

ALGUNAS CONSIDERACIONES SOBRE LAS DIFERENTES LECTURAS E INTERPRETACIONES DE LAS IMÁGENES

Javier Trabadela Robles
Profesor de Comunicación Audiovisual
Universidad de Extremadura

De todos es conocido el dicho *una imagen vale más que mil palabras*. Muchas veces se aplica esta sentencia a situaciones en las que es mejor ver lo que ha acontecido a que nos lo cuenten por medio de palabras. Pero también se podría aplicar a un intento por dilucidar qué nos dice una imagen.

A la hora de interpretar lo que vemos en una imagen es evidente que no todos los “lectores” de esa imagen van a coincidir en la descripción de lo que ven, de unos objetos, unos valores, unos sentimientos, contenidos en definitiva, que les trasmite la imagen observada. Además, existe una serie de códigos de representación en las imágenes que los lectores han de conocer y que varían con el paso del tiempo y en las diferentes culturas.

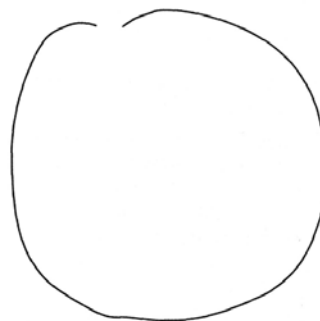
Cuando se intenta clasificar y documentar las imágenes su diversa significación se hace aún más evidente cuando, al documentarlas, normalmente mediante la descripción de su contenido, se requiere la utilización de un lenguaje muy controlado, con unas palabras muy concretas y finitas, de manera que una imagen no sea “explicada” con múltiples términos diferentes en cada ocasión. Para ello se utiliza un *tesauro*, con descriptores y que, además, muestra las relaciones existentes entre esos términos controlados. Mientras que al documentar un texto escrito, éste se puede describir a sí mismo por medio de los términos que él propiamente incluye, una fotografía, por ejemplo, no incluye ningún término lingüístico que la defina, por lo que necesita de este proceso no automatizado de indización y documentación.

A la hora de leer una imagen, el lector, que no es un sujeto pasivo sino activo, no sólo observa esa imagen sino que le da sentido interpretándola. Por un lado, hay una serie de mecanismos que tienen que ver con el proceso perceptivo que nos condicionan la

lectura de la imagen y que son procesos “automáticos”, en los que nosotros no intervenimos conscientemente.

Por otro lado, la representación y la lectura de las imágenes también se basa en los códigos de representación establecidos que nos permiten comprenderla correctamente y que se enseñan en todas las escuelas de bellas artes y comunicación.

Por ejemplo, si nosotros dibujáramos la figura de abajo y preguntáramos a un niño qué es lo que ve, lo más normal sería que nos dijera que se trata de un círculo o una circunferencia, aun cuando el círculo no está totalmente cerrado. Esto ocurre porque hay una serie de mecanismos perceptuales que nos ayudan al observar las imágenes (en este caso, el principio de simplicidad y la ley del cierre nos ayudarían a percibir esa figura como un círculo perfecto y completo).



El lenguaje de la imagen

En el proceso de creación de las imágenes por parte del autor y en el proceso de apreciación, de lectura, de las mismas por parte del lector, hay una serie de pautas que condicionan todo el proceso de comunicación (entendiendo que el autor de la imagen es el *emisor*, el lector es el *receptor* y las imágenes son los *mensajes*).

Las pautas que determinan este proceso comunicativo son las propias del lenguaje visual, y que deben ser conocidas tanto por emisores como por receptores para que haya lo que los cognitivi-

tas denominan *conceptualización*, es decir, para que el lector de la imagen identifique lo que observa y le dé sentido pleno.

El lenguaje visual es muy rico y, como veremos con posterioridad, necesita de un aprendizaje por parte de su usuario, sea autor o lector.

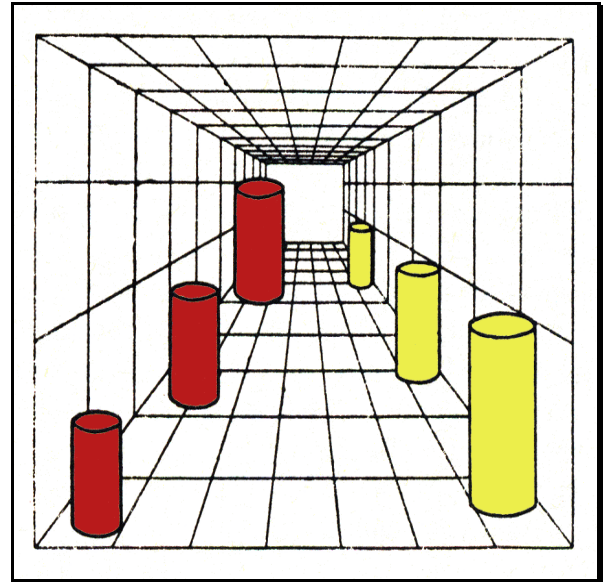
Algunos de los principios formales que rigen la comunicación por medio de imágenes son meras convenciones¹, característica propia de todo lenguaje en el que se utilizan signos. Utilizamos estos mecanismos, como norma general, para proporcionar a las imágenes de mayor realismo o simplemente de mayor credibilidad y, como fin último, para propiciar una mejor comprensión y conceptualización de las imágenes.

El lenguaje de la imagen se va aprendiendo desde que nacemos. BERGER señala²: *La vista llega antes que las palabras. El niño mira antes de hablar.*

Es evidente que nuestro aprendizaje empieza por los sentidos y uno de los que tiene mayor protagonismo es la vista. Pero vamos aprendiendo a mirar, a leer las imágenes poco a poco. Si no fuera así, si tuviéramos esa capacidad desde que nacemos, y fuera semejante en todos nosotros, no habría diferencias significativas en la lectura de las imágenes.

Por este motivo, si le enseñáramos a un niño de corta edad la figura mostrada abajo que simula una imagen representada en profundidad, en la que los objetos amarillos varían de tamaño en función de la distancia (lo más lejano aparece representado como más pequeño), lo primero que pensaría es que los objetos “lejanos” no es que estén lejos sino que son más pequeños, porque él entiende que los objetos se deben comportar como los rojos (siem-

pre son del mismo tamaño). Con el tiempo, vamos aprendiendo que eso es una mera convención que nosotros utilizamos cotidianamente en las representaciones para dar sensación de profundidad y mayor apariencia de realidad a la imagen. Y como éste hay diversos mecanismos de interpretación de las imágenes que vamos entendiendo, aprendiendo y aplicando en el proceso comunicativo por medio de imágenes.



Como en todos los lenguajes, las formas de expresión visual van cambiando y evolucionando en el tiempo.

En pintura se puede observar la evolución que ha habido en las formas de representación, estudiadas por muchos autores, como Gombrich, quien sostiene que a lo largo de la historia del arte se han producido ciclos temporales en los que se ha ido evolucionando de las formas de representación sencillas, primitivas, a las más complejas y preciosistas, volviéndose posteriormente y sin remedio a las formas primitivas.

La imagen, en general, también evoluciona formalmente. Podemos poner dos ejemplos que ilustran cómo ha cambiado la forma de representar en imágenes en los últimos años:

¹ Como hemos dicho anteriormente, también hay una serie de condicionantes psico-perceptivos que determinan el proceso de comunicación y que han de ser conocidos por emisores y receptores de modo que se estudia, tanto la forma en que responde el sistema visual a los estímulos, como la manera en que podemos organizar los elementos que conforman una imagen en base al “lenguaje” visual.

² BERGER, J.[et al.] (1974). *Modos de ver*. Barcelona: Gustavo Gili.

1) En televisión, la aparición a principios de los años ochenta de un elemento tecnológico como fue el vídeo, el grabador y reproductor de imagen, propició que, por ejemplo, se pudieran ofrecer al instante repeticiones de las jugadas más interesantes del partido de fútbol que se estaba retransmitiendo. Esto supuso un cambio radical en la estructura narrativa de las imágenes de televisión, hasta tal punto, que durante un tiempo se sobreimpresionaba la imagen repetida con una “R” parpadeando. Luego el espectador se acostumbró y se pudo suprimir la “advertencia” de que se trataba de imagen repetida.

2) En el caso del cine es evidente que ha habido una evolución formal, en primer lugar por el propio cambio formal de los personajes, pero también en cuanto a los códigos de representación. Por ejemplo se está viendo una clara influencia de técnicas narrativas del video clip o del cine de animación (especialmente el Anime japonés) en las películas de los últimos años, de modo que los planos van siendo cada vez más cortos en cuanto a tiempo, se utiliza mucho más la cámara a mano (en lugar de en el trípode), etc.

En definitiva, cambios en la forma de representación que implican cambios en la forma de “leer” la imagen y que, por tanto, influyen en su conceptualización (o no). No es de extrañar el caso de personas mayores que no “entienden” estas formas de representación, que les llegan incluso en ocasiones a “molestar” visualmente, ya que no están acostumbradas a esa compartimentación narrativa extrema.

El factor cultural y de la experiencia

Otro factor que determina el proceso de comunicación mediante imágenes se basa en la experiencia previa y en los conocimientos “culturales” adquiridos por parte del receptor de ese mensaje y que serán decisivos para extraer su significado.

La experiencia previa es decisiva para que un lector atribuya unos valores u otros a una imagen.



Fuente: Banco de imágenes del CNICE³

Por ejemplo, al observar la imagen superior del desierto, en función del tipo de lector y de su experiencia previa, la imagen podría tener multitud de “significados”:

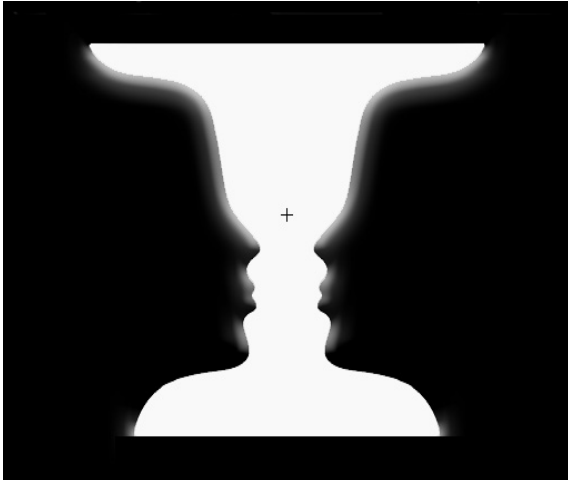
- Para un habitante del desierto podría significar: hogar, casa, familia, etc.
- Para un piloto de rallies: aventura, victoria, gloria, etc.
- Para un turista que fue de viaje al desierto y tuvo una mala experiencia porque le robaron todo lo que llevaba: decepción, problemas, policía, etc.
- Para una persona que nunca ha visto el desierto ni sabe lo que es: desconocimiento, asombro, belleza, etc.

La experiencia y los condicionamientos previos, los gustos personales del lector, las aficiones, etc. son muy importantes al leer una imagen, pero se hacen especialmente importantes cuando en las imágenes hay ciertas condiciones de equilibrio, las cuales propician que esos condicionantes subjetivos tomen protagonismo.

Por ejemplo, en las típicas figuras dobles de Rubín se da un equilibrio perfecto entre la zona de la figura y la zona de fondo,

³ <http://recursos.cnice.mec.es/bancoimágenes/>

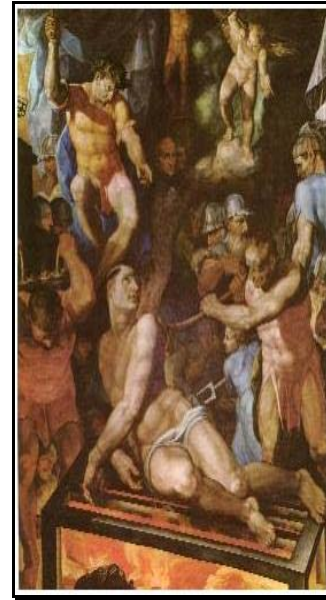
por lo que el lector, en el momento de la percepción de esta imagen, se decide por interpretar que esta imagen es una copa o son dos personas enfrentadas, en función de sus propios intereses, vivencias o aficiones.



Hoy en día vivimos en una época en la que la imagen ha cobrado mucha importancia, hasta tal punto que es el elemento “cultural”⁴ más “consumido” en la actualidad. Pero esta situación no es nueva. Ya en la Edad Media era muy importante la “educación” visual debido a que la mayoría de las personas eran analfabetas y, por tanto, no sabían ni leer ni escribir, por lo que la única forma de transmitirles conocimiento era de forma oral o visual.

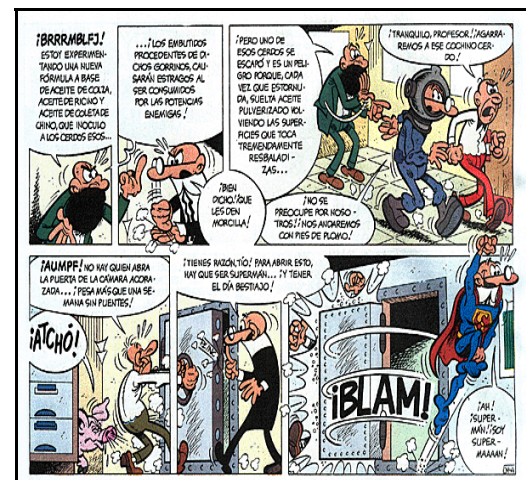
De este modo, especialmente en entornos religiosos cristianos (en el mundo occidental), se aleccionaba a los fieles por medio de dibujos y pinturas que representaban a santos o hechos de la Biblia. Tanto los creadores de esas imágenes como los fieles (receptores de las mismas), debían conocer la iconografía cristiana y saber que, por ejemplo, si veían en una imagen a una persona que era martirizada y asesinada sobre una parrilla se trataba de S. Lorenzo.

⁴ Por supuesto, habría que discutir qué imágenes tienen un carácter “cultural” y cuáles no lo tienen.



También hay mecanismos relacionados con nuestro propio lenguaje y que varían según sea la cultura en la que nos encontramos.

Por ejemplo, nosotros leemos de izquierda a derecha y de arriba abajo lo que da sentido a una imagen estructurada de una manera secuencial como pueda ser el siguiente cómic de Ibáñez:



Si esta misma imagen la tradujéramos al árabe, no sólo deberíamos traducir el texto, sino también la propia disposición de las imágenes cuya lectura no podría ser de izquierda a derecha sino al revés, que es como se estructura la escritura y lectura árabe.

Recientemente ha habido un ejemplo claro de diferencias culturales en lo que a imagen se refiere y que ha causado un grave conflicto internacional. En Septiembre de 2005, el periódico danés *Jyllands-Posten* publicó unas viñetas cómicas que, como suele ocurrir con este tipo de ilustraciones, ridiculizaban a un personaje y satirizaban la actualidad. En este caso se trataba de unas caricaturas del profeta Mahoma en las que se le identificaba con terroristas suicidas e incluso se le ponía una bomba a modo de turbante.

Estas caricaturas han suscitado una reacción de indignación en los países de mayoría islámica por diversos motivos. En primer lugar, por ridiculizar al Profeta y considerarlo ofensivo y una provocación hacia el mundo árabe. Pero el motivo más importante ha sido la prohibición expresa que aparece en las escrituras coránicas acerca de representar icónicamente a Mahoma.

Lo que para los daneses y otros muchos pueblos es perfectamente normal, satirizar la actualidad y a un personaje público mediante su representación caricaturizada, es completamente ofensivo para los musulmanes quienes tienen prohibida la simple representación del profeta. En este caso, la lectura de estas imágenes y su significado es completamente distinto en una cultura y en otra, lo que ha provocado las lamentables consecuencias que todos conocemos, y todo ello, a pesar de que el periódico que primero publicó las viñetas pidiera disculpas.

En resumen, podríamos decir que el proceso de comunicación a través de imágenes es tan complejo como lo pueda ser la comunicación en cualquier otro lenguaje. Requiere del emisor conocer las técnicas de creación de los mensajes visuales (al igual que un idioma requiere conocer los términos o palabras) y obliga a los lectores, receptores, a interpretar la imagen como un mensaje con unos códigos y en un contexto determinado. Códigos, muchos de ellos culturales, que se modifican en el tiempo con el propio uso del lenguaje. Esto conlleva un continuo aprendizaje de las formas

de representación las cuales, como hemos dicho, pueden ser totalmente distintas a las de otros entornos o contextos culturales. Estas diferencias culturales y en las formas de representación y lectura de las imágenes, pueden y suelen provocar malentendidos y conflictos como el anteriormente expuesto que, quizás, podríamos evitar si simplemente tuviéramos en consideración y respetáramos más esas diferencias.

Bibliografía básica recomendada para ampliar estos temas

- ARNHEIM, R. (1979). *Arte y percepción visual*. Madrid: Alianza Editorial.
- BERGER, J.[et al.] (1974). *Modos de ver*. Barcelona: Gustavo Gili.
- DONDIS, D.A. (1985). *La sintaxis de la imagen*. Barcelona: Gustavo Gili.
- GOMBRICH, E. H. (2003). *La preferencia por lo primitivo: episodios de la historia del gusto y el arte de Occidente*. Barcelona: Debate.
- JOLY, M. (2002). *La interpretación de la imagen*. Barcelona: Paidós.
- KANIZSA, G. (1986). *Gramática de la visión*. Barcelona: Paidós.
- VILCHES, L. (1984). *La lectura de la imagen*. Barcelona: Paidós.
- VILLAFÑE, J / MÍNGUEZ, N. (1996). *Principios de teoría general de la imagen*. Madrid: Pirámide.