

Ya no se trata sólo de saber leer palabras. Entre otras nuevas formas de alfabetismo, se trata también de saber interpretar las constantes imágenes con que nos bombardean los medios masivos. Los analfabetas de la imagen -aquellos que no pueden descifrar sus mecanismos ocultos- tienden a perecer ante ese bombardeo y a convertirse en víctimas fáciles de la manipulación. Un ciudadano crítico es también aquel que sabe “leer” imágenes.

LEER LA IMAGEN: OTRA FORMA DE ALFABETISMO

José Padrón G.

En Revista PEQUIVEN, Noviembre – Diciembre, 1990

La función de la imagen

Las imágenes no nacen solas ni son anónimas, aun cuando no veamos a su autor. Detrás de cada una de ellas hay siempre unos individuos que la producen y que actúan sobre la base de una intención bien definida. Previamente han estudiado a quiénes va dirigida la imagen, cuáles son sus maneras típicas de reaccionar y en qué condiciones o circunstancias se debe producir la “comunicación por imágenes”. Así, detrás de toda imagen hay siempre alguien que desea lograr algo de alguien.

Pero, ¿qué cosas se puede desear lograr a través de imágenes? Todo depende de aquello que los teóricos llaman “contexto”. Un contexto es una situación particular definida por indicadores geográficos, temporales, psicológicos y sociales, en la cual se manifiesta una intención. Un contexto tiene la virtud de explicar toda una clase de acciones e interacciones entrelazadas entre sí en función de una intención.

Veamos, a modo de ejemplo, algunos de esos contextos típicos que suelen generar diferentes clases de acción comunicativa mediante imágenes. Una primera situación contextual está marcada por las relaciones de compra/venta o de producción/consumo. En este contexto se generan todas las imágenes de la publicidad comercial y de la promoción industrial-mercantil, siendo la intención básica la de vender un producto o servicio. Casi por principio, esta intención tiene poco o nada que ver con la calidad del mismo, con su utilidad o, mucho menos, con la veracidad del mensaje. Aunque algunos productos son, de hecho, mejores que otros, la imagen publicitaria no refleja esta relación de modo directo, ya que su intención es persuadir y no describir la realidad objetiva.

En cambio, en los contextos informativos en general, que están marcados por las relaciones de transmisión de información, sí se pretende una supuesta descripción o explicación de la realidad objetiva. Un caso particular de esta clase de contextos es el de enseñanza-aprendizaje, donde la intención básica es instruir, tanto si se trata de situaciones educativas como si se trata de situaciones de adiestramiento organizacional o de orientación de usuarios. Aquí se generan todas las imágenes instruccionales que ya conocemos por los textos escolares, los materiales de entrenamiento, los manuales de usuarios, etc.

Otro caso particular de contextos informativos es el periodismo, donde la intención básica es la difusión de hechos y análisis de acontecimientos. Por supuesto, el periodismo audiovisual depende en mucha mayor medida de las imágenes que cualquier otro tipo de comunicación informativa. En un plano de intenciones muy subyacentes, es probable que toda imagen informativa cumpla funciones de manejo de actitudes y opiniones a través de la distorsión de la realidad objetiva -tanto en contextos educativos como en los casos periodísticos- de acuerdo a los intereses del sector dominante. Sin embargo, en un plano superficial es de suponer que la intención básica está referida a la descripción o explicación de la realidad objetiva.

Otra cosa diferente ocurre en los contextos de entretenimiento, marcados por las relaciones de uso del tiempo libre, donde la intención básica es distraer, recrear o hacer pasar el tiempo. En estos contextos la realidad descrita no es objetiva, sino de ficción; aun cuando se trate de historias reales, la parte objetiva es sólo una base de construcción de imágenes, ya que los modos de presentarla y de organizarla constituyen fuertes elementos de alteración que la convierten en una realidad ficticia, en mayor o menor medida. Aquí se generan todas aquellas imágenes del cine y la televisión convencionales, algunas de las cuales pretenden divertir o hacer reír, otras conmover, otras aterrorizar, etc.

Hay muchos otros contextos típicos generadores de imágenes, tales como el de las relaciones políticas y de poder (imágenes electorales), el de las relaciones organizacionales (logotipos y emblemas), el de las relaciones disciplinarias (señales de tránsito) y muchos más, incluyendo, por supuesto, el de las relaciones sentimentales y amorosas (tarjetas de salutación). De todos modos, lo importante de esta idea es que toda imagen tiene una

intención que define su función de acuerdo a las características de un contexto. Es decir, las imágenes persiguen siempre obtener algo de alguien en relación con una red de circunstancias preestablecidas. Según esto, un buen “lector” de imágenes sabe identificar las intenciones de fondo y reconocer cada contexto; en consecuencia, es capaz de determinar hasta qué punto esas intenciones son compatibles con sus propias necesidades y en qué medida él participa o se involucra en ese contexto.

La gramática de la imagen

Toda imagen se somete a unas reglas, igual que como ocurre en la lengua hablada o escrita. La gramática de la imagen, del mismo modo que cualquier idioma, conforma ese conjunto de reglas que definen cuáles son sus elementos constitutivos y de qué manera pueden combinarse entre sí para que la imagen tenga algún sentido y cumpla con su función.

Cuando leemos o escribimos una frase cualquiera, notamos que a través de ella se expresa una realidad determinada. Pero además notamos que, también por medio de ella, su autor expresa un cierto modo de ver esa realidad o de hacérsela ver a su interlocutor.

Por poner un caso, no es lo mismo decir que “este vaso está lleno hasta la mitad” que decir, por ejemplo, que “este vaso está medio vacío”. Aunque la realidad objetiva es exactamente la misma en ambas frases, la manera de presentarla difiere radicalmente en cada caso. Elementos tales como los sustantivos, verbos y adjetivos conducen a expresar la realidad objetiva, o sea, el “contenido” de la frase, mientras que el criterio de selección de vocabulario, el orden de las palabras, la entonación y cosas por el estilo conducen a expresar la manera en que se quiere hacer percibir esa misma realidad, o sea, la “forma” de la frase.

Algo parecido ocurre en la gramática de la imagen: siempre habrá un objeto o realidad que se muestra al espectador y habrá también una forma de mostrarla. Los personajes, la escenografía, la iluminación, el vestuario y el maquillaje son elementos que definen el contenido de la imagen, es decir, son CATEGORÍAS visuales. En cambio, el “plano”, el “ángulo”, los “movimientos de cámara” y las “transiciones” de una imagen a otra son los elementos que determinan la forma de la imagen, es decir, son FUNCIONES visuales.

Supongamos, como caso ilustrativo, que una imagen nos quiere hacer ver a un pequeño príncipe, lo cual vendría a ser el objeto o contenido de la misma. Para ello se recurre a las categorías visuales: un personaje niño; una escenografía, vestuario y maquillaje principescos; una iluminación sugerente. Además, se recurre también a un cierto plano o encuadre: se le puede mostrar en su contorno principesco (Plano General) o solamente hasta la cintura (Plano Medio) o solamente su rostro (Primer Plano), por ejemplo.

Se recurre también a un cierto ángulo de la cámara con respecto al objeto: se le puede mostrar de frente (Ángulo Frontal) o de lado (Ángulo Lateral) y desde arriba (Picado) o desde abajo (Contrapicado), etc. Los diferentes valores del plano y del ángulo se combinan entre sí, de tal modo que surgen incontables formas de hacer ver un objeto. Técnicamente, el plano y el ángulo se denominan FUNCIONES SINCRÓNICAS (independientes del tiempo), que son específicas de la fotografía, la pintura y, en general, de las imágenes fijas. Este tipo de imágenes sólo cuentan con esas dos funciones visuales.

Las imágenes móviles, en cambio, que son propias del cine y la TV, se encadenan entre sí una detrás de otra formando secuencias visuales. Los mecanismos de que dispone esta gramática para lograr tal encadenamiento son las FUNCIONES DIACRÓNICAS (ligadas al tiempo): se puede pasar de una imagen a otra mediante un movimiento de cámara (zoom, paneo ...) o mediante un efecto de transición (corte, disolvencia, fundido ...).

Así, lo que distingue al cine de la pintura, por ejemplo, es que en ésta sólo se dispone de funciones sincrónicas, mientras que en aquél se dispone, adicionalmente, de las funciones diacrónicas. Aunque todo lo que se ha mencionado parezca muy simple y aunque, en realidad, toda la gramática de la imagen pueda concebirse en términos de categorías y funciones visuales, los análisis técnicos de la imagen utilizan desarrollos muy complejos sobre la base de estos mismos elementos.

A pesar de su complejidad, la gramática de la imagen puede comprenderse fácilmente si recurrimos a la figura de la “manipulación”. Si lo pensamos bien, nos daremos cuenta de que una cámara de fotografía o de filmación es un equivalente perfecto del ojo humano, de tal modo que cuando el autor de la imagen manipula su cámara, en realidad está manipulando los ojos del público.

Tal manipulación tiene lugar en un doble sentido: por una parte, lleva al público a que vea la realidad que a él -al autor- le interesa, con lo cual le impone unas determinadas CATEGORÍAS visuales; y, por otra parte, no le muestra esa realidad imparcialmente, sino en la manera en que a él le interesa que la vea, con lo cual le impone

unas FUNCIONES visuales: manipula la vista del público mostrándole esa realidad por sectores (eligiendo un plano) y determinando hasta dónde se va a ver; además, se la muestra sólo desde las posiciones que él decida (eligiendo un ángulo).

Con estas funciones sincrónicas, el espectador percibe una determinada distancia y un determinado punto de vista suyos con respecto al objeto. Si añadimos también las funciones diacrónicas, podemos entonces figurarnos que el autor manipula la vista del público acercando o alejando sus ojos del objeto en la oportunidad que le convenga (zoom), haciéndole desplazar su mirada de izquierda a derecha o de arriba a abajo (paneos y tilts) y haciéndole percibir una cierta estructura del tiempo y un determinado esquema de relaciones de sucesión entre los hechos (ritmo, ordenamiento lineal y transiciones).

No sabemos si esta analogía de la manipulación por categorías y funciones es sólo una metáfora o si, en cambio, es una alarmante realidad. . . Por algo se ha hablado mucho del “dominio de la imagen”, el “control por las imágenes”, el “imperio de la imagen” y expresiones por el estilo. En cualquier caso, esta figura nos demuestra la estrecha relación que hay entre las funciones de la imagen -en términos de contexto e intención- y la gramática de la imagen en cuanto conjunto de reglas que hacen efectiva dicha función y permiten lograr cualquier intención.

Existen muchos otros elementos que deben tomarse en cuenta para la "lectura" de imágenes. Hay, por ejemplo, toda una serie de factores de orden físico-electrónico que no son nada despreciables para el sentido de la imagen, tales como el color, la composición de los puntos y, en general, todo el sistema relativo al medio material de transmisión-percepción. Si a esto añadimos la posibilidad de integrar el sonido (locuciones, música, efectos sonoros) a la gramática de la imagen, tenemos a la vista un asombroso aparato que puede ser usado a favor o en contra nuestra y que contiene una poderosa capacidad para informar y persuadir, para educar y manipular, para entretener y pervertir.

Una vez más se revela entonces la necesidad de "alfabetizar" en la imagen. Esta alfabetización debe apuntar hacia el logro de competencias para desmontar ese poderoso aparato, es decir, para identificar sus elementos constitutivos y sus posibilidades de combinación, para comprender su proceso de funcionamiento y penetración y, en fin, para prevenir o dismantelar los efectos inconscientes a través de los cuales cumple su función. En esto, básicamente, consiste la capacidad para "leer" imágenes. En el fondo, no es más que una modalidad de eso que suelen llamar “actitud crítica ante la vida”.