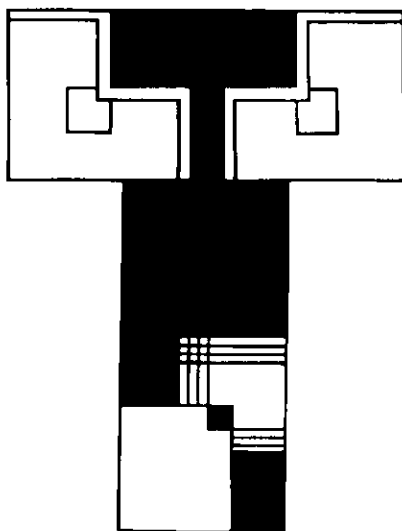


# Para pensar la comunicación visual

MARILUZ RESTREPO J.\*



ematizar la comunicación visual nos conduce necesariamente a la reflexión sobre la comunicación en general y, aunque se retome de ésta el proceso básico de construcción, circulación y recepción de mensajes, se hace necesario delimitar su ámbito para reconocer lo que caracteriza precisamente esa forma particular de comunicarse visualmente. Lo visual se refiere a todo aquello que es «visible», de ahí que incluya un amplísimo espectro como por ejemplo, el cuerpo y sus movimientos traducidos en gestos, mímica, danza, teatro; las múltiples expresiones a través del dibujo, la pintura, la escultura y la fotografía; y también

---

\* Magister en Filosofía de la Pontificia Universidad Javeriana. Profesora-investigadora del Departamento de Comunicación de la Facultad de Comunicación y Lenguaje y profesora de la Facultad de Artes de la Universidad Nacional de Colombia.  
E.Mail: mrestrep@javercol.javeriana.edu.co

gráficos, diagramas, y mapas; máscaras, vestuario, bordados, decoraciones; construcciones arquitectónicas y aquellos «diagramas» labrados en la tierra resultantes de las maneras de sembrar y cosechar; carteles, carátulas, vallas y otras manifestaciones publicitarias; televisión, cine y computadores.

Aquí aparece un primer núcleo problemático: ¿Esta amplitud permite construir una teoría general de la comunicación visual? Pienso que es posible y necesario, y si bien es cierto que desde diferentes puntos de vista, autores como Lyotard, Berger, Merleau Ponty, Louis Marin, Arnheim, Goodman y Gombrich, entre otros, dan luces sobre la temática, estoy de acuerdo con este último cuando afirma que «en comparación con la importancia que tiene esta cuestión, el grado de atención que se le ha prestado es decepcionalmente pequeño»<sup>1</sup>.

Pienso también, que mucha de la reflexión al respecto ha estado muy alejada de su dimensión comunicativa. Desde las teorías de la comunicación es muy poco lo que hasta ahora se ha aportado. Sin embargo, sí creo que se han ido generado propuestas particulares desde algunas formas visuales — fotografía, cine, pintura, principalmente— pero está por construirse una teoría general.

Considero que es urgente una mirada juiciosa hacia la especificidad de lo visual; esto es, profundizar en el campo semántico de lo visual y sus usos metafóricos: ojo, visión, mirada, espejo, pantalla, mimesis, representación, luz, claridad, color..., por sólo mencionar algunos; reconocer sus características tales como sus dimensiones (dos o tres, y éstas, reales o imaginadas como en las «imágenes holísticas» y las «virtuales»), su relación con

el espacio (su capacidad para hacer del espacio un «lugar», o también entendida como «una puesta en escena») y con el tiempo (duración, movimiento, ritmos y «tempos», así como su capacidad de autonomía, de función parásita o secuencial...; y distinguir, relacionando, aspectos tales como ícono, imagen, figura, forma, que, en el lenguaje ordinario, se toman como sinónimos.

Sobre este último punto quisiera detenerme. Es muy común abordar el estudio de lo visual desde categorías propias de lo verbal, desconociendo que lo «visible» no necesariamente se hace «legible» de manera directa, que lo visual no es un lenguaje articulado, ni una copia «vaga» de éste. En este sentido, creemos que abordar el estudio de lo visual desde las categorías peirceanas (*Primeridad*, *Segundidad*, *Terceridad*) sería muy enriquecedor, ya que Peirce propone una teoría del signo de arraigo ontológico que no se desprende de la lingüística, sino de las características esenciales del ser. Para Peirce el *ser* es signo y, en este sentido, la realidad también lo es; su teoría de la representación no es otra cosa que la «operación del signo». Nos sitúa Peirce en otra perspectiva que se aleja de la representación como mera copia de la realidad tal como ha sido entendida en la tradición cartesiana.

Si asumimos la distinción referida a la comunicabilidad de los signos que propone Dufrenne<sup>2</sup> entre tres nociones aparentemente vecinas: expresión, información y significación se hace evidente la relación, en su orden, con la distinción ontológica de *Primeridad*, *Segundidad* y *Terceridad* desarrollada por Peirce. Podemos dar un paso más retomando las propuestas de autores como Francastel, Marin y Lyotard referidas a la imagen, la forma y la figura como particularidades de lo visual.

<sup>1</sup> GOMBRICH, E.H. *La imagen y el ojo*. Madrid: Alianza, 1987. p. 129

<sup>2</sup> DUFRENNE, M. *La poétique*. Paris: Press Universitaires, 1973. p. 76 y ss.

<i>Primeridad</i>	<i>Segundidad</i>	<i>Terceridad</i>
<i>Expresión</i>	<i>Información</i>	<i>Significación</i>
<i>Imagen</i>	<i>Forma</i>	<i>Figura</i>

Para Dufrenne, la *expresión* es un modo originario de la significación, que es al mismo tiempo, su condición. El análisis de la expresión debe mostrar cómo el sentido es inmanente al signo, por su naturaleza misma, sin ninguna asociación subjetiva u objetiva; es del orden sensible, del sentimiento y la afectividad. Para Peirce la *Primeridad* es el modo de ser que consiste en que el sujeto sea positivamente tal como es sin considerar nada más; es positivamente posibilidad cualitativa; es sensación pura, distinta de la percepción objetiva, la voluntad o el pensamiento<sup>3</sup>. Y esto es, a mi juicio, en términos visuales lo que asume Francastel como *imagen* y que Louis Marin<sup>4</sup> tematiza, entendiéndola como «categoría de re-presentación», en donde el «re» no sólo es sustitución, sino intensidad; ésta perspectiva nos aleja de la visión, muchas veces simplista y peyorativa, de entenderla como imitación, o copia, para situarla precisamente, como lo que permite ver lo que no es visible a primera vista.

La *información*, especifica la forma del mensaje, no su contenido; no concierne a lo que se transmite, —según Dufrenne, quien retoma estos concep-

tos de la Teoría Matemática—. Peirce coloca la *Segundidad* como sentido de realidad que se da por acción-reacción; es el hecho en sí mismo, es la «forma» en que se actualiza la cualidad, pero como fuerza bruta, sin Ley, sin razón. La forma para Francastel<sup>5</sup> no está ligada a los elementos; éstos son intercambiables, la forma no se refiere a los detalles, sino al conjunto, a la estructura. La forma «es un sistema imaginario, arbitrario pero coherente».

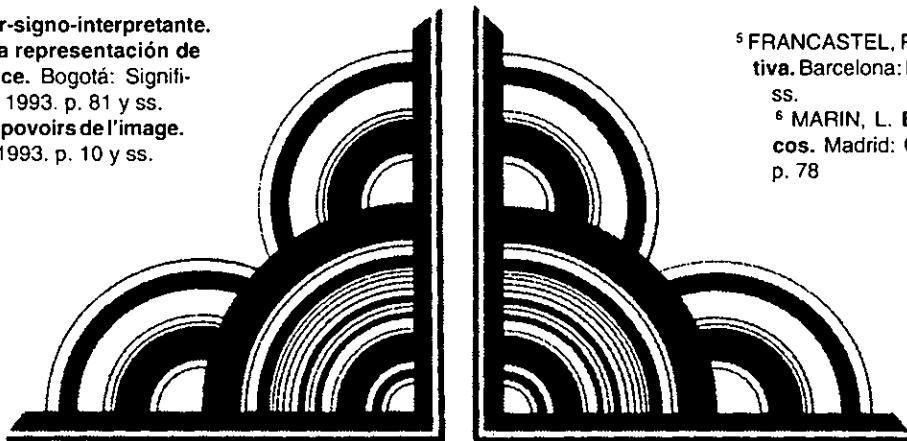
La *significación*, dice Dufrenne, manifiesta el poder del hombre de «leer», de dar un sentido, de crear o de descifrar signos. Es la condición simbólica del hombre, en términos de Cassirer, y que Peirce tematiza en la *Terceridad*: es representación, es el pensamiento donde se da la operación del signo; es allí donde el hombre y el mundo encuentran sentido porque *pensar* para Peirce es *significar*. Y *figura*, lo propio de lo visible, es nudo de sentido, «funciona como un fantasma, a la vez polisémico y anudado, bloqueado en la unidad de una forma (...) el fantasma es la forma figurativa en la cual el deseo se incorpora, a la cual se adhiere...»<sup>6</sup>. De aquí el magnífico trabajo de Lyotard, *Discurso y figura*, en el que acuña el término «figural», para expresar esa dimensión anudada por el deseo que hace sentido pero que nunca se conoce inmediatamente, que sólo se expresa simbólicamente tramada.

<sup>3</sup>RESTREPO, M. Ser-signo-interpretante. La filosofía de la representación de Charles S. Peirce. Bogotá: Significantes de papel, 1993. p. 81 y ss.

<sup>4</sup>MARIN, Louis. Des pouvoirs de l'image. Paris: De Seuil, 1993. p. 10 y ss.

<sup>5</sup>FRANCASTEL, P. La realidad figurativa. Barcelona: Paidós, 1988. p. 110 y ss.

<sup>6</sup>MARIN, L. Estudios semiológicos. Madrid: Comunicación, 1978. p. 78



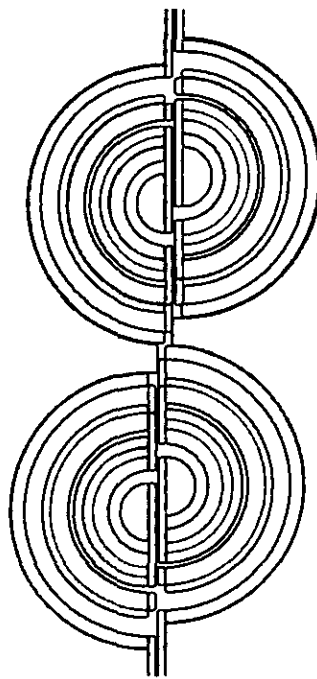
En esta triple relación se dan las tres dimensiones esenciales de lo visual. Primero, su posibilidad de ser, la imagen como categoría que, como dice Peirce sobre la primeridad, «cualquier descripción de ella la falsea, es tan tierna que no puede tocarse sin que se dañe»<sup>7</sup>. Segundo, la forma, lo que *in-forma*, lo que nos indica la codificación de lo visual. Y, tercero, su capacidad de significación, de constituirse en figura, su condición de visibilidad en sí misma, su expresividad que jamás puede ser traducible en su totalidad, Es lo «figural» como «opacidad, verdad y acontecimiento» De ahí que sea algo nunca dado, siempre posible, como espacio del deseo y de lo sublime<sup>8</sup>.

En la imagen, entonces, se articula lo legible y lo visible, el decir y el ver. En la representación enigmática de la imagen, a través de las formas se generan figuras en su visibilidad primera que encuentran su posibilidad de sentido en la palabra. Pero lo visible en sí mismo no está para ser leído, está precisamente para ser visto, para hacer ver, para poner en juego toda la sensibilidad humana.

La comunicación visual habría de verse en estas tres dimensiones: como un *posible* en donde prima la sensibilidad del acontecimiento que nos conduciría necesariamente a la reflexión sobre su condición estética; en relación con la información de las «formas» visuales referida a su propia manera de codificar, lo cual nos remite a estudios semióticos; y, finalmente, en su capaci-

dad de significar a otros que, en un contexto cultural, puedan captar sus significaciones acuñadas por la tradición y la normatividad. Esta perspectiva, a mi juicio, da las bases para una teoría general de la comunicación visual, la cual, a su vez, podría aportar elementos que enriquecerían la comprensión del lenguaje ya sea hablado o escrito.

Esta reflexión nos obliga dos puntualizaciones más: De una parte, algunos aspectos interdisciplinarios a los que necesariamente se debe acudir para el estudio de la comunicación visual: su relación con categorías psicoanalíticas donde la pareja deseo-placer juega un papel prioritario para comprender el sentido de lo «figural»; con la cultura entendida sistemáticamente en donde los símbolos y las normas consiguen su proyección concreta en sistemas de representación exteriorizadas como formas significantes ofrecidas a un desciframiento constante; con el análisis semiótico que permite sistematizar sus procesos de codificación; con la dimensión estética entendida como el estudio de la sensibilidad (y no únicamente como la reflexión sobre lo bello); con el análisis fisiológico para comprender el ojo y el cuerpo como espacio de la visión y de la percepción; y, también, con la técnica y la ciencia porque son las técnicas (des-



de la plumilla hasta el computador) las que limitan posibilitando las múltiples formas de lo visual, y porque la experimentación con lo visual ha estado íntimamente ligada a desarrollos científicos (i.e. fotografía y estudio del movimiento, óptica, imágenes fractales, etc.).

De otra parte, no podemos olvidar la conexión con las categorías propias de la comunicación en general. La pregunta, entonces, será por el «mensaje visual» para desde allí reconocer esas formas de *construcción* de lo visual, esto es, de los procesos

<sup>7</sup> RESTREPO, M. *Ser-signo-interpretante. La filosofía de la representación de Charles S. Peirce*. Bogotá: Universidad Javeriana, 1990. p. 70 y ss.

<sup>8</sup> LYOTARD, J.F. *Discurso y figura*. Barcelona: Gustavo Gili, 1979. p. 5 y ss.

de selección y combinación siempre presentes y de las formas de *recepción* de lo visible que cobijan desde el ámbito de la sensibilidad hasta la evaluación y refiguración de lo *visto*.

Hasta aquí la reflexión ha sido general; nos queda por mirar si existe una teoría de comunicación visual latinoamericana... Me atrevería a pensar que no. No, en sentido general, porque la ciencia no es propiedad de nadie y el desarrollo conceptual y metodológico de los diversos continentes necesariamente también está presente en América Latina. En esta perspectiva no parece haber un paradigma teórico en América Latina. Más bien, lo que sí nos es bien particular es el tipo de problemas que se miran. Así, al «aplicar» nuevos «estilos de mirar» los problemas, estos revelan y reflejan nuevas perspectivas de estudio y de análisis que ojalá se retomaran más concienzudamente, no sólo para quedarse en el estudio de caso —valioso por sí mismo— sino que remitiera a la construcción teórica propia en donde aún estamos muy débiles. Es necesario que otros desarrollen una teoría para que luego nos demos cuenta que lo que se propone, nosotros lo hemos estado viviendo, como es el caso de la «posmodernidad».

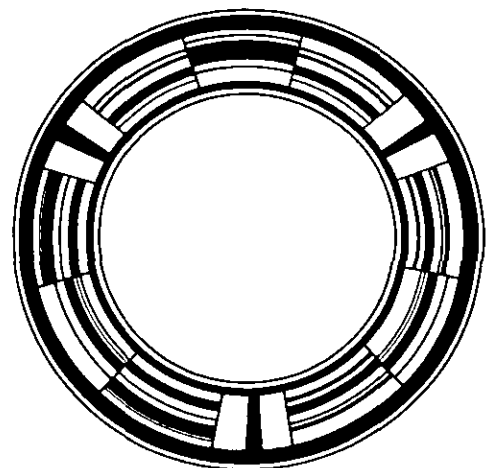
Los problemas nos son propios, porque nuestra «realidad» nos es propia. La pregunta, tal vez es, cómo hemos construido nuestra realidad. Es evidente que a un «norteamericano» le admire el impacto y «exceso» de los medios electrónicos —como es el caso de N. Postman— y que a nosotros nos deba interesar más la mezcla y amalgama de formas culturales, el campesino que ya usa el cajero automático, nuestras formas urbanas que no son las europeas o americanas, o nuestra forma de «recibir» la T.V que tampoco puede serlo... En este sentido sí estamos retando a lo «norteamericano» y también al «viejo mundo» desde nuestra propia realidad.

No podemos desconocer en el caso colombiano, investigaciones como las de Dicken Castro sobre las *chivas*, sobre fachadas, sobre los usos de la

guadua, las de Lorenzo Fonseca en las que analiza el diseño visual de ventanas y puertas en Colombia, las de Antonio Grass sobre las formas visuales de las figuras precolombinas y las de Armando Silva en relación con la construcción de una simbología urbana, entre otras. Todas ellas nos remiten a una mirada sobre las formas propias de hacernos e interpretarnos.

Siendo coherentes, entonces, más que corrientes teóricas propias, lo que existen son líneas de interés o «áreas problema» que sí nos caracterizan. Trataré de mencionarlas a riesgo de saber que siempre se queda algo por fuera porque cada vez que clasificamos hacemos necesariamente recortes:

- Una revaloración de la «cultura de masas». Volver a los medios para comprender sus sentidos, no verlos ni como la panacea, ni como monstruos devastadores de donde la «pantalla» parecería condicionar los trabajos sobre imagen en video, televisión, cine y las nuevas formas de construcción visual computarizada.
- Un análisis de las «otras» formas de expresión y de recepción que necesariamente nos conducen a aceptar la diversidad y multiplicidad cultural. Y que en el campo de lo visual permite descubrir otras formas de diseño y de composición pictórica y gráfica.



- Una preocupación por «lo urbano» como categoría y por la construcción simbólica de nuestros espacios vitales que no sólo son «arquitectónicos», sino formas de vida que necesariamente cruzan por una construcción visual del ciudadano.
- Una recuperación de la dimensión estética de los procesos comunicativos, especialmente encontrando la relación con la narratología y las teorías de la imagen, influyendo también en el reconocimiento de nuevas estéticas y poéticas.
- Una mirada a la «mediación» —tema ya presente en los griegos— en forma consciente como condicionadora y a su vez posibilitadora —en el sentido kantiano— de la comunicación.

Caracterizar lo propio de la investigación «comunicacional» en América Latina equivale a tratar de caracterizar al continente y creo que esta es un empresa muy controvertida. Sin embargo, me parece que una remisión general a textos de Leopoldo Zea, Horacio Cerruti y Arturo Andrés Roig, por ejemplo, es indispensable para abordar algunas aproximaciones para pensar nuestra identidad y nuestros quehaceres particulares. Creo que allí está inscrito el «desarrollo teórico» latinoamericano no sólo en comunicación, sino en ciencias sociales.

En resumen, creo que existen posibilidades teóricas para caracterizar nuestro discurso sobre la comunicación y, más específicamente la comunicación visual, en tanto posibilidades para reconocernos en nuestra identidad, siempre y cuando no nos cerremos al discurso de los otros continentes, dejemos el resentimiento, o como dice Roig «‘nuestra conciencia de ruptura’ que nos hace sentirnos frustrados e inferiores» y no tengamos tanto «miedo» de asumirnos desde lo que somos pero dando fundamento a nuestra mirada y atreviéndonos a unir la reflexión conceptual con toda la sensibilidad, la intuición, la pasión que nos caracteriza.

## Bibliografía

- ARNHEIM, R. **El pensamiento visual**. Barcelona: Paidós, 1986.
- BARTHES, R. **Lo obvio y lo obtuso: Imágenes, gestos, voces**. Barcelona: Paidós, 1986.
- DEBRAY, Régis. **Vida y muerte de la imagen**. Barcelona: Paidós, 1994.
- DANTO, A. **The Philosophical Disenfranchisement of Art**. New York: Columbia, Un. Press, 1986.
- DELEUZE, Gilles. **La imagen-movimiento. La imagen-tiempo**. Barcelona: Paidós, 1984/86.
- DUFRENNE, M. **Fenomenología de la experiencia estética**. 2 Vol. Valencia: Fernando Torres, 1982.
- DUFRENNE, M. **La poethique**. Paris: Press Universitaires, 1973.
- FEHER, M. (Ed.) **Fragmentos para una historia del cuerpo humano**. Madrid: Taurus, 1990.
- FRANCASTEL, P. **La figura y el lugar**. Barcelona: Monte Avila, 1988.
- FRANCASTEL, P. **La realidad figurativa**. Barcelona: Paidós, 1988.
- GOMBRICH, E. **Meditaciones sobre un caballo de juguete**. Barcelona: Seix-Barral, 1968.
- GOMBRICH, E.H. **La imagen y el ojo**. Madrid: Alianza, 1987.
- GOODMAN, N. **Languages of art**. Indiana: Hackett, 1976.
- Grupo MI. **Tratado del signo visual**. Madrid: Cátedra, 1993.
- LADRIERE, J. **El reto a la racionalidad**. Salamanca: Sígueme-UNESCO, 1978.
- LYOTARD, J.F. **Discurso y figura**. Barcelona: Gustavo Gili, 1979.
- MARIN, L. **Estudios semiológicos**. Madrid: Comunicación, 1978.
- MARIN, L. **Des pouvoirs de l'image**. Paris: De Seuil, 1993.
- MERLEAU-PONTY, M. **El ojo y el espíritu**. Barcelona: Paidós, 1986.
- MERLEAU-PONTY, M. **Fenomenología de la percepción**. Bogotá: Planeta, 1985.
- METZ, Ch. **El significante imaginario**. Indiana, 1982.
- MORIN, E. **El cine o el hombre imaginario**. Barcelona: Seix-Barral, 1975.
- RESTREPO, M. **Ser-signo-interpretante, La filosofía de la representación de Ch. S. Peirce**. Bogotá: Significantes de papel, 1993.
- ROIG, A.A. **Teoría crítica del pensamiento latinoamericano**. México: F.C.E., 1985.
- Silva, A. **Imaginario urbanos**. Bogotá: Tercer Mundo, 1992.
- VALERY, Paul. **Escritos sobre Leonardo**. Madrid: Visor, 1987.
- Revista Studies in Visual Communication. Publicada en el Annenbergh School of Communications.