la corteza, no en el "cerebro primitivo", pero es fruto de una **necesidad elemental** de dicho órgano, una vez desarrollado éste hasta acceder al estadio humano".

Si es así, o algo de cierto hay en estas afirmaciones, es muy probable que Passolini no estuviera tan desacertado al proponer que un cineasta (amplíemos a cualquier creador de imágenes) utiliza los iconos ya existentes, ya dados en el mundo y crea un código, una lengua. A diferencia del escritor que ya tiene preestablecido un código verbal.

Por otra parte, quisiera señalar que toda imagen nos muestra una intención explícita. Por ejemplo, un aviso cualquiera de publicidad nos ofrece el producto, fácilmente identificable. Pero, además de esto, tenemos una presencia implícita, determinada por la persona que observa, que lee y los implicados en el saberlo todo. Es lo **humano**. Cualquier imagen está pensada para "lo humano", por lo tanto, se debe pasar por el "eje de lo humano". Parece una obviedad, pero es de primera consideración, porque es la única manera de entender que la cadena que va del emisor al perceptor es una cadena que ineludiblemente integra lo ideológico y así llegamos a otro concepto. La ideología es "el sistema de ideas y representaciones que los individuos sociales tienen respecto de su posición y su relación con la estructura social, ligado a lo que es su percepción del mundo, y que funciona al mismo tiempo como medio de pensamiento común y referencia para el grupo y/o la clase social.

La ideología es articulada por las relaciones concretas de la producción social, de las organizaciones e instituciones de la sociedad".

Si aceptamos en parte o en su totalidad esta definición, nos aparece bastante más claro el por qué no todos los individuos de una comunidad tienen las mismas e idénticas respuestas. El número de "lecturas" frente a un ícono varía de acuerdo a los individuos puesto que corresponde a los diversos saberes de cada uno, pero, y esto es fundamental, no es anárquico.

El número de léxicos forman el ideolecto de cada uno.

Es la lectura que hace R. Barthes fundada en un **saber cultural**, que en tanto no es parejo permite sostener que cada cual puede ser culto-inculto de diversas maneras. Sin que el hecho de serlo suponga una disminución de la calidad humana.

En esta instancia considero que U. Eco apunta en la dirección correcta al sostener que la cultura en su conjunto puede comprenderse mucho mejor si se la aborda desde un punto de vista semiótico, ya que según él "los objetivos", los

comportamientos y los valores funcionan como tales porque obedecen a leyes semióticas.

Por ende, el objetivo final de un análisis a un icono (y por qué no también a cualquier creación humana) debiera ser desentrañar el contenido ideológico, puesto que así van a surgir las ideas principales valoradas en común, es decir, los valores de una sociedad dada.

Lo que percibimos es una "construcción" hecha por alguien que aprehendió un trozo del "continuum naturocultural" que lo rodeaba. Su capacidad sensorial aunada a la creatividad le permitió recoger un instante del proceso temporal y espacial. Lo detuvo, lo separó y le otorgó una totalidad en sí.

Sin embargo, no cabe duda que el significado que le otorguemos a este "producto comunicacional" no será idéntico al que otros receptores le hayan otorgado, puesto que la expresión que tenemos ante cada uno de nosotros es polisémica.

Lévi-Strauss afirma que la comunicación social e individual estaría fundada en lo que él denomina el **inconsciente estructural**. Las leyes que regirían la significación de cada objeto cultural no estarían tanto en la conciencia, sino por el contrario, se ubicarían en el plano de lo inconsciente.

Mirado así el asunto, el emisor ha codificado una realidad obedeciendo a un tejido estructural anidado en lo más profundo de su mente.

La significación otorgada por el destinatario al mensaje será producto de un idéntico proceso síquico. Tan sólo que el contenido visualizado por éste será un tanto diferente al del creador, puesto que su historia personal también es diferente. Sin embargo, en la base hay una constante que subyace a los dos y que es otorgada por la categoría enunciada por Lévi-Strauss.

En síntesis, el creador es igual a nosotros, pero distinto. Este juego de semejanza y desemejanza entre el emisor y el

destinatario, entrega la posibilidad de que el mensaje adquiera una dimensión mayor que su totalidad material, puesto que sus formas, colores y planos, así como lo denotado, se logran proyectar más allá del momento mismo de la creación y se derraman en infinitas connotaciones otorgadas por los innumerables individuos que la aprecian.

El mensaje icónico se puede considerar una suerte de **clave** que hace aflorar nuestro caudal de experiencias pretérito, y conforme a él iremos otorgando significaciones a la obra que se observa.

Como perceptores comunes de un mensaje no verbal, lo más seguro es que la primera mirada tiende a identificarlo como totalidad a nuestra realidad más próxima.

Así obtenemos un primer contenido con una fuerte dosis denotativa y podemos reducirlo a expresiones verbalizadas: “un paisaje”, “un rostro de niña”, “una taza encima de una mesa”, “una botella de licor”, etc.

Esta primera mirada es la más importante, porque constituye el primer acercamiento del yo al mensaje del otro. Puede ocurrir que nos conformemos con esta primera lectura, valorando la obra como “bonita”, “fea” u otros conceptos similares.

Sin embargo, si actuamos como analistas, tendremos que analizar la labor de pasar de esta primera lectura a otras sucesivas, las cuales irán mostrando un devenir de significaciones, cuyo nivel de profundidad dependerá, en alto grado, de la “historia psicológica personal” del receptor.

Las sucesivas lecturas del mensaje no verbal se constituyen en una afanosa búsqueda de aquellos elementos significativos mínimos de cuyas relaciones depende la significación total de la obra.

Considerando que la exposición teórica debe ser concretada en un método, y a la luz del trabajo realizado en la Magistratura en Comunicación Social, determinamos una secuencia de lecturas, que se dan en forma simultánea. Ciertamente que ello esta sujeto a revisión y crítica, y por eso se entregan los fundamentos de las

mismas:

a) Primera lectura: responde a la consulta ¿qué es? Está determinada por la descomposición del todo icónico en elementos significativos. Corresponde a una decodificación.

b) Segunda lectura: responde a la consulta ¿de qué se trata? Es una primera etapa de la recodificación de los elementos denotados, los que son integrados a la información sico-socio-cultural preexistente.

c) Tercera lectura: responde a la consulta ¿qué significa? Se avanza en la recodificación denotativa de los signos constituyentes del corpus. El destinatario asigna determinada significación a los signos allí expresados. Actúa el plano consciente.

ch) Cuarta lectura: responde a la interrogante ¿hacia dónde se orienta o qué pretenden los elementos del objeto de estudio? Lo denotativo y connotativo de los signos se agrupan. Las vías de recodificación hacen que la imagen formada se complete con los detalles y aún siguen avanzando desde los centros de análisis primarios del receptor hacia los círculos superiores.

d) Quinta lectura: responde a la consulta ¿cómo lo interpreto? Lo connotativo irrumpe o comienza a irrumpir desde el objeto cultural.

El sistema de integración cortical reintegra la imagen (decodifica y recodifica) con los elementos que provienen del ámbito emotivo, logrando una primera comprensión general del objeto semiótico, disminuyendo con ello, por la nueva semantización, el grado de incertidumbre.

e) Sexta lectura: responde a la consulta ¿qué más extraigo de él? El analista recompone y deja libre a los diferentes implementos semánticos propios para que decodifiquen y recodifiquen los significados que constituyen la imagen del objeto que se ha aprehendido. Es decir, permite la aparición del sentido o los sentidos.

f) Séptima lectura: responde a la pregunta ¿cómo rehago el

proceso enunciado por el emisor? La imagen recodificada e integrada al interior del analista, en cuanto sistema cognitivo, debería permitirle rescatar todos los componentes del objeto: las variables ideológicas, valóricas, contextuales, culturales y filosóficas, que están incluidas en el objeto semiótico ■

## REFERENCIAS

Barthes, Roland: "Retórica de la Imagen", "Elementos de Semiótica".

Lévi-Strauss, Claude: "Antropología Cultural".

Eco, Humberto: "Tratado de Semiótica"

Dañino, Guillermo: "Semiótica. La Cultura: Estudio Semiótico" (Paper)

Langer, Susan: "Una Nueva Clave para la Filosofía".

Guiraud, Pierre: "La Semiología".

Muñoz, Raúl y otros: "Análisis de Contenido de los Mensajes Icónicos" (Seminario)

