

entretiene con historias de terror¹⁰. Lo feo se trastrueca con lo bello, se mezcla lo grotesco con lo cómico y de vez en cuando también se asoma lo siniestro como invitado a la mesa de nuestras casas.

Conclusiones

Hemos dicho que la publicidad contribuye, con su eficacia, a la difusión de los lugares comunes de siempre, a la transmisión de los estereotipos sociales, a la cierta reiteración formal en sus estrategias verbales y visuales o a la aparente trasgresión con el solo fin de aumentar la coerción del impacto visual, pero también intenta violar, en algunos casos, las convenciones textuales e innovar las formas hasta perforar los límites de lo aceptado con el fin de intensificar la persuasión ideológica. Aquí es donde la publicidad incorpora lo dionisiaco en sus historias, que se visten con categorías estéticas lejanas de lo bello. Es pertinente, por lo tanto, no sólo reconocer el ingenio creativo publicitario, sino, fundamentalmente señalar y recordar la conveniencia de abordar el análisis del spot publicitario desde una perspectiva más reflexiva y crítica, con instrumentos de diversas disciplinas para entender mejor el uso que la publicidad le da a las formas icono-verbales desplegadas por sus autores, que no tienen que ver con una voluntad de estilo estetizante en el momento de la construcción de la enunciación, sino el de operar con ellas en el universo simbólico bajo las presuposiciones socioculturales que atribuyen a los destinatarios del mensaje.

Notas

1. Ricard, André (2008). *El diseño en la sociedad del espectáculo*. Barcelona: FOROALFA.
2. Barthes, Roland (1986). *Lo obvio y lo obtuso*. Barcelona: Paidós Comunicación, p. 52 a 65.
3. Lomas, Carlos (1996). *El espectáculo del deseo. Usos y formas de la persuasión publicitaria*. Barcelona: Ediciones Octaedro, p. 68 a 69.
4. Originalmente, la palabra *freaks* era usada para referirse a las personas que se distinguían por tener alguna malformación o anomalía física (mujeres barbudas, hombres elefante, o personas de

estatura anormalmente alta o baja o sin miembros) y que eran exhibidas en los circos. Por ello, la palabra *freak* en inglés también conserva este significado. El ejemplo más famoso del origen del término y de su significado en el idioma inglés, es la película *Freaks*, dirigida por Tod Browning en 1932.

5. Bodei, Romeo (1998). *La forma de lo bello*, Visor. Madrid: Distribuidora S. A., pp. 129 a 134.
6. Rosenkranz. *Estética de lo feo*, p. 47.
7. Bodei, Romeo. *La forma de lo bello*, p. 141.
8. Eco, Humberto (2007). *Historia de la fealdad*. Barcelona: Lumen, p. 416
9. Rose Bárbara, Orlan aid Me Transgressive Act, pp. 84-85, citada por Fernández, Víctor, en su tesis doctoral: *Influencia y penetración de la imagen pornográfica en la iconografía plástica contemporánea*. España: Universidad Complutense de Madrid, Facultad de Bellas Artes, departamento de Pintura, 2006, p. 231.
10. Eco, Humberto (2007). *Historia de la fealdad*. Barcelona: Lumen, p. 423

Referencias bibliográficas

- Adorno, Theodor W. (1980). *Teoría estética*. Madrid: Taurus.
- Barthes, Roland (1986). *Lo obvio y lo obtuso*. Barcelona: Paidós Comunicación.
- Bodei, Romeo (1998). *La forma de lo bello*. Madrid: Visor. Distribuidora, S. A.
- Eco, Humberto (2007). *Historia de la fealdad*. Barcelona: Lumen.
- Fernández, Víctor (2006). Tesis doctoral: *Influencia y penetración de la imagen pornográfica en la iconografía plástica contemporánea*. Universidad Complutense de Madrid, Facultad de Bellas Artes, departamento de Pintura.
- Lomas Carlos (1996). *El espectáculo del deseo. Usos y formas de la persuasión publicitaria*. Barcelona: Ediciones Octaedro.
- Ricard, Andrés. *El diseño en la sociedad del espectáculo*, FOROALFA, http://foroalfa.org/es/articulo/140/El_diseño_en_la_sociedad_del_espectaculo, Barcelona 2008.
- Rosenkranz. *Estética de lo feo*.

Ciro Palacios Garcés. Licenciado en Arte por la Pontificia Universidad Católica del Perú, Master en Filosofía por la Universidad Nacional Mayor de San Marcos y Master en Comunicación Interactiva por la Universidad Autónoma de Barcelona. Profesor de Diseño y Multimedia de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Lima, Perú.

La imagen: percepción y representación. El debate desde las ópticas filosófica y gnoseológica

María Inés Palazzi

Introducción

El objetivo esencial de este trabajo radica en un intento indagatorio sobre los fundamentos filosóficos que den cuenta de las posibilidades comunicativas y de transmisión de conocimientos que ofrecen las imágenes a igual

que la palabra, enlazando las reflexiones de diferentes pensadores que han abordado el tema de la imagen y la representación, y cómo éstas se relacionan con los procesos perceptivos-cognitivos y en definitiva con el pensamiento.

Núcleo problemático

La relación entre la realidad y sus representaciones está provocando un renovado interés en los debates contemporáneos. Sin duda este fuerte impulso se debe en parte al alto grado de sofisticación alcanzado por las técnicas de modelización de la realidad.

A este núcleo problemático confluyen múltiples contribuciones provenientes de diversas disciplinas; desde la

filosofía y epistemología de la comunicación, desde la historia del Arte hasta la cultura material.

La incursión en el pensamiento y obra de diferentes autores puede resultar fructífera en el sentido de poder disponer de diversos enfoques y reflexiones interesantes que permitan comprender mejor la naturaleza y funcionamiento de las imágenes como lenguaje.

Encadenando ideas

El enfrentamiento entre la capacidad cognitiva del intelecto y la misma capacidad sensorial nace casi con el hombre. Fueron los pitagóricos quienes produjeron la primera grave escisión entre estas dos formas de conocimiento al plantear, de modo dicotómico, la existencia de un mundo celeste y otro terrestre. El primero de ellos basado en la lógica matemática, era el reino de la astronomía; el segundo era impredecible, igual que la naturaleza y la existencia humana. Esta concepción primitiva evolucionó dentro de esta dicotomía: conocimiento sensorial versus conocimiento racional.

Platón escribe que toda búsqueda y todo aprendizaje no son sino recuerdos, y en su *Felón* recomienda la conveniencia de no perder el ojo de la mente, ya que los sentidos no nos ofrecen la incuestionabilidad del raciocinio. Es Aristóteles el primer pensador que le otorga carta de naturaleza al conocimiento sensorial al desarrollar los conceptos de inducción y abstracción. Sostiene que el ser humano está dotado de sentidos. Cada uno recibe y aprende objetos que están fuera de ellos. Cada sentido tiene su objeto formal y se diferencian por la finalidad y por la función que cumple cada uno de ellos.

Los órganos de los sentidos reciben la forma del objeto (pensemos en la forma vicarial del objeto) que está fuera del sujeto. El órgano del sentido no recibe el objeto, recibe una representación del mismo.

Los sentidos pasan la información a los sentidos internos y estos al entendimiento, quien al recibir entiende lo que queda afuera... Los sentidos internos han modelado, mediante el proceso de abstracción, el material apto para que el entendimiento humano pueda realizar el acto de entender.

Santo Tomás de Aquino toma la teoría aristotélica y propone su propia visión: postula que el conocimiento es por representación; toma el axioma filosófico: nada hay en el entendimiento que no haya pasado por los sentidos. El objeto se da a conocer y tiene una representación propia que puede ser aprehendida. Se refiere a que el objeto tiene una imagen propia, y esta imagen es una representación del objeto. La imagen que llega al entendimiento se denomina concepto. Así es posible el entendimiento del objeto. El medio por el cual se pone en relación el objeto y el entendimiento, ha sido la imagen, la representación del objeto. De allí la afirmación: conocemos por representación, conocemos por imágenes. La imagen es propiamente el mensaje.

Aunque los filósofos griegos concibieron la dicotomía de percepción y razonamiento, no puede decirse que aplicaron esta noción con la rigidez que la doctrina adquirió en los siglos recientes del pensamiento occidental. Los griegos aprendieron a desconfiar de los sentidos, pero nunca olvidaron que la visión directa es la fuente primera y última de sabiduría.

Refinaron las técnicas del razonamiento pero también creyeron que, en palabras de Aristóteles: el alma jamás piensa sin una imagen

La irrupción del racionalismo en el desarrollo occidental, la fuerza elemental con la que inundó la totalidad de la vida cultural europea, provocando con ello la crisis de la Edad Moderna, todavía conserva hoy, al cabo de quinientos años, algo de enigmático. Nunca antes la función lógica había alcanzado en la vida espiritual esa supremacía tal, capaz de poder desechar cualquier otra concepción como primitiva e inferior.

Descartes en su *Discurso del Método* deja de lado todo conocimiento sensitivo: su duda sistemática le lleva a encerrar al pensamiento humano en sí mismo: el objeto propio del entendimiento son las ideas. Y estas ideas no pueden provenir de la realidad, las produce el mismo sujeto pensante. Lo único firme que encuentra en su discurrir se traduce en: pienso luego existo.

Descartes realizó estudios experimentales sobre el ojo, se interesó en este como órgano sensorial, entendiéndolo como instrumento óptico, igual que una cámara.

A este filósofo le interesaba la constatación de que los sentidos engañan, de que solo hay fiabilidad en el pensar puro. El cuerpo es materia limitada, imperfecta: con ello fundamenta aquel racionalismo sobre cuya base se erige la ciencia natural y la técnica moderna.

La tarea de crear conceptos, acumular conocimientos, relacionar, separar e inferir se reservaba para las más altas funciones cognitivas de la mente, que solo podían desempeñarse abandonando toda particularidad perceptible. Hoy adoptamos una posición muy distinta. Ya no es el ojo como órgano el que ocupa el centro de atención, sino el ver entendido como proceso, como sistema complejo de percepción: ver, entender, reconocer, pensar.

Aquí recordaremos a Goethe, que a lo largo de su vida luchó contra Newton porque no creía que la visión, incluso la visión de los colores, se pudiera representar de manera completa por medio de la óptica física: la visión es, según Goethe, visión interior.

Los racionalistas del siglo XVII y XVIII llegaron a la conclusión de que los mensajes de los sentidos son confusos e indistintos y que, para clarificarlos, era necesaria la intervención del razonamiento. Hoy está todavía presente entre nosotros la prejuiciosa discriminación entre percibir y pensar. Todo nuestro sistema educativo está fuertemente arraigado y basado en el estudio de la palabra y los números.

Kant al intentar conjugar empirismo con racionalismo propone su apriorismo. Que la materia del conocimiento viene de la experiencia, pero la forma, viene de la razón.

La razón es la que pone orden en el caos.

Para este filósofo el acto de entender se realiza por medio de categorías: si deseamos entender algo debe estar subsumido bajo una categoría. Cualquier concepto empírico exige una semejanza entre el concepto que uno puede tener y a lo que se refiere o aplica ese concepto: para obtener la relación necesaria para entender, es decir la relación del concepto puro con la parte sensorial, hace falta un esquema trascendental

Este concepto o esquema será resumido por Piaget que propondrá los esquemas cognitivos. Las tres características funcionales evolutivas básicas de los esquemas

asimilativos son: generalización, diferenciación y reconocimiento.

Piaget ha dedicado toda su vida a las investigaciones sobre la inteligencia y su desarrollo. Según él las estructuras perceptivas no las tienen las personas desde su nacimiento, se adquieren: la inteligencia es la forma suprema que tiene la persona humana, mediante ella se adapta al medio ambiente donde vive, y este proceso de adaptación es un proceso de conocimiento

Retomando el hilo anterior, al final de la época de la ilustración, se llega de un modo racional a la evidencia de que el pensar no es sólo pensar lógico, es pensar que ve. Se obtiene conocimiento no sólo a través de operaciones lógicas, como en las operaciones numéricas, sino también por la visión de relaciones, referencias, analogías.

El camino del pensar al hacer, del pensar especulativo al pensar en términos de uso, lo ha recorrido también la filosofía, tal como ocurre con Kant y con Wittgenstein.

A fines del siglo XIX la psicología de la Gestalt, fundada por Ehrenfels, así como la psicología integral aportaron nuevos conocimientos que echaron nueva luz. La psicología integral está basada en el conocimiento de que la totalidad es más que la suma de sus partes. Con ello se contraponen al modelo mental mecanicista atomista, que admite la percepción de objetos como suma de elementos simples, llamados sensaciones.

Wertheimer amplía el primado del todo sobre las partes y con la ayuda de ilusiones óptico-geométricas, demuestra que la totalidad posee unas características que no corresponden de por sí a las partes, dado que dependen de la forma de manifestación del todo.

La producción científica de la Gestalt y sobre todo de algunos de sus postulados han trascendido el mundo de la psicología, y sus conclusiones han sido asumidas provechosamente por disciplinas como la Teoría de la Información o la Teoría del Arte

Wittgenstein en su *Tractatus Logico Philosophicus* desarrolla su teoría de la modelización. La sustancia de esa teoría puede sintetizarse de una manera que es ciertamente simplista en los siguientes términos: en toda proposición (*Satz*) subyace una imagen modelo (*Bild-Abbild*), y en toda imagen modelo subyace una proposición. La imagen es un modelo de la realidad, la proposición es una imagen de la realidad.

Se trata del concepto de imagen como modelo, como modelización de la realidad.

La problemática que aflora aquí es la que posteriormente se sitúa en el centro del debate sobre los fundamentos epistemológicos de una teoría de la modelización y del tema de la iconicidad. No se tratan de imágenes de tipo mental como quería Russell, sino de imágenes bien concretas, como quería Wittgenstein. El *Bild* de Wittgenstein puede cotejarse con el *icon* de Pierce

Un objeto icónico se nos presenta en nuestro mundo como una apariencia sensible semejante al objeto real. De allí nace una relación tipo semiótica, producto de la interacción entre un signo, un significado y un objeto.

Así es que el punto de mira privilegiado en el campo de la investigación, basado casi exclusivamente en la lingüística estructuralista, se desplaza hacia la complejidad del pensamiento de Pierce.

En la historia del pensamiento semiótico el tema del iconismo adquiere una especificidad teórica que se concentra en la discusión sobre el signo icónico, la arbitrariedad y la motivación como factores determinantes de la relación imagen/realidad. Con Pierce esta avanzada teórica se convertirá en el centro del análisis de la semiótica de la imagen.

El diálogo entre semiótica y filosofía encuentran un punto interesante a partir de la polémica sostenida entre Eco y Maldonado a propósito de la imagen.

La aportación de Tomás Maldonado (1974) en el panorama del iconismo pone énfasis en el concepto mismo de iconicidad. Investiga la posibilidad de entender el concepto de imagen, no como enunciado, sino como proposición, basándose en los estudios de Wittgenstein. Según Maldonado, Wittgenstein en su *Tractatus* propone una concepción modelística de la proposición y de la imagen. Para este filósofo, una imagen es algo que hacemos y construimos como un objeto artificial, de manera que la imagen no es algo mental sino concreta y su reflexión parece apoyarse en la mecánica, la pintura, la cartografía, la fotografía y el filme. Se trata de imágenes icónicas.

Para Maldonado la iconicidad es una constante que no puede negarse como forma de conocimiento del mundo. Construimos modelos de la realidad gracias a que aprendemos ciertas operaciones por su relación icónica con ella. Por ello decimos que Maldonado parte de la teoría de la modelización de Wittgenstein, según la cual toda proposición se muestra en una imagen modelo: la proposición es un modelo de la realidad tal como lo pensamos. Para Eco (1995), la tesis de Maldonado sobre las proposiciones de Wittgenstein debe ser confrontada con su *Philosophische Untersuchungen* (1953). En esta obra el autor pone en duda la teoría del modelo, no tanto en relación con la realidad sino con el concepto de representación, observando que hay una mediación concreta, presuposiciones de contexto y convenciones culturales: sostiene que en realidad, incluso en Wittgenstein, la imagen es comprensible por medio de reglas culturales ya adquiridas.

En resumen, para Eco, los términos en que se debe plantear la discusión sobre el iconismo son los siguientes: el problema debe reducirse a la relación entre los signos y los objetos, o al contrario, entre los signos y las reglas culturales que filtran la conexión con los objetos. Eco sostiene que los signos icónicos no poseen las propiedades del objeto representado sino que reproducen algunas condiciones de la percepción común, basándose en códigos perceptivos normales y seleccionando los estímulos que permitan construir una estructura perceptiva que, fundada en códigos de experiencia adquirida, tenga el mismo significado que el de la experiencia real denotada por el signo icónico.

Para Vilches (1995) las principales aportaciones de la discusión sobre el iconismo, en función de la teoría semiótica de la imagen, es afirmar que toda teoría de la imagen presupone una teoría del significado y debe estudiar los sistemas culturales actualizados en las operaciones de representación.

Las imágenes no se representan en forma directa por medio de objetos sino por medio de operaciones mentales, perceptivas, reglas gráficas y tecnológicas. Pero

la materialidad ha de tenerse en cuenta en su relación directa con la representación.

Hechas estas reflexiones previas parece interesante presentar la tesis de Villafañe (1996) donde trata de explicar la naturaleza de la imagen, para quien el concepto de imagen comprende otros ámbitos que van más allá de los productos de la comunicación visual y del arte; implica también procesos como el pensamiento, la percepción, la memoria, en suma la conducta. La idea de la cual parte es que toda imagen posee un referente en la realidad independientemente de cuál sea su grado de iconicidad, su naturaleza o medio que la produce.

Aquí entramos entonces en la esfera de la imagen representada que a diferencia de la imagen mental se constituye en vehículo de comunicación, por lo tanto en lenguaje. La percepción y la representación visual, responsables de la modelización icónica, se basan en una serie de mecanismos *sui generis* que confieren a la imagen esa especificidad que la caracteriza y distingue de otros tipos de productos comunicativos.

Del análisis visual de la realidad, el emisor extrae un esquema preicónico que recoge los rasgos estructurales más relevantes del objeto de la representación.

La reflexión teórica se vuelve cada vez sobre el fenómeno de la imagen. Estamos inmersos en la era de la imagen, la palabra se reacomoda y encuentra un espacio al lado de la imagen.

La imagen siempre ha tenido fuerza en la conformación de l imaginario colectivo, pero es durante el transcurso del siglo XX que se ha instalado por primera vez la lucha entre palabra e imagen, y también la dicotomía entre verdad y razón: la imagen como sede de la verdad (a partir de la aparición de la fotografía) pero también como ente de no razón. La razón continúa estando de lado del logos; la imagen del lado de la expresión.

La imagen no sólo es eficaz sino que trasciende su propia eficacia, es una fuerza social que actúa sobre la vida

simbólica de la sociedad, independientemente del valor funcional. Visto de esta manera, ¿cuáles son los mecanismos sobre los que se articula la función de comunicación de la imagen?

Se califica a la imagen de polisémica por lo tanto no necesariamente asociada con la claridad, pero la comunicación es también ambigüedad, confusión, ideología, deseo y contradicción. Estos constituyentes del acto comunicativo aparecen en la imagen incluso como recursos expresivos. No existen respuestas cerradas, podemos advertir en las reflexiones de diferentes autores, cuan abiertos están los esbozos. La confrontación y la polémica son modos de acercar mayores precisiones.

Referencias bibliográficas

- Aicher, O. (2000). *Analógico y digital*. Barcelona: GG.
- Arheim, R. (1971). *El pensamiento visual*. Bs. As.: EUDEBA.
- Brannnd, G. (1989). *Los textos fundamentales de Ludwig Wittgenstein*. Alianza Universidad.
- Daucher, J. (1985). *El pensamiento Gráfico*. Bs. As.: GG.
- Eco, H. (1989). *La estructura ausente*. Barcelona: Lumen.
- Flavell, J. H. (1981). *La psicología evolutiva de Jean Piaget*. Barcelona: Paidós.
- Gubert, R. (1992). *La mirada opulenta*. Barcelona: GG.
- Kant, E. (1961). *Crítica de la razón pura*. Madrid: Edit. Losada.
- Maldonado, T. (1994). *Lo real y lo virtual*. Barcelona: GG.
- Maldonado, T. (1974). *Vanguardia y racionalidad*. Barcelona: GG.
- Piaget, J. (1984). *Psicología de la inteligencia*. Bs. As.: Edit. Psique.
- Morin, E. (1986). *Introducción al pensamiento complejo*. Editorial Gedisa
- _____. (1978). *El paradigma perdido: el paraíso olvidado*. Barcelona, 2º: Ed. Cairós.
- Vilches, L. (1995). *La lectura de la imagen*. Barcelona: Ediciones Paidós.
- Villafañe, J. (1996). *Introducción a la teoría de la imagen*. Madrid: Edit. Pirámide.

Ressonâncias na arquitetura das escritas, desenhos e cenografia¹

Maria da Conceição Pereira Bicalho

As palavras e as coisas

Permito-me fazer referência à estreita relação entre as palavras e as coisas partindo da experiência teatral em cenografia: a possibilidade e a necessidade de confrontar o verbo à visualização de um conteúdo, remetendo à análise das potencialidades de ambos. Deste jogo resultam sintaxes muito distintas que exigem seleções e diferenciações gramaticais e tonais muito específicos. Para um estudioso do desenho, desenhista, escritor ou ator envolvido com as especificidades de seu trabalho, o saber diferenciador dos usos técnicos –antes poéticos– de cada vogal, sílaba, cor ou nuance convocados, remetem

a lugares distintos porque geram novas frases, outros conceitos.

Chegar ao osso, apurar estruturas com as quais o pensamento possa transitar límpido e assentar sobre o conjunto das variadas texturas que resultarão na forma desejada da apresentação definitiva, é saber que para que tudo possa confluir tudo deve significar.

Trabalhar inteligentemente em equipe, que é da natureza do teatro, tem como um dos seus méritos o abandono da coisificação dos objetos.

Esclareço que não estamos defendendo a tradicional postura do ensino de desenho nem da montagem texto-cêntrica e suas conseqüências para a atuação do ator tais como adestramento, memorização, fala impostada, etc. Investigo a palavra e a imagem sob a forma adequada ao que se deseja mostrar. Há em ambas uma capacidade de receptáculo de sentido, condição da escrita em formar tramas, –daí a autonomia do texto escolhido, que através de seus signos invade todos os espaços em que tenha sido