BIBLIOTECA SALVAT DE GRANDES TEMAS • LIBROS GT

La problemática del hombre actual en un conjunto estructurado, unitario y coherente.

Dirección: Manuel Salvat

Consejo de Redacción para la edición en lengua española: Ignacio Burk, Alvaro Gálvez y Fuentes, Pedro Laín Entralgo, Jacques Masui, Ernesto Mayz Vallenilla, Antonio Prevosti, Jorge Rojas, Emilio Teixidor

Dirección editorial: Joaquín Marco

TEORIA DE LA IMAGEN

Colaboradores:

Personalidad entrevistada: **Herbert Marshall McLuhan**

Texto: **José M.ª Casasús**

Coordinación editorial: Miguel Angel Ballabriga, Juan Mañé, Amadeo Montoto, Bernardo Muniesa

Realización de la entrevista: M.ª José Ragué Arias

Ilustración: M.ª Dolores Alba, Carmen Llopis, Jaime Pisonero

Compaginación: Edistudio

Fotografías: *A.F.P.I.*, Paris. *A.F.P. Photo*, Paris. *Bavaria-Verlag*, München. *B.B.C.*, London. *Black Star*, New York. *Camera Press, Ltd.*, London. *C.I.R.I.*, Paris. *Reseau Coditel*, Bruxelles. *Contifoto*, Madrid. *Roger Dagieu*, Paris. *Edistudio*, Barcelona. *Eurofoto*, Madrid. *Flash Press*, Madrid. *Fotogram*, Paris. *F.P.G.*, New York. *Gamma*, Paris. *Giraudon*, Paris. *Internationales Bildarchiv*, München. *Paolo Koch*, Zürich. *Gunnar Larsen*, Paris. *Gloria Lolivier* (documentación), Paris. *Nancy Palmer Photo Agency*, New York. *Casa "Philips"*, Madrid. *Prensalcor*, Barcelona. *Radial Press*, Madrid. *Goskin Sipahioglu*, Paris. *Soprefa*, Paris. *Sygma*, Paris. *Titus*, Torino. *Top*, Paris. *United Press International*, Madrid. *Zardoya*, Barcelona. *Zardoya-Magnum*, Barcelona. *Zefa*, Düsseldorf (Oberkassel).

Dibujos: Edistudio, Estudio Fonollosa

Papel: Couché mate Alba de Torras Hostench

Impresión: Gráficas Estella. Estella (Navarra), 1974

Depósito Legal: NA. 640-1974

ISBN 84-345-7358-X (obra completa)

ISBN 84-345-7387-3

Printed in Spain

índic

La forma, el color, la figura, en definitiva, la imagen, cubre hoy día todas las facetas de nuestra vida cotidiana.

Fundamentos de la imagen

La opinión generalizada de que nuestra civilización es la de la imagen no se basa en unas apreciaciones gratuitas. No es necesario recurrir a las estadísticas para comprobar que, en esta segunda mitad del siglo XX, la imagen constituye uno de los fenómenos culturales más importantes, una de las realidades vivas más apasionantes del entorno del hombre civilizado. Por supuesto, no se trata de un hecho absolutamente nuevo. Las antiguas culturas reflejadas en las cuevas de Altamira y de Lascaux, lo que Robert Escarpit denomina "biblias de piedra" en las catedrales de la baja Edad Media inglesa, la tapicería de la alta Edad Media y tantas otras muestras de la arqueología iconográfica* demuestran que en otras épocas históricas existieron culturas de la imagen fija, del mismo modo que el teatro a la italiana, aparecido en el Renacimiento, constituye el antecedente de la imagen móvil que, con los progresos tecnológicos del cine y la televisión, se transformaría en el sistema privilegiado y, en determinados momentos, hegemónico, de la cultura popular de nuestros días.

Pero, ¿qué es la imagen? Nuestro diccionario la define como "figura o representación de una cosa" y, por extensión, como la "representación mental de alguna cosa percibida por los sentidos". En realidad, esta palabra, derivada del latín (*imago:* figura, sombra, imitación), indica toda representación figurada y re-

"Dejando aparte las imágenes móviles del cine y de la televisión, las imágenes son: los carteles sobre las vallas, las fotografías en los periódicos, las fotografías de aficionado, las fotografías profesionales, las "identidades" que pretenden una identificación entre el ser y su imagen, las diapositivas que proyectamos en casa ante un grupo de amigos, recuerdos de viajes, fijaciones del color de un tiempo pasado. En último término son las imágenes "artísticas" en su estricto sentido, las que se ven en los museos (imágenes célebres) o en las galerías (imágenes nuevas) o, finalmente, en las postales y revistas de arte que se editan para proporcionarnos un placer estético por medio de la copia. En el límite, se considerará la escultura como una imagen en tres dimensiones y entrará a formar parte de nuestra clasificación, pero a título estadísticamente descuidado."

ABRAHAM MOLES

Las imágenes de no-imágenes ilustran lo que podríamos captar directamente. A la izquierda, atlas de constelaciones en el que se utiliza un lenguaje simbólico para situar las distintas agrupaciones de estrellas de la bóveda celeste. A la derecha, tapiz representativo de la legendaria batalla de Roncesvalles.

lacionada con el objeto representado por su analogía o su semejanza perceptiva. En este sentido, puede considerarse imagen cualquier imitación de un objeto, ya sea percibida a través de la vista o de otros sentidos (imágenes sonoras, táctiles, etc.). Sin embargo, en la actualidad, cuando hablamos de una *teoría de la imagen* o de la *civilización de la imagen* nos referimos básicamente a toda representación *visual* que mantiene una relación de semejanza con el objeto representado.

Por ejemplo, la fotografía de un cantante *pop* en pleno recital es la imagen

La portada de una revista y la indumentaria de un cantante contienen una información icónica que nos anticipa el carácter de los mensajes que van a transmitirnos.

de este personaje y la reproducción en disco de su voz es la imagen de esta voz, pero si hablamos de las imágenes del cantante, generalmente, todos interpretaremos que se refieren a su representación visual.

Sin embargo, del mismo modo que no todas las imágenes son visuales, tampoco puede confundirse todo lo visual con la imagen. Una página de publicidad en una revista ilustrada, totalmente percibida a través de la vista, puede descomponerse primariamente en dos partes –ilustración y texto– de las que sólo una puede considerarse como imagen. Si aislamos el texto del resto de la composición impresa, comprobaremos que únicamente la otra parte del anuncio puede estimarse propiamente como la "representación de un objeto", concepto que define la palabra imagen. La misma observación puede hacerse con los subtítulos que traducen la versión original de una película o con las sobreimpresiones verbales que acompañan a una emisión televisiva. No obstante, por extensión, y puesto que la imagen ocupa una superficie hegemónica en las revistas ilustradas, en el cine y la televisión, consideraremos que todos estos sistemas de comunicación se establecen a través de la imagen, a pesar de que intervengan, en mayor o menor grado, otros fenómenos no estrictamente iconográficos.

En un libro de arte el texto es el factor no icónico que se complementa con la ilustración. Nuestra reacción ante La Gioconda *no se debe sólo a la contemplación, sino a todo lo que hemos oído y leído en relación al cuadro.*

Proyecto de monumento ecuestre al mariscal Trivulcio, de Leonardo da Vinci, quien realizó importantes estudios sobre perspectivas y proporción.

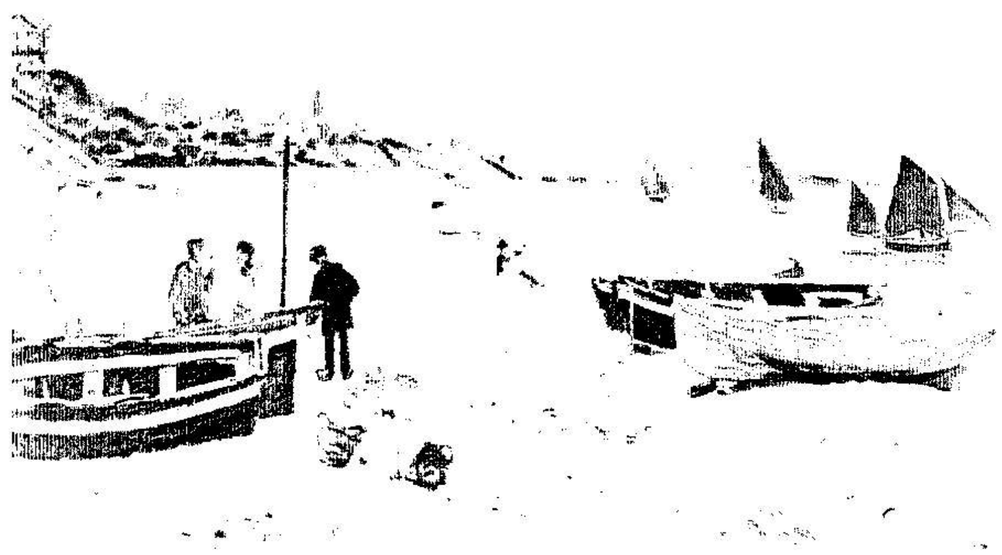
Además, en último extremo, la reproducción fotográfica o cinematográfica de un texto escrito es, en realidad, la imagen de este texto. Si en una fotografía relativa a las Navidades en las calles de México aparece la palabra "paz" en la fachada luminosa de un gran edificio, no puede aislarse este texto del resto de la imagen, puesto que éste figura realmente en el objeto representado.

En resumen, a efectos de esta teoría de la imagen, aceptaremos como tal cualquier fenómeno visual que integre la representación de objetos con los que mantenga una relación de semejanza.

El concepto de imagen supone la intervención del fenómeno de la percepción humana, es decir, del campo visual o iconográfico. En este nivel de la naturaleza del mensaje cabe distinguir cuatro importantes variables: *a)* las imágenes (por ejemplo, la fotografía de identidad de una persona); *b)* las imágenes de imágenes (como la fotografía de Nixon reproducida ante las cámaras de televisión y difundida por este medio, o una del cuadro de *La Gioconda,* o un dibujo a lápiz del *Moisés* de Miguel Angel, etc.), es decir, toda reproducción de una representación iconográfica; *c)* las imágenes de no-imágenes (por ejemplo, el nombre de Jane Fonda que aparece en la pantalla cinematográfica al proyectarse el reparto de una película: las letras filmadas no guardan relación de semejanza con Jane Fonda, mientras que las letras percibidas por el espectador si que mantienen relación con la imagen ya conocida de la actriz, y *d)* las no-imágenes de imágenes; es decir, toda descripción verbal de una imagen.

En el apartado de las imágenes de no-imágenes pueden incluirse también las "metáforas visualizadas" de los *comics*, que han sido definidas como "una convención gráfica que expresa el estado psíquico de los personajes mediante signos icónicos de carácter metafórico". Por ejemplo, el pelo erizado, que expresa el

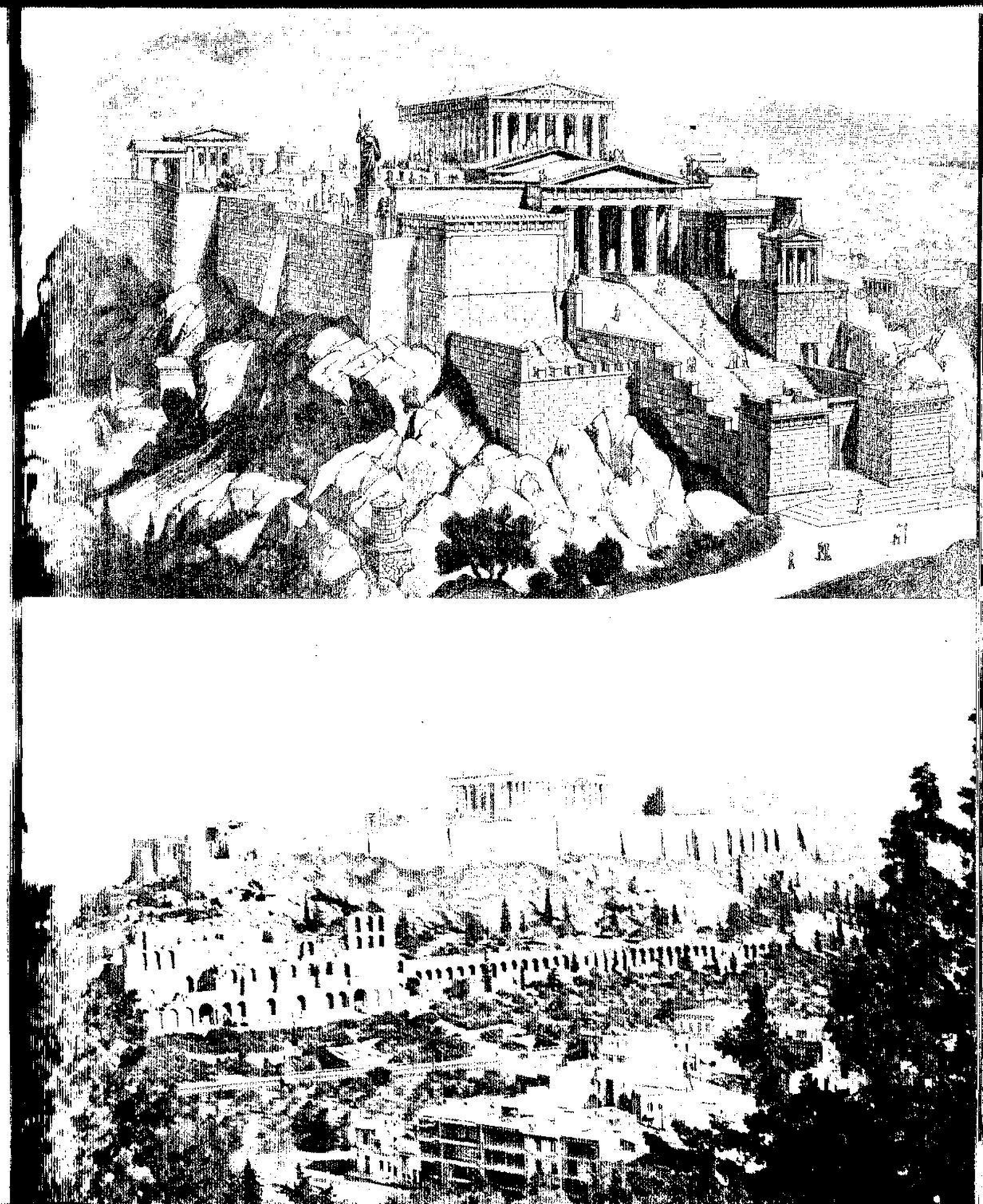
La playa de Saint-Adresse, *de Claude Monet. Una* marina *es plenamente inteligible, porque el sujeto receptor puede identificar objetos a los que puede atribuir una función y un nombre.*



terror del personaje, o las serpientes, calaveras o rayos incluidos en un *balloon* o balón, que representan las palabrotas malsonantes pronunciadas por el personaje.

Además de esta clasificación de las imágenes según su naturaleza y de la que se ha establecido a partir de los sentidos que puedan percibirlas (imagen visual, acústica, táctil, olfativa), las visuales pueden dividirse en dos grandes clases a tenor del concepto de movimiento: imá-

Dibujo que reconstruye idealmente la Acrópolis de Atenas y, abajo, fotografía actual de la misma. Aun con la técnica figurativa más depurada, ni el dibujo ni la pintura pueden alcanzar el nivel de fidelidad icónica que tiene la fotografía.



gnes fijas o estáticas y móviles o dinámicas.

La imagen fija tiene su origen en el deseo del hombre de retener, de perpetuar a través del tiempo un aspecto visual del mundo exterior. La imagen sólo es inteligible cuando el sujeto receptor, el hombre, puede identificar unos objetos. Así, en una *marina* se pueden reconocer barcas, el mar, la playa, pescadores, casas, unos objetos a los que se pueden atribuir una función y un nombre.

Por tanto, la imagen se caracteriza por su grado figurativo (la representación de objetos o seres del mundo exterior conocidos intuitivamente a través de nuestros ojos) y por el de su iconicidad (el nivel de realismo de una imagen en comparación con el objeto que ella representa). Un dibujo y una fotografía que representen las ruinas del Partenón pueden tener el mismo grado figurativo, pero el dibujo es menos icónico que la fotografía y ésta, a su vez, lo es menos que las auténticas ruinas.

Por su parte, la imagen móvil se caracteriza por representar un fragmento del desarrollo de la historia visual de unos fenómenos o de unos acontecimientos. A las nociones de espacio y forma que integran el concepto de imagen fija se incorporan, en la móvil, las de movimiento y tiempo.

Génesis de la imagen

Las imágenes, como representación inteligible de unos objetos capaces de ser reconocidos por el hombre, necesitan concretarse materialmente. Denominamos, pues, imágenes, a las formas más o menos reconocibles que aparecen impresas sobre papel o en una película. Las primeras imágenes exigían, de quienes las realizaban, un talento especial para el trabajo de selección y materialización de un pequeño sector de la esfera ambiental y visual del sujeto; por tanto, la imagen era artesanal y sus especialistas (los "artistas") gozaban de un enorme prestigio. Las "reservas de imágenes" eran los dibujos o las pinturas, que tenían un alto precio y exigían ingenio, y, en las civilizaciones grecolatinas, se valoraban más por el talento reflejado en ellas que por lo que representaban. La imagen utilitaria (esquema, gráfico o diagrama) nace con el técnico y el arquitecto, y a ella se incorpora el concepto de *abstracción*. A tenor de sus leyes, la barra de madera es sustituida por un trazo, el barco por un perfil y el hombre por un pictograma simplificado. En último extremo, el signo abstracto no es una imagen sino un código* directo de algo: su significación. Por otra parte, la imagen puede ser descriptiva de una si-

Viajando por carretera o sumergidos en las grandes concentraciones humanas nos encontramos rodeados por un mundo lleno de símbolos e imágenes convencionales. El contacto con la Naturaleza es para el hombre moderno un auténtico sedante.

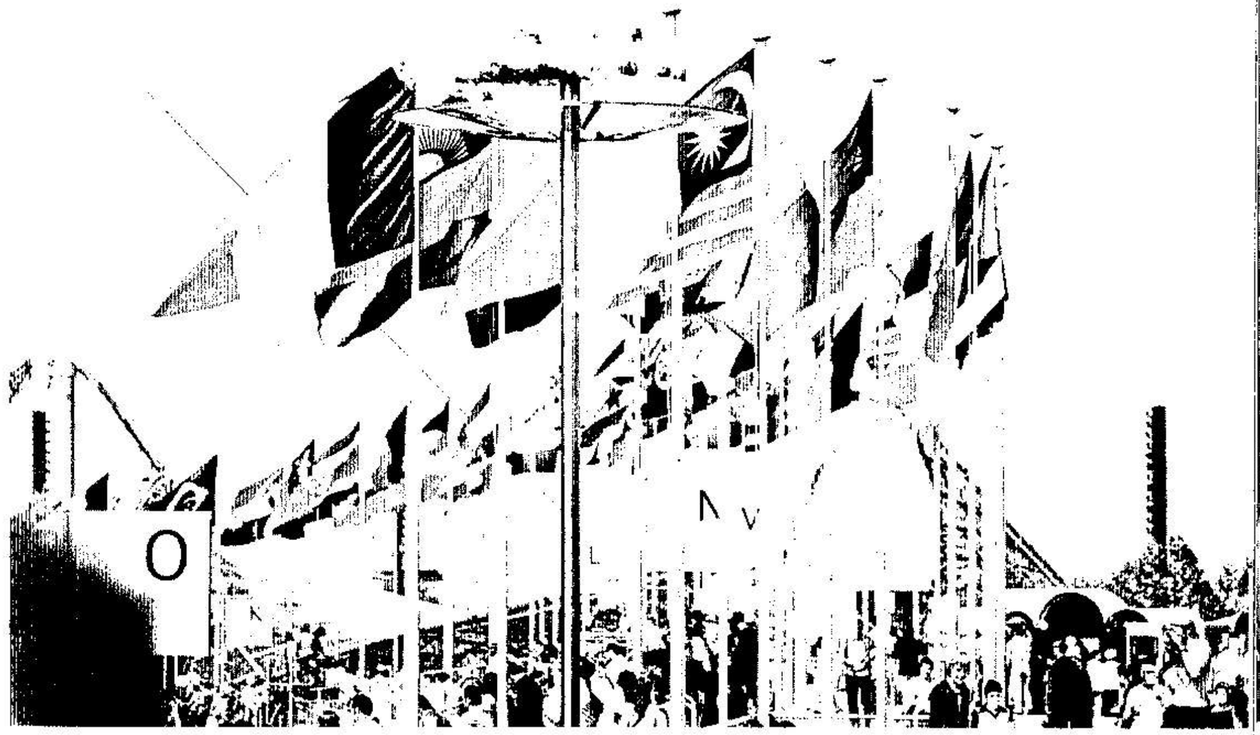
tuación o de un fenómeno concebido como una serie de situaciones. Este es el caso de los *comics,* cuyo origen se encuentra en las secuencias de los pequeños cuadros yuxtapuestos, como en las pinturas de la Escuela de Colonia (Edad Media) o en el tapiz de Bayeux.

Como se habrá podido observar, en el concepto de imagen existen dos elementos fundamentales: la forma objetiva de lo representado y la percepción visual del sujeto receptor; pero, ¿cuál de los dos elementos está en el origen de la génesis de la imagen?

Para la escuela psicológica alemana, de la que trataremos en la segunda parte de este libro, la forma *(Gestalt)* es un producto de la percepción humana, es el término clave para designar una serie de propiedades o reglas del proceso perceptivo. Una *Gestalt* es una forma percibida: un automóvil, un triángulo, unas montañas. Es, ante todo, la toma de conciencia del reconocimiento de alguna cosa que el receptor conoce de una manera más o menos intuitiva: la identificación de la naturaleza de la imagen percibida.

La noción de forma está estrechamente relacionada con la idea de contorno y de pertenencia a éste. La idea del contorno cerrado, que divide el mundo en dos partes –lo de dentro y lo de fuera–, es esencial para el observador que, de este modo, descompone la forma aislada, concentra su atención en ella y desvaloriza el resto de lo contemplado. Cualquier forma imperfectamente cerrada propone espontáneamente al observador el problema de cerrarla, es decir, de completarla. Esta, además, resiste a las perturbaciones si logra imponerse con fuerza a la percepción del observador. En este sentido se han realizado numerosas experiencias que demuestran la capacidad de resistencia de determinadas formas ante perturbaciones extrañas.

Sin embargo, la teoría elemental de la forma deberá completarse con el estudio de la noción del supersigno*. Así, las palabras son los supersignos de las letras y la melodía es el supersigno de las notas y los timbres que la componen; en teoría de la imagen, un cuadrado es el supersigno de las cuatro barras de que consta, un cuadro es el supersigno de los pigmentos que



se organizan sobre la tela, y una instantánea de televisión es el supersigno de las líneas luminosas que se reflejan en la pantalla. Por tanto, el supersigno se define como un conjunto normalizado de signos elementales aceptado como un todo en la memoria humana perceptiva. La noción de supersigno supone que pueden existir imágenes constituidas por formas imperceptibles. Para crear una imagen impresa que presente medias tintas, el procedimiento de trama utilizado en la reproducción fotográfica consiste en remplazar cada región de la imagen por una serie de puntos regularmente repartidos, pero de distintos diámetros. De este modo se

La trama fotográfica, como se aprecia en la ampliación, permite reproducir imágenes utilizando tan sólo puntos situados regularmente, aunque de dimensiones variables.

obtiene una imagen continua, pero de trazos irregulares. La trama fotográfica es, pues, uno de los ejemplos típicos de la descomposición imperceptible de una imagen sensiblemente continua en cierto número de elementos cuantificados en los que el conjunto crea la impresión de negros, grises y blancos, según su densidad.

En el caso de la imagen móvil, el concepto de movimiento permite construir una gramática de la percepción basada en una disociación de dos elementos fundamentales: objeto y movimiento. En este sentido, la teoría de la imagen móvil debería partir de la hipótesis de que es posible reunir cualquier tipo de movimiento a un objeto cualquiera. De todos modos, la práctica demuestra que a cada objeto corresponde un repertorio de movimientos que le son propios y lo identifican ante el sujeto receptor del mensaje visual.

Proceso de comunicación de la imagen

La existencia de imágenes implica la presencia de elementos (forma, movimiento y percepción humana) que sólo aparecen cuando hay un sujeto receptor, un hombre que recibe el mensaje visual a través de la vista. Por tanto, no puede haber imagen sin un proceso de comunicación.

Este proceso se establece cuando existe un sujeto agente, un mensaje, un medio de transmitirlo y un sujeto receptor. En el caso de la teoría de la imagen, el mensaje que intervenga en el proceso tendrá que ser visual, y los restantes elementos del proceso deberán adecuarse a la naturaleza del fenómeno iconográfico.

En primer lugar, deberemos estimar la presencia de un código, es decir, un con-

"Evidentemente sería exagerado hablar de una sustitución del texto por la imagen. Un estudio meticuloso de la situación mundial durante los últimos veinticinco años, demuestra que después de un crecimiento rápido, en algunos casos incluso fulgurante, la red de comunicación audiovisual tiende a presentar una tasa de crecimiento sensiblemente igual a la de la red de comunicación escrita. De hecho, la imagen se ha añadido a la escritura para responsabilizarse de cierto número de sectores esenciales de la comunicación que la escritura era incapaz de controlar."

ROBERT ESCARPIT

La piedra de Rosetta hallada en 1799 es un ejemplo típico de código para leer imágenes. Al llevar grabado un texto en caracteres jeroglíficos, demóticos y griegos, permitió la interpretación de la escritura egipcia.

Al leer un periódico lo que estamos haciendo es interpretar un código.

junto de conocimientos que poseen en común el sujeto agente o emisor y el sujeto receptor antes de comenzar la comunicación. En la escritura por imágenes empleada por los esquimales, el código explicará el significado ideológico de cada una de ellas.

El código servirá, pues, para que podamos "leer" las imágenes, ya que contiene el sistema de correspondencias que nos permitirá interpretar el mensaje visual. Mas, ¿para identificar una imagen, es siempre necesaria la presencia de un código tal como lo hemos definido? En principio, no. Si tomamos como ejemplo las imágenes fotográficas que aparecen en los periódicos, nos resultará fácil distinguir cuándo, en la percepción de una imagen, interviene o no un código. La imagen fotográfica transmite, reducida y transformada, la escena captada por el fotógrafo, la realidad literal "cazada" por el objetivo de la cámara. En este caso se trata de un mensaje visual o de una imagen analógica. A este nivel de comunicación no es necesario que exista un código, puesto que los dos supuestos están en perfecta analogía. Pero, junto a este mensaje analógico (no codificado o denotado), hay otro que resulta de la manera en que la sociedad "da a leer" la imagen, el cual significa muy a menudo otra cosa que la mostrada en la fotografía (se trata del mensaje codificado o connotado). En el caso de las fotografías de prensa, el título y el texto, o pie, que acompañan a la imagen son los que la sitúan en un contexto determinado y le dan una significación que puede coincidir o no con lo que se

El pie de una fotografía es un factor no icónico que se presta a muchas manipulaciones. La caída de Fidel Castro jugando al baloncesto fue utilizada por cierta prensa como prueba de un supuesto atentado.

Una imagen de Dayan, por ejemplo, tiene un significado concreto en una revista de información política, distinto a la misma imagen en una revista "del corazón". El carácter de cada publicación "tiñe" de alguna manera su contenido.

desprende de su contenido literal o analógico. A veces, esta connotación o codificación de la imagen puede producirse automáticamente según la sección del periódico en que se publique, o según las características y la especialidad a que se dedique la publicación.

Un ejemplo de esto pudo observarse cuando, en el mes de noviembre de 1971, Fidel Castro visitó oficialmente Chile. En uno de sus recorridos, el primer ministro cubano participó en un encuentro de baloncesto celebrado entre un equipo de periodistas y otro de militares. En uno de los momentos del partido, Castro, que vestía el uniforme de oficial de su país, cayó al suelo aparatosamente, siendo captado por un fotógrafo en esa sorprendente posición. La fotografía dio la vuelta al mundo a través de las agencias de noticias. En los periódicos de información general que la publicaron, la fotografía se prestó a equívocos, ya que, además de su imperfección técnica, era poco inteligible. En aquellos periódicos políticos, los títulos y los pies que acompañaban la imagen tuvieron que subrayar que se trataba de un encuentro deportivo; pero, en los diarios deportivos, la especialidad del medio ya daba a entender su auténtico significado. Es decir, toda imagen de una publicación deportiva implica que está relacionada con el deporte, de la misma manera que las presentadas en las revistas para la mujer son las que están de "moda" y, las de las publicaciones pornográficas, que son "eróticas".

Para comprender claramente el proceso de comunicación de la imagen es necesario recurrir a otros conceptos comunes, a

Hay imágenes, muy utilizadas por el cine, que connotan inmediatamente determinados conceptos.
El abuelito meciendo a su nieto se asocia a la longevidad;
la imagen de Claudia Cardinale, a la sensualidad.

otro tipo de mensajes. El más importante es lo que entendemos por *series informacionales* que son los distintos sistemas de signos y significados que constituyen un código. Como ya hemos indicado, la imagen suele transmitirse en forma codificada, y el emisor de imágenes, para lograr sus fines, recurre a unos sistemas de códigos paralelos. En el caso de la televisión podemos observar la presencia de varias series informacionales paralelas y simultáneas: la serie visual icónica (la "imagen de imagen", propiamente dicha); la visual lingüística (los títulos de los programas, los repartos de actores, es decir, las "imágenes de no imágenes"); la sonora (la música); la sonora lingüística (la voz de los presentadores, los actores, narradores, entrevistados, etc.), y la visual paralingüística (los efectos visuales que separan un *spot* de otro, los "fundidos", etcétera). Como el lector habrá observado, cada una de estas series tiene su código que, a su vez, se divide en subcódigos.

Umberto Eco ha estudiado la clasificación de los subcódigos y ha aislado los siguientes: el iconológico, que es el de las imágenes que significan alguna cosa por tradición (un viejecito curvado y sonriente que va al encuentro de un alegre bebé connota "abuelo"); el estético, que obedece a la tradición del gusto o a las convenciones estéticas (después de Chaplin, el final de película con un hombre solo que se aleja por una calle vista en perspectiva tiene una connotación precisa), y el erótico (Brigitte Bardot aparece bella y deseable; una mujer gorda, no; estos dos tipos de valoración están fundados en convenciones, en un ordenamiento histórico-sociológico, convencional, del gusto).

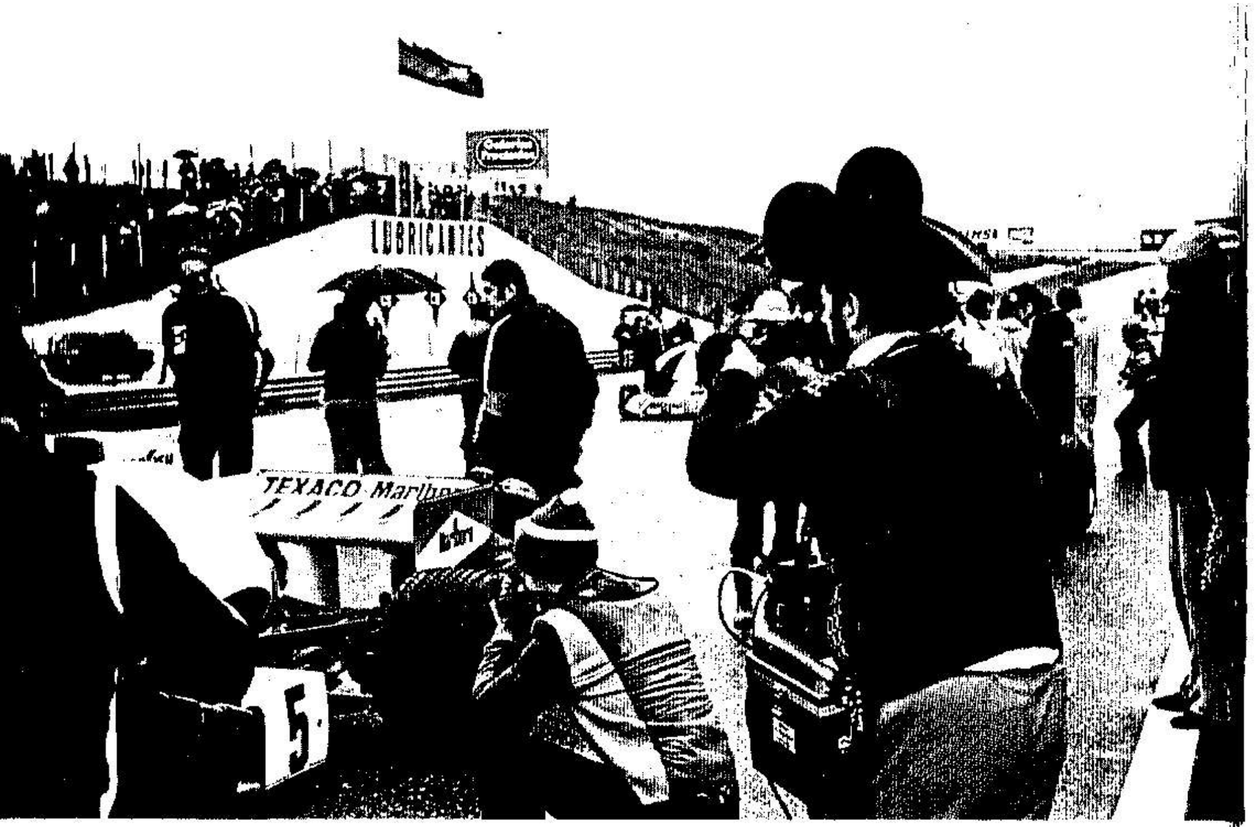
Conviene señalar que estas observaciones, aunque referidas en estos ejemplos a la comunicación de la imagen a través de la televisión, pueden hacerse extensivas a los mensajes visuales que se apoyan en otras técnicas, desde la pintura y la escultura hasta los impresos o los ordenadores electrónicos.

La manipulación de la imagen

El hecho de que la imagen pueda interpretarse a través de unos códigos y que, entre el objeto al que representa y la percepción por parte del receptor, transcurra un complejo proceso que denominamos de comunicación, supone la existencia de una serie de operaciones de selección, esquematización, combinación, transformación, condensación y, en definitiva, de manipulación.

En teoría de la imagen, el proceso de esquematización es la operación por la que se seleccionan los fragmentos de Universo que formarán la imagen, siendo el esquema la representación simplificada y abstracta de un objeto o de un fenómeno. El relato cinematográfico, por ejemplo, se construye a base de filmar secuencias o fenómenos de la realidad natural o reconstruida, de abstraerlas al nivel de la fotografía y de recomponerlas a tenor de unos esquemas. Por tanto, en el proceso de esquematización intervienen dos escalas fundamentales: la de la abstracción y la de la complejidad.

Del encuentro entre la imagen, el movimiento, la abstracción y la realidad, aparecen los distintos niveles de la esquematización cinematográfica.



El éxito de la televisión se debe, en parte, a su flexibilidad, a la posibilidad de transmitir todo tipo de imágenes desde cualquier lugar y de modo instantáneo.

En realidad, ésta es la primera fase del proceso de incorporación de la imagen al fenómeno de la comunicación. En este sentido, la esquematización, junto con la selección y la combinación, constituyen las operaciones básicas de la semantización* de la imagen. La selectiva es la operación que se realiza dentro de un repertorio determinado de unidades disponibles. La combinatoria es la que resulta de manipular las unidades seleccionadas para formar el mensaje visual.

En el caso de un documental informativo para la televisión, la selección consiste en elegir determinados planos, escenas o secuencias, primero por parte del cámara y después, en el estudio. La operación combinatoria se realiza en el momento

del montaje, cuando se construye definitivamente el documental a base de relacionar entre sí los materiales que han pasado por el "filtro" de la selección.

Estas operaciones, comunes a todos los medios de expresión y transmisión de la imagen, resultan necesarias para crear su universo semántico, es decir, el conjunto de significados que el sujeto emisor pretende comunicar mediante un mensaje visual determinado. En un documental sobre la guerra de Oriente Medio, el hecho de que en la operación selectiva pasen más secuencias rodadas en el frente árabe que en el israelí, y que en la operación combinatoria estas secuencias se intercalen tan sólo con declaraciones de líderes árabes, creará un universo semántico de un sentido político e ideológico inconfundibles.

Por otra parte, en la configuración de este universo intervienen otros factores que tienen su origen tanto en la forma y en los aspectos superficiales de la imagen

En transmisiones políticas, ideológicas o de actualidad, la información que suministra la televisión está tamizada por el "filtro" de la selección de imágenes. El hecho de mostrar u ocultar unos determinados aspectos puede dar una imagen parcial de lo que se pretende documentar.

como en su fondo, en su contenido o en su significación ideológica, emotiva o sentimental. De la conjunción de los factores procedentes de estas dos fuentes de configuración de los mensajes visuales –forma y contenido– nacen imágenes de enorme impacto en el receptor. Es lo que se denomina *condensadores de significados*, imágenes altamente codificadas que, por su gran eficacia sobre el receptor, constituyen un material informativo muy apreciado por los medios de comunicación de masas. Los tipos más importantes de "imágenes-condensadores de significados" son los que reunen violencia (un choque entre policías y manifestantes en una calle), dramatismo (el niño junto a la casa hundida en que vivían sus padres), sexo, etc.

Funeral de Martin Luther King.
La imagen de un personaje es mucho más importante que su realidad más inmediata.
Fue la imagen del defensor de los derechos civiles lo que se quiso eliminar con su muerte.

Aparte de su significación, basada en una conjunción de elementos procedentes de su forma y de su contenido, existen una serie de "protocolos de transformación" del significado de la imagen, logrados a base de combinar la realidad en ella representada con las interpretaciones aportadas por sistemas que le son ajenos (título, pie, lugar en que se coloca, contexto en el que se presenta, etc.).

Soportes técnicos de la imagen

Hasta el advenimiento de los medios tecnológicos de gestación, registro, fijación, proyección y transmisión de la imagen, la mano del hombre –técnico o artista– constituía el gran instrumento del agente emisor en el proceso de la comunicación visual; los materiales empleados (paredes, piedra, arcilla, yeso, tejidos, telas, pieles, etc.) eran los soportes de la imagen, y, finalmente, el sujeto receptor, tenía que recurrir a la simple observación directa para percibirla.

Esta situación, con ligeras variantes, se prolongó hasta la segunda mitad del siglo XIX, cuando las incipientes técnicas de la fotografía abrieron amplios horizontes para el desarrollo de la tecnología de la imagen. El cine y la televisión más tarde, sus instrumentos auxiliares o perfeccionados y, finalmente, el ordenador, han proporcionado al universo de la imagen unas dimensiones extraordinarias en relación con el desarrollo experimentado en muchos otros campos del conocimiento humano.

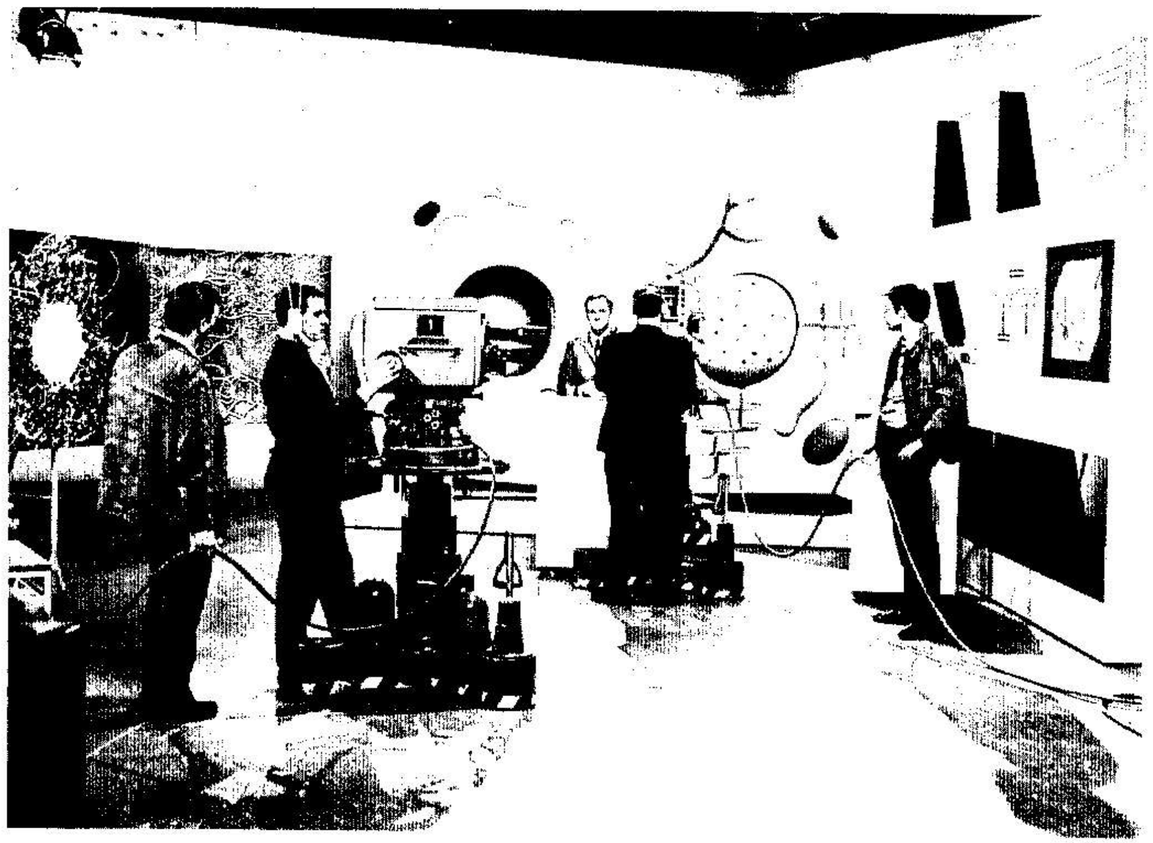
La aportación del ordenador electrónico, no sólo en el campo de la organización de imágenes, a partir de los datos previos suministrados a su memoria a tenor de un programa establecido por el hombre, sino en el aspecto más sorprendente de la creación de imágenes, presenta para el teórico de la imagen un campo de investigación prácticamente inagotable. En la actualidad, el ordenador crea imágenes e incluso objetos que no existen, calculando la forma de sus contornos, las superficies elementales, su luminosidad y sus sombras en función de una fuente de luz imaginaria y según las leyes de la perspectiva.

Desde el principio de sus relaciones se ha procurado que la princesa Ana y el teniente Mark Phillips diesen la imagen de una familia moderna y dinámica.

Un elemento importante en la génesis de imágenes por medios técnicos es el *estudio*. Irrelevante, actualmente, en el caso de la imagen fotográfica, que ha pasado a ser hegemónicamente un producto de la oportunidad (la foto *shock*) y del sentido documental (la foto *testimonio*), y prácticamente superado en la realización cinematográ-

Las técnicas visuales están contribuyendo notablemente a la divulgación de temas científicos. Abajo, filmación de un programa de bioquímica de la televisión alemana.

La reiteración de imágenes repetidas, que en los "posters" alcanza proporciones gigantescas, produce un efecto de redundancia que contribuye a fijar símbolos y conceptos.



fica, el estudio de imágenes tiene hoy una gran importancia en la creación de imágenes para la televisión.

Además de la transmisión de la imagen por el sistema de la televisión, uno de los grandes descubrimientos de la era electrónica ha sido la puesta a punto y el perfeccionamiento de los métodos de fijación, registro, conservación, recuperación y reproducción de las imágenes. No nos referimos tan sólo a los notables avances en el campo de la copia múltiple (el libro, el filme comercial, los *posters*, etc.) y de determinados tipos de copia única (la fotografía y el cine de aficionado, la diapositiva, etc.), sino a la revolución que han supuesto el magnetoscopio y la videocassette.