

Podemos decir que somos parte de una nueva realidad formada a partir de esas pantallas. La imagen se confunde cada vez más con la realidad misma.

Actualmente, todo es susceptible de ser mostrado como espectáculo, en una especie de "Gran Hermano" universal, donde los policías en acción muestran a la gente sus allanamientos en tiempo real. Hechos similares producen los *castings* por TV para seleccionar al mejor cantante o bailarín; las cirugías practicadas en *reality show*; las cámaras instaladas en empresas y comercios que registran hechos delictivos que luego reproducen los canales. En deportes como el fútbol o el tenis, las jugadas dudosas se observan con dispositivos tecnológicos que registran y juzgan con mayor credibilidad que los árbitros y jueces. Sönesson afirma al respecto:

En la medida que la realidad virtual se experimenta como real deja de ser virtual (...) Es como si las cosas hubieran engullido su espejo –dice el pensador Jean Baudrillard (Francia, 1929 - 2007)– y se hubieran convertido en transparentes para sí mismas, enteramente presentes para sí mismas, a plena luz, en el tiempo real, en una transcripción despiadada.

Pantallas por doquier: en las casas, en el subte, en los *shoppings*, en los cafés. Pantallas que nadie mira. Esta imagen digital, que nace para ser reproducida frenéticamente una y otra vez, y en contraposición a la imagen referencial, parece ser un objeto errante, despojado de origen, mirada y objeto. De ahí la frase del maestro Baudrillard: "En el corazón de las videoculturas hay una pantalla, pero no forzosamente una mirada".

Denotación y connotación de imágenes

La imagen se caracteriza por ser **polisémica**, es decir, por transmitir una variedad de mensajes, que constituyen significados diversos y pueden llevar a interpretarse de maneras distintas. Para analizar lo que una imagen tiene para decirnos, debe mediar un proceso de alfabetización visual, que implica aprender a "leerla" desde dos dimensiones, complementarias entre sí: la **denotativa** y la **connotativa**.

El valor **denotativo**, caracterizado como objetivo, es el propio de la imagen. Tratamos en esa lectura de la imagen de priorizar la forma visual, la parte literal de la imagen, para reducir sus posibles significados. La dimensión denotativa trata de lograr el encaje de la imagen en un significado. Si logramos esto, hablamos de una imagen **monosémica**.

Estas son preguntas que uno debería hacerse al ver una imagen para analizarla desde una perspectiva denotativa:

1. ¿Qué elementos aparecen en la imagen?
2. ¿Qué relaciones existen entre ellos?
3. ¿Qué relaciones existentes y posibles se dan entre la realidad estudiada y el sujeto que la estudia?

Para responder el primer interrogante, se debe descomponer, más bien, desarmar la realidad representada. La segunda pregunta apunta a saber percibir las relaciones entre los diferentes elementos de la imagen, y las de ella con otras realidades; mientras que la tercera se trata de hacer aparecer al "lector" de la imagen, como coprotagonista de ella y no como un mero espectador.

León Engelen, un pintor belga contemporáneo, dice que si no hay interacción entre el artista y el espectador, solo hay artista, pero no hay arte. Extendiendo esta idea, la imagen se completa con la mirada.

Ejemplo:

- Una fotografía (imagen icónica). Su valor denotativo está en la enumeración y la descripción de los objetos que pueden verse en ella, es la parte visible del mensaje gráfico.

El valor **connotativo** de las imágenes, caracterizado como subjetivo, depende de las interpretaciones del receptor, de sus sentimientos, sensaciones, valores e ideología. Su interpretación, además de subjetiva, es arbitraria, emotiva y polisémica.

Por eso decimos que el mensaje no está solo en la imagen, sino en las circunstancias que acompañan a su producción y que suministran información adicional.

Ejemplo:

- Una fotografía (imagen icónica). Su valor connotativo está relacionado con la expresividad, el mensaje emotivo, el contexto cultural reflejado, es decir, con la parte oculta del mensaje gráfico.

Para sistematizar todo lo explicado en este apartado y orientar aún más el análisis de las imágenes desde estas dos dimensiones, incluimos esta tabla de características de las imágenes, analizadas y resumidas por varios autores (Prieto, Eco y Santos, 1984).

Denotativa	Connotativa
Objetiva	Subjetiva
Convergente	Divergente
Literal	Arbitraria
Informativa	Interpretativa
Explícita	Implícita
Visible	Oculto
Cognoscitiva	Emotiva
Representativa	Evocativa
Concreta	Abstracta
Simple	Compleja
Codificada	Libre
Monosémica	Polisémica

Geniol, la cabeza ícono de la publicidad nacional

En 1910, se creó la agencia de publicidad Exitus, que trajo a Buenos Aires a dos experimentados afichistas. Uno de sus principales clientes era el laboratorio Suarry, que, en Argentina, producía aspirina con la marca Geniol, un medicamento tradicional para aliviar el dolor de cabeza. Su dueño, el farmacéutico Suárez Zabala, era un cascarrabias a quien los excepcionales dibujantes de Exitus, Lucien Achille Mauzan y Gino Bacasille, no podían conformar. Cansados del rechazo del industrial a todas sus ideas y suponiendo que lo habían perdido como cliente, decidieron vengarse. Realizaron una caricatura del empresario donde lucía de perfil con su cráneo sembrado de clavos y tornillos,



Publicidad de Geniol. Creación de Lucien Achille Mauzan (Argentina)

Información complementaria

Capítulo 5

Las Meninas, de Diego Velázquez

su oreja apretada con una prensa y su nariz atravesada con un alfiler de gancho. A pesar de tal tormento, sonreía con placidez. Cuando Suárez Zavala vio el dibujo, en lugar de indignarse, festejó la creación y exigió que se utilice esa caricatura para un afiche.

Vamos a hacer ahora una lectura denotativa y connotativa de la imagen clásica del producto:

1. En la imagen observamos los siguientes elementos: una cabeza, una sonrisa, clavos, tornillos, un destapador, un alfiler de gancho, otros objetos metálicos con puntas agudas, la marca Geniol.
2. La relación que podría establecerse es que los objetos metálicos son punzantes y que, obviamente, al clavarse en la cabeza provocan dolor y daño. Sin embargo, la persona sonríe. La marca Geniol está hacia la esquina inferior derecha.
3. La relación entre la realidad estudiada y el sujeto que la estudia es de una inmediata identificación con la situación de dolor y daño que causan esos elementos punzantes. Lo mismo ocurre con la sonrisa. Son significados conocidos, comunes.

La lectura connotativa es clara: solo Geniol es capaz de unir una situación de tanto dolor con una experiencia simultánea de bienestar y felicidad.

Actividad

Realicen el análisis denotativo y connotativo del cuadro *Las Meninas*, de Velázquez, que se encuentra en el Museo del Prado (Madrid).

Para llevar a cabo esta actividad se recomienda obtener la información necesaria del sitio Artehistoria:

1. La ficha del cuadro (disponible en <<http://www.artehistoria.com/v2/obras/3.htm>>).
2. El video con su descripción y análisis detallado (disponible en <<http://www.artehistoria.com/v2/videos/222.htm>>).

Redacten, utilizando un procesador de texto, un informe que especifique en detalle las respuestas a las tres preguntas ya enumeradas como guía en la lectura denotativa y para realizar el análisis connotativo. Este último admite distintas perspectivas, atender al momento histórico en el cual se realiza la pintura, el rol de Velázquez en la corte y su relación con los reyes y con el poder. ¿Se animan a encontrar una noticia de diarios actuales en la cual les parezca que sucede algo similar?