



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS
POSGRADO EN ARTES VISUALES

“LA METÁFORA EN LA IMAGEN FOTOGRÁFICA”

TESIS QUE PARA OBTENER EL GRADO DE
MAESTRA EN ARTES VISUALES

PRESENTA
MARTHA IRENE DELGADO PARRA

DIRECTORA DE TESIS
DRA. LUZ DEL CARMEN VILCHIS ESQUIVEL

MÉXICO, D.F., FEBRERO 2010





Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

LA METÁFORA
EN LA IMAGEN
FOTOGRAFICA

*El resultado es que cuando una metáfora es tomada
y aceptada por una comunidad lingüística,
tiende a confundirse con una extensión
polisémica de las palabras. Primero se
convierte en una metáfora trivial, después en
una metáfora muerta (...) De ahí que, si
hubiéramos de apegarnos
a nuestros criterios sobre la metáfora,
los símbolos deben ser metáforas muertas.
De no ser así ¿cuál sería la diferencia?¹*

¹ RICOEUR, P. (1995). *Teoría de la interpretación, discurso y excedente de sentido*. México: Siglo Veintiuno Editores, p. 77.

LA METÁFORA EN LA IMAGEN FOTOGRAFICA

Introducción

1. La metáfora en la comunicación visual

- | | | |
|-----|---|-----------|
| 1.1 | El papel creador de la actividad metafórica | 9 |
| 1.2 | Planos de comprensión de la metáfora | 13 |
| 1.3 | La metáfora como innovación semántica | 18 |

2. La imagen fotográfica

- | | | |
|-----|--|-----------|
| 2.1 | Funciones de la imagen fotográfica | 22 |
| 2.2 | Discurso y estructura de la imagen fotográfica | 27 |
| 2.3 | Lectura de la imagen fotográfica | 36 |

3. La metáfora visual en la imagen fotográfica

- | | | |
|-----|--|-----------|
| 3.1 | La metáfora como entramado de significaciones | 42 |
| 3.2 | Gestación de la metáfora visual | 52 |
| 3.3 | La metáfora visual generadora de espacios reflexivos | 56 |

Conclusiones

Introducción

El flujo comunicativo en una sola dirección conlleva la pasividad del receptor, porque el mensaje se construye de tal manera que se facilite su entendimiento y se evite, en lo posible, cualquier distorsión del sentido; así, el proceso de comprensión exige un esfuerzo mínimo. Esta forma de comunicación carece de la posibilidad para revertir cualquier opinión o reacción. *Subsumidos los vocablos en determinados modelos lógicos, han de conducir un mensaje fácil, de un emisor a un receptor o destinatario que los comprenda sin el menor esfuerzo ni vacilación alguna (...) parece preferible “pulsarla” como un botón que produce cualquier sonido habitual.*

² Así, en su generalidad, la comunicación visual busca la inmediatez, creando meros signos de intercambio que contribuyen a la uniformidad progresiva del pensar y del sentir.

Por ello, es necesario que el comunicador visual redimensione su labor con un sentido ético, que le permita articular una lógica que propicie escenarios reflexivos, es decir, actualizar el proceso de configuración de mensajes de manera que contribuya a generar ideas, a encontrar sentidos inexpressados, a estimular la interpretación de la realidad a partir del receptor, no del emisor. Este enfoque representa una oportunidad

² MORALES, J. (1994). *Estilo, pintura y palabra*. Madrid: Ensayos Arte Cátedra., p. 16.

para transformar nuestro entorno, ya que la convocatoria para participar en la construcción del sentido del mensaje, expone otras formas de pensamiento y de relación con los otros, de tal manera, que todo receptor sea lector de su propio mundo, *...en aquel proceso de la conciencia que ha sido descrito como realización del ser del hombre, y ver como la práctica metafórica puede activar el conocimiento de éste.*³ De esta forma, se crean espacios de mayor solidaridad y comprensión.

En este orden de ideas, la metáfora aparece como posibilidad para construir mensajes visuales en los que el receptor participe de manera activa, al propiciar la abstracción de diferentes elementos de significación y su contraposición, para que crear sentidos que el lector renueva y recrea hacia sí mismo.

¿Por qué elegir la fotografía de base metafórica como “espacio” para la investigación propuesta? A pesar de que en ocasiones se le concibe como simple análogo de la realidad, siempre se presenta y se muestra sin temor alguno, con la libertad de su lenguaje: lo que se ve, es; sabedora de que toda interpretación la enriquece más y que puede ser una o mil cosas distintas, quizás, la fotografía siempre clama ser descubierta.

Así, la imagen fotográfica de base metafórica abre un abanico de cuestionamientos y planteamientos que estimulan la reflexión, la imaginación, y con ello, la posibilidad de que el receptor se revele a sí mismo. A partir de la interacción de referentes opuestos se induce al lector a elaborar sus propios engarces, sus propias derivaciones,

³ MAILLARD, CH. (1992). *La creación por la metáfora*, Barcelona: Anthropos, p. 128.

sus propios cuestionamientos, ...*para evitar que la verdad de la conclusión demostrada se imponga sin posibilidad de interpretación*⁴.

La fuerza comunicativa que la imagen fotográfica posee y las posibilidades que ofrece la tecnología, favorecen la creación de dichas representaciones, donde no se vislumbran límites para la concreción de un discurso metafórico.

Se estudiará la metáfora desde el campo de la poética (*poiesis-mímesis-catarsis*), no de la retórica (retórica-prueba-persuasión), siguiendo la diferenciación que Aristóteles hace en *Poética*⁵: la retórica fue técnica de la elocuencia, su objetivo es la persuasión, la poesía en cambio, no pretende probar nada, su finalidad es mimética, su objetivo es componer una representación esencial de las acciones humanas y su característica peculiar es decir la verdad por medio de la ficción, de la fábula, del *mhytos* trágico. Todo ello sin olvidar que, *Sea conciente o no, el fotógrafo impregna su obra con su sensibilidad y con su ideología*⁶, pero siguiendo el criterio o la intención de provocar en el receptor su autodescubrimiento.

Los aportes de la metáfora literaria son numerosos, los que se vinculan a la metáfora visual son escasos, por lo que en el *Capítulo I*, se inicia el estudio de la metáfora en la imagen fotográfica a partir de textos literarios. Ricoeur en *La metáfora viva* menciona que... *El paso de una disciplina a otra sigue el de las entidades lingüísticas*

⁴ PERICOT, J. (2003). *Las guías iniciales y las lindes del juego visual*, [en línea]. Barcelona: Universidad Pompeu Fabra. Disponible en: <http://www.iaa.upf.es/formats/formats1/a05et.htm> [2010, 15 de enero].

⁵ ARISTÓTELES. (2001). *Poética*. México: Colofón.

⁶ FONTCUBERTA, J. (2007). *Estética fotográfica*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, p. 155.

*correspondientes: la palabra, la frase y el discurso*⁷. Esta perspectiva es aplicable a la metáfora en la imagen fotográfica, tomando en cuenta que la palabra se equipara a un signo en la fotografía; la frase al significado; y, el discurso, al sentido de la fotografía.

En el *Capítulo II*, se exponen brevemente las funciones de la imagen fotográfica y su estructura, para describir cómo es leída y descifrada, de modo que sea posible conocer los factores que inciden en su lectura e interpretación.

Por último, en el *Capítulo III*, se relacionan los capítulos anteriores entre sí, para indagar el entramado semántico de la imagen fotográfica de base metafórica y cómo se gesta la metáfora; además, se intenta ejemplificar con imágenes de qué manera la fotografía y la metáfora generan espacios de reflexión.

⁷ RICOEUR, P. (2001). *La metáfora viva*. Madrid: Ediciones Cristiandad y Editorial Trotta, p. 9.

Capítulo I

LA METÁFORA
EN LA COMUNICACIÓN VISUAL

*Determinar la función metafórica como acción esencial
es hablar del hombre como ser-haciéndose
a partir de la atemporalidad propia del sueño.
Es también aproximarse a la palabra
como factor de apertura y tensión,
a su dimensión desveladora y creadora,
en definitiva a la imaginación creadora.⁸*

1.1 El papel creador de la actividad metafórica

Desde sus inicios, el concepto de metáfora se presenta como un recurso adecuado para traspasar los límites impuestos por la forma literal del lenguaje. En la retórica clásica, está presente la noción de traslado de significados, en la *Poética* de Aristóteles se encuentra una primera y extensa definición⁹:

La metáfora es la traslación (...) a una cosa de un nombre que designa a otra, del género a la especie, o de la especie al género, o de la especie a la especie o según la analogía. Por desde el género a la especie entiendo por ejemplo: mi nave está detenida, pues estar anclado es uno de los modos de estar detenido. De la especie al género, como: Ciertamente, Ulises ha llevado a cabo miles de bellas acciones, pues miles es mucho, y el poeta lo usa aquí en el lugar de muchas. De la especie a la especie, por ejemplo: Habiendo agotado su vida con la espada de bronce y habiendo

⁸ MAILLARD, CH. *Op. cit.*, p. 96.

⁹ *Ibid.*, pp. 97-98.

cortado con su duro bronce... pues aquí agotado quiere decir cortar y cortar quiere decir agotar; y ambos son maneras de quitar.

Esta definición apunta hacia tropos metonímicos y sinecdóticos, sin embargo, cuando se refiere a la traslación por analogía, indica propiamente la metáfora como figura del lenguaje¹⁰:

Entiendo por analogía (...caracteres griegos...) los casos en que el segundo término sea al primero como el cuarto al tercero, pues el poeta utilizará el cuarto en vez del segundo y el segundo en vez del cuarto; y algunas veces también se añadirá el término al que se refiere la palabra sustituida por la metáfora. Así, por ejemplo, existe la misma relación entre la copa y Dionysos que entre el escudo y Ares; el poeta dirá, pues de la copa que es el escudo de Dionysos y del escudo que es la copa de Ares. Asimismo existe la misma relación entre la vejez y la vida que entre la tarde y el día, el poeta dirá pues de la tarde, con Empédocles, que es la vejez del día o el poniente de la vida. Hay algunos casos de Analogía que no tienen nombre, pero en los que se expresa la relación, por ejemplo, tirar las semillas se llama sembrar pero la acción del sol echando su luz no tiene nombre; sin embargo, esta acción del sol con la luz tiene la misma relación que la de sembrar con las semillas; por eso es por lo que se dice sembrando una luz divina.

I. A. Richards se aparta de la retórica clásica, no sólo por las aspiraciones asignadas a la retórica, sino por su repudio a cualquier taxonomía, su interés principal es

¹⁰ *Ibid.*

*restablecer los derechos del discurso frente a los de la palabra.*¹¹ Los estudios de Richards constituyen una reformulación de la antigua teoría de la metáfora, especialmente cuando asevera que este recurso deja de ser un ornamento del discurso, adquiriendo más valor que el emocional, en este sentido se presenta un reconocimiento de la metáfora como unidad.

*Cuando empleamos una metáfora, en la formulación más sencilla, tenemos dos ideas de cosas diferentes que actúan al mismo tiempo y se van contenidas en una sola palabra, y una sola frase, cuya significación es una resultante de su interacción.*¹²

Max Black identifica un rasgo importante respecto a lo que conforma el contraste entre la palabra metafórica y la que no lo es, pues si bien conviven en el mismo enunciado; unos términos actúan metafóricamente y otros sólo tienen valor literal. Afirma que, si fuesen todos metafóricos se estaría más bien ante un acertijo, una alegoría o un proverbio.¹³ Estas distinciones le llevan a establecer los conceptos de *foco y marco*.

El constitutivo de la metáfora es un enunciado entero, pero la atención se concentra en una palabra en particular cuya presencia justifica que el enunciado se considere como metafórico. Este balanceo del sentido sobre el enunciado y la palabra es la condición del rasgo principal.

¹¹ AGIS VILLAVERDE, M. (1995). *Del símbolo a la metáfora: Introducción a la filosofía hermenéutica de Paul Ricoeur*, Santiago de Compostela: Universidad de Santiago de Compostela, p. 139.

¹² RICHARDS, I. (1936). *The philosophy of rhetoric*, Oxford: Oxford University Press, p. 93.

¹³ AGIS VILLAVERDE, M. *Op. cit.*, p. 143.

Max Black propone restaurar la lógica gramatical con cuestionamientos tales como: ¿Cómo identificar una metáfora?, ¿Cuáles son los criterios para descubrirla?, o si se trata de un simple adorno que no altera el sentido.¹⁴ Además, demuestra que la teoría de semejanza de la metáfora es inadecuada, afirma que es más claro decir que en algunos casos se crea similitud, más no es imprescindible y puede basarse también en una revelación.

Paul Ricoeur explica que es necesario revisar la teoría de la metáfora heredada de los antiguos retóricos y desvía el problema de la semántica de la palabra a la semántica de la oración.¹⁵

E.F. Kittay extrae seis puntos de valoración en el estudio de la metáfora,¹⁶ los cuales resumen el cambio de la visión de analogía o comparación, a la integración del concepto como unidad de rango semántico.

- a) Las metáforas son oraciones, no palabras aisladas
- b) Las metáforas están formadas por dos componentes
- c) Existe tensión entre estos dos componentes
- d) Los dos componentes han de entenderse como sistemas
- e) El significado de la metáfora surge del juego existente entre los dos componentes
- f) El significado de la metáfora es irreductible y cognoscitivo, pues se puede dar una explicación de la metáfora, pero no se puede dar una glosa exacta

¹⁴ *Ibid*, p. 142.

¹⁵ RICOEUR, P. *Teoría de la interpretación...*, *Op. cit.*, p. 60.

¹⁶ Citado en MARTÍNEZ-DUEÑAS, J. en *La metáfora*, Octaedro, Barcelona, 1993, p. 64.

La metáfora se reconoce como un pequeño discurso, como una obra en miniatura, al pertenecer al plano de la enunciación, al de la frase.¹⁷ Podríamos decir que surge cuando la estructura del lenguaje literal requiere la participación activa del lector para abrir un camino distinto de interpretación.

Tomar conciencia en este ejercicio de visión que supone la acción reflexiva, de que toda metáfora es, como decía Nietzsche mucho antes que Ortega, un error óptico necesario es también, esencialmente, tocar fondo: penetrar en los lugares donde la palabra es tan callada que no adquiere forma cierta, porque ya no es necesaria. En esto consiste el trabajo de la metáfora: descubrirnos como hacedores de metáforas conduce a la conciencia de la desnudez inicial y fundamental y con ello tal vez a la angustia y al desamparo o, en el mejor de los casos, a la conciencia del juego.¹⁸

La metáfora es un acto creativo que aleja de interpretaciones establecidas, genera una lógica visual que invita a participar en la construcción del sentido, integrando momentos de reflexión para generar relaciones propias, derivaciones y cuestionamientos; esto, a través de la imaginación y el conocimiento de cada lector.

1.2 Planos de comprensión de la metáfora

El punto de partida de este subtema es la concepción de la metáfora como discurso, como un conjunto de elementos en tensión que inducen al lector a producir una

¹⁷ AGIS VILLAVARDE, M. *Op. cit.*, p. 264.

¹⁸ MAILLARD, CH. *Op. cit.*, p. 13.

interpretación propia; lo cual es aplicable tanto a la literatura como al lenguaje visual, que es hacia donde se dirige este trabajo. La palabra es análoga a un icono en la fotografía; la frase a la fotografía en sí; y el discurso, al sentido o significación de la fotografía en cuanto a su poder de redescrición de la realidad.

...el concepto de metáfora se presenta, pues, como el de un instrumento adecuado para traspasar los límites impuestos por la forma literal del lenguaje. El término metáfora manifiesta por sí mismo la capacidad fundamental que tiene la mente para expresar relaciones que trascienden la significación directa o habitual. Aunque sería demasiado imprudente decir que invita a la prospección metafísica, es indudable que el término denuncia la existencia de un mecanismo de transferencia que, aplicado al lenguaje, permite superar la simple adecuación significado / significante y construir mundos abstractos¹⁹

Alejandro Tapia postula que es casi inevitable relacionar la metáfora visual con lo fantástico, porque implica objetos referenciales y otros que resultan ajenos pero reveladores,²⁰ originando un sentido que no es posible en la realidad y que exige un juego de asociaciones semánticas.

La capacidad de imaginar es una cualidad de la infancia asociada con la diversión y el gusto por el juego, formando parte del pensamiento creativo. La metáfora propone esquemas no necesariamente verdaderos pero sí verosímiles y obliga al espectador a desnudarse de interpretaciones hechas para transitar por creaciones propias. La comunicación se vuelve callada y generosa.

¹⁹ *Ibid*, p. 97.

²⁰ TAPIA, A. (1991). *De la retórica a la imagen*, México: UAM, p. 62.

...la cancha donde se lleva a cabo el juego entre el creador y el espectador es planeada con exactitud; sus dimensiones son precisas y las reglas exactas, para llegar a un final donde los dos jugadores habrán de resultar vencedores, pues han logrado no la recepción de un mensaje, sino la difícil y complicada experiencia de la comunicación: la transmisión y recepción de signos y símbolos diversos...²¹

La metáfora constituye un encuentro entre el juego, el humor, el absurdo y la imaginación, con el afán de evitar interpretaciones convencionales y así tocar el campo de la reflexión y la comprensión de uno mismo frente al mundo.

...La recomendación de utilizar la metáfora se presenta como un recurso imaginativo, relacionado con el uso de modelos de descripción que no son incompatibles con sistemas de pensamiento rígidos y coherentes, y que estos deben acercarse a otros elementos de índole imaginativa para resultar más efectivos. Ese es el fin de la metáfora: el hacer la comunicación más efectiva cuando un sistema de expresión es inadecuado (...) la metáfora ocupará un destacado lugar en cuanto a los significados y su relación con la imaginación...²²

Barthes en la retórica de la imagen fotográfica²³ apunta a dos planos de comprensión: denotativo y connotativo, el primero es el aspecto visible que exterioriza el segundo. En el caso de la metáfora visual, el denotativo correspondería al plano de expresión, es decir, la contraposición o tensión de las imágenes, siendo el connotativo el plano

²¹ FUKUDA, S. Citado por HERNÁNDEZ, J. (1998). "Shigeo Fukuda, el diseño como el juego de nunca acabar", *Lúdica, arte y cultura del diseño, 1*, pp. 14-15.

²² MARTÍNEZ-DUEÑAS, J. *Op. cit.*, p. 93.

²³ BARTHES, R. (1992). *Lo obvio y lo obtuso, imágenes, gestos y voces*. Barcelona: Paidós.

de contenido, el discurso en sí. De esta manera una metáfora visual experimenta dos momentos interpretativos; uno, cuando el creador realiza la traducción del discurso lingüístico al discurso visual y otro cuando el lector realiza su interpretación; sin decir que se trata del mismo mensaje: *ninguna interpretación es más cierta que otra, todas ellas están incluidas en el gran juego de la tradición, cada una de ellas reactiva en su interior tal juego (...) las interpretaciones se ordenan (para nosotros) en la medida en que las mismas se reconocen como interpretaciones, en una suerte de aproximación hermenéutica.*²⁴

El entendimiento de una metáfora implica pasar por alto los elementos convencionales de significado. El contexto y la experiencia propia suscitan y sustentan un nuevo nivel de sentido.

La metáfora crea su propio valor de verdad en la medida que constituye su propia dimensión de aceptación *Es otro valor el que aparece, el del significado alternativo*²⁵. Es importante considerar su calidad interpretativa múltiple y la variación que puede haber de un intérprete a otro, dado que no hay un mensaje exacto, sino una asociación y relación de elementos, inclusive no está garantizado que la tensión sea percibida, es decir, que sea leída como *metáfora*. Turbayne menciona:

El uso de la metáfora implica la suposición de que algo es cuando no lo es. Sólo a veces el autor revela que dicha suposición está implícita (...) pero más a menudo las metáforas aparecen sin etiqueta de clasificación.

²⁴ ROVATTI, P. (1990). *Como la luz tenue: metáfora y saber*, Barcelona: Gedisa, pp.18-19.

²⁵ MARTÍNEZ-DUEÑAS, J. *Op. cit.*, p. 54.

*Miguel Ángel no puso ninguna inscripción meta-escultural en la base de su escultura La noche, para revelar que había tomado la figura de Leda con el propósito de ilustrar la naturaleza de la muerte, si bien los iniciados sabían que así lo hizo.*²⁶

En la metáfora visual se crea el significado de transferencia tan sólo en un nivel iconográfico, debe expresar por sí misma sus cualidades, porque es resultado de una tensión, que no puede ser ratificada o enfatizada por un aviso que la vuelva evidente; sencillamente se halla o no.

*...la tensión en una expresión metafórica, realmente no es algo que sucede entre dos términos en la expresión, sino más bien entre dos interpretaciones opuestas de la misma. Es el conflicto entre estas dos interpretaciones lo que sostiene la metáfora.*²⁷

La metáfora expone diferentes visiones de la realidad para propiciar el entendimiento de algo, utiliza convencionalismos –signos y símbolos– para provocar nuevas interpretaciones; como menciona Ricoeur, tenemos más ideas que palabras para expresarlas, por lo que debemos ir más allá de su empleo ordinario²⁸, es decir, contraponer sentidos diferentes para generar otros nuevos.

²⁶ TURBAYNE, C. (1974). *El mito de la metáfora*, México: Fondo de Cultura Económica, p. 26.

²⁷ RICOEUR, P. *Teoría de la interpretación...*, *Op. cit.*, p. 63.

²⁸ *Ibid*, p. 61.

1.3 La metáfora como innovación semántica

El comportamiento de la metáfora depende de la creación y adaptación de significados acrecentados por la cultura, *La metáfora, el traslado, la trascendencia del significado propio, ha ido todo unido a un deseo de mantener un principio de identidad, una semejanza...*²⁹. Dado que es producto de una interpretación —tanto del creador como del lector—, la metáfora es inherente al momento histórico que vive, y en la medida que se comparta la experiencia, mayor posibilidad habrá para descubrir la metáfora; a su vez, la metáfora revierte su propia experiencia, engrosando el tejido cultural.

Así, la metáfora no existe por sí misma, se gesta y se constituye a través de la interpretación:

...la interpretación metafórica presupone una interpretación literal que se autodestruye en una contradicción significativa. En este proceso de autodestrucción o transformación el que impone una especie de giro a las palabras, una extensión del significado, gracias a la cual podemos comprender cuándo una interpretación literal sería literalmente disparatada. De ahí que una metáfora aparezca como un tipo de réplica aguda a una cierta inconsistencia en la expresión metafórica literalmente interpretada. Junto a Jean Cohen, podemos llamar a esta incongruencia una impertinencia semántica³⁰

²⁹ MARTÍNEZ-DUEÑAS, J. *Op. cit.*, p. 29.

³⁰ RICOEUR, P. *Teoría de la interpretación...*, *Op. cit.*, p. 63.

Con la metáfora visual, no se aspira a la inmediatez en la comunicación a manera de signos de trueque, por el contrario constituye la esencia de un discurso que pide ser descubierto y que favorece la libertad interpretativa.

Una de las más esenciales certidumbres de las que hoy disponemos en filosofía es la de que las cosas no se pueden mirar ya directamente cara a cara, so pena de tergiversar la función del pensamiento; ya no podemos pretender que la verdad sea una adecuación entre nuestro pensamiento y las cosas, porque ahora sabemos que de la adecuación (limitadora e ilusoria, antes aún que imposible) no emana verdad alguna, y que si queremos perseguir la verdad de algo debemos ir a buscar esa verdad no precisamente a plena luz, sino en esa zona en la que necesariamente juegan la luz y la sombra; y no ya a la manera de objetos o de entes (y de leyes que los expliquen), ni tampoco en el renovado (y también metafísico) sueño de hallar ahí una dimensión completamente otra, un mundo sumergido en las profundidades que “es” pero está fuera de nuestro alcance.³¹

Heidegger afirma que el ser no puede darse sino ocultándose³², la metáfora con su entramado semántico abre un espectro de cuestionamientos y planteamientos que sustentan la reflexión, originando alternativas de pensamiento y relación con los otros, donde todo intérprete es lector de su propio mundo.

Asimismo, la metáfora representa una convocatoria para participar en la construcción del sentido del mensaje, Le Guern menciona:

³¹ ROVATTI, P. *Op. cit.*, p. 17.

³² HEIDEGGER, M. Citado en ROVATTI, P. *Op. cit.*, p 17.

...al obligar a abstraer a nivel de la comunicación lógica cierto número de elementos de significación, ella permite poner de relieve los elementos mantenidos, a un nivel distinto del de la pura información, y por medio de la introducción de un término extraño a la isotopía del contexto, provoca la evocación de una imagen asociada que percibe la imaginación y que ejerce su impacto sobre la sensibilidad sin el control de la inteligencia lógica, pues la naturaleza de la imagen introducida por la metáfora le permite escapar a él...³³.

De esta manera, se puede afirmar que toda metáfora visual comprende una innovación semántica y en la medida que sea reconocido e identificado su sentido, pierde su capacidad creadora y deja de ser metáfora para convertirse en un signo, un símbolo o inclusive en una *metáfora muerta*, como apunta Ricoeur:

El resultado es que cuando una metáfora es tomada y aceptada por una comunidad lingüística, tiende a confundirse con una extensión polisémica de las palabras. Primero se convierte en una metáfora trivial, después en una metáfora muerta (...) De ahí que, si hubiéramos de apegarnos a nuestros criterios sobre la metáfora, los símbolos deben ser metáforas muertas. De no ser así ¿cuál sería la diferencia?³⁴

Encontrar o crear la metáfora en la comunicación visual se convierte en un juego subjetivo e interminable, donde su seductora polisemia invita a intervenir y reflexionar en un proceso secreto y personal como el descubrimiento de la propia vida.

³³ LE GUERN, M. (1976). *Metáfora y metonimia*, Madrid: Cátedra, p. 25.

³⁴ RICOEUR, P. *Teoría de la interpretación...*, *Op. cit.*, p. 77.

Capítulo II

LA IMAGEN FOTOGRAFICA

*Si al conocimiento de los procesos fotográficos
aunamos la comprensión de las intenciones
y percepciones humanas,
podríamos hacer de la fotografía
un verdadero medio de estudio antropológico.³⁵*

2.1 Funciones de la imagen fotográfica

Desde sus inicios, la fotografía tuvo la función de proporcionar reflejos visuales, información aparentemente precisa y fidedigna del mundo. *Nos da la impresión que lo que ha sido fotografiado es algo que ha ocurrido delante de la cámara, y esta sensación de autenticidad, de verosimilitud es algo que captura la conciencia del espectador de una forma muy fuerte³⁶*. Hace suponer que cualquiera hubiese podido tomar la fotografía o que se hubiese podido estar en el lugar y ser protagonista.

En ocasiones es concebida como una simple analogía de la realidad, pero en la medida en que reproduce al objeto, puede reemplazarle y sustituirle, *organizando una relación específica con el espacio, con la temporalidad y con los otros, puede proveer un modo de expresión privilegiada para esas prácticas situadas en la no*

³⁵ FRIZOT, M. (2009). *El imaginario fotográfico*. México: Ediciones Ve, CONACULTA, UNAM y Fundación Televisa, p. 76.

³⁶ BENÍTEZ, I. R. (2008). *Fotografía española: razones y aberraciones*, [en línea]. Cádiz: Universidad de Cádiz. Disponible en: <http://www.uca.es/web/actividades/entrevistas/20080717FontcubertaEntrevista/?searchterm=FONTCUBERTA> [2009, 3 de julio].

man's land [tierra de nadie], *que está entre las conductas oficialmente reconocidas y los fantasmas de la vida interior*³⁷.

En este juego interpretativo, es importante tomar en cuenta que cada persona explora de manera diferente la información contenida en la imagen, Barthes lo denomina *punctum*, es decir, lo que surge de la serie de valores dependientes de la situación personal de quien la observa y que no están en la imagen de manera literal. El potencial expresivo se estratifica en diferentes grados de posibilidad informativa y, lo que asigna el sentido y da valor al mensaje es el tránsito arbitrario de un grado de pertinencia a otro³⁸.

*El documento fotográfico es naturalmente ambiguo: siempre se lo puede comentar (es decir, atribuirle una leyenda) de varias maneras diferentes. Por esta razón puede jugar el papel de un test proyectivo y cargarse de las significaciones más diversas: los objetos que representa parecen poseer esa propiedad del símbolo que consiste en remitir (de manera imperfecta) al sentido de los conjuntos a los que pertenecen y de los que se los ha separado. No es imposible que la fotografía siga siendo el soporte de significaciones inconscientes perfectamente individuales...*³⁹

La experiencia de la lectura de la imagen conlleva un riesgo, tal como Narciso al inclinarse para ver su reflejo *...fascinación de la mirada que devela y seduce, la imagen parece conservar de la presencia mucho más que su representación*

³⁷ CASTEL, R. (1989). "Imágenes y fantasmas". En *La fotografía: un arte intermedio*, México: Nueva Imagen, pp. 313-314.

³⁸ FONTCUBERTA, J. *El beso de Judas, fotografía y verdad*, Barcelona: Editorial Gustavo Gili, p.14.

³⁹ BOLTANSKI, L. (1989). "La retórica de la figura". En BOURDIEU, P. (*Comp.*). *Ed. cit.*, p. 196.

*objetiva*⁴⁰, reactiva el temor y el deseo, la búsqueda propia en un estado real-irreal bajo el amparo de la conciencia, pero connotando también las aspiraciones de lo inconsciente; haciendo de la fotografía *el soporte de una magia íntima*⁴¹. A este respecto, la imagen fotográfica exhibe lo relativo de su verdad y de su verosimilitud, dejando en entredicho el realismo fotográfico.

No obstante, carece de importancia elucidar sobre la verdad fotográfica, si tomamos en cuenta que algunos autores sitúan el fin de la modernidad con el fin de la verdad, Lyotard señala:

*Un artista, un escritor posmoderno, están en la situación de un filósofo: el texto que escriben, la obra que llevan a cabo, en principio no están gobernados por reglas ya establecidas, y no pueden ser juzgados por medio de un juicio determinante, por la aplicación a este texto, a esta obra, de categorías conocidas. Estas reglas y estas categorías son lo que la obra o el texto investigan*⁴²

Por lo que partimos de la idea de Joan Fontcuberta: *La fotografía actúa como el beso de Judas*⁴³, siempre miente y lo importante sería descubrir a qué intenciones sirve.

La fotografía es creada para ser mostrada, manteniendo una relación entre su creador y quien la observa⁴⁴, siendo primordialmente un recurso de integración. Así, la

⁴⁰ CASTEL, R. *Op. cit.*, p. 325.

⁴¹ *Ibid*, p. 328.

⁴² LYOTARD, J. (2003). *La posmodernidad (explicada a los niños)*. Barcelona: Gedisa Editorial, p. 25

⁴³ FONTCUBERTA, J. *El beso de Judas, fotografía y verdad*, *Op. cit.*, p.17.

⁴⁴ BOURDIEU, P. (1989). "La definición social de la fotografía". En BOURDIEU, P. (*Comp.*). *Ed. cit.*, p. 135.

fotografía es juzgada con referencia a su función y *es a partir de su participación en un género, como cada fotografía particular define su sentido y su razón de ser*⁴⁵, entendiéndolo más que género como el contexto donde se muestra.

La imagen fotográfica significa algo más de lo que es. *Es al mismo tiempo símbolo e imagen, es decir, imagen que simboliza también, a través del modo de su representación, lo que explícitamente no tiene por finalidad expresar*⁴⁶. La actividad fotográfica capta funciones que preexisten a ella, es posible entender actitudes humanas, descubrir aspectos profundos, reinscribir al individuo en una correspondencia sensual y narcisista; estableciendo así una vinculación y pertenencia a la sociedad.

A menudo, el espejo ha sido comparado con la fotografía, con la diferencia que la imagen de un espejo es fugaz y la fotografía en cambio, es un *espejo con memoria*⁴⁷. *Del espejo decimos que nos 'devuelve' la imagen, como si la imagen ya fuera nuestra, como si entre la imagen y el rostro existieran unos lazos de correspondencia infinitesimal, o como si el reflejo hubiera duplicado físicamente al objeto*⁴⁸. Así, el espejo suministra no sólo la pura analogía sino también la revelación y la sabiduría, es el soporte de una fuerte carga simbólica para el conocimiento.

⁴⁵ *Ibid*, p. 136.

⁴⁶ CASTEL, R. *Op. cit.*, p. 312.

⁴⁷ Expresión propuesta por Oliver Wendell Holmes en 1861 para calificar al daguerrotipo. (Cfr. FONTCUBERTA, J. *El beso de Judas, fotografía y verdad, Op. cit.*, p.30).

⁴⁸ FONTCUBERTA, J. *El beso de Judas, fotografía y verdad, Op. cit.*, p.38.

Las cámaras fotográficas y los espejos se rigen por intenciones de uso que abarcan desde la constatación científica, los ámbitos más cotidianos, planteamientos artísticos y críticos, las artes adivinatorias, hasta la fabulación poética.

Fontcuberta expone una tipificación de la imagen fotográfica, que alude a los mitos de Narciso y del vampiro⁴⁹. Narciso, representa la seducción de lo real y el vampiro, la presencia escondida. A manera de diagnóstico para lo que ocurre con la fotografía contemporánea, expone la posibilidad de la coexistencia de ambos y la progresiva metamorfosis de unos en otros, donde el objeto fotográfico se encuentra dotado de valores de forma y de contenido. *Fotografiar en suma, constituye una forma de reinventar lo real, de extraer lo invisible del espejo y de revelarlo*⁵⁰, desvaneciendo así el mito modernista del espejo.

*La imagen fotográfica es la cristalización atemporal de un acontecimiento (...) ya no es más un devenir, sino una discontinuidad sin sucesión fuera de la actividad que le impone los puntos de referencia de una memoria*⁵¹. La fotografía siempre conserva su carácter de acontecimiento, *como una determinada experiencia de la vivencia del tiempo*⁵², algo que si bien no se puede prever porque *Es una fractura, una quiebra, una herida en el tiempo. Es lo discontinuo e imprevisto lo que nos sorprende*⁵³, pero

⁴⁹ *Ibid*, p. 40-41.

⁵⁰ *Ibid*, p. 45.

⁵¹ CASTEL, R. *Op. cit.*, p. 330.

⁵² BARCENA, F. (2004). *El delirio de las palabras. Ensayo para una poética del comienzo*. Barcelona: Herder, p. 79.

⁵³ *Ibid*, p. 80.

quizás guarda registro de algo que sabíamos que podía suceder, y de ahí surge cierta complicidad entre el creador y el lector.

2.2 Discurso y estructura de la imagen fotográfica

Barthes, uno de los pioneros en el estudio del mensaje en la imagen fotográfica⁵⁴, lo analiza específicamente en la de tipo periodístico y establece que la fotografía está definida por dos estructuras diferentes, el texto –constituido por palabras– y la fotografía –*por líneas, planos, tintes*–, complementándose una con la otra. En *El mensaje fotográfico*, el autor manifiesta la necesidad de analizar la imagen fotográfica como un objeto autónomo –pero no aislado–, como un sistema de signos, de interrelacionarla con el texto, y principalmente, que la imagen posee un contenido intrínseco, lo cual conlleva la posibilidad de construir el discurso.

Roland Barthes subraya la importancia del texto cuando está destinado a connotar a la imagen fotográfica, capaz de imponer *una cultura, una moral, una imaginación*⁵⁵, inclusive un significado enteramente nuevo, teniendo una función reguladora en el juego de la proyección-identificación. Destaca dos funciones del mensaje lingüístico: *de anclaje y de relevo*⁵⁶ es decir, de denotación y connotación, respectivamente, para

⁵⁴ BARTHES, R. (1970). *La semiología*. Buenos Aires: Editorial Tiempo Contemporáneo, pp. 115-126.

⁵⁵ *Ibid*, pp. 122-123.

⁵⁶ *Ibid*, pp. 131-132.

impedir que los sentidos connotados proliferen hacia interpretaciones excesivamente individuales.

Sin embargo, autores posteriores como Prieto⁵⁷ y Pericot⁵⁸ demuestran que la fotografía es mucho más informativa que el texto que la acompaña, inclusive, los mensajes escritos pueden tener errores y la imagen puede corregir el sentido. Esto quiere decir que la fotografía utiliza un lenguaje propio y sostenible.

Barthes encuentra que en el mensaje fotográfico existe una paradoja, por una parte aparece un *mensaje denotado*, que transmite la escena en sí, lo literal, que aunque no es lo real, es el análogo de la realidad; y, entre ese objeto y su imagen no es necesario un código, es un mensaje continuo. Y por otro lado, coexiste un *mensaje connotado* que aparece al momento de interpretar la imagen fotográfica, a partir del mensaje sin código. Este *mensaje sin código*⁵⁹ desarrolla de manera inmediata y evidente, un mensaje suplementario o *estilo*, un sentido secundario⁶⁰ cuyo significante es el tratamiento de la imagen, y, cuyo significado –estético o ideológico– remite a la cultura de la sociedad que recibe el mensaje. *Es verosímil que el código del sistema connotado esté constituido ya sea por una simbólica universal, ya sea por una retórica de la época, en una palabra, por una reserva de estereotipos.*⁶¹ Resumiendo,

⁵⁷ PRIETO, L. (1977). *Estudio de lingüística y semiología generales*. México: Editorial Nueva imagen, p. 193.

⁵⁸ PERICOT, J. *Incumplimiento informativo y comunicación audiovisual*, [en línea]. España: Universidad Pompeu Fabra, 2003. Disponible en: http://www.iaa.upf.es/formats/formats2/per_e.htm [2010, 6 de enero].

⁵⁹ Barthes denomina mensaje sin código a todas las reproducciones analógicas de la realidad: dibujo, pintura, cine y teatro.

⁶⁰ BARTHES, R. *La semiología*, *Op. cit.*, p. 116.

⁶¹ *Ibid*, p. 117.

la paradoja fotográfica consiste en la existencia de un mensaje denotado –la analogía de la realidad– que a su vez origina un mensaje connotado –la manera como se lee.

Al respecto, Barthes postula que la connotación no es inmediata a nivel de mensaje en sí, es *a la vez invisible y activa, clara e implícita*⁶², se puede inducir a nivel de producción y de la recepción del mensaje: *...una fotografía periodística es un objeto trabajado, seleccionado, compuesto, construido, tratado según normas profesionales, estéticas o ideológicas, que son otros tantos factores de connotación; y por otra, esta misma fotografía no es solamente percibida, recibida, sino también leída, relacionada más o menos conscientemente por el público que la consume, con una reserva tradicional de signos. (...) todo signo supone un código, y es precisamente este código (de connotación) lo que habría que tratar de establecer.*⁶³ Esto podría ser aplicado a cualquier fotografía, no sólo la periodística.

Nuevamente citando a Barthes, el mensaje connotado lo constituyen dos planos: uno de expresión y uno de contenido –significantes y significados– y propone los procedimientos de connotación⁶⁴ para la imposición de un sentido secundario, los cuales se elaboran en las etapas de producción de la fotografía, es decir la codificación de la realidad *...no hay que olvidar que estos procedimientos no tienen nada que ver con unidades de significación, tales como un ulterior análisis semántico*

⁶² BARTHES, R. *La semiología*, *Op. cit.*, p. 117.

⁶³ *Ibid*, pp. 117-118.

⁶⁴ *Ibid*, p. 118.

*permitiría quizá definir las: estrictamente hablando, no forman parte de la estructura fotográfica*⁶⁵.

Los procedimientos de connotación que define Barthes⁶⁶ son:

Trucaje, en el cual se adopta de forma más completa la máscara objetiva de la denotación, accesible en la medida en que se comparta una reserva de signos o referentes, por consiguiente sólo se da en una determinada sociedad, se trata de un código histórico.

Pose, que se refiere a la reserva de actitudes estereotipadas, cuyo origen puede radicar en la pintura, teatro, asociaciones de ideas o metáforas corrientes, es decir, lo cultural.

Objetos, en los que la connotación surge a partir de la selección de los mismos, ya que son inductores corrientes de asociaciones de ideas o inclusive símbolos, elementos que pueden constituirse en sintaxis.

Fotogenia, integrada propiamente por las técnicas de iluminación, impresión, revelado, de alguna manera son los efectos estéticos.

⁶⁵ *Ibid*, pp. 118-119.

⁶⁶ *Ibid*, pp. 123-126.

Esteticismo, creado cuando la imagen está más cercana a valores artísticos, que no remiten a un mensaje estructurado.

Sintaxis, constituida por el encadenamiento, secuencia o relación de una fotografía con otras.

Barthes establece que el código de connotación en la fotografía no es natural ni artificial, sino histórico o cultural, en él son utilizados signos provistos de un sentido en virtud de una cierta sociedad; así la significación –relación entre significado y significante– es elaborada por una sociedad y una historia definidas, ...*el movimiento dialéctico que resuelve la contradicción entre el hombre cultural y el hombre natural*⁶⁷.

Cassirer⁶⁸ escribe que, el hombre para traducir la realidad requiere de formas lingüísticas; imágenes artísticas; ritos, es decir, de un aparato simbólico, de manera que aunque la fotografía no utiliza un código establecido como lo hace el lenguaje, sí interviene un fenómeno cultural que guía su reconocimiento.

También, Panofsky en *La perspectiva como forma simbólica*, demuestra que la perspectiva refiere un momento histórico, obedece a una intención estética y posee un estilo determinado, es una convención y algo aprendido. *La perspectiva es un orden*

⁶⁷ *Ibid*, p. 123.

⁶⁸ CASSIRER, E. (1979). *Antropología filosófica*. México: FCE.

*pero un orden de apariencias visuales.*⁶⁹ Así, una imagen detona lo que el observador posee en su legado visual. De este modo, se establece una relación didáctica entre creador y observador, y, a través de las imágenes se propicia el enriquecimiento o desmerecimiento de la concepción particular del mundo.

La lectura de la fotografía es histórica y depende del saber del lector. *Encontrar este código de connotación sería, entonces, aislar, enumerar y estructurar todas las partes de la superficie fotográfica cuya discontinuidad misma depende de un cierto saber del lector, o si se prefiere, de su situación cultural*⁷⁰. Costa⁷¹ encuentra que en la lectura de la fotografía también hay una triada denominada *ojo, objeto y objetivo* sin que haya equilibrio entre ellas, funcionando como coordenadas en una montea de posibilidades infinitas.

En resumen, si la lectura de la fotografía depende del saber y la voluntad del observador, la creación del discurso implica antes de la manipulación y organización de los elementos simbólicos que aparecerán, considerar qué es lo que se quiere decir e intentar elucidar cómo será la imagen y cómo será recibida y, luego estructurarla. Esto también aplica cuando se elige una fotografía para un determinado propósito y un soporte de comunicación específico. Ubicar la imagen en un contexto, implica crear sentido.

⁶⁹ PANOFSKY, E. (1985). *La perspectiva como forma simbólica*. Barcelona: Tusquets Editores, p. 55.

⁷⁰ *Ibid*, p. 124.

⁷¹ FONTCUBERTA, J. *El beso de Judas, fotografía y verdad, Op. cit.*, p. 19.

Para ello, es de gran utilidad el método de análisis de la obra de arte propuesto por Panofsky en *Estudios sobre iconología*⁷², que aunque fue elaborado desde el punto de vista del observador o crítico, no del creador; aplicado a procesos de comunicación visual ayuda a construir la estructura de la fotografía. Y se aplica de la misma manera, salvo que se invierte el orden, primero se parte del significado intrínseco que se desea expresar hasta llegar a las formas puras.

Los tres niveles de interpretación propuestos por Panofski son los siguientes y en este orden:

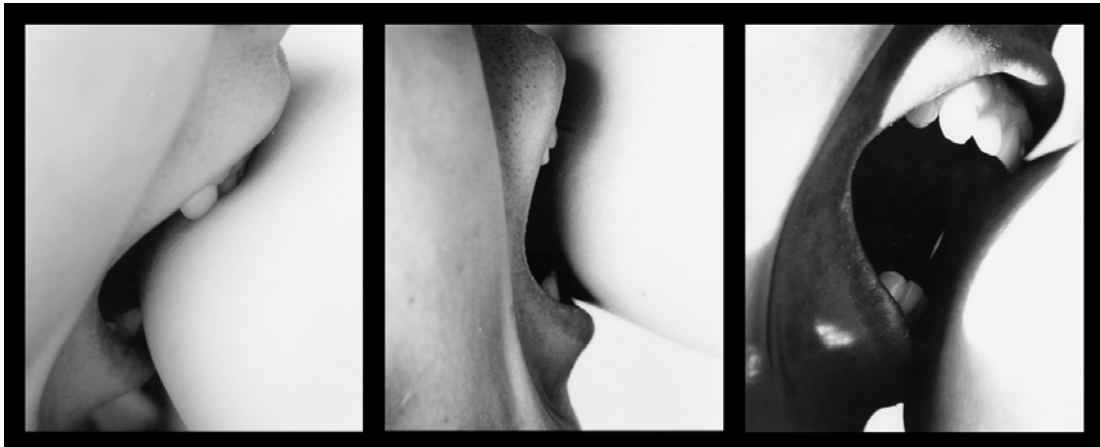
Análisis pre-iconográfico. Contenido temático natural o primario, subdividido en fáctico y expresivo. Es la identificación de las formas puras.

Análisis iconográfico. Contenido secundario o convencional. Se relacionan las formas puras con temas o conceptos.

Análisis iconológico. Significado intrínseco o contenido. Se relaciona el punto anterior con los supuestos que revelan un momento histórico, lugar, clase, creencia y personalidad del creador.

⁷² PANOFSKY, E. (1972). *Estudios sobre iconología*. Madrid: Alianza Editorial.

Para ejemplificar lo anterior, se muestra el proceso de creación de la siguiente serie de fotografías.



En este caso, el discurso que se desarrolla, es una reflexión sobre la violencia del hombre hacia la mujer.

Partiendo del tercer nivel interpretativo, el *análisis iconológico*, se intenta llevar el tema hacia mujeres adultas, profesionales, independientes, que no se encuentran propiamente en una situación vulnerable, pero que paradójicamente son víctimas de la violencia. Es importante que las fotografías no exhiban estereotipos de intimidación que distancien al observador, todo lo contrario, generar asociaciones que susciten la introspección. Exponer una situación, no un juicio entre “buenos y malos”, o “fuertes y débiles”.

En el segundo nivel interpretativo, el *análisis iconográfico*, se procede a relacionar los signos, símbolos y elementos compositivos con el nivel anterior. Si el tema es la violencia del hombre hacia la mujer, es necesario que aparezca un hombre en la imagen. Se busca que cualquiera se sienta aludido, por lo que es mejor que no se identifiquen los personajes y que el observador tenga posibilidad de intercambiar su posición por la de protagonista. La mordida tiene varias connotaciones que van desde la ternura; erotismo; ira; corrupción; agresión e incluso hasta la violencia animal, permite exhibir la estrechez del límite entre la suavidad y la rudeza; donde la forma de los dientes y los labios juegan un papel determinante. Emplear tres imágenes similares permite enfatizar lo anterior.

En el primer nivel interpretativo, el *análisis pre-iconográfico*, se especifican las formas y composición. En la imagen 1, se opta por la armonía y el gesto suave, la textura lisa, sin demasiado contraste y muy iluminada, los elementos se integran en unidad. La imagen 2, muestra un ligero cambio en relación a la anterior: la textura del bigote es un tanto áspera y tiene mayor contraste que origina sombras más marcadas que separa la piel de la boca. La imagen 3, proyecta una intención agresiva, la boca se deforma y parece más la de un animal que la de un humano. El fuerte contraste de iluminación provoca que la piel mordida también parezca áspera y rígida, y, también se desfigura.

Con este ejemplo, se expone brevemente una posibilidad de estructurar un discurso en la imagen, al revertir el proceso de interpretación del observador al creador; pero, sin

la pretensión o ilusión de que el significado o contenido sea el mismo en uno y otro. Es evidente que como sucede en la lectura de la imagen, su creación también depende del *saber* de su creador.

2.3 Lectura de la imagen fotográfica

La fotografía es un conjunto de símbolos porque se erige en nombre de lo expresable, todo símbolo es imaginario y toda imagen es representación de una ausencia. Encontramos detrás de cada fotografía un juicio relevante y un índice de los valores que son legitimados⁷³. *El fotógrafo de arte, de modas o de actualidad, el publicitario, depositan siempre en la fotografía una intención que el espectador descubre...*⁷⁴ así, la lectura de la fotografía es la percepción de una intención consciente, siendo cualquiera cosa, menos un análogo de la realidad⁷⁵ y, *la realidad del símbolo reside esencialmente en la significación que le da aquél –individuo o grupo– para quien el símbolo simboliza.*⁷⁶ Lo que mantiene la existencia del objeto fotográfico es la intención de quien elige un fragmento de realidad y de aquel que realiza la lectura de la imagen, *la fotografía es la ausencia real, la presencia familiar y auténtica de la realidad en su ausencia*⁷⁷.

⁷³ CASTEL, R. *Op. cit.*, p. 315.

⁷⁴ *Ibid*, p. 316.

⁷⁵ *Ibid*.

⁷⁶ *Ibid*.

⁷⁷ *Ibid*, p. 323.

La percepción fotográfica oscila entre la presencia y la ausencia, entre la irrealidad y la realidad; representar la ausencia es su valor y el ensueño su función: *...el simple hecho de tomar una fotografía supone una conciencia temporal muy elaborada, una distancia en relación con el presente que se alimenta del sentimiento de que el instante que se quiere retener se pierde ya en el pasado*⁷⁸ o también podría decirse que es la anticipación del futuro. *Una inmovilización y un aprisionamiento que nos acercará ineluctablemente a la idea de la muerte.*⁷⁹ Robert Castel sitúa la fotografía en el simbolismo imaginario a partir de dos observaciones⁸⁰:

1º Es la representación de un objeto ausente *como ausente*

2º Es el resultado de una *elección voluntaria* que se opera en la percepción

La fotografía es una actividad lúdica, *de por sí sobrecargada por los juegos de la imaginación y la ensoñación, la fotografía parece liberarse totalmente de la realidad*⁸¹ desempeñando así el papel de fetiche. Se podría decir que la fotografía exige cierta perversión, pues perturba el orden de lo real y lo imaginario, la satisfacción se logra a través de objetos irreales o de una significación imaginaria atribuida a objetos reales⁸².

⁷⁸ *Ibid*, p. 314.

⁷⁹ FONTCUBERTA, J. *El beso de Judas, fotografía y verdad*, *Op. cit.*, p. 30.

⁸⁰ CASTEL, R. *Op. cit.*, p. 314.

⁸¹ *Ibid*, p. 331.

⁸² *Ibid*, p. 330.

Pero como señala Joan Fontcuberta⁸³, hasta dónde se podría decir que los signos de identidad de la fotografía [valores estéticos, semióticos, psicológicos y antropológicos], son ajenos a ella misma e inclusive, hasta qué punto los ha generado en un determinado momento histórico y social. *Hasta qué punto estos signos le son inherentes al sustrato de lo fotográfico o, por el contrario, son atributos históricos, valores generados por su dimensión social, o simplemente unas convenciones más o menos aceptadas, y por tanto tan perfectamente incrustadas como prescindibles.*

Es importante el mecanismo físico de la lectura de la fotografía al que se refiere Barthes...*no hay percepción sin categorización inmediata, la fotografía se verbaliza en el momento mismo en que se percibe; o, mejor dicho, no se percibe más que verbalizada...*⁸⁴ coincidiendo de esta manera con los planos de connotación del lenguaje. Este vínculo resulta crucial en cuanto a la relación entre los estudios de la metáfora literaria aplicados a la metáfora visual en la fotografía, de esta manera, la metáfora visual tiene su origen en el lenguaje, en la verbalización de la metáfora y que posteriormente es traducido a lo visual, para que el lector vuelva a repetir el proceso pero en sentido inverso: de la imagen fotográfica a la verbalización. Esto conduce a pensar en la interacción que existe entre palabra y pensamiento, el lenguaje como portador de conocimiento, y a sospechar también, que si la imagen fotográfica se basa en el lenguaje, puede existir el lenguaje corriente y el lenguaje poético en la imagen fotográfica, es decir, ambos utilizan las mismas palabras y objetos, pero la

⁸³ FONTCUBERTA, J. *El beso de Judas, fotografía y verdad*, Op. cit., p. 33.

⁸⁴ BARTHES, R. *La semiología*, Op. cit., p. 124.

diferencia radica en la selección, el acomodo, es decir, el sentido que pueden llegar a crear.

Si la lectura de la imagen fotográfica depende estrechamente de la cultura y del conocimiento; entonces, la creación de la imagen fotográfica deberá ajustarse a las herramientas e informaciones de que dispone el posible lector, ubicar los distintos niveles de profundidad en los que se le puede sumergir y, a partir de ahí elegir los diferentes saberes con que se puede dotar a la imagen fotográfica y que permita generar nuevos conocimientos.

Este campo común de los signos de connotación, es el de la ideología, que no podría ser sino única para una sociedad y una historia dadas, cualesquiera que sean los significantes de connotación a los cuales recurra. A la ideología general corresponden, en efectos, significantes de connotación que se especifican según la sustancia elegida. Llamaremos connotadores a estos significantes y retórica al conjunto de connotadores: la retórica aparece así como la parte significativa de la ideología.⁸⁵

Por otra parte, es importante tomar en cuenta que, de manera general, la fotografía ha sido entendida en dos vertientes, una que reclama la objetividad y otra, la subjetividad; predominando, en el primer enfoque, la producción y consumo masivo y en el segundo ha quedado limitado a círculos elitistas,⁸⁶ sin embargo, el gusto

⁸⁵ BARTHES, R. *La semiología*, Op. cit., p. 138.

⁸⁶ FONTCUBERTA, J. *El beso de Judas, fotografía y verdad*, Op. cit., p. 27.

popular sucumbe al *gusto* de los *conocedores*: El “gusto bárbaro” nunca está totalmente exento de referencia al “buen gusto”.

*Por ejemplo, la inclinación de los sujetos de las clases populares a recurrir a determinados “conceptos” –de género o de percepción– capaces de proveer la norma de donde pueda deducirse la apreciación, expresan al parecer también la relación que todo grupo culturalmente desfavorecido está condenado a mantener con la cultura legítima de la que de hecho está excluido: privadas por definición del conocimiento implícito y difundido de las normas de buen gusto, las clases populares siempre están en busca de principios objetivos, los únicos capaces, en su opinión, de fundar un juicio adecuado, y que sólo pueden ser adquiridos por la educación específica o difundida.*⁸⁷

Lo anterior da cuenta de que en el lector hay una disposición latente por buscar un sentido que va más allá de lo ordinario.

⁸⁷ BOURDIEU, P. *Op. cit.*, p. 143.

Capítulo III

LA METÁFORA VISUAL EN LA IMAGEN FOTOGRAFICA

*No me extenderé sobre esto, va de suyo que cuando se realizan imágenes,
y cuando se escribe poesía, nunca se reflexiona de antemano
para que las palabras o las imágenes lleguen como una réplica al pensamiento.
Son lo impensado mismo, toman cuerpo fuera del cuerpo y fuera del campo.
Son un envés irreductible que se hurta a cualquier discurso.⁸⁸*

3.1 La metáfora como entramado de significaciones

Como se ha mencionado en capítulos anteriores, la metáfora se descubre a partir de la contraposición de signos. Y siguiendo lo que Tapia⁸⁹ explica respecto a la imagen: *Uno de los aspectos más importantes para la comprensión de un discurso, no sólo retórico, es el fenómeno de la significación*, y dado que la unidad mínima de significación es el signo, partiremos de éste para analizar cómo se articula la metáfora visual en la imagen fotográfica.

Según González⁹⁰, las reflexiones sobre el signo surgen desde la antigüedad, particularmente sobre la oposición entre lo natural y lo convencional del signo lingüístico. Pero explica que san Agustín es el primero en definir la palabra como signo y, al signo, como dualidad, *...como combinación de un significante y un significado...*⁹¹ Asimismo, que el mundo en su totalidad está constituido por signos (*signa*) y cosas significadas (*significabilia*). Esta concepción es compartida y

⁸⁸ DERRIDA, J. y FATHY, S. (2004). *Rodar las palabras. Al borde de un filme*. Madrid: Arena libros.

⁸⁹ TAPIA, A. *Op. cit.*, p. 28.

⁹⁰ GONZÁLEZ, C. (1986). *Imagen y sentido. Elementos para una semiótica de los mensajes visuales*. México: UNAM, p. 21.

⁹¹ *Ibid.*, p. 31.

desarrollada por autores posteriores. Y, al igual que la metáfora, ésta manifiesta la inquietud y necesidad por comprender el mundo, de aproximarse a él y de explicarse a sí mismo; así como la latencia de la dualidad que aguarda posibilidades de descubrimiento infinitas.

Así, en la fotografía, el signo es un elemento identificable, el significado es lo que nos representa y el significante es precisamente lo que nuestra vista percibe. *Como cualquier otra realidad, también el hombre es un signo, de tal modo que, en última instancia, es lícito afirmar que el hombre se identifica con ese signo peculiar que es para él el lenguaje*⁹².

Para Saussure⁹³ el signo lingüístico también es una entidad de dos caras: concepto e imagen acústica, íntimamente ligadas y que se necesitan de manera recíproca. Designa a la totalidad como signo, al concepto como *significado* y a la imagen como *significante*.

Por su parte Peirce, considera que *todo razonamiento es interpretación de signos de algún tipo*⁹⁴ y que a partir de éstos conocemos el mundo. Define que hay tres clases de signos y que en todo razonamiento se hace una mezcla de ellos⁹⁵:

⁹² SINI, C. (1985). *Semiótica y filosofía. Signo y lenguaje en Peirce, Nietzsche, Heidegger, Foucault, Ricoeur y Lévi-Strauss*, Buenos Aires: Hachete, p. 34.

⁹³ SAUSSURE, F. (2007). *Curso de lingüística general*. Argentina: Editorial Losada.

⁹⁴ PEIRCE, CH. (1999). *¿Qué es un signo?*, (Trad. Uxía Ribas) [en línea]. Navarra: Universidad de Navarra. Disponible en: <http://www.unav.es/gep/Signo.html> [2010, 10 de enero].

⁹⁵ *Ibid.*

1) Iconos o semejanzas, *que sirven para transmitir ideas de las cosas que representan simplemente imitándolas.(...) La semejanza no tiene una conexión dinámica con el objeto que representa; simplemente sucede que sus cualidades se parecen a las de ese objeto, y provoca sensaciones análogas en la mente para la que es una semejanza. Pero realmente se encuentra desconectado de ellas.* Esto correspondería con el significante, lo que nuestros sentidos identifican. En esta clase juega de manera decisiva el nivel de iconicidad.

2) Índices o indicaciones; *que muestran algo sobre las cosas por estar físicamente conectados con ellas. Tal es un poste indicador, que indica la carretera a seguir, o un pronombre relativo, que está situado justo después del nombre de la cosa que pretende denotar, o una exclamación vocativa, como "¡Eh! ¡Oye!", que actúa sobre los nervios de la persona a la que se dirige y la obliga a prestar atención.(...) El índice está conectado físicamente con su objeto; hacen un par orgánico. Pero la mente que interpreta no tiene nada que ver con esa conexión, excepto observarla después de que se ha establecido.* Estos interactúan directamente y toman la iniciativa, inciden en nuestro comportamiento de manera inmediata. Se nos manifiestan.

3) Símbolos, o signos generales, *que han sido asociados con su significado por el uso. Tales son la mayor parte de las palabras, y las frases, y el discurso, y los libros, y las bibliotecas.(...) El símbolo está conectado*

con su objeto en virtud de la idea de la mente que usa símbolos, sin la cual no existiría tal conexión. Es un signo reconocido a partir de convenciones.

Estas distinciones muestran que el signo es real y dinámico, que se transforma y que nos aborda. Lo cual nos hace pensar en el tejido de significaciones que la fotografía puede producir, si está llena de signos que a su vez generan otros signos, que crean una semiosis infinita:

*...que emergen en una nueva relación sígnica, o sea, en una nueva interpretación. Pero incluso esta nueva relación sígnica manifiesta también e indica, siempre, lo otro del significado que expresa, que expresa no obstante también y siempre como un significado ulterior; y así sucesivamente*⁹⁶.

Esto lo podemos explicar más fácilmente si observamos la fotografía de Doisneau⁹⁷, que constituye un símbolo del amor y de la vida cotidiana parisina. Se identifican fácilmente varios signos: hombres, mujeres, edificios, autos. El vestido, la piel, los peinados, etcétera, nos hacen suponer una época determinada, el clima, el nivel socioeconómico e imaginar un lugar. Vemos un hombre y una mujer besándose apasionadamente ante la indiferencia de los transeúntes. La actitud de ella sugiere arrebató y abandono de sí

⁹⁶ SINI, C. *Op. cit.*, pp. 38-39.

⁹⁷ Françoise Bornet y su novio Jacques Cartaud, eran estudiantes de arte dramático cuando Doisneau buscaba material para cumplir con un encargo de la revista estadounidense *America's Life*, interesada en un reportaje sobre los enamorados de París. El artista les descubrió en un café parisino y aceptaron servir de modelos y darse un beso apasionado en la calle. Ambos guardaron el secreto, creyeron que Doisneau prefería dejar creer al mundo que la fotografía había sido tomada a unos paseantes desconocidos, en un momento muy especial de sus existencias. EFE. (2005, 26 de abril). La protagonista de 'El beso' vende su copia por 155.000 euros. *El Mundo.es* [en línea]. Disponible en: <http://www.elmundo.es/elmundo/2005/04/25/cultura/1114418508.html> [2009, 12 de diciembre].

misma, él, muestra decisión y parece que es quien guía la escena. También encontramos cierta complicidad o diálogo entre la mujer que aparece detrás de los enamorados y el fotógrafo. Así podríamos continuar, encontrando signos que hacen surgir nuevas significaciones en una suerte interminable, donde *los signos no nombran únicamente objetos sino conceptos e ideas*⁹⁸.



⁹⁸ TAPIA, A. *Op. cit.*, p. 31.

De esta manera, vemos que *...los signos no tienen un valor aislado, sino que significan en relación a otros, pues establecen ante todo un conjunto de diferencias*⁹⁹ y requieren de un código que les asigna un valor.

Tapia¹⁰⁰ menciona que es necesario conocer las reglas del código para poder comunicarse, esto es cierto, desde el punto de vista de una comunicación a manera de señales, pero en lo que respecta a esta investigación, no es indispensable conocer las reglas del mismo código, pues de cualquier manera se hace una interpretación –errónea o no–, a partir del código que se disponga.

Conforme a Benveniste, *para que un signo exista, es necesario y suficiente que sea recibido... la pregunta por el significado no pide más que una respuesta; sí o no; ¿esto significa o no?... el orden del signo deja fuera el orden del discurso*¹⁰¹. Esto guarda relación con lo que Barthes denomina *el saber del lector*¹⁰² o más exactamente como lo ejemplifica Sonesson¹⁰³: *...es una presuposición de la presencia del enunciatario, en este caso el lector, dentro del mensaje. Como el famoso barco de Natorp construido en mar abierta, el código tiene que usarse y hacerse al mismo tiempo. Y es precisamente en este punto donde la metáfora visual favorece la posibilidad de participar en la construcción del mensaje y que de alguna manera el lector se apropie e incida en el significado.*

⁹⁹ *Ibid.*, p. 29.

¹⁰⁰ *Ibid.*

¹⁰¹ RICOEUR, P. (2001). *La metáfora viva*, *Op. cit.*, p. 98.

¹⁰² BARTHES, R. *La semiología*, *Op. cit.*, 1970.

¹⁰³ SONESSON, G. (1996). *De la estructura a la retórica en la semiótica visual*, [en línea]. España: Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes. Disponible en: <http://www.cervantesvirtual.com/servlet/SirveObras/01472845544836106454480/p0000005.htm> [2010, 6 de enero].

La metáfora visual aparece en el complejo proceso de la significación, cuando el lector detecta alguna incongruencia *...el enunciador altera la información convencionalmente previsible y esperada con la intención de que el enunciatario reconozca, a pesar de esta trasgresión, su voluntad de cooperar comunicativamente.*¹⁰⁴ En relación con esta discrepancia es necesario retomar las definiciones de Barthes acerca de los mensajes *denotado* y *connotado* expuestos en el capítulo anterior. Tapia considera que la lectura tiene por lo menos estos dos niveles: lo que se dice explícitamente (denotación) y cuando el sentido incorpora lo que existe implícitamente (connotación); de manera que hay algo que no se muestra expresamente, pero que forma parte de la comunicación.¹⁰⁵ Por esta razón, considera que hay dos formas de significación: *una que asume a los signos en su significado literal, que llamaremos sentido directo, y otra que parte de que el significado funciona de forma indirecta, que llamaremos sentido figurado*¹⁰⁶. Y es, precisamente, en este sentido figurado donde se manifiesta la metáfora en la imagen fotográfica.

Recordemos lo que se menciona en el capítulo primero, la metáfora actúa a nivel de frase o discurso y surge cuando un signo es utilizado fuera de su sentido convencional, provocando una significación novedosa. Además, la metáfora pierde vigencia y deja de serlo cuando no causa alteración o sorpresa y se convierte en lo

¹⁰⁴ PERICOT, J. (2005). *La imagen gráfica: Del significado implícito al sentido inferido*, [en línea]. Barcelona: Universidad Pompeu Fabra. Disponible en: http://www.upf.edu/materials/depeca/formats/pdf_arti_esp/jpericot_esp_.pdf [2010, 3 de enero].

¹⁰⁵ TAPIA, A. *Op. cit.*, p. 33.

¹⁰⁶ *Ibid*, p. 34.

que Ricoeur llama *metáforas muertas*¹⁰⁷, que incluso se convierten en símbolos.



¹⁰⁷ RICOEUR, P. *Teoría de la interpretación, discurso y excedente de sentido*, Op. cit., p. 77.

Ejemplo de ello, es la fotografía de Man Ray mostrada, que constituye un símbolo de él mismo, del *dadaísmo* y de una época. Fotógrafo que tuvo como obsesión, restar realismo a la imagen: *...lo que le llevó a fracturar la realidad, a crear escisiones capaces de provocar nuevas asociaciones, significados y sensaciones*¹⁰⁸, y paradójicamente, lo que observamos ahora es una *metáfora muerta*.

En adición, es conveniente tomar en cuenta que la metáfora se crea en el *sentido figurado*, puede ser que se descubra o no, inclusive que surjan significaciones que el enunciador ni siquiera vislumbraba.

*El juego ha de provocar que situaciones o ideas que normalmente se ven en dos marcos de distintas referencias, las analógicas y las convencionalizadas por el uso, sean vistas en un nuevo marco de referencia que fuerce al intérprete a establecer conexiones entre universos normalmente desconectados y, consecuentemente, acepte novedades inesperadas.*¹⁰⁹

El contexto y el enunciatario se actualizan permanentemente, por lo que no pueden surgir interpretaciones fijas y, el juego lúdico y la sorpresa, siempre están presentes.

¹⁰⁸ MARTÍN, A. (2007, 7 de enero). “La estética Man Ray”. *El País.com* [en línea]. Disponible en: http://www.elpais.com/articulo/portada/estetica/Man/Ray/elpepusocephs/20070107elpepspor_6/Tes [2010, 2 de febrero].

¹⁰⁹ PERICOT, J. (2003). *Las guías iniciales y las lindes del juego visual*, [en línea]. Barcelona: Universidad Pompeu Fabra. Disponible en: <http://www.iaa.upf.es/formats/formats1/a05et.htm> [2010, 15 de enero].

La imagen de Pieter Hugo¹¹⁰ que se muestra a continuación, puede considerarse de base metafórica por sus posibilidades para llevar a la reflexión.



En la fotografía, destacan la peluca –símbolo de elegancia y posición social– porque no se utiliza en la actualidad, salvo en casos excepcionales; y en grado menor, la indumentaria académica –que connota sabiduría y respeto–. Estos dos elementos, pero principalmente la peluca, crean una fuerte tensión y causan desconcierto, porque

¹¹⁰ Mr. Edmund Amarkwei Foley, Associate, fotografía de Pieter Hugo tomado de <http://www.pieterhugo.com/selected-work/portraits/41.jpg/> [2010, 2 de enero].

quien los porta es un hombre de raza negra. Esta primera impresión, hace a pensar cómo se articulan ciertas formas de racismo provocadas por estereotipos absurdos, esta reflexión puede llegar a la vergüenza y como consecuencia, a intentar ser más cautelosos y respetuosos en nuestras percepciones.

Con este ejemplo, podemos darnos cuenta de cómo funciona el saber que acumulamos y cómo lo contraponemos con la realidad para crear nuevos sentidos y así *re-crear* nuestra impresión del *otro* y la de *nosotros mismos*.

3.2 Gestación de la metáfora visual

Si la metáfora se manifiesta, irrumpe en el momento en que el enunciatario localiza alguna irregularidad en el significado, así se gesta el sentido figurado a nivel de frase o discurso. Es relevante manifestar que la metáfora en la imagen fotográfica puede aparecer en uno o en dos momentos:

- a) Cuando el enunciador crea la metáfora, la cual no necesariamente será descubierta por el enunciatario.
- b) Cuando el enunciatario la descubre, puede ser la que tenía prevista el enunciador o que encuentre una diferente.

Por lo que la realización efectiva de la metáfora no sólo depende del creador, sino del lector, que adopta actitudes activas para relacionarse con la metáfora visual, además de la interpretación que le asigne.

Pericot marca una diferencia respecto al *significado*, la cual contribuye a ubicar de manera más clara el lugar en que se crea la metáfora. Considera que el significado es *...producto de las indicaciones que componen las propias imágenes mostradas*¹¹¹, de modo que obedece al orden lógico de los signos, mientras que el *sentido*, se define por *...la situación interpretativa que generan estas mismas imágenes*.¹¹² Hace una aclaración de gran relevancia para esta investigación:

*...la modificación o alteración intencionada de un enunciado visual no dificulta la eficacia de un acto comunicativo, sino al contrario, que la aumenta, ya su aceptabilidad no depende de si es correcto o incorrecto, sino de la posibilidad de adecuarlo, desde nuestro saber competencial, al sistema de entendimiento mutuo.*¹¹³

Esta aseveración confirma que la metáfora visual aporta mayor riqueza a la comunicación, porque el enunciatario se sitúa más allá de la significación convencional, al identificar que hay algo más y que de él depende recuperarlo.

¹¹¹ PERICOT, J. (2005). *La imagen gráfica: Del significado implícito al sentido inferido*, [en línea]. Barcelona: Universidad Pompeu Fabra. Disponible en: http://www.upf.edu/materials/depeca/formats/pdf_arti_esp/jpericot_esp_.pdf [2010, 3 de enero].

¹¹² *Ibid.*

¹¹³ *Ibid.*

*...el enunciador y el enunciatario, cada uno desde su rol comunicativo, inician un proceso de intercambio con el fin de atribuir sentido coherente a los elementos enunciados y que pueda conducir a un tercer saber, el saber competencial que posibilita el conocimiento de una realidad social inédita y comprensible a la vez.*¹¹⁴

Estos procesos de cooperación comunicativa, implican un esfuerzo extraordinario por parte del enunciador y el enunciatario e indudablemente generan formas de relación más solidarias y abren mayores posibilidades de comunicación. Además, contribuyen a la comprensión de hechos ignorados y propician que se cuestionen desde una perspectiva más íntima y cierta consigo mismo.

3.3 La metáfora visual generadora de espacios reflexivos

La lectura de la metáfora visual se vuelve interactiva y solitaria, el lector transita por caminos propuestos para que sortee sus propias derivaciones, espacio donde abundan los cruzamientos y las conexiones, se propician desplazamientos permanentes del sentido, generando cadenas abiertas y procesos de construcción significativa inacabados. La noción de posibilidad juega un papel más importante que la idea de realidad.

La idea de la imagen es notable por su referencia visual y su traslado, lo que la hace afín a expresiones que intentan condensar significados. La

¹¹⁴ *Ibid.*

*imagen, consecuentemente, llega a crear representación propia, independiente, que puede llevar a crear un símbolo; es decir, que no hay relación directa entre el signo y su objeto, más que por la acción interpretativa, siguiendo determinadas convenciones, de quienes participan en el proceso de comunicación.*¹¹⁵

La fotografía no se significa a sí misma y es interrogada como algo que no es,¹¹⁶ el lector hace un esfuerzo por percibir el trasfondo de la imagen. Como se mencionó anteriormente, la metáfora surge en el momento que el enunciatario o lector identifica una transgresión, que posteriormente toma como invitación a participar; así, el sentido es interpretado en un momento de reflexión, cuando el enunciatario ofrece su saber al acto comunicativo, mismo que es revertido y enriquecido a partir de la exégesis, *Y es que el intérprete, a su vez, opta entre las posibles interpretaciones, como los músicos o los comediantes cuando interpretan una obra,*¹¹⁷ dependiendo de condicionamientos físicos, psíquicos, culturales, sociales, coyunturales, entre otros.

La imagen fotográfica ofrece gran riqueza para crear metáforas. Más aún, si partimos de que la imagen en general es polisémica, *implica subyacente a sus significantes, una <cadena flotante> de significados, entre los cuales el lector puede elegir algunos e ignorar otros. La polisemia da lugar a una interrogación sobre el sentido, que aparece siempre como una disfunción...*,¹¹⁸ así la metáfora forma parte de la naturaleza de la imagen fotográfica y nos lleva a considerar que tal vez la fotografía

¹¹⁵ MARTÍNEZ-DUEÑAS, J. *Op. cit.*, p. 20.

¹¹⁶ BOURDIEU, P. *Op. cit.*, p. 140.

¹¹⁷ JOLY, M. (2003). *La interpretación de la imagen: entre memoria, estereotipo y seducción*. Barcelona: Paidós Comunicación, p. 16

¹¹⁸ BARTHES, R. *La semiología, Op. cit.*, p. 131

es una metáfora de la realidad, y contribuye a comprenderla y a involucrarnos de manera activa, pero con cierta lejanía.

Desde el punto de vista de la perversión –que perturba el orden de lo real y lo imaginario–, la fotografía y la metáfora tienen coincidencias: se encuentran en la atemporalidad del sueño, existiendo en ambas un modo de satisfacción que se prefiere a las actividades cotidianas. *El verdadero objeto parcial es el que ocupa el lugar del objeto real y lo elimina.*¹¹⁹ Ambas se convierten en una forma de autoconocimiento y autodescubrimiento.

Quizás la metáfora encuentra lugar propicio en este siglo, porque el individuo se descubre como un ente solitario inmerso en una comunidad *virtual*, entendiendo este término como la define Joly¹²⁰: *...más la de una forma de desrealización que de potencialidad de realización.* Donde se suman los efectos de la *globalización* que hacen posible conocer los problemas que ocurren en casi cualquier parte del mundo, sin que signifique que se exponen todos o mucho menos que se genere una mayor solidaridad en la búsqueda de soluciones. Por el contrario, debido a la unificación y saturación de la información, se pierde la capacidad de asombro, se simplifican los procesos interpretativos y acrecienta la indiferencia. Y al mismo tiempo, ocurre un efecto tranquilizador ante la apariencia de que se está colaborando con tan sólo enterarse de la suerte adversa del otro.

¹¹⁹ CASTEL, R. *Op. cit.*, pp. 332-333

¹²⁰ JOLY, M. *Op. cit.*, p. 118.

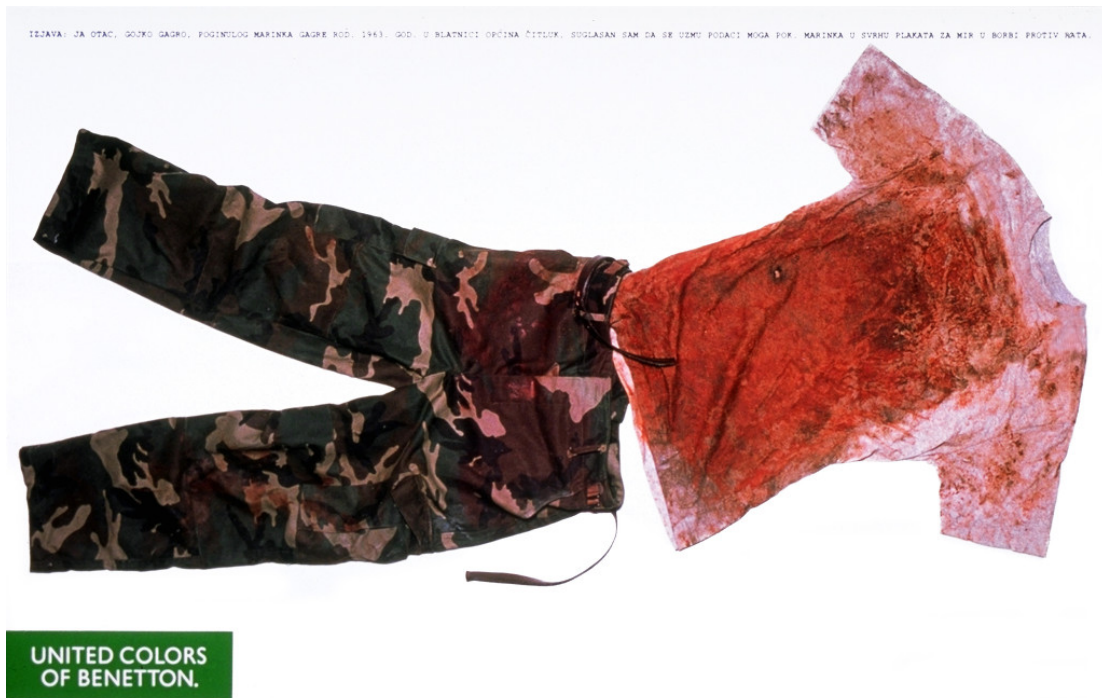
En este sentido, la metáfora abre posibilidades a la comunicación visual para poner de manifiesto temas controvertidos que propicien la reflexión y que motiven un diálogo consigo mismo, para que cada lector se vincule y contribuya desde su espacio.

Ejemplo de ello son las fotografías realizadas por Toscani para la campaña publicitaria de *United Colors of Benetton*, quien además demostró que desde cualquier ámbito, inclusive desde la publicidad, se puede ayudar *a aquellos que normalmente no tienen voz*¹²¹. Toscani comenta en una entrevista:

Por ejemplo, el caso de Bosnia. En 1993, el gran tema de todos los periódicos y revistas era el divorcio del príncipe Carlos y Lady Di. Y yo recibo una carta de una chica de 22 años, desde Sarajevo, en la que, entre otras cosas, me decía: «Señor Toscani, cada vez que usted se ocupa de algo, todo el mundo habla de ello. El mundo tiene que hablar de esta guerra». Entonces, me puse a pensar cómo podía concebir una imagen sobre Bosnia que resumiese y sintetizase todo el conflicto... Y pensé en el uniforme manchado de sangre del soldado croata muerto. Se ve la muerte, pero no los disparos. Hay una dinámica, sin necesidad de que nada se mueva...¹²²

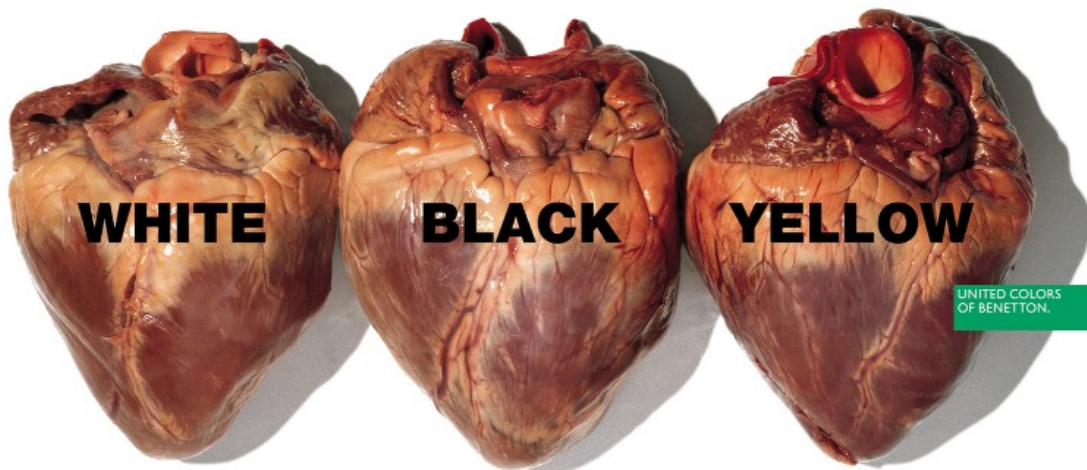
¹²¹ FABRICA. (2006). *Fabrica/Les yeux ouverts. Centre Pompidou* [en línea]. Disponible en: http://2005to2007.fabrica.it/pompidou/exhibition/colors_notebook.html [2010, 2 de abril].

¹²² OLLIER, B y BOUZET, A. (1998, 25 de julio). «La foto da más miedo que la verdad, es el único arte censurable» *El Mundo* [en línea]. Disponible en: <http://www.elmundo.es/1998/07/25/uve/25N0056.html> [2010, 4 de febrero].



En este caso, muestra la ropa ensangrentada de un soldado. No hay evidencia de quien la usaba, de hecho, no tiene importancia, pudo ser de *cualquiera*. De momento se marca cierta lejanía, pero al verla extendida se percibe la ausencia de *alguien*. La superficie blanca o fondo no permite identificar el lugar, reconocerlo sería un consuelo, pero al ver el uniforme fuera de contexto, hace imaginar que quizás podría estar más cerca de lo que imaginábamos, o tratarse de *un* conocido o inclusive ser *uno mismo*. Motiva a pensar que una muerte es asunto de todos y que nadie está exento de la guerra. Indudablemente con esta fotografía surgen muchas connotaciones más, dependiendo del lugar, del momento y del medio donde se exponga. Adquiere una fuerte carga expresiva cuando aparece mientras se hojea una revista de moda, lo que provoca la metáfora más cruda. Aunque la imagen fue creada en 1993 para

concientizar sobre el conflicto en Bosnia, no pierde vigencia y sigue sumando significados.



En esta campaña, uno de los temas que más trató Toscani, fue sobre lo absurdo del racismo. En esta fotografía, presenta tres corazones para manifestar que aunque existan diferencias raciales, todos compartimos las características esenciales humanas. Esta imagen impacta por exponer un órgano real y somete al lector a una prueba donde puede experimentar horror; sorpresa; asco; dolor, entre otras muchas sensaciones, pero no tiene ninguna relevancia si es el corazón es de una persona *blanca, negra o amarilla*. Hace evidente que el racismo no requiere de la tolerancia sino de reconocer que cualquier tipo discriminación va en contra de nuestra propia naturaleza y se vuelve una negación hacia uno mismo.

Sin duda, Toscani utiliza metáforas en la imagen fotográfica, pero además crea otras al contraponer las imágenes al contexto. Induce la participación activa en la construcción del sentido, aunque sea en un cruce mínimo o instantáneo entre el lector y la fotografía, y logra estimular la reflexión que se manifiesta en la autocreación.

Conclusiones

La fuerza expresiva de la fotografía a lo largo de su historia, demuestra cómo percibimos y nos relacionamos con el mundo a través de ella. En este caso, la metáfora en la imagen fotográfica es un testimonio más del momento que vivimos.

La multiplicación de las miradas, de las interpretaciones, de lo efímero y del desvanecimiento de las fronteras, conducen a un diálogo *apórico*¹²³ en el que hay mayores ocasiones de aproximación al otro y de descubrirse en él.

La comunicación y sus medios se transforman en una suerte de interpretación rizomática y la metáfora en la imagen fotográfica enriquece el proceso, alentando el encuentro de sentidos inexpressados que transforman al lector en coautor del discurso.¹²⁴

La imposibilidad de la verdad en la imagen fotográfica –por el simple hecho de ser un fragmento de la realidad– y la transgresión que engendra la metáfora, conducen a otras formas de pensamiento y de relación con los otros a partir del autodescubrimiento, la autocreación y la realización del ser ya que adquiere un

¹²³ DERRIDA, J. (1998). *Aporías*. Barcelona: Paidós.

¹²⁴ PERICOT, J. (2003). *Incumplimiento informativo y comunicación audiovisual*, [en línea]. Barcelona: Universidad Pompeu Fabra. Disponible en: http://www.iaa.upf.es/formats/formats2/per_e.htm [2010, 6 de enero].

importante espectro para interpretarla, debido a que se trata de un recurso que apela a la participación del lector en la construcción del sentido del mensaje.

La fotografía es una ausencia, es la representación de lo que ya no está, su lectura e interpretación permite habitarla y al descubrir la multiplicidad y contraposición de sentidos, quizás la metáfora devuelve la vida a la imagen y de alguna manera también al lector.

Fuentes de consulta

BIBLIOGRAFÍA

- AGIS VILLAVERDE, M. (1995). *Del símbolo a la metáfora: Introducción a la filosofía hermenéutica de Paul Ricoeur*, Santiago de Compostela: Universidad de Santiago de Compostela.
- ARISTÓTELES. (2001). *Poética*. México: Colofón.
- BARCENA, F. (2004). *El delirio de las palabras. Ensayo para una poética del comienzo*. Barcelona: Herder.
- BARTHES, R. (1992). *Lo obvio y lo obtuso, imágenes, gestos y voces*. Barcelona: Paidós.
- _____ (1970). *La semiología*. Buenos Aires: Editorial Tiempo Contemporáneo.
- BEUCHOT, M. (2002). *Perfiles esenciales de la hermenéutica*. México: UNAM.
- _____ *Tratado de hermenéutica analógica*, UNAM, México 1997.
- BOURDIEU, P. (Comp.) (1989). *La fotografía: un arte intermedio*, México: Nueva Imagen.
- CALVERA, A. (Comp.) (2007). *De lo bello de las cosas. Materiales para una estética del diseño*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- CASSIRER, E. (1979). *Antropología filosófica*. México: Fondo de Cultura Económica.
- COHEN, J. (1974). *Investigaciones retóricas II*. Argentina: Editorial Tiempo contemporáneo.
- DERRIDA, J. (1998). *Aporías*. Barcelona: Paidós.
- DERRIDA, J. y FATHY, S. (2004). *Rodar las palabras. Al borde de un filme*. Madrid: Arena libros.
- DUBOIS, P. (1986). *El acto fotográfico*. Barcelona: Paidós.
- EISNER, E. W. (2004). *El arte y la creación de la mente*. Barcelona: Paidós.
- ESQUEDA, R. (2003). *El juego del diseño*. México: Editorial Designio.
- FLUSER, V. (1990). *Hacia una filosofía de la fotografía*. México: Editorial Trillas.
- FONTCUBERTA, J. (2007). *Estética fotográfica*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.

- _____ (1998). *El beso de Judas, fotografía y verdad*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- FRIZOT, M. (2009). *El imaginario fotográfico*. México: Ediciones Ve, CONACULTA, UNAM y Fundación Televisa.
- GOMBRICH, E. (2003). *Los usos de las imágenes, estudios sobre la función social del arte y la comunicación visual*. México: Fondo de Cultura Económica.
- GONZÁLEZ, C. (1986). *Imagen y sentido. Elementos para una semiótica de los mensajes visuales*. México: UNAM.
- GRUPO μ . (1987). *Retórica general*. Barcelona: Paidós.
- JOLY, M. (2003). *La interpretación de la imagen: entre memoria, estereotipo y seducción*. Barcelona: Paidós Comunicación.
- KLINKENBERG, J. (2006). *Manual de semiótica*, Bogotá: Fundación Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano.
- LE GUERN, M. (1976). *Metáfora y metonimia*, Madrid: Cátedra.
- LYOTARD, J. (2003). *La posmodernidad (explicada a los niños)*. Barcelona: Gedisa Editorial.
- MAILLARD, CH. (1992). *La creación por la metáfora*, Barcelona: Anthropos.
- MALRIEU, P. (1971). *La construcción de lo imaginario*, Madrid: Ediciones Guadarrama.
- MARTÍNEZ-DUEÑAS, J. (1993). *La metáfora*. Barcelona: Octaedro.
- MORALES, J. (1994). *Estilo, pintura y palabra*. Madrid: Ensayos Arte Cátedra.
- PANOFSKY, E. (1985). *La perspectiva como forma simbólica*. Barcelona: Tusquets Editores.
- _____ (1972). *Estudios sobre iconología*. Madrid: Alianza Editorial.
- PELTA, R. (2004). *Diseñar hoy*. Barcelona: Paidós.
- _____ (1972). *Estudios sobre iconología*. Madrid: Alianza Editorial.
- PRIETO, L. (1977). *Estudio de lingüística y semiología generales*. México: Editorial Nueva Imagen.
- RICHARDS, I. (1936). *The philosophy of rhetoric*, Oxford: Oxford University Press.
- RICOEUR, P. (2001). *La metáfora viva*. Madrid: Ediciones Cristiandad y Editorial Trotta.
- _____ (1995). *Teoría de la interpretación, discurso y excedente de sentido*. México: Siglo XXI Editores.
- _____ (1990). *Freud: una interpretación de la cultura*, México: Siglo XXI Editores.
- ROVATTI, P. (1990). *Como la luz tenue: metáfora y saber*, Barcelona: Gedisa.
- SAUSSURE, F. (2007). *Curso de lingüística general*. Argentina: Editorial Losada.

- SINI, C.(1985). *Semiótica y filosofía. Signo y lenguaje en Peirce, Nietzsche, Heidegger, Foucault, Ricoeur y Lévi-Strauss*, Buenos Aires: Hachete.
- SONTAG, S. (1989). *Sobre la fotografía*, Barcelona: Edhasa.
- TAPIA, A. (1991). *De la retórica a la imagen*, México: UAM.
- TURBAYNE, C. (1974). *El mito de la metáfora*, México: Fondo de Cultura Económica.
- VILCHIS, L. C. (1999). *Diseño, Universo de Conocimiento*. México: UNAM y Centro Juan Acha.
- WITTGENSTEIN, L. (2007). *Tractatus logico-philosophicus*. Madrid: Alianza Editorial.
- ZECCHETTO, V. (2005). *Seis semiólogos en busca del lector*, Argentina: La Crujía ediciones.

MEDIOS ELECTRÓNICOS

- BENÍTEZ, I. R. (2008). *Fotografía española: razones y aberraciones*, [en línea]. Cádiz: Universidad de Cádiz. Disponible en: <http://www.uca.es/web/actividades/entrevistas/20080717FontcubertaEntrevista/?searchterm=FONTCUBERTA> [2009, 3 de julio].
- EFE. (2005, 26 de abril). La protagonista de 'El beso' vende su copia por 155.000 euros. *El Mundo.es* [en línea]. Disponible en: <http://www.elmundo.es/elmundo/2005/04/25/cultura/1114418508.html> [2009, 12 de diciembre].
- FABRICA. (2006). *Fabrica/Les yeux ouverts. Centre Pompidou* [en línea]. Disponible en: http://2005to2007.fabrica.it/pompidou/exhibition/colors_notebook.html [2010, 2 de abril].
- HUGO, P. *Pieter Hugo*. [en línea]. Disponible en: <http://www.pieterhugo.com/selected-work/portraits/41.jpg/> [2010, 2 de enero].
- MARTÍN, A. (2007, 7 de enero). La estética Man Ray. *El País.com* [en línea]. Disponible en: http://www.elpais.com/articulo/portada/estetica/Man/Ray/elpepusoeps/20070107elpepspor_6/Tes [2010, 2 de febrero].

- OLLIER, B y BOUZET, A.(1998, 25 de julio). «La foto da más miedo que la verdad, es el único arte censurable» *El Mundo* [en línea]. Disponible en: <http://www.elmundo.es/1998/07/25/uve/25N0056.html> [2010, 4 de febrero].
- PEIRCE, CH. (1999). *¿Qué es un signo?*, (Trad. Uxía Ribas) [en línea]. Navarra: Universidad de Navarra. Disponible en:<http://www.unav.es/gep/Signo.html> [2010, 10 de enero].
- PERICOT, J. (2005). *La imagen gráfica: Del significado implícito al sentido inferido*, [en línea]. Barcelona: Universidad Pompeu Fabra. Disponible en:http://www.upf.edu/materials/depeca/formats/pdf_arti_esp/jpericot_esp_.pdf [2010, 3 de enero].
- PERICOT, J. (2003). *Incumplimiento informativo y comunicación audiovisual*, [en línea]. Barcelona: Universidad Pompeu Fabra. Disponible en: http://www.iaa.upf.es/formats/formats2/per_e.htm [2010, 6 de enero].
- PERICOT, J. (2003b). *Las guías iniciales y las lindes del juego visual*, [en línea]. Barcelona: Universidad Pompeu Fabra. Disponible en: <http://www.iaa.upf.es/formats/formats1/a05et.htm> [2010, 15 de enero].
- MERCIER H. Y SPERBER, D. (2009). *Intuitive and reflective inferences*, [en línea].Francia: InstitutNicod, Paris & International Cognition and Culture Institute.Disponible en: <http://www.dan.sperber.fr/?cat=6> [2010, 12 de enero].
- SPERBER, D. Y WILSON, D. (2008). *A deflationary account of metaphor*, [en línea]. Francia: InstitutNicod, Paris & International Cognition and Culture Institute.Disponible en: <http://www.dan.sperber.fr/?cat=6> [2010, 12 de enero].
- SONESSON, G. (1996). *De la estructura a la retórica en la semiótica visual*, [en línea]. España: Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes. Disponible en: <http://www.cervantesvirtual.com/servlet/SirveObras/01472845544836106454480/p0000005.htm> [2010, 6 de enero].

HEMEROGRAFÍA

- HERNÁNDEZ, J. (1998). “Shigeo Fukuda, el diseño como el juego de nunca acabar”, *Lúdica, arte y cultura del diseño*, 1, 14-15.