



Universidad Nacional Autónoma de México  
Facultad de Filosofía y Letras  
Sistema Universidad Abierta y Educación a Distancia

## **El “ver como” de Wittgenstein y el reconocimiento de la imagen gráfica.**

**Tesina para obtener el grado de licenciada en Filosofía**

**Presenta: Eloisa Guadalupe Fuentes Mayén**

**Asesor: Mtro. Pedro Joel Reyes López**

**Número de cuenta: 091283012**

**Ciudad Universitaria, Ciudad de México, abril 2018**



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.

## Índice

<b>Introducción</b>	3
<b>1.- Ubicación del “ver como” en la teoría de Wittgenstein</b>	13
1.1 El lenguaje como figura o modelo	15
1.2 Un juego llamado lenguaje	20
1.3 Uso y significado	23
1.4 ¿Por qué el “ver” se acompaña de un “como”?	26
<b>2- De la construcción de la vista a la vista constructora</b>	30
2.1 La mirada: un ver aprendido	31
2.2 La representación en las imágenes gráficas	34
2.3 “Leer”, ¿sinónimo de “ver como”?	40
2.4 Cómo vemos, la imagen gráfica	44
<b>3- El “ver como” y su relación con el re-conocimiento de las imágenes gráficas</b>	47
3.1 Mímesis y analogía	48
3.2 Texto e intertexto	56
3.3 Código y contexto	60
3.4 Interpretación y significación	66
<b>4- Conclusiones</b>	70
<b>Bibliografía</b>	73

## Introducción

La presente tesis surgió por el interés de vincular dos ámbitos tan ajenos como lo son la filosofía y el diseño gráfico. Es muy poco frecuente encontrar en la investigación filosófica estudios que se dirijan hacia la problemática de las imágenes perceptuales (no mentales), aunque la mayoría de tales estudios se enfocan en imágenes correspondientes a expresiones artísticas o sagradas. Aunado a esto existe un entendimiento sobre el diseño gráfico que sólo se relaciona con al ámbito publicitario y por consiguiente con una noción de consumismo (no bienvenida en un ámbito filosófico).

Sin embargo el mundo circundante está plagado de imágenes realizadas dentro del medio de la creación gráfica, me refiero de esta manera porque puede ser profesional o no profesional la realización de las mismas. Entonces el quehacer del diseñador gráfico adquiere una dimensión no sólo gráfica expresiva y visual, sino también política y ética, la cultura actual está conformada en gran medida por las realizaciones del diseñador gráfico. Basta ver el cúmulo de ellas en la internet, la calle, la televisión, el cine, los museos, los libros y diferentes artículos de consumo.

Por principio debemos partir del acuerdo de que el diseño gráfico es una disciplina que se inserta en el campo de la comunicación. La producción del diseñador gráfico es considerada como comunicación gráfica y/o visual, e incluso le ha válido para incluirla en el título mismo de los programas de las universidades en las cuales se imparte la licenciatura de diseño gráfico. Ejemplo de lo anterior es la Universidad Autónoma Metropolitana, en la cual el título que se obtiene al termino es Diseñador(a) de la Comunicación Gráfica. Entonces si nos atenemos al título no se diseñan gráficos, sino que se diseñan comunicaciones gráficas. Por ello se convierte

El “ver como” de Wittgenstein y el reconocimiento de la imagen gráfica

en una actividad más compleja y se aleja del arte,<sup>1</sup> no quiere decir que el arte no sea complejo, más bien que tanto diseño como arte obedecen a distintas complejidades. Olt Aicher sostiene que “El diseño gráfico es, en el sentido habitual, el intento de conferir un valor artístico a las publicaciones. De ahí el concepto de arte aplicado”, aunque aclara que él no lo entiende así, sino como que la “función del diseño gráfico es optimizar la comunicación. Esto significa que no hay categorías de arte, sólo categorías de comunicación [...] se intenta, más bien, tomar la comunicación tan en serio y trabajarla de tal modo que llegue ella misma a ser arte” (Aicher, 1992: 97).

Juan M. López Rodríguez es uno de los autores que coincide con lo anterior, ya que considera que una de las características del buen diseño gráfico es “permitir un mejor conocimiento del receptor acerca de sí mismo, al enfrentar dicho receptor el mensaje del diseñador”, y sostiene que los diseños son pequeños discursos que comunican (1993: 38). Si se establece algo común entre emisor y receptor se cumple la comunicación, entonces el diseñador debe emitir un mensaje por medio del cual se establezcan significados comunes con su receptor (Cfr. *Idem*: 39).

Daniel Prieto considera como concepto central de la comunicación a la participación y dice que ésta última debe considerarse “tanto en la elaboración de mensajes, como en la búsqueda de alternativas de distribución y en la lectura, en la capacidad de analizar textos e imágenes.” (1994: 9) Además de que el valor de todo proceso de comunicación y los productos de éste radica en que incidan en las prácticas diarias de la población, dándole así un sentido social al diseño gráfico al considerarlo como un proceso de comunicación (Prieto, 1994: 10).

---

<sup>1</sup> En este sentido debo aclarar que es muy común considerar al diseño como sinónimo de artes visuales y a los diseñadores como artistas visuales, e incluso algunos diseñadores se consideran a sí mismos como artistas y a sus diseños como obras de arte. Pero de ninguna manera se pueden considerar arte y diseño como disciplinas completamente ajenas, de hecho existen varios puntos en los que se vinculan como: las técnicas, la recepción, sus productos como objetos de análisis, etc. De alguna manera son disciplinas que dialogan, pero no por ello deben entenderse como lo mismo.

## El “ver como” de Wittgenstein y el reconocimiento de la imagen gráfica

Los dos autores citados anteriormente se desenvuelven en el ámbito local, sin embargo autores extranjeros coinciden, al menos parcialmente, tal es el caso del argentino Jorge Frascara quien sostiene que “El diseñador gráfico es un especialista en comunicaciones visuales y su trabajo se relaciona con todos los pasos del proceso comunicacional” (1993: 8). Por su parte el estadounidense Alan Swan, al definir la profesión del diseño gráfico, dice que: “La función de un diseñador consiste en resolver problemas de comunicación relativos a productos, conceptos, imágenes y organizaciones, y hacerlo de forma original y precisa” (1990: 2). Tumbull y Baird, hablan de la comunicación gráfica en general y en ese sentido podemos encontrar muchos puntos en común con lo que dicen los autores anteriores respecto al diseño como comunicación gráfica, ellos definen a la comunicación gráfica como: “...el proceso de transmitir mensajes por medio de imágenes visuales que normalmente están en una superficie plana. Se usan dos clases de imágenes: las ilustraciones y los símbolos visuales” (1990: 13).

Por lo anterior podemos concluir que el diseño gráfico es comunicación gráfica, esto es: comunicación visual. El concebir al diseño gráfico como comunicación visual conlleva nociones y problemáticas, propias de la comunicación en general, tales como:

- a) Lenguaje: sistema de signos codificados.
- b) Mensaje: lo que se dice en una comunicación.
- c) Discurso: lo que se dice por medio de un lenguaje y además considerar lo que no se dice explícitamente como parte del discurso.
- d) Signo: unidad mínima de un lenguaje y un discurso.
- e) Interpretación: dar sentido y significado a lo que se nos presenta o representa como signos.
- f) Representación: traer a la presencia algo previamente interpretado, que a su vez está sujeto a la interpretación de quien lo percibe.

## El “ver como” de Wittgenstein y el reconocimiento de la imagen gráfica

- g) Código: serie de acuerdos previamente establecidos en un contexto para interpretar los signos y los textos.
- h) Expresión: parte del discurso que subyace en él mismo.

Los conceptos anteriores han formulado corpus teóricos como la hermenéutica, semiótica, retórica, y estética. Pienso que es muy difícil tratar de abordar dichas disciplinas teóricas de manera independiente, como si fueran completamente ajenas unas de las otras. De hecho es imposible hablar, por ejemplo, de hermenéutica sin considerar nociones de las otras tres. Pero puedo advertir que conservan corpus teóricos propios, que desde mi punto de vista la diferencia radica no en cuál o cuáles son sus objetos de estudio, sino en como se aproximan a ellos.

Si entendemos al diseño gráfico como comunicación, entonces los productos que resultan de su proceso, no son objetos meramente, sino mensajes que como tales son emitidos y recibidos. Pero además debemos considerar lo que no dice explícitamente el objeto producido (imagen gráfica) y entonces estamos hablando de un discurso.

Los signos son los medios para ejecutar un acto comunicativo, por ejemplo el uso de signos lingüísticos articulados permite comunicar, ya sea por medios verbales o escritos, una idea o pensamiento. En este sentido el diseñador gráfico también emplea signos lingüísticos para comunicar, pero además incluye signos gráficos (imágenes, símbolos, tipografía, etc.). Aunque en algunos medios, como el cartel, los signos lingüísticos toman el estatuto de imagen o signo icónico, más que lingüístico.

Respecto al estudio de la imagen gráfica como signo visual se han desarrollado diversas posturas teóricas. Entre ellas podemos citar las investigaciones de tipo semiótico, en las cuales la imagen es un signo icónico de acuerdo a la clasificación que realizó Charles Sanders Peirce en su obra llamada *Collected Papers*. Respecto a la noción de la imagen como signo icónico se desarrolló todo un debate a partir de la década de los setenta. Entre los teóricos que abordaron

El “ver como” de Wittgenstein y el reconocimiento de la imagen gráfica

dicho debate podemos ubicar a Umberto Eco, quien aborda el tema en varios de sus libros, tales como *Tratado de semiótica general*, *La estructura ausente* y *Kant y el ornitorrinco* (el más reciente).

Por otro lado, tenemos la postura del Groupe  $\mu$ , quienes tanto de manera colectiva en el *Tratado del signo visual*, así como de manera individual por parte de uno de sus integrantes: Jean Marie Klinkenberg en ensayos como "Claves cognitivas para una solución al problema del iconismo", publicado en la revista *Designis 4* abordaron la temática de la imagen como signo icónico. Por último citamos a Tomás Maldonado, quien es un autor muy relevante para la presente investigación, ya que él ha abordado el tema del signo icónico vinculado al diseño y además ha vinculado la teoría de la modelación de Ludwig Wittgenstein con el signo icónico, en particular la noción de proposición que desarrolló dicho autor en su libro *Tractatus Logico-Philosophicus*. La mencionada vinculación, Tomás Maldonado la expone claramente en su libro *Lo real y lo virtual*, el cual es una recopilación de varios ensayos.

En otro sentido tenemos las investigaciones que competen a la retórica de la imagen y diseño, como las realizadas por Richard Buchanan en *Retórica, humanismo y diseño*, así como las reflexiones de Alejandro Tapia en *El diseño gráfico en el espacio social*.

Respecto a las posturas filosóficas en el estudio de la imagen podemos citar a Rudolph Arheim con su libro *El pensamiento visual*, a Ernst Gombrich en *Arte e ilusión* y a Roman Gubern con sus libros *Mensajes icónicos en la cultura de masas* y *La mirada opulenta*.

Por último y no por ello menos importante, sino por el contrario, es totalmente pertinente citar a Francisca Pérez Carreño con su libro *Los placeres del parecido*. En dicho libro la autora postula que la noción de “ver como”, expuesta por Wittgenstein en las *Investigaciones filosóficas*, nos puede aproximar al carácter interpretativo de la imagen y por lo tanto significado y significativo.

## El “ver como” de Wittgenstein y el reconocimiento de la imagen gráfica

Nuestra sociedad actual (occidental) en la que vivimos, obedece a la cultura visual o lo que Jaques Aumont llamó la “civilización de la imagen” y dice que: “esta fórmula traduce bien el sentimiento que tenemos todos de vivir en un mundo en el que las imágenes son, ciertamente, cada vez más numerosas, pero también cada vez más diversificadas y cada vez más intercambiables.” (1992: 14). Al referirnos a nuestra cultura como visual quiere decir que en gran medida nos relacionamos con nuestro entorno y con las demás personas por medio de lo que vemos. Al sentido de la vista se le ha caracterizado por ser “objetivo”, y tal como reza la frase de santo Tomás: “hasta no ver, no creer”, entonces esto quiere decir que ¿sólo creemos en lo que vemos?, ¿qué nuestra vista no nos puede engañar?

Las cuestiones anteriores son muy complejas, pero son en parte válidas y en parte falaces. De inicio podría aventurarme a suponer a que se puede deber tanta confusión respecto a lo que vemos. Una suposición es que privilegiamos sobradamente la vista en cuanto a que le concedemos lo que corresponde a otros sentidos, esto es al olfato, al gusto, al oído e incluso al tacto. Por ejemplo cuando nos presentan el menú de algún restaurante, en ocasiones podemos expresar con sólo ver la fotografía de algún platillo: ¡se ve que está sabroso! Lo anterior tal vez se deba a alguna experiencia previa en la que se nos presentó un platillo real, y al verlo representado de una manera semejante a nuestra experiencia le adjudicamos todas nuestras sensaciones, aunque en realidad no lo hayamos probado para saber si en efecto está sabroso, es decir, interpretamos dicha imagen. Entonces la foto del platillo es un signo del platillo real, pero por supuesto no es el platillo en sí, solamente lo representa. Otra suposición es la confusión que genera el término imagen, ya que es una misma palabra para enunciar una percepción (imagen perceptual), un pensamiento o idea (imagen mental o endoimagen) y por último un signo o texto visual (imagen gráfica). Entonces nos referimos al concepto **imagen** indistintamente y esto conlleva muchas confusiones e incluso contradicciones.

## El “ver como” de Wittgenstein y el reconocimiento de la imagen gráfica

La noción de imagen a la que me voy a referir en la presente investigación, es sobre todo, a la imagen gráfica, no a la imagen perceptual o a la imagen mental, imaginario, tipoteca según el Groupe  $\mu$  o icono según Peirce, pero no por ello les restaré importancia ya que son parte del mismo nudo conceptual: la imagen.

El diseñador gráfico crea imágenes representadas, al decir crea me refiero a que abstrae una porción de la realidad, la interpreta y la regresa a la realidad, pero dicha porción ya no es la misma que era en un inicio, es decir, es transformada primero por el diseñador y después por el receptor de estas imágenes. Este diseñador realiza discursos visuales pero existe el prejuicio respecto a la función que desempeña, en la cual se le adjudica ser el encargado de crearnos una “realidad más bonita”. De lo que en realidad se trata es de transmitir una idea, darle un “aura creativa” y proponer una solución gráfica a un determinado problema de comunicación.

Pero una imagen gráfica ¿dice más que mil palabras? o ¿confunde más que mil palabras?, al decir confusión me refiero a que se generan diversas interpretaciones en torno a una misma imagen. De algún modo es cierto que en ocasiones una imagen puede decir más que mil palabras, el problema es cuando se necesitan más de mil palabras para explicar una imagen. En este punto debemos enfatizar que una imagen se lee, es decir, el receptor ejecuta una lectura de la imagen.<sup>2</sup> Por ejemplo, supongamos que se trata de elaborar un cartel dirigido a una comunidad africana aislada, donde se aborde el tema de la tolerancia y elegimos una imagen del Dalai Lama como personaje simbólico que representa la tolerancia, por ser una persona considerada como tolerante y presa de la intolerancia, el re-conocimiento será muy poco probable, si no es que nulo, ya que la mayoría de los miembros de dicha comunidad no saben quién es esa persona y qué es lo que simboliza. Entonces a los miembros de dicha comunidad les surgirá la duda no nada más de ¿quién es esa persona?, sino además de ¿cuál es el propósito

---

<sup>2</sup> Cfr. Gadamer, Hans-Georg, *Estética y hermenéutica*, 1976-1986 (trad. 1996), pp. 76 y 290 y Vilchez, Lorenzo, *La lectura de la imagen*, 1991, este último considera a la imagen como texto y al espectador de ésta como lector.

El “ver como” de Wittgenstein y el reconocimiento de la imagen gráfica

de ese cartel? Incluso se podría generar el discurso contrario, si suponemos que en esa comunidad las personas con rasgos orientales son consideradas como aguerridas o violentas.

El diseño gráfico surge como una disciplina para acortar las distancias entre un sujeto y otro, con la pretensión de “subsano” algunos problemas de la comunicación verbal, tales como el caso de un sujeto que no sepa leer pueda tener acceso a un determinado mensaje o rebasar el límite que establece el idioma, esta pretensión pretende lograrla (valga la redundancia) con las alternativas que ofrece la comunicación visual.

La imagen al no responder a un código único y acabado se enfrenta a otros problemas, cuando interpretamos una imagen efectuamos una operación de re-conocimiento, es decir, que haya un conocimiento previo de lo que vemos; si vemos algo que nunca hayamos visto no reconocemos en ello nada o haremos relaciones de semejanza o comparación (interpretaciones) con algo ya conocido, por ejemplo cuando tratamos de transmitir o informar una imagen de un paisaje o de una persona recurrimos a lo que el otro conoce previamente, por decir aludimos a sus cualidades cromáticas o formales y decimos es un bosque con colores parecidos a..., o es una persona de la complexión de..., o de la estatura de...

La tarea del diseñador es la de elegir cuál es la imagen gráfica con la que el espectador ejecute dicha acción de re-conocimiento para que no le resulte algo ajeno y extraño, como ocurre en la situación imaginaria mencionada anteriormente en el caso del cartel a favor de la tolerancia.

En el ejemplo mencionado no quiere decir que los miembros de la comunidad africana no tengan la capacidad de percibir la imagen, sino que no la “ven como” algo que les signifique tolerancia, simplemente ven una persona con rasgos orientales, o tal vez ni siquiera eso y sólo vean una persona con rasgos distintos a los de ellos.

Por lo anterior sería pertinente que el diseñador gráfico se aproxime a nociones como el “ver como” que desarrolló Ludwig Wittgenstein para estar consciente de que la vista no es

El “ver como” de Wittgenstein y el reconocimiento de la imagen gráfica

ingenua, ni neutra y por que ello implica una mirada, es decir, alguien que ve y “verá como”, no simplemente verá como mera capacidad perceptiva que todos los seres dotados del sentido de la vista tenemos.

En el primer capítulo se esbozará la ubicación de la noción “ver como” dentro de la teoría wittgensteniana. En el primer punto se abordará la teoría de la modelación que expuso Wittgenstein en el *Tractatus Logico-philosophicus*, donde entiende al lenguaje como figura y modelo. En el segundo punto se hablará del juego del lenguaje que marca un entendimiento distinto que Wittgenstein expuso en las *Investigaciones filosóficas*. En el tercer punto se explicará la relación que existe entre uso y significado y como ésta se relaciona con el lenguaje entendido como juego. Y por último en el cuarto punto se abordará el por qué para Wittgenstein el ver se acompaña de un como y que implicaciones tiene esto para la percepción de las imágenes.

En el segundo capítulo se abordará la complejidad del proceso de ver, no sólo fisiológicamente, sino también psicológica y culturalmente. Por ello se planea como el ver como una vista que se construye y a su vez la vista construye cómo vemos. En el primer punto se plantea la distinción entre ver y mirar, y como el primero podríamos entenderlo como capacidad fisiológica, mientras que el segundo se aprende cultural e históricamente. En el segundo punto se hablará de cómo las imágenes gráficas tienen una cualidad representativa, es decir, traen a la presencia objetos o personas ausentes. En el tercer punto se expondrá la necesaria “lectura” de las imágenes y como ésta puede entenderse desde una perspectiva wittgensteniana como sinónimo de “ver como”. Por último en el cuarto apartado se abordará la particularidad de cómo vemos las imágenes gráficas.

En el tercer capítulo se relaciona la noción de “ver como” con el re-conocimiento de las imágenes gráficas y se abordarán cuatro pares de conceptos pertenecientes a la teoría semiótica y hermenéutica. El primer punto estará compuesto por el par mimesis y analogía, dónde se

## El “ver como” de Wittgenstein y el reconocimiento de la imagen gráfica

explicará que aunque se traten de dos tipos de semejanza, se diferencian entre sí y cómo intervienen al momento del re-conocimiento en general, y en particular de las imágenes gráficas. En el segundo punto se expone el par texto e intertexto para caracterizar a la imagen gráfica como texto y la complejidad que ello conlleva, de esta manera se distancia de la noción de signo y se aproxima a la proposición wittgensteniana que se presenta en el primer capítulo, aunado a ello la necesaria relación entre los textos, es decir la intertextualidad y cómo opera esta última para el re-conocimiento de las imágenes gráficas. En el tercer punto se expondrá el par semiótico-hermenéutico código y contexto, estos conceptos funcionan como el sustento que posibilita la operación del reconocimiento. Y por último se abordará el par interpretación y significación que operan como las funciones a que apunta todo mensaje desde una perspectiva semiótica: la significación, y desde una perspectiva hermenéutica: la interpretación, ambas funciones interpelan al receptor de las imágenes gráficas.

Al final de las conclusiones se presenta un mapa conceptual que explica de manera gráfica cómo se desarrollaron los contenidos y la secuencia expositiva del texto. La presente tesis tiene como objetivo aproximar nociones filosóficas, en este caso: el “ver como” a un ámbito que ha ganado notoriedad en nuestros días como lo es el diseño gráfico y no sólo eso, sino porque hacer diseño gráfico adquiere una responsabilidad social, poca veces asumida por los diseñadores gráficos.

## 1.

### Ubicación del “ver como” en la teoría de Wittgenstein

Durante los primeros años del siglo XX, en Cambridge, se empezó a gestar una nueva manera de entender a la filosofía. Tradicionalmente se consideraba a la filosofía como el estudio directo del pensamiento y de las ideas, pero la nueva manera consistió en considerarla como un estudio de ambos mediado por el lenguaje. Entre sus protagonistas podemos citar a Russell y a Moore. Ellos, así como Frege, eran filósofos de la lógica y desde ésta derivan la cuestión del lenguaje como problema filosófico, ya que si la filosofía estudiaba el pensamiento habría que identificar y delimitar su territorio, que para ellos no era otro que el lenguaje mismo.

Ludwig Wittgenstein, un vienés nacido en 1889, quien después de haber estudiado ingeniería primero en Berlín y después en Manchester, de donde surge su interés por las matemáticas y la “nueva” lógica, se entrevista con Frege en 1912 y por ello decide instalarse en Cambridge para estudiar con Russell, con quien mantuvo correspondencia durante varios años. Por el acercamiento con dichos filósofos, Wittgenstein decide seguir la nueva tendencia y además realiza contribuciones a ella. De hecho él propone que para entender a la filosofía es necesario entender antes al lenguaje, ya que pensamiento y lenguaje son inseparables.

## El “ver como” de Wittgenstein y el reconocimiento de la imagen gráfica

De inicio debemos distinguir como lo indica Hartnack (1962: 28) y Pears (1973: 9)<sup>3</sup> que podríamos hablar de dos Wittgenstein, el primero es el del *Tractatus Logico-Philosophicus* donde desarrolla su teoría del lenguaje con una influencia hasta cierto punto nominalista, y el segundo es el de las *Investigaciones Filosóficas*, obra en la que hace una analogía del lenguaje como juego.

El primer período de Wittgenstein comenzó en 1912, cuando en Cambridge se encontró con Russell. Con el estallido de la Primera Guerra Mundial en 1914, Wittgenstein decide alistarse como voluntario en el ejército austríaco y comienza a escribir el *Tractatus*, termina de escribirlo en agosto de 1918. Debido a la caída del ejército austro-húngaro, en noviembre de 1918, es tomado como prisionero por los italianos y es liberado en agosto de 1919, tras su liberación envía una copia del *Tractatus* a Russell y otra a Frege. Este primer período concluye con la publicación del *Tractatus*, en 1921 se editó en alemán y en 1922 en inglés.

El segundo período va desde finales de los años veinte hasta su muerte en 1951. Durante éste cambió tanto el carácter de su pensamiento como su actitud ante el público. Ya que después de la edición del *Tractatus*, sólo publicó un artículo breve en 1929: “Algunas consideraciones sobre la forma lógica” en el suplemento del Vol. IX de los *Proceedings of the Aristotelian Society*. Para el segundo período sus opiniones eran distintas a las que lo habían hecho famoso, pero debido a que su actitud hacia el público era distante, sólo eran conocidas por sus alumnos y por otros que alguna vez establecieron una discusión con él. Dichas opiniones fueron editadas en 1953, de manera póstuma, en su segundo libro, las *Investigaciones Filosóficas*. Según Pears, “su obra en ambos períodos, como la de casi todos los filósofos lingüísticos, forma parte de la segunda ola de la filosofía crítica.”(1973: 62)

Durante ambos períodos su objetivo seguía siendo el mismo: determinar los límites del lenguaje, por ello se puede hablar de una vinculación con Kant, ya que éste último se proponía

---

<sup>3</sup> Véase también Maldonado, Tomás, “Apuntes sobre la iconicidad” en *Lo real y lo virtual*, 1994, p.170

El “ver como” de Wittgenstein y el reconocimiento de la imagen gráfica

demarcar los límites del conocimiento. Además de que la filosofía de Wittgenstein era una crítica del lenguaje y la de Kant una crítica a la razón. “Kant y Wittgenstein coincidían en afirmar que las verdades filosóficas son verdades necesarias, pero estaban en desacuerdo sobre la naturaleza de tales verdades necesarias” (Pears: 66).

Para Kant el conocimiento está limitado por la experiencia, lo que se puede conocer es a través de ésta y por ello la metafísica especulativa no puede ser considerada como conocimiento. Entonces el conocimiento se limita al ámbito fáctico o de los hechos.

Más de un siglo después, para Wittgenstein era necesario identificar los límites del lenguaje para trazar la frontera entre el sentido y el sin sentido. Él creía al igual que Kant que los filósofos a veces se pierden en problemas sin sentido que no significan nada. Por ello proponía que hay cosas de las que se puede hablar y que de lo que no se puede hablar es mejor callar, pero para entender la estructura de lo que puede ser dicho se hace necesario indicar los límites, ya que el origen tanto de la estructura como de los límites del lenguaje es el mismo.

## 1.1 El lenguaje como figura o modelo

Esta teoría la desarrolla Wittgenstein en la primera época, esto es en su primer libro: *Tractatus Logico-Philosophicus*. En dicha obra Wittgenstein todavía está influenciado por los nominalistas, pero sólo en ciertos aspectos, ya que estos últimos refieren a las palabras como signos que evocan la realidad y traen a la presencia aquello que se nombra, es decir, refieren a *algo*. El punto en el que se distingue de los nominalistas es en que el significado de las palabras no refiere a una cosa, sino que el significado siempre corresponderá a un hecho. En este punto Hartnack menciona a Hume como ejemplo de algunos filósofos que han basado su concepción del lenguaje en que el significado de una palabra es aquello que nombra (refieren a *algo*). “De acuerdo con esta concepción del lenguaje, términos o palabras como ‘alma’, ‘yo’ y ‘fuerza’,

El “ver como” de Wittgenstein y el reconocimiento de la imagen gráfica

carecen para Hume de significado [es decir] son asignificativas” (1962: 41-42). La asignificación de dichas palabras radicaría en que nunca hemos percibido algo que sea alma o fuerza.

La teoría nominal pudo sobrevivir, en gran medida, gracias a la “solución” que propuso Russell al problema de expresiones como “el cuadrado redondo no existe”, ya que desde un punto gramatical el cuadrado redondo es un sujeto que como tal debería referir a algo, pero dicha expresión no refiere a nada existente en la realidad, si acaso a una concepción mental. Russell lo resuelve adjudicando la raíz del problema al modo en que se plantea la enunciación, por ello propone enunciarlo de la siguiente manera: “no existe una entidad que sea redonda y cuadrada al mismo tiempo”, ya que de esta manera si es posible enunciarlo. Por ello Russell dice que al análisis filosófico le corresponde encontrar la forma lógica para enunciarlo, y enunciado de dicha manera si es posible hablar de una referencia. Esto es que el enunciado gramatical refleje su forma lógica (Hartnack, 1962: 44-45).

Para Wittgenstein lo importante no es construir un nuevo lenguaje ya que según él sólo tenemos un lenguaje. “Desde un punto de vista lógico los diferentes lenguajes en que se habla son un lenguaje en virtud de las condiciones lógicas que todos ellos deben satisfacer” (Hartnack, 1962: 45-46). Entonces para Wittgenstein, la significación radicaría en que las estructuras lógicas deben corresponder con las de la realidad. Por ello también hay una correspondencia entre los límites del significado y los del lenguaje fáctico (de los hechos), y de esta manera “todo lenguaje no fáctico será sin sentido. [...] Su teoría no es una exposición general de la práctica corriente del análisis lógico, sino una teoría original y completamente general del significado fáctico” (Pears, 1973: 80-81). Wittgenstein pensaba que el lenguaje era una especie de máscara del pensamiento y que sólo si llegáramos a las proposiciones elementales, que según él son los elementos últimos que componen al lenguaje, podríamos desenmascarar cuáles eran las formas reales del pensamiento.

## El “ver como” de Wittgenstein y el reconocimiento de la imagen gráfica

Un enunciado fáctico expresa una aserción pero por implicación podría afirmar muchas otras proposiciones, por ejemplo decir que “el vaso está sobre el escritorio”, implica otras proposiciones como las que refieren al material o al modo de producción del vaso, y dichas proposiciones sólo serían una primer serie de implicaciones, éstas a su vez implican otras y así sucesivamente hasta llegar a la proposición original, punto en el que sería completo el análisis. Pero el mismo Wittgenstein se consideraba incapaz de dar un ejemplo de una proposición elemental.

Como se mencionó anteriormente aunque Wittgenstein coincide con los nominalistas en cuanto a que el lenguaje refiere a *algo*, la postura teórica de Wittgenstein se distingue no sólo en ese *algo* al que refieren, sino también en la manera en que lo refieren.

Para los nominalistas el lenguaje refiere a cosas por medio de las palabras y para Wittgenstein el lenguaje refiere a hechos por medio de proposiciones. Esto no quiere decir que para él las palabras no signifiquen, sino que el significado de ellas sólo es posible en las proposiciones. Además en la realidad no hay cosas, sino hechos, por ello como menciona en uno de los puntos de la primera tesis del *Tractatus* “el mundo es la totalidad de los hechos, no de las cosas” (Wittgenstein, 1921: 1.1), los hechos sólo pueden ser enunciados en proposiciones, no en palabras. Para Hartnack (1962), las cosas juegan un papel importante en la configuración de los hechos, pero nunca serán los hechos en sí. Por ejemplo: la Monalisa está en el Museo de Louvre, esto es un hecho, pero Monalisa y Museo de Louvre son sólo cosas, no hechos.

Entonces el lenguaje es una figura de la realidad,<sup>4</sup> y por ello debe haber una correspondencia entre las formas del lenguaje y las del mundo. De hecho para Wittgenstein, el

---

<sup>4</sup> Por su parte Tomás Maldonado, en su texto “Apuntes sobre la iconicidad”, se refiere a las figuras como modelos y a la teoría que Hartnack llama de la figuración, Maldonado la llama teoría de la modelación, posiblemente esta distinción se deba a la traducción, ya sea de estos autores respecto a la obra de Wittgenstein a sus respectivos idiomas o a que mientras Maldonado escribe en castellano, Hartnack lo hace en danés y a este último autor lo consulte en castellano.

El “ver como” de Wittgenstein y el reconocimiento de la imagen gráfica

sentido del *Tractatus* es que “lo que siquiera puede ser dicho, puede ser dicho claramente; y de lo que no se puede hablar hay que callar” (1921: 11).

En el lenguaje el objeto se representa en una trama compuesta por estados de cosas, esto es que si decimos “la puerta esta cerrada”, sólo estamos hablando de un estado en el que puede estar esa cosa llamada puerta, esta es sólo una posibilidad de los estados en los que puede estar la puerta. La puerta es un objeto, para Wittgenstein “el objeto es simple” (1921: 2.02) ya que “los objetos forman la sustancia del mundo. Por eso no pueden ser compuestos” (1921: 2.021).

En este sentido a los objetos los nombramos, pero “nos hacemos figuras de los hechos” (1921: 2.1). Objetos y hechos mantienen una estrecha relación ya que para figurar (hacer una figura de) un hecho hay que nombrar objetos, por ello para Wittgenstein “el lenguaje es una figura (*picture, Abbildung*) o un modelo de los hechos” (Hartnack, 1962: 49), entonces el lenguaje corresponde a la realidad.<sup>5</sup>

Para Hartnack una figura es sinónimo de imagen y ésta es una combinación de nombres “un hecho viene caracterizado por el modo como se combinan los objetos que lo integran y la proposición se caracteriza por el modo como se combinan en ella los nombres de los objetos” (1962: 53)

En este punto Maldonado dice que sería un error considerar como sinónimos el *Bild* (figura o modelo) de Wittgenstein y la *image* de Russell, ya que “Wittgenstein era completamente ajeno a la tradición empirista inglesa [a la que pertenecía Russell] y que el concepto *image* usado en el sentido de Hume -es decir, *mental image*- le era también forzosamente extraño” (Maldonado, 1994: 169). Por ello un *Bild* o imagen, dice Maldonado, es algo que producimos, un artefacto, una configuración concreta que funciona como modelo.

---

<sup>5</sup> Wittgenstein, L, *Tractatus Logico-Philosophicus*, 2.12 “La figura es un modelo de la realidad”

## El “ver como” de Wittgenstein y el reconocimiento de la imagen gráfica

La manera en que se expresan los hechos es en la proposición y para que una proposición figure algo verdadero deberá figurar algo del mundo<sup>6</sup>, por ello “la expresión sólo tiene significado en la proposición” y “la figura lógica de los hechos es el pensamiento” (Wittgenstein, 1921: 3.314 y 3), dicha figura se expresa mediante el signo proposicional “muy clara resulta la esencia del signo proposicional cuando, en lugar de imaginárnoslo compuesto de signos escritos, nos lo imaginamos compuesto de objetos espaciales (como, por ejemplo, mesas, sillas, libros)”(1921: 3.1431). Un ejemplo de esto puede ser cuando se trata de aprender un idioma que no es la lengua materna (en este caso castellano), se está acostumbrado a designar con el signo lingüístico *perro* al objeto espacial que éste refiere y cuando se enfrenta a los signos lingüísticos *chian* o *dog*, no se sabe qué significan aunque se conozca el objeto espacial al que refieren dichos signos. Por ello el signo proposicional va más allá del signo lingüístico ya que permite figurar un objeto. Es el mismo caso cuando se hace una traducción de un texto, sería incomprendible si se tradujera palabra por palabra, por ello lo que se traduce son las proposiciones de un idioma a otro, ya que en este sentido, ellas permiten figurar los hechos de la realidad. “La proposición *muestra* su sentido” y “...la forma lógica de la realidad” (Wittgenstein, 1921: 4.022 y 4.121).

Tanto en el primero, como en el segundo período, Wittgenstein usó como método el estudio de la estructura y los límites del lenguaje para así demarcar los límites del pensamiento y entender su estructura, ya que ello permitiría trazar la frontera entre el sentido y el sin sentido. La intención de conocer los límites del lenguaje era que así se podría saber lo que se puede y lo que no se puede hacer con él, por ello deja fuera de los límites a la religión y a la moral en el *Tractatus*. Posteriormente en las *Investigaciones filosóficas*, considera que para expresar nuestras sensaciones privadas deberemos recurrir al lenguaje en que describimos el mundo externo.

---

<sup>6</sup> *Ibidem*, 3.01 “La totalidad de los pensamientos verdaderos es una figura del mundo”.

## 1.2 Un juego llamado lenguaje

Jugar, como cualquier otro verbo, implica una acción. Justamente esto es lo que a Wittgenstein le interesó destacar en su teoría: el juego del lenguaje, que como tal su naturaleza no es fija. Como se mencionó en el subcapítulo anterior, hasta cierto punto se podría hablar de dos Wittgenstein, el primero es el que postula al lenguaje como figura o modelo, mientras que el segundo (el de las *Investigaciones filosóficas*) hace una analogía entre lenguaje y juego.

La obra de Wittgenstein, puede ser “asimilada a una meditación en espiral sobre el *status* teórico y epistemológico de la filosofía. En este sentido Wittgenstein es un *meta-filósofo*” (Muñoz en Hartnack, 1977: 6)<sup>7</sup> Por consiguiente su obra es metafilosofía, no porque se trate de una filosofía del lenguaje, sino por que es un filosofar en el lenguaje.

Para la segunda época (se suele ubicar este período a partir de entre 1930 y 1934)<sup>8</sup>, en las *Investigaciones filosóficas*, Wittgenstein no estaba de acuerdo con lo que Agustín en las *Confesiones* (1.8) figuraba como la esencia del lenguaje humano, esto es que: “las palabras del lenguaje nombran objetos - las oraciones son combinaciones de esas denominaciones.” Wittgenstein considera esto equivalente a que cada palabra tendría un significado, el cual está coordinado con la palabra y es el objeto por el que está la palabra. Además dice que Agustín no habla de una diferencia entre géneros de palabras y su descripción del aprendizaje del lenguaje, piensa en primer plano en sustantivos (mesa, silla), en segundo plano piensa en acciones y propiedades, y los géneros restantes de palabras ya se acomodarán (Cfr. 1954: 17-19).

Si se acepta una conexión asociativa entre palabra y cosa, dicha conexión se establece en lo que Wittgenstein llama “enseñanza ostensiva de palabras”, esto es el modo en el que un niño

---

<sup>7</sup> Muñoz, Jacobo, en el prólogo a la versión castellana de *Wittgenstein y la filosofía contemporánea*, de Justus Hartnack, el año de la publicación en danés es de 1962, pero el prólogo en castellano fue escrito en 1977.

<sup>8</sup> Hartnack, J, *Op cit*, p. 97. En la introducción de las *Investigaciones filosóficas*, la fecha que aparece es enero de 1945, pero allí mismo Wittgenstein advierte que este texto es el resultado de dieciséis años de trabajo.

El “ver como” de Wittgenstein y el reconocimiento de la imagen gráfica

aprende a hablar (según Agustín), pero ésta no puede ser una explicación, sino un adiestramiento. Y por ello no puede ser una visión completa de lo que es el lenguaje.

Wittgenstein sostiene que Agustín describe el aprendizaje del lenguaje humano como si el niño ya pudiera *pensar*, sólo que todavía no puede hablar. Y pensar querría decir algo como: hablar consigo mismo (Cfr. 1954: 21-23 y 49)

El lenguaje tiene diferentes géneros de palabras. La agrupación que se haga de ellas depende de la finalidad para la cual se hace la clasificación, por consiguiente no es fija o única y entonces: “El significado de una palabra es su **uso** en el lenguaje. Y el *significado* de un nombre se explica a veces señalando a su portador,” (1954: 61)<sup>9</sup> ya sea un objeto o un sujeto.

Respecto a la relación que puede existir entre el nombre y lo nombrado, Wittgenstein dice que puede consistir en tres hechos:

- a) el oír el nombre trae a nuestra alma la figura de lo nombrado (como en el *Tractatus*);
- b) el nombre se escribe en lo nombrado como una especie de rótulo; y
- c) al pronunciar el nombre se señala lo nombrado.

Para Wittgenstein el nombrar una cosa es lo mismo que hacer nada, ya que la cosa sólo tiene nombre en el juego del lenguaje y dice que “esto fue también lo que Frege quiso decir al decir que una palabra sólo tiene significado en el contexto de la oración” (1954: 69). Esto es que el significado no pertenece al nombre, sino al **contexto** en el que se ubica. En este punto, me permitiré llamar a las imágenes (discursos visuales) que crea el diseñador gráfico como equivalentes a lo que Wittgenstein llamó nombres, entonces también debe considerarse el contexto en el que se ubican dichas imágenes para conocer su significado.

Para Wittgenstein el lenguaje tiene una cualidad abstractiva ya que por medio de éste obtenemos muestras de la realidad, las grabamos en nuestra mente y cuando las pronunciamos se ponen ante el ojo de nuestra mente (1954: 17).

---

<sup>9</sup> El resaltado es mío.

## El “ver como” de Wittgenstein y el reconocimiento de la imagen gráfica

Por lo tanto, para Wittgenstein el lenguaje es dinámico mientras algunas palabras adquieran significados nuevos, otras dejan de significar lo que significaban. Así como la fisonomía ha cambiado de acuerdo a nuestras necesidades (como es el caso de nuestras manos que cada vez son capaces de realizar movimientos más precisos), el lenguaje se ha ido modificando también.

En cuanto a entender el lenguaje como juego, Wittgenstein hace una referencia directa con el ajedrez. Para jugar ajedrez de inicio se deben conocer los nombres de las piezas, pero esto es sólo uno de los pasos y no puede ser suficiente para “saber jugar”, esto constituye sólo el primer paso. Por ejemplo “rey”, “caballo”, “torre”, son términos que pueden denominar varias cosas u objetos, así como las piezas también pueden tener distintos nombres o términos que las denominen. Por ello el significado de cada pieza no es fijo, sino que depende del uso que cada una de ellas tiene en el juego (es este caso, ajedrez) o en otro juego lingüístico. Como siguiente paso se deben conocer los movimientos que puede realizar cada pieza, de hecho este paso es más importante que el anterior ya que esto representa cómo debe significarse cada cosa, es decir, qué uso tiene cada pieza en el juego. Y por último una vez que denominamos y significamos cada pieza, deberemos conocer las reglas de ese juego, que como cualquier otro, son particulares y específicas.

Por ello Wittgenstein dice que lo que importa no es conocer qué es “un juego” (como concepto), sino saber cómo se juega, esto es jugarlo y además ello conlleva una acción también específica. Los juegos siempre serán distintos, no me refiero a distintos tipos de juegos (ajedrez, barajas, damas), sino a que aún tratándose del mismo tipo de juego, nunca será jugado de manera idéntica.

Entre el Wittgenstein del primer y del segundo período, así como existen continuidades en sus reflexiones, también hay discontinuidades. Una de ellas es que mientras que en el primer período mantenía la idea de que la estructura de la realidad determina la estructura del

El “ver como” de Wittgenstein y el reconocimiento de la imagen gráfica

lenguaje, para el segundo período sugiere que sucede lo contrario ya que el lenguaje determina la manera como vemos la realidad, porque nuestra visión de las cosas es a través del lenguaje.

Otra discontinuidad es que mientras en el *Tractatus* defiende la tesis de que todos los lenguajes comparten la misma estructura lógica, la cual puede ser expuesta por medio del análisis filosófico, en el segundo período la diversificación de las formas lingüísticas revela la estructura profunda del lenguaje. Las conexiones entre las diversas formas del lenguaje, si es que las hay, son de naturaleza muy huidiza, “algo así como los rostros pertenecientes a los miembros de una misma familia” (Pears, 1973: 13).

Por último podríamos mencionar una tercera discontinuidad, ésta fue en el aspecto metodológico. Mientras que el *Tractatus* es una obra continua, las *Investigaciones filosóficas* carecen de unidad sistemática y expresan un carácter fragmentario. Dicha cuestión también se debe a que aunque su objetivo seguía siendo el mismo, decidió que lo que debía modificar era el punto de partida, lo cual se hace patente en la estructura misma de dichas obras. En el *Tractatus* deduce la estructura y los límites del lenguaje de una teoría lógica abstracta y en las *Investigaciones* parte de una investigación empírica para descubrirlos. Ya que el lenguaje forma parte de la vida humana y debía ser estudiado partiendo desde ese ámbito.

### 1.3 Uso y significado

Uso y significado son para Wittgenstein dos elementos interrelacionados del lenguaje. Desde el *Tractatus* esboza, no sólo la interrelación, sino la interdependencia que mantienen estos dos elementos en el lenguaje, por ello Wittgenstein dice que “si un signo *no se usa*, carece de significado. Este es el sentido del lema de Occam (Si todo se comporta como si un signo tuviera significado, entonces tiene también significado.)” (1921: 3.328)

## El “ver como” de Wittgenstein y el reconocimiento de la imagen gráfica

En el *Tractatus*, Wittgenstein relaciona el uso con el pensamiento.<sup>10</sup> Nuevamente, aunque de manera distinta a como lo hace en las reflexiones de las *Investigaciones filosóficas*, el lenguaje es dinámico y depende de un uso. En el *Tractatus* la acción en el lenguaje se da en el figurar y en las *Investigaciones filosóficas* se da en el juego del lenguaje.

Las reglas del juego del lenguaje “rigen el *uso* de los términos y las expresiones, y a las que no incumbe la tarea de figurar al mundo [como en el *Tractatus*], sino más bien la de constituirlo” (Muñoz en Hartnack, 1977: 10). De ahí la importancia que Wittgenstein concede a las reglas de los juegos lingüísticos, ya que éstas determinan el uso y el uso determina el significado.

Wittgenstein sostiene que existen distintos géneros de palabras, éstos dependen de la función que desempeñen en el juego del lenguaje. La agrupación que se haga de estos géneros depende de la finalidad para la cual se agrupen los géneros. Supongamos que tenemos distintas herramientas en una caja y debemos clasificarlas, ¿existe sólo una manera de clasificarla?, ¿cuántas clasificaciones podríamos hacer con ellas? Las clasificaciones que hagamos dependen de para qué usemos esas herramientas. “Piensa en los diferentes puntos de vista desde los que pueden clasificarse herramientas en géneros de herramientas” (1954: 31). En este punto se puede hacer una equiparación de un juego del lenguaje, que como ya se había mencionado antes es específico, con las imágenes gráficas (discursos visuales) que “crea” el diseñador gráfico, ya que estas últimas también corresponden a una situación específica y al uso para el cual haya sido hecha la imagen gráfica.

Los géneros para clasificar las herramientas dependen del significado por que “el significado de una palabra es su uso en el lenguaje. Y el *significado* de un nombre se explica a veces señalando a su *portador*” (1954: 61) Esta cuestión se explica mejor con el ejemplo que

---

<sup>10</sup> Wittgenstein, L, *Op cit*, 3.5 “El signo proposicional usado, pensado, es el pensamiento.”, 4 “El pensamiento es la proposición con sentido.” y 4.001 “La totalidad de las proposiciones es el lenguaje.”

El “ver como” de Wittgenstein y el reconocimiento de la imagen gráfica

expone Wittgenstein, la situación que se desarrolla entre un albañil y su aprendiz, cuando el primero grita “losa”, el segundo sabe que “debe darle una losa”, entonces aquí la sola palabra “losa” significa más que el objeto al que refiere y se refiere a una acción que el aprendiz debe ejecutar, entonces su uso en este juego del lenguaje (específico) podría ser algo así como: “dame una losa” (Cfr. 1954: 19). “En la práctica de [este] uso del lenguaje una parte [el albañil] grita las palabras, la otra [el aprendiz] actúa de acuerdo con ellas” (1954: 23).

Por ello el nombrar cosas, para el Wittgenstein de la segunda época, es lo mismo que hacer nada, ya que las cosas sólo tienen un nombre en el juego del lenguaje, esto es, en el uso que se hace de los términos o palabras en una situación específica.<sup>11</sup>

Wittgenstein hace la invitación “¡Deja que los empleos de las palabras te enseñen su significado! (Análogamente se puede decir en la matemática con frecuencia: Deja que la *prueba* te enseñe lo *que se probó*.)” (1954: 503).

La siguiente cita resume de una manera muy precisa la relación uso-significado: “El significado no es la vivencia que se tiene al oír o pronunciar una palabra, y el sentido de la oración no es el complejo de estas vivencias...Cada palabra –quisiéramos decir- puede tener un carácter distinto en distintos contextos, pero siempre tiene *un único* carácter – un único rostro. Éste nos mira.- pero también un rostro *pintado* nos mira.” (1954: 423)

---

<sup>11</sup> “Puede decirse: Al nombrar una cosa todavía no se ha hecho *nada*. Tampoco *tiene* ella un nombre, excepto en el juego. Esto fue también lo que Frege quiso decir al decir que una palabra sólo tiene significado en el contexto de la oración.” *Ídem*, p. 69

#### 1.4 ¿Por qué el “ver” se acompaña de un “como”?

El “ver como” es parte de un código ubicado en un contexto específico. Las personas con capacidad auditiva y elocutiva pueden oír y emitir todos los sonidos de los vocabularios posibles, aunque no por ello pueden entender o comprender lo que un esquimal dice, al menos que se hable tal idioma, esto es hay que conocer su código lingüístico. De la misma manera las personas con capacidad normo visual pueden percibir mediante la vista lo que se muestra, aunque no por ello interpretan y comprenden lo mismo, por poner un ejemplo: es muy distinto como interpreta un color rojo un mexicano respecto a un chino, esto es, manejan distintos códigos cromáticos. Esto es que así como los sonidos de los distintos alfabetos significan distintas cosas, también las imágenes tienen un contenido significativo que por lo tanto es interpretativo.

En este panorama el diseñador gráfico debe crear imágenes, pero hay que tener en consideración que las imágenes no son neutras y por ello no hay una sola interpretación de una imagen, sino que hay diversas, tantas como posibles códigos previamente establecidos entre los que perciben e interpretan dichas imágenes.

Wittgenstein, al igual que los fenomenalistas (Berkeley, Hume), distingue dos usos del verbo ver y más específicamente del acto de ver. Pero lo hace de manera distinta, mientras que para los fenomenalistas la distinción es entre uso común y uso privado, para Wittgenstein la distinción es entre un uso natural y otro cultural.

A continuación se explicará un poco más la diferencia de estas dos divisiones. De acuerdo a la división que proponen los fenomenalistas, sería por ejemplo, que cuando se ve una nube, todos ven “esa nube”, pero además cada quien ve su “propia nube”. Tomasini dice al respecto que “es perfectamente correcto aseverar que cada ‘ser visual’ tiene su percepción,

El “ver como” de Wittgenstein y el reconocimiento de la imagen gráfica

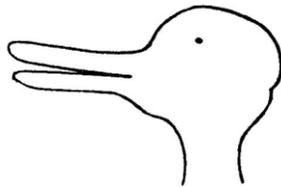
pero es inválido inferir que cada quien tiene **sus** objetos privados de percepción” (1994: 208).

Por ello resultaría incorrecto hablar de un uso privado del ver.

De acuerdo con la división que hace Wittgenstein de los usos de ver, los divide en uso natural y uso cultural. Por ejemplo se muestra un cielo nublado, pero además está el caso de cómo lo verían distintas personas, un campesino vería bonanza para su cosecha, una persona citadina vería un antecedente de una ciudad caótica (tráfico vial, personas apresuradas por llegar a algún lugar donde librarse de la próxima lluvia, etc.), y un meteorólogo vería un fenómeno de estudio. En el primer uso del ver, todos verían lo mismo: un cielo nublado, pero en el segundo uso verían cosas distintas. Entonces en el segundo uso del ver interviene cómo vemos las cosas de acuerdo con nuestra cultura y nuestra experiencia en particular. La diferencia entre Wittgenstein y los fenomenalistas radica, en “cómo vemos” las cosas, no en “qué vemos” en ellas.

Por ello Wittgenstein dice que: “hay naturalmente un ver *así* y *de otro modo*; y hay también casos en los que quien ve una muestra *así*, la empleara en general de *esta* manera, y quien ve de otro modo, la empleara de otra manera” (1954: 95).

Wittgenstein da varios ejemplos para aclarar la noción de “ver como”, uno de ellos es la imagen de cabeza de conejo-pato de Jastrow en *Fact and Fable in Psychology*.

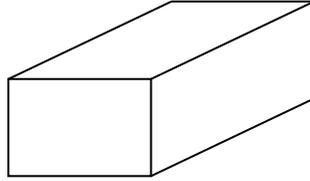


A ésta, “se la puede ver como cabeza de conejo o como cabeza de pato” (1954: 447). Esto es que no podemos verla como cabeza de pato y conejo, sino como la cabeza de un pato o la cabeza de un conejo, no de ambos.

El “ver como” de Wittgenstein y el reconocimiento de la imagen gráfica

Otro ejemplo es el que expone cuando nos dice:

podríamos imaginarnos que en varios pasajes de un libro...apareciera la ilustración:



En el texto correspondiente se habla cada vez de algo distinto: una vez de un cubo de vidrio; otra vez de una caja abierta vuelta boca abajo; otra, de un armazón de alambre que tiene esta forma; otra, de tres tablas que forman un ángulo. El texto interpreta cada vez la ilustración.

Pero también podemos *ver* la ilustración unas veces como una cosa, otras veces como otra.- O sea que la interpretamos, y la *vemos* tal como la *interpretamos* (1954: 445)

Cuando se ve la cabeza conejo-pato como cabeza de conejo o cuando se ve la ilustración como cubo de vidrio, se ve un tipo de aspecto de esas imágenes, “a un *tipo* de aspectos se les podría llamar ‘aspectos de organización’. Si cambia el aspecto, van juntas ciertas partes de la figura que antes no iban juntas” (1954: 477). Pero para ver un tipo de aspecto es necesario estar familiarizado con las formas, en el caso de la cabeza pato-conejo es necesario estar familiarizado con las formas de esos dos animales, en un caso muy remoto de alguien que sólo esté familiarizado con las formas del conejo, sólo verá un conejo o en el caso contrario verá un pato.

“Ver como” es una descripción de lo que vemos o una interpretación de nuestra experiencia visual, y ella es, “como Wittgenstein dice, mitad experiencia, mitad pensamiento” (Tomasini, 1994: 215). Ampliando la noción de experiencia, pero en el mismo sentido, Wittgenstein dice que “cuando uno llega a un país extraño con tradiciones completamente extrañas; e incluso cuando se domina la lengua del país. No se *entiende* a la gente. (Y no porque uno no sepa lo que se dicen a sí mismos.) No podemos reencontrarnos en ellos” (1954: 511).

## El “ver como” de Wittgenstein y el reconocimiento de la imagen gráfica

De la misma manera en las imágenes gráficas, es tarea del diseñador que su espectador se reencuentre en ellas. Y ello lo logrará en la medida en que lo que represente sea reconocido. Ya que “nosotros inevitablemente, vemos las cosas de determinada(s) manera(s) y esto a su vez es una función del rango de posibilidades abierto para nosotros por nuestra cultura [particular]” (Tomasini, 1994: 211).

La noción llamada “ver como” consiste en que no sólo se ve lo que percibimos sino que además cuando vemos involucramos nuestra experiencia y con ello nuestra cultura, esto es: lo “vemos como”. Por ejemplo qué es lo que pasa cuando nos presentan un dibujo, esquema o fotografía de un gato, aunque aparentemente vemos un gato, en realidad estamos viendo aquello que se nos muestra “como un gato”. Por supuesto que no hay un gato ahí, pero vemos los trazos, pinceladas o impresiones de sales de plata sobre gelatina como si viéramos un gato, somos capaces de ello porque estamos familiarizados con las formas de un gato, es decir, el *tipo de aspecto* que se nos muestra es familiar para nosotros y por ello somos capaces de reconocerlo.

## 2.

### **De la construcción de la vista a la vista constructora.**

La parte sustancial de la noción “ver como”, es el ver, cuestión que se presta para diversos discursos: fisiológicos, psicológicos, culturales, etc. El punto que se abordará en este capítulo es cómo vemos las imágenes gráficas, o en palabras de Wittgenstein a las imágenes gráficas, las “vemos como”.<sup>12</sup> Además de los distintos discursos, existe la complejidad que representa abordar o aproximarnos a los estudios hechos por las distintas disciplinas que se han ocupado del tópico de la imagen, tales como: retórica, semiótica, hermenéutica, estética, etc.

Es mediante los sentidos que recibimos gran cantidad de información del exterior, la mayoría (algunos estiman el 75% y otros el 95%<sup>13</sup>) la recibimos por medio del sentido de la vista, por ello Gubern dice que “el ser humano es primordialmente un animal visual” (1987: 1).

---

<sup>12</sup> La imagen como término tiene distintas acepciones, tales son: imagen visual o perceptual (la experiencia sensorial obtenida y generada por la retina), imagen mental (endoimagen) también se suele referir a ella como evocación mental, ésta no es generada por un estímulo óptico, y por último la imagen representada o producción icónica. Cfr. Gubern, Román, *La mirada opulenta*, 1987, p. 28. Esta “clasificación” es problemática por sí misma, ya que hay textos en los que se habla de imagen indistintamente.

<sup>13</sup> Respecto a las cifras Cfr. *El cerebro*, de C. Smith, Alianza Editorial, Madrid, 1972, pp 317-318 (citado en Gubern, *Op cit*, 1987, p.1)

## El “ver como” de Wittgenstein y el reconocimiento de la imagen gráfica

La preponderancia de la vista ha moldeado incluso nuestra manera de expresarnos, decimos “viste lo que dijo”, “se ve que huele bien”, en realidad las dos expresiones se refieren a otras percepciones por medio de otros sentidos (oído y olfato respectivamente), pero aun así somos capaces de entender a qué se refieren dichas expresiones y ello se debe a la mencionada preponderancia.

### 2.1 La mirada: un ver aprendido.

La mirada depende de la visión, pero no se puede subsumir a ella. Ver es una capacidad fisiológica perceptiva y mirar además de depender de dicha capacidad implica una acción cultural ya que “lo que sabemos o creemos afecta el modo en que vemos las cosas” (Berger, 1975: 13). Por ello mirar sería un modo específico de ver las cosas o un “ver como” en palabras de Wittgenstein.

El ver determina la manera como se concibe al mundo, como dice Umberto Eco respecto a Charles Peirce: “Peirce crece en la tradición greco-occidental, en la que el conocimiento pasa siempre a través de una visión. Si Peirce se hubiera formado en la cultura griega quizá hubiera hablado de un sonido, de una voz” (1997: 117). Pero este punto es discutible ya que para los griegos el contemplar constituye un estar en el mundo y un contacto con la divinidad.

En la cultura griega, el hecho ‘ver’ ocupa un lugar privilegiado...En cierto sentido, el hombre es, en su naturaleza misma, mirada...Ver y saber son la misma cosa...el conocimiento se interpreta y expresa a través del mundo de la visión. Conocer es, pues, una forma de ver...ver y vivir son también la misma cosa. Para estar vivo hace falta ver la luz del sol y a la vez ser visible a los ojos de todos (Vernant, 1995: 22).

De acuerdo con lo anterior ver constituye una manera de aproximarse al mundo ya que “la vista llega antes que las palabras. El niño mira y ve antes que hablar” (Berger *et al*, 1975: 13).

El “ver como” de Wittgenstein y el reconocimiento de la imagen gráfica

En este sentido Merleau-Ponty hace la invitación a recuperar la esencia de la filosofía, “la verdadera filosofía consiste en aprender de nuevo a ver el mundo” (Cit. en Pérez C., 1988: 83)

Aunque se sigue manteniendo una estrecha relación con la cosmogonía griega del ver, se debe considerar que no se puede partir de ésta, ya que el mundo actual es muy distinto al de los griegos, para ellos la visión es lo que aparece ante sus ojos y para nosotros la visión está mediada, entre otras cosas, por las imágenes gráficas, aunque también éstas aparecen ante nuestros ojos. Por ello nos enfrentamos a una “imposibilidad de todo acercamiento ‘inocente’ a la realidad. La realidad que percibimos es única, personal e incorregible y sus imágenes no son ‘transparentes’, sino significativas” (Pérez C, 1988: 13).<sup>14</sup>

Los sentidos son fuentes de información y conocimiento, y a las vivencias que ellos generan se les denominan psicológicamente sensaciones, pero éstas son “difícilmente (o muy convencionalmente) traducibles al lenguaje verbal” (Gubern, 1987: 4).<sup>15</sup> Lo que se presenta ante los ojos es un fenómeno óptico llamado imagen retiniana, resultado de una serie de impulsos que impactan la retina, pero lo que conformamos como percepto (vivencia) es el resultado de un proceso fisiológico llamado visión (Cfr. Gubern, 1987: 9). Por ello hay que considerar que “La percepción visual no es un fenómeno estático ni estable, sino una vivencia sensorial evolutiva [...] producto de la continua interacción entre el sujeto y el medio” (Gubern, 1987: 15).

En la percepción visual se conjugan, por un lado capacidades innatas -ver como capacidad sensorial-, y por otro lado aprendizaje (por medio de la vista se aprende a diferenciar e identificar los rasgos del campo visual) -ver como capacidad intelectual-. Por ello se podría considerar que mirar constituye un ver que se aprende.

Aprender a ver o mirar implica procesos intelectuales mediados por agentes externos al ver, tales como el ambiente socio cultural, esto es, el contexto y las experiencias personales. Por

---

<sup>14</sup> El subrayado es mío.

<sup>15</sup> El subrayado es mío.

El “ver como” de Wittgenstein y el reconocimiento de la imagen gráfica

ello dice Gubern que “tanto el determinismo de la naturaleza como el correctivo de cada ambiente cultural modelan nuestros modos de ver el mundo” (1987: 16). Entonces la percepción empataría más con el mirar, que con el ver, ya que “la esencia de la percepción estaría en la transformación de la impresión sensitiva (sensación) en información cognitiva” (1987: 28).

De acuerdo con Fraise y Piaget en la obra *La percepción*, los fenómenos que definen la percepción son:

1. La *identificación*, o reconocimiento perceptual del estímulo, al que el observador lo asimila por asociación a tipos gnósicos elaborados en su experiencia anterior.
2. La *diferenciación*, por la que el sujeto descubre en el estímulo aquellas particularidades que le diferencian o asemejan a otro (Cit. en Gubern, 1987: 30).

Cuando se percibe visualmente o se mira, “nunca miramos sólo una cosa; siempre miramos la relación entre las cosas y nosotros mismos” (Berger *et al*, 1974: 14). Esto es que en la relación que establecemos visualmente con las cosas implicamos modalidades culturales. Las relaciones podrían ser entendidas con referencia a lo que Wittgenstein llama hechos y el mirar con el “ver como” ya que éste se distingue del ver simple y se convierte en un ver significativamente, esto es, “que las formas visuales sean vehículos de significación en un sentido que ha de describirse” (Pérez C., 1988: 18).

Hasta aquí podríamos concluir que cuando se mira se ejecuta una acción de ver, pero además se implican creencias, experiencias, es decir, la cultura en la que se está inmerso. Por ello mirar una imagen es una acción que implica varias acciones: la acción de ver, la acción de reconocer, la acción de interpretar y la acción de significar. La primera acción es natural o fisiológica, mientras que las demás acciones son procesos perceptivos, mediante los cuales estímulos sensitivos se convierten en información cognitiva, pero éstos se determinan por la cultura y el contexto socio-temporal en los que se ubica quien percibe las imágenes.

Arnheim sostiene que: “el conjunto de las operaciones cognoscitivas llamadas pensamiento no son un privilegio de los procesos mentales situados más allá de la percepción, sino ingredientes esenciales de la percepción misma” (1986: 27). Lo que Arnheim pretende es equipar a la percepción con el pensamiento, sin que haya una jerarquía valorativa entre estos dos procesos. Por ello tanto percepción como pensamiento son dos procesos interdependientes, en la medida que lo que se ve configura lo que se piensa y lo que se piensa configura lo que se ve.

En resumen lo que podemos deducir es que las imágenes gráficas, tanto en su producción como en su recepción, están sujetas a un proceso perceptivo que implica y conlleva un punto de vista, esto es: una mirada o un “ver como”, el cual está culturalmente determinado y por ello es un ver aprendido.

## 2.2 La representación en las imágenes gráficas.

En un sentido lato representación significa traer a la presencia algo que no está presente, esto es evocar algo ausente, ya sea mental o “físicamente”. Aquí podemos identificar dos aspectos muy importantes de la representación: la evocación mental y la material o física. La primera corresponde a la imagen-recuerdo, esto es una “evocación simbólica de realidades ausentes”. Y la segunda corresponde al “concepto no mentalista de representación [el cual se puede definir] como *toda actuación de origen imitativo, en ausencia del modelo a imitar, en la que el sujeto inviste voluntariamente una significación determinada con finalidad comunicativa.*” (Gubern, 1987: 18)

La imagen gráfica o material constituye uno de los medios más comunes para realizar la acción no mental de representar. A este tipo de imágenes se refiere Berger, cuando dice que “las imágenes se hicieron por principio para evocar la apariencia de algo ausente. Gradualmente se

El “ver como” de Wittgenstein y el reconocimiento de la imagen gráfica

fue comprendiendo que una imagen podía sobrevivir al objeto representado” (Berger *et al*, 1974: 16).

Para representar es necesario abstraer una porción de realidad (ya sea pasada o, por llamarlo de alguna manera, alternativa o imaginaria<sup>16</sup>) para significarla de una determinada manera. De hecho para comprender la cualidad representativa de las imágenes, es necesario, entenderlas como signos, ya que de acuerdo con la definición que hizo Peirce:

*Un signo o representamen es algo que representa algo para alguien en algún aspecto o carácter. Se dirige a alguien, esto es, crea en la mente de esa persona un signo equivalente...Este signo creado es lo que yo llamo el interpretante del primer signo. El signo está el lugar de algo, su objeto. Está en lugar de ese objeto, no en todos los aspectos, sino sólo con referencia a una suerte de idea, que a veces he llamado el fundamento del representamen (1974: §2.228).<sup>17</sup>*

En esta definición se puede ver que para Peirce lo que comúnmente conocemos como signo (entidad que designa), él lo denomina representamen, ya que la representabilidad es la cualidad necesaria para considerar a algo como signo.

Por otro lado la teoría de los signos que desarrolla Peirce, a la cual se refiere como semiótica, dice que ésta “...es simplemente la ciencia de lo que debe ser la representación verdadera [...] es, en suma, la filosofía de la representación” (Peirce, 1974: §1.539). En cuanto a qué entiende Peirce por representación, dice que “...limito la palabra *representación* a la operación de un signo o a su *relación* con el objeto *para* el intérprete de la representación. Al sujeto concreto que representa lo llamo un signo o un *representamen*” (1974: §1.540).

Respecto al estatuto semiótico de la imagen gráfica, esto es, como signo icónico, Pérez Carreño hace una atinada distinción entre imágenes mentales e imágenes materiales ya que

---

<sup>16</sup> Al referirme a una realidad imaginaria, me refiero a una realidad posible y su posibilidad radica en que se deriva de imágenes reales (impresiones visuales perceptibles) y mentalmente se construyen estas llamadas imágenes imaginarias.

<sup>17</sup> Esta es la forma común que se usa para citar a Peirce, el primer número corresponde al libro de los *Collected Papers* y el segundo al parágrafo. Dicha obra fue publicada en 1931, pero yo la retomo de la traducción directa al español en el libro *La ciencia de la semiótica* editado en 1987.

El “ver como” de Wittgenstein y el reconocimiento de la imagen gráfica

“desde un punto de vista semiótico las imágenes mentales no son signos, las creadas, sí [...] Sostendremos pues como hipótesis que las imágenes mentales presentan las cosas a nuestra conciencia, mientras que las materiales las representan” (Pérez C., 1988: 75).

En relación con el subcapítulo 2.1, para representar es necesario mirar, y la representación misma conlleva una mirada en un doble sentido como dice Berger “una imagen es una visión que ha sido recreada o reproducida [y por ello] reencarna un modo de ver [...] nuestra percepción o apreciación de una imagen depende también de nuestro propio modo de ver” (1974: 15-16). Aquí nuevamente hay que aclarar que al tipo de imagen que se refiere Berger, es a la imagen gráfica.

Otra postura respecto a la representación es la de Ernst Gombrich en su libro *Arte e ilusión*, este autor se pregunta por qué son tan distintos los modos de representar de una época a otra, o en uno y otro lugar, si supuestamente se representa lo que se ve, y todos de alguna manera ven lo mismo cuando ven, por ejemplo un árbol o una hoja. Por ello dice que “el artista que desea ‘representar’ una cosa real (o imaginada) no empieza abriendo los ojos y mirando, sino tomando colores y formas construyendo la imagen requerida” (1959: 336).

Tal es el caso de los egipcios que representaban lo que sabían acerca de algo, no lo que veían. Esto es semejante al caso de un niño cuando hace el dibujo de un carro visto de perfil y le dibuja las cuatro llantas, aunque sólo vea dos, esto se debe a que él sabe que los carros tienen cuatro llantas, no dos (Eco, 1968: 234). Otro caso es como puede una mancha cercana a nosotros, representar una lejana montaña, esto se debe a que la transformamos, “tales transformaciones explican la paradoja de que el mundo no puede nunca parecerse del todo a un cuadro, pero un cuadro puede parecerse al mundo” (Gombrich, 1959: 335). Por ello Gombrich duda de las posturas teóricas que se apoyan en que representamos en las imágenes lo que vemos, ya que la representación que hace un signo icónico implica una configuración del objeto “real” y una reconstrucción perceptiva de tipo mental.

## El “ver como” de Wittgenstein y el reconocimiento de la imagen gráfica

Peirce hace una categorización de los signos basada en triadas, la segunda triada es en la que el signo (*representamen*) establece una relación con el objeto que representa. Cuando el signo o representamen establece una relación de semejanza con el objeto que representa lo llama icono (Peirce, 1974: §2.243 y §2.247). La imagen gráfica sería, según la categorización de Peirce, solamente un tipo de signo icónico, ya que la noción de iconismo se extiende a otros tipos de signos, tal es el caso de las onomatopeyas (imitaciones vocales del sonido que puede representar a algo, por ejemplo ¡bang! representa un balazo), que no son signos visuales.

En *La estructura ausente*, Umberto Eco sostiene que las distinciones triádicas del signo elaboradas por Peirce pueden corresponder, cada una de ellas, a un fenómeno de comunicación visual, pero se enfoca en las relaciones de la segunda tríada que propone Peirce (el signo en relación con el objeto): icono, índice y símbolo. Mientras que los símbolos forman parte de un lenguaje codificado, con el índice e icono surgen problemas a discutir. De acuerdo a Peirce, el índice es algo que dirige la atención sobre el objeto indicado por medio de un impulso ciego, pero para Eco el índice visual comunica algo por medio de un impulso más o menos ciego que se basa en un sistema de convenciones o de experiencias aprendidas, es decir no se trata de un impulso ciego. Además de que un impulso ciego puede ser un estímulo físico, pero esto no puede constituir un proceso semiótico. Aún así, los índices al basarse en experiencias previas tienen un carácter semiótico. Pero para Eco el caso de los signos icónicos es distinto y más dudoso (Cfr. 1968: 218-220).

Según Eco, Peirce definía a los iconos como signos que originariamente tienen semejanza con el objeto que refieren. Charles Morris en 1946 recoge esta definición y la difunde porque es uno de los intentos más cómodos y en apariencia más satisfactorios para definir semánticamente una imagen gráfica. Para Morris era icónico el signo que poseía una de las propiedades del objeto representado, pero más adelante cambió su postura argumentando que es un signo semejante a lo que denota en algunos aspectos. En consecuencia, la iconicidad es

El “ver como” de Wittgenstein y el reconocimiento de la imagen gráfica

cuestión de grado. Pero Eco dice que esto no puede satisfacer a la semiótica porque “el problema semiótico de las comunicaciones visuales es saber qué sucede para que puedan aparecer iguales a las cosas un signo gráfico o fotográfico que no tienen ningún elemento material de ellas” (1968: 224). Según Eco, el signo icónico puede poseer las propiedades ópticas, ontológicas o convencionalizadas del objeto y “construye un modelo de relaciones (entre los fenómenos gráficos) homólogo al modelo de relaciones perceptivas que construimos al conocer y recordar al objeto” (1968: 234).

Entonces las propiedades en común del signo icónico no son con el objeto, sino con el modelo perceptivo que se ha construido del objeto. El modelo perceptivo es una construcción cultural, que a su vez tiene como base un modelo representacional, el cual es también una construcción cultural, y de ambos se desprende la configuración gráfica del signo icónico. Aunque se refiera al modelo como singular, ello no quiere decir que exista un solo modelo, sino que el modelo se determina por una cultura en particular. Así por ejemplo, dice Eco que “el artista renacentista reproduce las propiedades que ve; el cubista las que conoce” (1968: 235). Por ello, tanto el artista renacentista como el cubista responden a distintos modelos representacionales.

Siguiendo a Jean-Marie Klinkenberg, Eco considera que “la representación, donde un objeto está puesto ‘por’ su sujeto, no tiene una relación necesaria con el parecido” (2003: 16). Por esto, ellos (Groupe  $\mu$ ) en el *Tratado del signo visual* (1992), proponen abandonar la idea de *copia*, como modo de representación, por la de *reconstrucción*.

Respecto a la reconstrucción propuesta por el Groupe  $\mu$ , ésta se refiere a que una representación visual del tipo imagen gráfica permite re-construir el modelo que construimos previamente cuando conocimos el objeto que se representa, el conocimiento del objeto corresponde a lo que ellos llaman “tipo” y “la noción de *stimulus*, corresponde a las relaciones

El “ver como” de Wittgenstein y el reconocimiento de la imagen gráfica

perceptivas construidas por el conocimiento de un objeto” (2003). Para decirlo de otro modo, el denominado tipo es el constructo o imagen mental que hacemos cuando conocemos un objeto y el *stimulus* es la acción que se efectúa al momento de la construcción.

Klinkenberg sostiene que en la representación el referente u objeto puede transformarse de varias maneras: geométrica, analítica, óptica y cinéticamente. Pero la transformación está limitada por la condición de “co-tipia”, ésta es la propiedad de tiene un significante para que permita reconocer el tipo, por medio del *stimulus*, del referente. Para ser más claros se trata de que la transformación que se haga de un referente, posibilite la reconstrucción del modelo perceptivo del mismo una vez representado.

De alguna manera lo que Klinkenberg plantea es una independencia de la semiótica visual respecto a la semiótica lingüística y por ello propone categorías específicas como la de tipo que sustituye la noción de significado de la semiótica lingüística. Recordemos que la lengua enuncia conceptos generales y la imagen enuncia formas individuales, no podemos representar en una imagen “el ser humano”, pero si un *tipo* de ser humano.

Por ello el fenómeno de co-tipia no tiene equivalente en la lengua. Tipo y significado, aunque se intersectan, no coinciden del todo. El tipo procede de un saber perceptual, el cual no recubre el saber lingüístico ni se organiza de la misma manera. Por ejemplo, “se sabe que una silla muy estilizada no es menos pertinente icónicamente que una silla hiperrealista, en la medida en que ambas permiten la identificación del tipo ‘silla’” (2003: 23). Los rasgos seleccionados son los que se muestran como aspectos, para que el receptor los organice de determinada manera (Véase 1.4).

Klinkenberg sostiene que existen representantes típicos, por ejemplo no es “Pepe”, el perico de mi madre, sino “el” mirlo o “el” gorrión como categorías que representan a la clase pájaros (Cfr. 2003: 21). “Las propiedades típicas que forman parte del sentido del ícono –como forman parte de la semántica del prototipo- permiten decir que es fuertemente icónico un

El “ver como” de Wittgenstein y el reconocimiento de la imagen gráfica

significante que presente un alto grado de prototipicidad, es decir que el conjunto de rasgos seleccionados en la transformación goza de un grado de representatividad” (2003: 23).

Por su parte Lorenzo Vilchez sostiene que “las imágenes no se representan en forma directa por medio de objetos sino por medio de operaciones materiales, perceptivas y reglas gráficas y tecnológicas” (1991: 28).

La representación de las imágenes gráficas conlleva una interpretación del mundo, una toma de postura, es la manera de materializar las imágenes mentales de cada quien y hacerlas patentes en una representación material.

Por ello la representación visual es una producción de signos determinada por acuerdos gráficos, denotativos y simbólicos, la cual se ha configurado a lo largo de la historia particular (no individual) y específica de quien la realiza. Este aspecto representativo es lo que le ha valido a las imágenes gráficas ser un testimonio del mundo que rodeó a otras personas en otras épocas, ya que ellas nos permiten compartir la experiencia visual con su productor (Cfr. Berger *et al*, 1974).

### 2.3 “Leer”, ¿sinónimo de “ver como”?

Debido a que las imágenes gráficas no son transparentes, sino que encierran al menos un contexto, una época y más “oscuramente” una intención, se hace necesario no sólo verlas sino entenderlas, esto es, interpretarlas o decodificarlas.

La cuestión de “leer” las imágenes no siempre es bienvenida por los estudiosos de la imagen, ya que justamente lo que tanto tiempo se ha buscado es la independencia de la imagen respecto a la palabra y con ello configurar sus propios métodos de análisis intentando así, librarse de la “hegemonía logocéntrica” (centrada en la palabra) que reina en la investigación sobre la imagen. Eco dice que “nadie duda de que se produzcan fenómenos de comunicación a

El “ver como” de Wittgenstein y el reconocimiento de la imagen gráfica

nivel visual; pero es problemático creer que tales fenómenos tengan carácter lingüístico... [esto] conduce en muchos casos a la negación de su valor como signo, como si el signo sólo pudiera existir a nivel de la comunicación verbal...” (1968: 217). Por ejemplo Pérez Carreño dice que “leer es interpretar cuando estamos en posesión de un código, según el cual desciframos cada una de las unidades del texto. Algo que no es posible hacer ante una imagen” (1988: 16).

En este sentido si deja a un lado el prejuicio logocéntrico y se considera la lectura de la palabra o decodificación de signos lingüísticos, por un lado; y lectura de la imagen o decodificación de signos icónicos, por otro, como términos analógicos para el análisis tanto de la palabra como de la imagen, ello podría constituir una alternativa enriquecedora para el análisis de la imagen como texto y su interpretación como lectura.

Por ello la postura de Wittgenstein cuando considera al lenguaje como juego es bastante pertinente para empatar términos como lectura e interpretación. Como se expuso anteriormente, el significado de una palabra es su uso en el juego del lenguaje, de la misma manera la interpretación de una imagen está sujeta a un uso. Por consiguiente, Wittgenstein considera que hay un “ver así” y de otro modo. Esto es que la mirada ejecuta acciones intelectivas para “ver” algo “como”, y por lo tanto interpretamos lo que aparece ante nuestros ojos, o en otras palabras, leemos las imágenes gráficas.

“El ‘ver como...’ no pertenece a la percepción. Y esto es como ver en un sentido y en otro no lo es” (Wittgenstein, 1945: 453). De acuerdo con esto Pérez Carreño dice que “ver una cosa como otra” (1988: 16) es la descripción de lo que consiste la interpretación en las imágenes materiales.

Debido a que “...las imágenes dependen de nuestra mirada” (Lizarazo, 2004a: 13) y a que la mirada se va configurando en un aprender a ver de acuerdo a nuestra cultura, las imágenes adquieren un estatuto cultural además del perceptivo. Lizarazo dice que: “en un sentido la imagen *se lee*, pero en otro *se ve*, o quizá su ver es una forma peculiar de lectura o su lectura es

El “ver como” de Wittgenstein y el reconocimiento de la imagen gráfica

un modo de ver” (Lizarazo, 2004b: 56) En este sentido leer las imágenes gráficas sería verlas de determinada manera o en palabras de Wittgenstein organizar un tipo de aspecto (Cfr. 1.4), esto es, “verlas como”.

Vilchez hace una aclaración respecto al concepto de lectura y dice que éste “tiene su origen en la linealidad del lenguaje verbal/escrito en el sentido de que las diferentes unidades de la cadena hablada se componen una tras otra. La lectura de la imagen, por el contrario, funciona como un *barrido bidimensional*.” (1991: 62) Entonces aunque puede existir una equiparación entre lectura en su sentido corriente y lectura de la imagen, se debe tomar en cuenta que cada una de ellas tiene sus especificidades ya que sus objetos de análisis (palabra e imagen) son distintos.

La lectura es un proceso aprendido, no se nace sabiendo leer, pero ¿cómo se aprende dicho proceso? Antes que leer aprendemos hablar, esto es, que nos familiarizamos con un lenguaje (una convención socialmente practicada y aceptada), el cual nos permite comunicar nuestras ideas, y a su vez entender lo que alguien más nos dice. En realidad lo que hacemos cuando aprendemos a hablar es aprender a articular sonidos de una manera “correcta” que correspondan primero a fonemas, después a palabras, y por último a enunciados o proposiciones (propios del lenguaje que estamos aprendiendo). Cada una de estas unidades gramaticales tiene un significado adquirido mediante el uso y la costumbre, el cual no es fijo. Por ejemplo, pensemos en el lenguaje que se expresa en *El Quijote*, cuán ajeno puede resultar para un lector hispanohablante de nuestra época, no sólo en los términos usados, inclusive en la estructura gramatical. Tal como decía Wittgenstein entendemos su lengua, pero no podemos reencontrarnos en ella.

Una vez que hemos aprendido a hablar, podemos aprender a leer-escribir, esto es que tanto leer como escribir son procesos que suceden simultáneamente. Los morfemas son signos escritos que tiene una correspondencia con los fonemas o signos verbales que hemos aprendido

## El “ver como” de Wittgenstein y el reconocimiento de la imagen gráfica

al hablar. Cuando hablamos nos encontramos en posesión de un código lingüístico (lenguaje, dialecto), el cual nos permite comunicarnos entre los que lo compartimos. Escribir las palabras, adquiere un carácter representativo y evocativo, el cual permite que el discurso pueda ser “pronunciado” cuantas veces sea leído, pero para que ello ocurra, el lector debe conocer tanto el código lingüístico, así como el código escrito. Por ello la lectura es el desciframiento del código de un código.

Aunque la lectura de textos lingüísticos es la manera de interpretación de signos (proceso semiótico-hermenéutico) más aceptada, no es la única. También interpretamos los gestos o movimientos kinésicos, a pesar de que no existe un código tan definido como el lingüístico, pero si hay una serie de convenciones establecidas que pueden significar alegría, respeto o disgusto. Y además también interpretamos los signos visuales, basándonos en códigos de representación y de reconocimiento.

Por ello es posible decir que las imágenes gráficas se leen, pero basándonos en el entendido de que todo acto de lectura es una interpretación que se realiza cuando se está en posesión de un código, no en el sentido común de leer como la traducción de signos lingüísticos escritos a signos lingüísticos verbales. Leer más que una traducción implica una interpretación, y en esta última entran en juego la experiencia y con ella el contexto y la cultura. Entonces cuando se mira una imagen gráfica, además de verla, se interpreta como algo específico.

## 2.4 Cómo vemos, la imagen gráfica

Actualmente las imágenes gráficas han cobrado una notoriedad inmensa, hacia donde posemos la mirada seguramente encontraremos imágenes, este fenómeno ya era digno de atención desde hace medio siglo: “Nunca se ha dado antes una época como la nuestra, en que la imagen visual fuera tan barata, en todos los sentidos de la palabra. Nos rodean y asaltan cárteles y anuncios, comics e ilustraciones de revista. Vemos aspectos de la realidad representados en la pantalla de televisión y en el cine, en sellos de correos y en latas de conservas” (Gombrich, 1959: 22). Habría que agregar los nuevos medios como sitios de internet, redes sociales y contenidos digitales en general.

Además de ello la imagen gráfica ha cobrado un estatuto muy importante debido a que las imágenes poseen un valor cognitivo, en algunos casos laureado y en otros repudiado. Este último se debe a que se considera que las imágenes por ser concretas no permiten acceder al “verdadero conocimiento” que es la capacidad de abstracción que poseen las palabras, al enunciar conceptos. Contrario a ello Pérez Carreño dice que “la imagen puede representar conceptos y de hecho se interpreta mediante conceptos...la imagen pictórica representa un mundo (de objetos singulares) según una ley de la forma” (1988: 26)

Por su parte Peirce plantea a la semiótica como una ciencia del conocer, por ello su obra es considerada como lógico-semiótica, ya que abre la noción de signo más allá de las fronteras lingüísticas. Peirce afirma que conocemos nuestra realidad por medio de signos “...los símbolos son la urdimbre y la trama de toda investigación y de todo pensamiento, y que la vida del pensamiento y de la ciencia es la vida inherente a los símbolos; por lo tanto, no es acertado afirmar solamente que el lenguaje es *importante* para el buen pensamiento, porque es parte de su misma esencia” (1974: §2.220).

## El “ver como” de Wittgenstein y el reconocimiento de la imagen gráfica

Si hacemos una paráfrasis de Wittgenstein, ¿lo que fuera realmente importante de la imagen podría ser dicho claramente? Ya que si “el lenguaje compartía la forma lógica del mundo, cualquier representación debía ser traducible a él” (Pérez C., 1988: 70). Pero, Pérez Carreño dice que “si los límites del mundo son ampliables mediante nuevas representaciones, los iconos son el modo fundamental de ampliación del conocimiento de lo real, por dos razones.” Primero porque se infiere por semejanza, precede a la convención simbólica. “En este sentido el icono es la forma de mediación prelingüística” Y segundo porque “construye un objeto que no es accesible desde otros modos de representación. La representación de la cualidad en cuanto tal, en la medida en que esto sea posible, sólo puede hacerse mediante hipoiconos” (1988: 71).

En el apartado anterior se comentó que las imágenes gráficas se leen, porque en ellas hay una intencionalidad que está sujeta a la interpretación del espectador. Las imágenes gráficas deben referir a formas que se puedan reconocer en el objeto representado, como el caso de la cabeza pato-conejo, estos aspectos hacen reconocible las formas de un pato y de un conejo (Cfr. 1.4).

En la relación del sujeto con la imagen gráfica, “aparte de la capacidad perceptiva se movilizan en ella [la imagen] el saber, los afectos y las creencias, ampliamente modelados a su vez por la pertinencia a una región de la historia (a una clase social, a una época, a una cultura)” (Aumont, 1992: 81).

Berger pone en evidencia esto en su libro *Modos de ver*, al hacer un análisis de la imagen publicitaria y la injerencia de ésta en sus espectadores, y muestra el caso de la pintura al óleo como paradigma de la imagen publicitaria, ya que ambas usan el mismo discurso y con las mismas fórmulas. “Muchas pinturas al óleo eran simples demostraciones de lo que se podía comprar con oro o con dinero. Las mercancías se convirtieron en tema real de las obras de arte” (1974: 111). Esto es, que dichas pinturas eran un modo de ostentación para mostrar las

El “ver como” de Wittgenstein y el reconocimiento de la imagen gráfica

posiciones de la nueva clase burguesa. A diferencia de la realeza que sólo tenían que mostrarse en retratos (en ellos mismos radica su esencia), los burgueses tienen que mostrar lo que poseen (la esencia de éstos radica en lo que poseen). “Toda publicidad actúa sobre la ansiedad. Todo se cifra en el dinero, en hacer dinero para superar la ansiedad. La ansiedad básica con que juega la publicidad es el temor de que, al no tener nada, no eres nada” (1974: 158).

El ejemplo anterior es una muestra de cómo las imágenes, en este caso publicitarias, conllevan una intencionalidad e inciden en la vida cotidiana de sus receptores, pero no es una cuestión que surja desde sí, sino que se gesta en un contexto socio-cultural. Se trata de una retroalimentación de las creencias, de los afectos y de los saberes que poseen tanto el productor como el receptor. El contexto en el que operan dichas imágenes es el del consumismo como característica de la sociedad actual.

La incidencia de las imágenes gráficas sólo es considerada, por algunos, en la publicidad, pero no se puede reducir la producción de imágenes gráficas a la publicidad. Se podría suponer que ello se debe a que en la publicidad la intención es más clara y precisa: consumir. Pero justamente por la incidencia que puede tener una imagen, los diseñadores gráficos deberían considerar que además de construir en una imagen una manera de ver el mundo, esta imagen a su vez es reconstruida por la mirada de quien la percibe.

### 3.

## **El “ver como” y su relación con el re-conocimiento de las imágenes gráficas.**

Hasta aquí se ha visto qué es la noción “ver como” que propuso Wittgenstein, y algunos conceptos teóricos con los que se relaciona y distingue del ver como capacidad fisiológica. Hemos aludido a la producción de las imágenes gráficas, pero ahora nos vamos a centrar en su recepción. En esta acción se activa un proceso de reconocimiento.

El punto que se quiere destacar en este capítulo es que las imágenes gráficas por sí mismas son “pasivas”, pero al momento de que alguien las ve, se ejecuta una acción intelectual de reconocimiento, por ello podríamos decir que una imagen mirada deja de ser “pasiva” y se convierte en “activa”. El diseño gráfico se inserta en el ámbito de la comunicación. Habermas define a la comunicación como una acción de orden simbólico, bajo este entendido el diseño gráfico también es una acción simbólica. En dicha acción es tan importante el sujeto que produce las imágenes, como el que las recibe. Cabe destacar que “los sujetos que actúan

El “ver como” de Wittgenstein y el reconocimiento de la imagen gráfica

comunicativamente, en su posición de hablante y destinatario, se encuentran –en los papeles de primera y *segunda* persona- literalmente a la misma altura” (Habermas, 2001: 40).

A partir de este capítulo el enfoque será en la llamada por Habermas segunda persona o lo que Peirce define como el intérprete del signo (en este caso icónico), éste ejecuta una acción al estar frente a las imágenes gráficas: el reconocimiento. Más adelante veremos algunas posturas respecto a dicha acción. Además el “ver como” radica en que el observador según Wittgenstein reconozca cierto tipo de aspecto de organización en una imagen para que la interprete de una determinada manera. (Cfr. 1.4).

El re-conocimiento de las imágenes gráficas ha sido estudiado por ciertos tópicos teóricos que se ubican dentro de los corpus teóricos tanto de la semiótica, como de la hermenéutica, pero debido a que algunos están tan íntimamente vinculados se expondrán de manera conjunta para una exposición más enriquecedora.

### 3.1 Mimesis y analogía.

La mimesis es una noción que ha sido heredada desde la antigua Grecia. Aristóteles es quien la expone en la *Poética*, en ella se refería al arte como mimesis. La poesía es imitación de la vida, “así como muchos artistas por medio del color y la forma imitan objetos semejantes a los originales” (1980: 349).

Aristóteles sostiene que hay dos causas que dieron origen a la poesía y las dos son de naturaleza humana. La primera es que los niños tienen un instinto natural para la imitación, ésta es una característica que marca la diferencia entre el ser humano y el resto de los seres vivos, ya que somos lo más inclinados a la imitación. Los primeros conocimientos se adquieren por vía de la imitación y nos deleitamos con los productos de ella, muestra de ello es que “muchos de los objetos que en su estado natural no podemos contemplar sin disgusto, nos

El “ver como” de Wittgenstein y el reconocimiento de la imagen gráfica

producen deleite cuando los contemplamos representados artísticamente, sobre todo si la reproducción es perfecta; como por ejemplo, las formas de los animales más horrorosos y las de los cadáveres” (Aristóteles, 1980: 353). La razón por la que se es capaz de gozar de las representaciones es que al contemplarlas, se reconoce lo que se representa: “¡Sí, esto es así!” (Aristóteles, 1980: 354). En este punto cabe destacar que el aspecto al que refiere Aristóteles, es lo que la semiótica llama el aspecto icónico o figurativo de las imágenes. Él también habla de la posibilidad de que nunca se haya visto lo que se representa (el objeto original de la naturaleza) y dice que en este caso lo que causará deleite es el colorido o algo semejante y no la fiel imitación que se hace en la imagen, esto es lo que la semiótica llama el aspecto plástico o no figurativo de las imágenes. La segunda causa del origen de la poesía para Aristóteles es que tenemos una tendencia natural a imitar mediante la armonía y el ritmo.

Gadamer sostiene que “La alegría por la imitación es la alegría por el reconocimiento” (1992: 87). Lo que debe reconocerse en la imitación es aquello que se está representando, no el medio por el cual se representa, por ejemplo no hay nada más desmotivante y hasta cierto punto ofensivo para un niño disfrazado de conejo, que decirle ¡qué bien te ves Lalito disfrazado de conejo!, ya que él “es un conejo”. Lo que el niño quiere que reconozcan en él, es el conejo que está representando, no al niño que está tras el disfraz. De igual manera cuando se representa algo en una imagen gráfica lo que se pretende que se reconozca es aquello que refiere, no un papel, un lienzo, o una pantalla. “La esencia de la imitación consiste precisamente en ver en el que representa lo representado mismo [...] la no-distinción, la identificación, es el modo en que se realiza el *re*-conocimiento como reconocimiento de lo verdadero.[...] *re*-conocer significa reconocer algo como lo que ya se ha visto una vez” (Gadamer, 1992: 89).

La definición etimológica de imagen es: “imagen es tomado del latín *imago*, - inis, ‘representación, retrato’. *Imago* debió ser derivado de un verbo preliterario *imari*, cuyo frecuentativo *imitari* ‘reproducir, representar, imitar’ ” (Corominas y Pascual, 1980: 444). Aquí

El “ver como” de Wittgenstein y el reconocimiento de la imagen gráfica

se puede identificar que imagen en su raíz etimológica proviene de la imitación. Lo que reconocemos en las imágenes como imitaciones de la realidad es que ellas imitan justamente lo que las cosas son, no tanto cómo son. “Lo que se hace evidente en la imitación es, precisamente, la esencia más propia de la cosa” (Gadamer, 1992: 89).

Por ello sostiene Aristóteles respecto a la pintura que “si alguien de hecho cubriese una tela aunque fuera con los colores más bellos, pero sin un diseño preestablecido, no podría deleitar tanto como si diseñase en blanco solamente los contornos de la figura” (1980: 361). En el contorno de la figura, por ejemplo de un caballo, es posible reconocer a un caballo aunque no sea más que la silueta de dicho animal. Esto nos habla de un grado de iconicidad muy básico, sobre este asunto se volverá más adelante (veáse p. 48), que permite a través de unos cuantos rasgos reconocer a un caballo y por ello, según Aristóteles el deleite de la mimesis radica en lo figurativo de la imagen.

Platón en la *República* introduce la comparación entre una pintura y la imagen del espejo, “pocas discusiones han tenido más influencia en la historia de la representación” (Gombrich, 1959: 97), dicha cuestión considera al arte como “imitación de la naturaleza”. Es conocido el ejemplo que expone Platón al hacer una comparación del carpintero con el pintor, recordemos que para él las formas verdaderas o *eidos* son las ideas y los objetos materiales sólo son una copia imperfecta de aquellas. El carpintero que hace una cama traduce en materia el concepto o idea de “cama”, pero el pintor que representa una cama copia la apariencia de la cama que hace el carpintero, esto es, sólo la hace de “una cama en particular”, entonces el pintor estará doblemente lejos de la idea “cama”. Este orden de imitaciones de primero y segundo grado, en algunos casos se ha revertido actualmente, tal es el caso, por ejemplo, de los catálogos de camas, de alguna manera la cama material se hará tomando como base la ilustración, otro ejemplo es cuando una cama material puesta en un aparador se convertirá en un signo del objeto cama, ya que es una representación (Cfr. Gombrich, 1959: 97-99). En un subcapítulo

El “ver como” de Wittgenstein y el reconocimiento de la imagen gráfica

anterior se había enfatizado en la importancia de la visión para los griegos (Véase 1.2), por ello buscaban no sólo representar, sino hasta cierto punto recordar los acontecimientos, entonces sus pinturas tenían que ser lo más parecidas posibles a “su realidad”, en el sentido de que sus obras tanto escultura como pintura eran sobre todo representaciones mitológicas y heroicas.

Sin embargo la importancia de la mimesis se ha modificado, Gadamer comenta al respecto “el concepto de mimesis no parece ser suficiente para la Modernidad. Una mirada a la historia de la formación de las teorías estéticas enseña que, en el siglo XVIII, consiguió imponerse sobre el concepto de imitación otro concepto nuevo y diferente: el de expresión” (1992: 83).

A grandes rasgos, la mimesis es “imitación de la naturaleza”, pero la analogía es parecido. El punto en el que confluyen mimesis y analogía es en que son dos tipos de semejanza. Según el diccionario de filosofía de Abbagnano (1961: 66), el término de analogía tiene dos significados fundamentales: 1) el sentido propio y restringido, requerido por el uso matemático (para el que vale proporción) de igualdad de relaciones; 2) El sentido de extensión probable del conocimiento mediante el uso de semejanzas genéricas que se puede aducir entre diferentes situaciones. Si algo se parece a algo que conozco, lo reconozco y lo “veo como” aquello que conozco.

Roland Barthes sostiene que la imagen fotográfica es analógica, “entre el objeto y su imagen no es en absoluto necesario disponer de un ‘relevo’, es decir, de un código. Claro que la imagen no es real, pero, al menos, es el *analogon* perfecto de la realidad [...] el particular estatuto de la imagen fotográfica: *es un mensaje sin código*” (1982: 13). A diferencia de otras artes “imitativas”, como el dibujo, la pintura, el cine o el teatro, las cuales conllevan dos tipos de mensajes, el denotativo y el connotativo, “la fotografía sería la única estructura que estaría exclusivamente constituida y colmada por un mensaje ‘denotado’, que la llenaría por completo” (Barthes, 1982: 14).

El “ver como” de Wittgenstein y el reconocimiento de la imagen gráfica

Entonces para Barthes la fotografía sólo refiere y lo hace de una manera “casi natural”. La connotación en la fotografía sólo es posible en los niveles de producción, tales como el encuadre, algún tratamiento técnico o la elección del tema u objetivo (Cfr. 1982: 16). Pero éstos son “posteriores” a la imagen fotográfica. Para Barthes, la imagen fotográfica no tendría una naturaleza icónica, sino más bien indéxica, ya que el objeto es el que “motiva” la imagen por medio de sus cualidades ópticas y físicas. La fotografía como técnica es la impresión de haces de luz que se impregnan en una película, pero dichos haces son emitidos por la superficie que refleja el objeto, no dependen del instrumento fotográfico, aunque habría que matizar este punto, ya que la cámara tiene dos mecanismos que permiten la entrada de la luz: el diafragma y el obturador, los cuales regulan la cantidad de luz que entra al cuerpo o “caja oscura” de la cámara. Entonces los haces de luz reflejados por el objeto no se impregnan en la película “naturalmente”, sino de una manera controlada por el fotógrafo. Esto es en cuanto a las propiedades técnicas de la imagen fotográfica, pero además el fotógrafo hace una selección con el encuadre, y nuevamente estamos hablando de “un punto de vista”, el cual disecciona la realidad y nos muestra lo que el fotógrafo quiere que veamos de ella.

Para Christian Metz al incursionar las imágenes en el campo semiótico tienen que acentuar qué es lo que las distingue como signo de los demás objetos significantes, esto es, su estatuto analógico. “La imagen de un gato se asemeja a un gato, mientras que el segmento fónico /gato/ (o el segmento escrito “gato”) no se le asemeja” (1972: 9). Pero esto no quiere decir que lengua e imagen se contraponen, más bien la semiología de la imagen “se hará *al lado* de los objetos lingüísticos” (Metz, 1974: 11). Dice que se trata de circunstanciar y relativizar la noción de analogía, más que de rechazarla. Lo que si rechazan, los semiólogos de la imagen, es considerar una semejanza natural, más bien ellos se refieren a una semejanza codificada, “ya que ella recurre al juicio de semejanza” (Metz, 1974: 12), entonces lo analógico de la imagen se constituirá con base en dicho juicio, y ello conlleva que no todos las personas juzgan de la

El “ver como” de Wittgenstein y el reconocimiento de la imagen gráfica

misma manera la semejanza de una imagen. La semejanza se juzga de acuerdo al tipo de aspecto que organizamos y reconocemos en las imágenes, como diría Wittgenstein.

Metz expone diez proposiciones respecto al análisis semiótico de las imágenes:

1 El mensaje visual puede ser analógico como en el caso de los iconos visuales, pero también no-analógico como en el caso de las imágenes no-figurativas.

2 Lo analógico en una imagen puede variar cuantitativamente, se trata de la noción de A. Moles “grados de iconicidad”, la cual según depende de la esquematización que se haga de la imagen, así la fotografía de un perro tendrá un grado mayor de iconicidad, que la silueta en blanco y negro del mismo.

3 Lo analógico de una imagen también puede variar cualitativamente, ya que como se había mencionado antes la semejanza está sujeta a un juicio determinado por la cultura.

4 El mensaje visual, aunque presente un grado muy alto de iconicidad, puede incluir relaciones lógicas no-icónicas, algunas de ellas arbitrarias y entonces hay sistemas en la semejanza.

5 Muchos mensajes considerados como “visuales”, son textos mixtos, tales como el cine sonoro, los cómics, etc. Están compuestos por iconos, pero también por sonidos (música, diálogos hablados) y por signos lingüísticos. Las imágenes propias del diseño gráfico, logotipos, carteles, portadas, etc. Son en este sentido, textos mixtos, por ello se refiere a la imagen gráfica como discurso, más que como signo.

6 Muchos mensajes que no son mixtos, en el sentido anterior, son mixtos estructuralmente, porque la imagen es informada no sólo por sistemas icónicos, sino también por mensajes no visuales, son connotados.

7 Oponer lo “visual” y lo “verbal” es simplista, ya que entre ellos hay campos de intersección, además de que las significaciones no son, en principio, ni visuales ni lingüísticas.

El “ver como” de Wittgenstein y el reconocimiento de la imagen gráfica

8 En los estudios icónicos se recurre a nociones como la significación, la información y la comunicación, pero no debe confundirse con nociones propias de la lingüística, sino más bien de la semiología.

9 Reflexionar acerca de la imagen es producir palabras, no imágenes. Esto es un fenómeno llamado metalenguaje, en el cual la lengua opera como metalenguaje de otros lenguajes-objeto. La semiología visual no es una actividad visual.

10 Por todo lo anterior, la analogía icónica sólo puede representar un punto de partida para reflexionar acerca de la imagen. Pero, dice Metz, que el trabajo del semiólogo puede comenzar más allá de la analogía, esto es, considerar los códigos que se agregan a la analogía y dan cuenta de ella (Cfr. Metz, 1974: 18-21).

Entonces para Metz, las imágenes gráficas poseen un estatuto analógico, pero éste se basa en un juicio de semejanza, en el cual intervienen tanto las competencias culturales del productor, como del receptor. Por ello el reconocimiento que haga un receptor de una imagen gráfica radicaría en compartir el mismo juicio de semejanza con el productor.

De acuerdo con la definición de Peirce de los signos icónicos, reconocemos en ellos lo que representan porque se “parecen” al objeto que representan. Pero Eco dice que “los signos icónicos reproducen algunas condiciones de la percepción del objeto una vez seleccionadas por medio de códigos de reconocimiento y anotadas a través de convenciones gráficas” (1968: 225), entonces para reconocer el objeto representado por medio de un signo icónico, no lo hacemos por relaciones analógicas, sino que nos basamos en un código y en las convenciones de representación establecidas por una determinada cultura.

Klinkenberg propone reformular la relación de motivación, entre los signos icónicos y su referente, de la siguiente manera: 1) en relación con el referente, un *stimulus* puede llamarse motivado cuando es posible aplicarle transformaciones que permitan restituir la estructura del

El “ver como” de Wittgenstein y el reconocimiento de la imagen gráfica

referente; 2) en relación con el significado, un *stimulus* puede ser motivado cuando está cognitivamente conforme a ese significante, del que autoriza el reconocimiento (Cfr. 2003: 24).

Para el Groupe  $\mu$  los mensajes icónicos son una selección con relación a lo percibido, no una copia de lo real, dicha selección de una manera generalizadora tiende a *tipos* “cuya extensión puede hacerse cada vez más grande, a medida que su comprensión se debilita” (1992: 21) “Los tipos son formas, en el sentido Hjelmsleviano del significado lingüístico; no se trata de realidades empíricas brutas, anteriores a toda estructuración: son modelos teóricos” (1992: 85).

Las unidades visuales, ya sean icónicas (figurativas) o plásticas (no-figurativas), según el Groupe  $\mu$ , son reconocibles:

- 1) por sus caracteres globales, es decir, por su contorno, su coloración media, su textura;
- 2) por las relaciones posicionales que tiene con las unidades del mismo nivel;
- 3) por sus relaciones posicionales con la unidad que la engloba;
- 4) por sus relaciones con las unidades en cuales se descompone (y que, por lo tanto, engloba);
- 5) por las unidades que le han precedido en el tiempo y/o en la misma porción de espacio”

(1992: 94).

Para el Groupe  $\mu$ , la semiótica de la imagen se tratará más que de estudiar signos visuales (icónicos y plásticos), de estudiar mensajes y ello conlleva extender las imágenes gráficas a textos. La analogía va de la mano de lo icónico, pero no todas las imágenes gráficas son icónicas, también las hay simbólicas como el caso de la paloma blanca para simbolizar el concepto paz. Sin embargo la analogía constituye uno de los mecanismos por medio del cual se reconoce lo que representa una imagen gráfica, esto es que se hacen relaciones analógicas entre lo que está representado y lo que se conoce. Este proceso es lo que permite reconocer o ver una imagen gráfica “como” algo.

### 3.2 Texto e intertexto

El signo es el elemento constitutivo de cualquier lenguaje, sin embargo es en el texto donde se reconoce la unidad de la comunicación, “en un juego de actos de comunicación [como en el caso de la comunicación gráfica], los emisores y los destinatarios no producen palabras o frases (o no reciben e interpretan signos), sino textos” (Vilchez, 1991: 131).

Para abordar al texto se debe considerar desde la óptica del análisis del discurso en general, para después aplicar la noción de texto a la imagen gráfica. Paul Ricoeur sostiene que el texto es una unidad discursiva mayor que la oración. (Cfr., 2002: 16) Asimismo Ducrot y Todorov dicen que “*el texto puede coincidir con una frase o con un libro entero; se define por su autonomía y por su clausura.*” (1981: 337) Para Helena Beristáin, desde la teoría de la información, el texto es la unidad básica cultural (1998: 499), ya que “la relación entre los rasgos textuales y los extratextuales se detecta al identificar la ideología de la clase social y del grupo intelectual al que pertenece el autor.” Y además, dicha relación se establece al identificar su contorno histórico/cultural. (1998: 269)

Desde el momento en que la cultura se apodera de la imagen “ya se halla presente en la mente del creador de imágenes, el texto icónico el cual, como todos los demás textos, se ofrece a los efectos de la figura y del discurso” (Metz, 1972: 13).

Lotman aplica la noción de texto al arte. Para él, el arte constituye un lenguaje y una obra de arte en particular, un texto. “El texto resulta ser un punto donde se intersectan varios códigos culturales o sistemas que configuran una compleja red de relaciones intertextuales” (Beristáin, 1998: 491). Para Lotman, la lectura de una obra de arte produce, por un lado, la comprensión de un contenido y por otro, la experiencia del placer estético. (1998: 492)

Wittgenstein consideraba a la proposición como el elemento fundamental del lenguaje, no a las palabras. Él decía que las proposiciones figuran hechos, no cosas; en este punto

El “ver como” de Wittgenstein y el reconocimiento de la imagen gráfica

podríamos equiparar a la proposición con el texto. Además para Wittgenstein, la traducción de un idioma a otro, no implica traducir palabra por palabra, sino proposiciones, las cuales comunican hechos o ideas “completas”. De la misma manera el texto es el que permite la interpretación, no los signos. Cabe recordar que para Wittgenstein las palabras refieren sólo a objetos, no a ideas.

Por ello las imágenes gráficas más que signos, son textos, ya que ellas enuncian una proposición. Este punto de considerar a la imagen gráfica como texto es especialmente pertinente en el diseño gráfico, ya que todo producto de él tiene como finalidad comunicar una idea. Lotman dice que “el mínimo generador textual operante no es un texto asilado, sino un texto en un contexto, un texto en interacción con otros textos y con el medio semiótico” (1996: 90). Por ello los textos no se encuentran de una manera aislada, sino que están articulados en el discurso con otros textos, dicha articulación se denomina intertextualidad, ésta interviene en la recepción y en el reconocimiento de las imágenes gráficas.

Lo intertextual es “una red de relaciones entre el texto en cuestión y otros textos consciente o inconscientemente evocados [...] que se hacen presentes en el texto como elementos –reelaborados- de los que éste se nutre.” (Beristáin, 1998: 491)

Para Ricoeur, “la puesta a distancia del autor por su propio texto es ya un fenómeno de primera lectura.” (2002: 131) Entonces el diseñador gráfico como creador de imágenes (de textos) es el primero que realiza una lectura de ellas.

Greimas y Ruprecht son quienes atribuyen a Bajtín el concepto de intertextualidad, el cual tiene su antecedente en la teoría de las influencias. (Beristáin, 1998: 269-270) Aunque Bajtín no dio el nombre de intertextualidad, ésta se desprende de la noción de principio dialógico que rige la definición del enunciado expuesta por él. Bajtín desarrolló una teoría del discurso en la cual postula tanto al hablante, como al oyente como dos actores activos en la comunicación, y dice que considerar que sólo el hablante es activo en la comunicación

El “ver como” de Wittgenstein y el reconocimiento de la imagen gráfica

constituye una ficción científica. “Toda comprensión de un discurso vivo, de un enunciado viviente, tiene un carácter de respuesta [...] el oyente se convierte en hablante” (1979: 257). El carácter enunciativo del discurso es claramente identificado en el diálogo, en él, el discurso se sostiene por oraciones o por palabras que comunican ideas, por ello para Bajtín el enunciado es la unidad comunicativa, no la oración (Cfr., 1979: 258-267).

Gérard Genette, quien ha sido considerado por Beristáin como el autor que expone de una manera más vasta la noción de intertextualidad, en su libro *Palimpsestes (Palimpsestos)*, considera a la intertextualidad como uno de los cinco tipos de relaciones de transtextualidad o trascendencia textual del texto. Y la define como “una relación de copresencia entre dos o más textos [...] o la presencia efectiva de un texto en otro” (1982: 8). En dicho libro, sostiene que la forma más explícita y literal de la intertextualidad es la citación, y que otra forma menos explícita y menos literal es la alusión. Por ello dice Beristáin que un texto puede considerarse como un *collage* de otros textos, ya que en él se evocan temas, expresiones y rasgos característicos de una época, una lengua, un género, etc. (Cfr, 1998: 269)

En el texto intervienen una absorción y transformación de diversos textos, esto es la intertextualidad. En el reconocimiento de las imágenes gráficas intervienen las experiencias del espectador para que las vea de una determinada manera, su percepción va en relación con sus experiencias previas, con los textos que él posee. “Para M. Arrivé, el intertexto es el ‘lugar donde se manifiesta –y se capta- el contenido de la connotación...’ Lo que significa que un elemento intertextual siempre es connotativo [...] El intertexto puede aparecer bajo diversas formas, además de la cita, por ejemplo como alusión, pastiche, imitación, parodia, etc” (Beristáin, 1998: 270)

Vilchez en su libro *La lectura de la imagen*, quien asume así que la imagen es un texto visual que posee un significante o plano de la expresión visual y un significado o plano del contenido visual, y que ambos confluyen para construir un significado sintético que, según él, se

El “ver como” de Wittgenstein y el reconocimiento de la imagen gráfica

podría denominar como el significado de la imagen. “Las isotopías del contenido pueden ser definidas en términos de reglas retoricosemánticas de representación. Podemos distinguir tres reglas de coherencia textual [en las imágenes gráficas]:

*Primera regla: Supresión.* Una fotografía es un fragmento de fragmento.

*Segunda regla: Adjunción.* Se obliga a redimensionar su competencia y abducir un nuevo significado de la fotografía, por ejemplo: foto de campesina con fusil

*Tercera regla: Adjunción-Supresión, o regla de construcción.* –diríamos que es el “tema de la imagen” (Vilchez, 1991: 65-66).

La función semiótica del texto visual, existe cuando los funtuivos: expresión y contenido se relacionan recíprocamente y además se relacionan intertextualmente con otros textos de función semiótica. De acuerdo con lo anterior, “todo texto visual [...] es siempre un resultado provisional, una *congelación* de significación realizada por un lector o interprete.” (Vilchez, 1991: 61)

El texto puede ser estudiado como un conjunto de procedimientos que determinan un continuo discursivo, es decir, como una representación semanticosintáctica. A esto dice Vilchez que “el verdadero contenido de una fotografía es, por tanto, su relación con una expresión icónica (colores, formas) y plástica (espacios y dimensiones) y no con el objeto-causa-real de la fotografía” (1991: 20).

En el juego textual intervienen tres componentes, al igual que en el signo:

- 1- La manipulación de las formas y técnicas, realizadas por un autor
- 2- La puesta en escena de un producto considerado complejo, que constituye propiamente el texto,
- 3- La recepción activa, a lo que Vilchez llama *Lector modelo* (1991: 9-10).

En las imágenes gráficas interviene la imagen del lector, la interpretación que él hace de ellas, por ello es más pertinente referirnos a las imágenes como textos culturales con un

El “ver como” de Wittgenstein y el reconocimiento de la imagen gráfica

contenido real o posible. Ricoeur se refiere a la lectura como parte del texto, no ajena a él “la lectura es posible porque el texto no está cerrado en sí mismo, sino abierto hacia otra cosa; leer es, en toda hipótesis, articular un discurso nuevo al discurso del texto.” (2002: 140)

En específico, desde la lectura de la imagen “un texto puede describirse como una unidad sintáctico/semántico/pragmática que viene interpretada en el acto comunicativo mediante la competencia del destinatario” (Vilchez, 1991:35).

Por ello en la imagen gráfica, considerada como texto, interviene la competencia del lector, quien realizará una lectura, y en esta lectura involucrará “sus textos”, entonces la interpretación de la imagen es una interpretación, no sólo textual, sino intertextual.

### 3.3 Código y contexto.

El código es lo que siempre estará de fondo en un reconocimiento, inclusive es una condición necesaria para ello, así como también para ver una imagen gráfica “como”. En el lenguaje verbal/escrito es muy evidente el uso de códigos, cada idioma, lengua o dialecto es un código. Una característica del código es que se basa en acuerdos previamente establecidos, esto es, convenciones sociales ubicadas en un determinado contexto.

Jakobson fue quien introdujo la noción de código en la semiótica, “no sólo se denomina código lingüístico al sistema de la lengua, sino también se aplica a los sistemas de los signos propios del cine, la pintura, la escultura, la arquitectura, la publicidad, etc.” (Beristáin, 1998: 92). Un código es un sistema que histórica y geográficamente pertenece a una cultura y se basa en convenciones que funcionan como repertorios de unidades establecidas y como conjuntos de normas constitutivas. El antecedente más antiguo del código es en el campo del derecho, donde se entiende como un sistema de normas (Cfr. *Ibidem*: 92-93). “En el esquema de Jakobson, el código es un factor de la comunicación necesario para la producción y la

El “ver como” de Wittgenstein y el reconocimiento de la imagen gráfica

interpretación del mensaje. En este sentido, la dicotomía saussuriana *lengua-habla* se refleja, en términos de la teoría de la comunicación, en la pareja *código-mensaje* (Marchese y Forradellas, 2000: 57). De esta manera se subsume la significación a la teoría de la comunicación, no como exclusiva de la lingüística, ya que la significación conlleva una decodificación de algo previamente codificado, y para que se realice la comunicación de una manera efectiva deben estar en posesión del mismo código, tanto el codificador (productor de textos), como el decodificador (interprete de textos). “Codificación y decodificación se corresponden con los procedimientos de producción y de interpretación de los enunciados” (*Ídem*).

Mientras que en el lenguaje verbal/escrito el código se manifiesta subyacentemente en el uso de los signos (símbolos lingüísticos), en el caso del lenguaje visual usamos los signos gráficos (icónicos o plásticos) sin considerar que se requiera del código. Al igual que en el lenguaje verbal/escrito está implícito el código, sin embargo es común dejarse llevar por el supuesto de que son mensajes sin código, como decía Barthes en específico de la fotografía. (Cfr. 1982: 13)

Metz postula que “no porque un mensaje sea visual, lo son todos sus códigos y no por manifestarse en mensajes visuales deja un código de manifestarse de otros modos. Además un código (incluso el visual) nunca es visible, ya que consiste en una red de relaciones lógicas” (1972: 14-15).

En el subcapítulo 3.1, se revisaron algunas posturas respecto a la “naturalidad” o “convencionalidad” de las imágenes. De alguna manera podríamos decir que la naturalidad de las imágenes se ubica en el plano de la denotación, pero las imágenes representadas y en particular la imagen gráfica siempre rebasa la pura denotación del signo y conlleva una connotación (el significado denotado se convierte en significante de otro significado) implícita en ella, por ello se aproxima a la noción de texto (como se vio en el subcapítulo anterior).

## El “ver como” de Wittgenstein y el reconocimiento de la imagen gráfica

Si bien es cierto que las imágenes gráficas antes que otra cosa muestran, también es cierto que su significado no radica solamente en lo que muestran, sino también en lo que refieren y esta referencia siempre será mediada tanto por el productor como por el receptor de las imágenes. La referencia no es con un objeto, sino con una proposición (en el sentido de Wittgenstein), o un tipo (en el sentido del Groupe  $\mu$ ).

Como se había visto en el capítulo dos, ver no es sinónimo de mirar, aunque las imágenes dependen de ser vistas, implican no un mero ver, sino un ver de cierta manera, un punto de vista, en otras palabras. En “nuestro” punto de vista implicamos y volcamos nuestra experiencia, que a su vez está determinada por nuestro contexto particular. Wittgenstein se refiere al “ver como” como una mirada, nuestra mirada puede ser única, pero no podemos construir “nuestros” objetos que vemos. Esto es que cuando reconocemos algo en una imagen, es porque hacemos una selección, pero en ésta juega un papel muy importante el código y el contexto en que el que estamos inmersos.

Por ello Lizarazo dice que: “La mirada se construye históricamente y las formas de ver son *prácticas sociales*” (2004b: 55). Dichas formas de ver es el código que interviene para reconocer uno u otro referente en una imagen gráfica, en palabras de Wittgenstein, un “ver como”.

Respecto a la convencionalidad de las imágenes, esto es que el reconocimiento se basa en un código, Eco dice que “los signos icónicos reproducen algunas condiciones de la percepción del objeto una vez seleccionadas por medio de códigos de reconocimiento y anotadas a través de convenciones gráficas” (1968: 255), ya que nos basamos en códigos de reconocimiento para percibir las imágenes de los objetos.

Para Eco, los códigos icónicos son códigos débiles y su fundamento es “digital”, cualquier imagen icónica puede ser analizada y producida digitalmente. Esto equivale a demostrar que son convencionales, pero sus significados son contextuales. Un código iconográfico codifica

El “ver como” de Wittgenstein y el reconocimiento de la imagen gráfica

algunas condiciones de reconocimiento. En la definición de códigos icónicos, “los signos icónicos son semas, es decir, unidades de unidades complejas de significado, que posteriormente pueden ser analizadas en signos precisos pero muy difícilmente en figuras” (Eco, 1968: 267). Siguiendo a Prieto, quien da al signo icónico una entidad de enunciado, es decir, el signo icónico de una “flor”, es traducido verbalmente como flor de tal especie (clavel), de un determinado color (rojo), marchita, etc., “...no se puede hablar de ‘código icónico’ en general, sino de *muchos* códigos icónicos.” Los códigos icónicos se reestructuran de mensaje en mensaje, por ello “...la imposibilidad de reconocerlos y de describirlos no es teórica sino práctica” (Eco, 1968: 268-269).

Para Eco los fenómenos como la reproductibilidad y la motivación son modos de producción (Cfr. 1976: 284) que intervienen en como considerar las funciones de los signos. Esta oposición tiene correspondencia con tres oposiciones:

- 1) arbitrario como opuesto a motivado,
- 2) convencional como opuesto a natural, y
- 3) digital como opuesto a analógico.

De alguna manera se puede seguir hablando de semejanza respecto a signos icónicos pero ésta tiene su base en la convencionalidad, no en lo natural como se pretendía en algún tiempo, “si se quiere hablar de semejanza en la semiótica, ésta se debe estudiar como una correspondencia no entre un objeto real y una imagen sino entre el contenido cultural del objeto y la imagen. Y ese contenido es el resultado de una convención cultural” (Vilchez, 1991: 19).

Cuando vemos las imágenes, aprendemos a reconocer qué es lo que se muestra, ya que nuestra mirada es un ver aprendido, no natural. Por ello “aprendemos a leer las imágenes con base en criterios y claves de interpretación que bien podemos llamar *códigos visuales*, y que, por lo tanto no son universales ni atemporales” (Lizarazo, 2004b: 56).

## El “ver como” de Wittgenstein y el reconocimiento de la imagen gráfica

La evidencia y pertinencia del código se ubica en lo que la semiótica denomina la dimensión pragmática. Según Charles Morris, en la semiosis (condición de que algo funciona como signo) confluyen tres relaciones o dimensiones: la semántica es la dimensión donde se relacionan los objetos con el designatum; la sintáctica es la dimensión donde se relacionan los signos entre si; y por último la pragmática que es la dimensión donde se relacionan los signos con el intérprete. Morris sostiene que las primeras dos dimensiones dependen del uso y costumbre, mientras que la pragmática depende de factores psicológicos, sociológicos y hasta biológicos (Cfr. 1938: 14-47). En otras palabras es en la dimensión pragmática donde se ponen en uso los signos, en el caso del diseño gráfico los signos icónicos y plásticos, es en esta dimensión donde se activa el código.

Comúnmente se habla de referentes de los signos, pero los referentes no son necesariamente naturales, además de que siempre interviene una delimitación o marco de referencia, por ello Prieto sostiene que: “un mensaje es referencial si y sólo si aparece inserto en un marco de referencia, previamente conocido, vivido y valorado [además] la relación mensaje, referente y marco de referencia es dinámica... a mayor contradicción entre mensaje y marco de referencia menos posibilidad de comunicación” (1994: 29-30). Lo que Prieto define como marco de referencia es lo que la hermenéutica llama horizonte de comprensión, ya que “los participantes en un diálogo, incluso cuando tienen que desarrollar todavía un lenguaje en común, se mueven dentro del horizonte de una comprensión de fondo ya compartida [código]” (Habermas, 2001:81).

Por ello Vilchez sostiene que: “una teoría de la imagen se puede delimitar en términos de una textualidad, es decir, como una comunicación que se articula más allá de la manifestación de códigos (específicos o no) y que depende de su actualización discursiva de una interacción que se juega entre emisor y destinatario. A partir de aquí, el discurso de la imagen

El “ver como” de Wittgenstein y el reconocimiento de la imagen gráfica

funciona como una negociación pragmática. .. Se trata del ajuste de un convenio entre dos interlocutores” (1991: 95).

Toda imagen se halla en un contexto y el lector recurre a él a través de presuposiciones. Estas presuposiciones se llaman pragmáticas y delimitan los criterios de las reglas que se van a aplicar para realizar una interpretación:

- a) El primer criterio es *referencial*: el lector tiene un modelo ideal de los objetos, personas o hechos representados que confronta con la representación icónica del texto visual propuesto.
- b) El segundo criterio es *intertextual*: el lector no tiene conocimiento del tipo de proposición que se le propone a través de la representación fotográfica y debe buscar una clave interpretativa (Cfr.Vilchez, 1991: 69).

En el reconocimiento de las imágenes gráficas interviene una negociación pragmática. Diego Lizarazo la denomina contrato icónico. “El contrato icónico es un acuerdo social que define el encuentro entre un observador y un texto icónico. Un sistema de reglas culturales que abordan las relaciones imaginales, un convenio social que establece los vínculos icónicos y condiciona la experiencia de las imágenes [...] el contrato condiciona el encuentro, pero no es el encuentro” (2004b: 229).

El lector de la imagen posee una memoria icónica, es como una especie de archivo de imágenes que ha ido coleccionando a lo largo de su vida, una tipoteca o archivo de tipos, en el sentido del Groupe  $\mu$ , en correspondencia con el imaginario propio del contexto en que se ubica. “No podemos hablar de imágenes más que en la medida en que son vistas y referidas por los seres humanos en sus diversas condiciones humanas, esto indica que la imagen es en realidad un vínculo: una relación indisoluble entre la mirada y lo mirado” (Lizarazo, 2004b: 224).

Como se mencionó previamente, en el mensaje interviene tanto la competencia del codificador, en este caso el diseñador gráfico (como generador de discursos visuales), como la del decodificador (receptor de imágenes gráficas). Para que un texto sea coherente y pueda

El “ver como” de Wittgenstein y el reconocimiento de la imagen gráfica

estar sujeto a la interpretación, el codificador-diseñador debe compartir el código visual, tanto formal, como semánticamente con el decodificador-receptor. “El concepto de coherencia en el campo de la imagen tiene, además, dos ejes que forman parte de un modelo de análisis textual. La semántica referencial del lado del iconismo y el campo semántico o de la forma del significado (una teoría de los códigos). Por otro lado dicha noción no puede ser entendida sin la noción de competencia discursiva del lector de la imagen” (Vilchez, 1992: 34).

Por ello sostiene Lizarazo que “los límites textuales estarán definidos por las comunidades o sociedades de productores y lectores donde se *contextualizan*” (2004b: 66). Por lo tanto no es posible hablar de un código de reconocimiento visual, sino de muchos códigos, tantos como contextos existen. De la misma manera que la clasificación de la caja de herramientas dependerá del uso que hagamos de ella, el texto visual depende del contexto en el que se ubica y por ello el significado de las imágenes no es fijo, ni único; sino dinámico y múltiple.

### 3.4 Interpretación y significación

En la imagen gráfica interviene la interpretación en dos momentos, el primero es la interpretación que hace el diseñador gráfico de la “realidad”; y el segundo momento es en la llamada dimensión pragmática de la que se habló anteriormente. Hans-Georg Gadamer dice que “la tarea de la hermenéutica es tender un puente que salve las distancias históricas o humanas entre espíritu y espíritu [...] La hermenéutica es el arte de explicar y transmitir por el esfuerzo propio de la interpretación.” (1992: 57)

La interpretación tiene un referente en la hermenéutica como teoría y también etimológicamente: “El verbo *hermeneuin* significaba desde antiguo ‘expresar el pensamiento por medio de la palabra’ y también ‘interpretar’ y ‘traducir’. De ahí que *hermeneus* significara

El “ver como” de Wittgenstein y el reconocimiento de la imagen gráfica

‘interprete y *hermeneia*, ‘expresión’.” Hermes era el mensajero de los dioses y el dominador de la palabra (Castañares, 1994: 27).

En *Peri hermeneías*, también conocido como *De interpretatione*, Aristóteles dice que las expresiones lingüísticas son representaciones de las afecciones del alma, las cuales no son “naturales”, sino simbólicas, establecidas por convención y por ello sujetas a la interpretación (Cfr. Castañares, 1994: 27-28). La hermenéutica está ligada a las otras artes del lenguaje: lógica, retórica y dialéctica. “Si la retórica se ocupaba de la producción del discurso, la hermenéutica tenía como finalidad su interpretación.” (Castañares, 1994: 28)

Hasta el siglo XIX, la hermenéutica era una técnica al servicio de la correcta comprensión de textos religiosos, jurídicos y literarios. A Schleiermacher se debe la emancipación y sistematización de la hermenéutica moderna, basándose en el supuesto de que “todo discurso debe ser objeto de interpretación [...] Si desde una perspectiva la hermenéutica es el arte de comprender, desde otra, puede ser considerada como ‘el arte de evitar el malentendido’.” (Cit. en Castañares, 1994: 31) Esto conlleva a recorrer el camino de la comunicación a la inversa de cómo suele hacerse: desde la recepción a la emisión. Para Schleiermacher el principio que rige al acto interpretativo es que: “toda comprensión de lo individual está condicionada por una comprensión de la totalidad” (Cit. Castañares, 1994: 35).

La interpretación más que una explicación, es una comprensión. La naturaleza la explicamos, pero comprendemos la vida psíquica. Ricoeur sostiene que: “entiendo por comprensión la capacidad de continuar en uno mismo la labor de estructuración del texto, y por explicación la operación de segundo grado incorporada en esta comprensión y que consiste en la actualización de los códigos subyacentes en esta labor de estructuración que el lector acompaña” (1986: 35) Según Ricoeur, el debate entre explicar y comprender tiene su origen en la antigüedad y se refiere a la epistemología y la ontología. Para los hermeneutas románticos, el análisis estructural surgiría de la intención del autor, ajena al mensaje del texto. Comprender

El “ver como” de Wittgenstein y el reconocimiento de la imagen gráfica

sería establecer una comunicación, e incluso una comunión, entre el alma del lector y del autor, semejante a la que se establece en el diálogo cara a cara. “En la situación simple del dialogo, explicar y comprender casi coinciden.” (1986: 153)

La palabra “interpretación” es usada por Wittgenstein de dos maneras. Por una parte, una interpretación es un procedimiento particular mediante el cual establecemos de manera consciente ciertas asociaciones o correlaciones entre objetos, textos, etc., siendo éstas efectuadas desde un lenguaje dado. No es interpretación en este sentido lo que nosotros efectuamos cuando vemos y describimos lo que vemos, porque esta clase de interpretación que estamos considerando requiere un cierto esfuerzo, una cierta reflexión. Tomando en consideración las distinciones que se han introducido, se podría afirmar que “ver como” no es en este sentido interpretar lo que uno ve. Esta clase de ‘interpretación’ determina su uso de “ver como”, a saber, el uso que de algún modo está directamente conectado con los estados normales de percepción. En casos de esta clase, nosotros sí podemos decir que alguien ve algo de una determinada manera, por ejemplo, una puerta como una puerta y no como una tabla colocada entre dos muros. Hay empero otro uso de “interpretación”, que es el uso característico que de la experiencia se hace en estética, ética y ciencia. En ambos casos hay experiencia, digamos, visual, pero se trata de conceptos de experiencia distintos. (Cfr. Tomasini, 1994: 214-215)

Respecto a Peirce, Pérez Carreño sostiene que su semiótica es una teoría tanto de la representación como de la interpretación. “Como teoría de la representación introduce la posibilidad de ampliar los límites de nuestro mundo. Como teoría de la interpretación hace inteligible el mundo para nosotros. Representación e interpretación son pues dos caras de la misma moneda, puesto que representar es hacer algo ‘objeto de una interpretación’ ” (1988:48-49). Para Peirce todo pensamiento es un signo, lo que significa que el pensar es una tarea interpretativa, y que el pensamiento es básicamente un interpretante.

## El “ver como” de Wittgenstein y el reconocimiento de la imagen gráfica

El significado de una imagen gráfica radica en la actualización que se ejecuta al momento de la interpretación, de tal manera que la significación es una acción que realiza el intérprete. El significado depende del uso que se haga en el discurso, decía Wittgenstein. Y por ello las imágenes gráficas se ponen en uso con la actualización que hace el receptor de ellas. “La significación icónica se gesta en el *encuentro* entre un observador dispuesto y un objeto visual en condiciones físicas y sensibles adecuadas. Así, la iconización de la imagen es un acto de asignación de valores plásticos y significados a un *objeto-imagen* desde un *sujeto-imaginal*” (Lizarazo, 2004b: 228).

En Peirce el signo es una relación de tres componentes: representamen, objeto e intérprete. De la misma manera en los textos visuales la significación se cierra en la interpretación, en un “ver como”. “La imagen tiene significado porque hay personas que se preguntan sobre su significado. Una imagen [texto o signo visual] por sí no significa nada.” (Vilchez, 1992: 14)

Entonces, lo anterior nos permite hacer una paráfrasis de Wittgenstein: el significado no pertenece a la imagen gráfica, sino al contexto en que se ubica el receptor (Véase 1.4). De ahí que se vuelve necesaria la interpretación del receptor para poder significar a las imágenes gráficas.

4.

## Conclusiones

Debido a que en la recepción y reconocimiento de las imágenes gráficas, no sólo involucramos nuestro sentido de la vista como capacidad fisiológica, sino además entran en juego nuestra experiencia, nuestras creencias y nuestros juicios, el reconocimiento de las imágenes gráficas es cultural y contextual.

Las imágenes aparecen ante nuestros ojos y además conllevan una intencionalidad para que veamos en ellas y reconozcamos una “realidad”, más que ver las imágenes las miramos y el mirar implica un punto de vista. El punto de vista siempre conlleva una postura ideológica, es una manera de ver las cosas o los fenómenos que ocurren a nuestro alrededor. Este es el aspecto que Wittgenstein intentó destacar en la noción “ver como”. Esto es que además de ver lo que aparece ante nuestros ojos, lo percibimos e interpretamos como algo más que lo que vemos a simple vista.

La interpretación juega un papel muy importante en la recepción de las imágenes para que las reconozcamos como algo específico y determinado. Así como la caja de herramientas la podemos organizar de distintas maneras dependiendo el uso que hagamos de ellas, de la misma

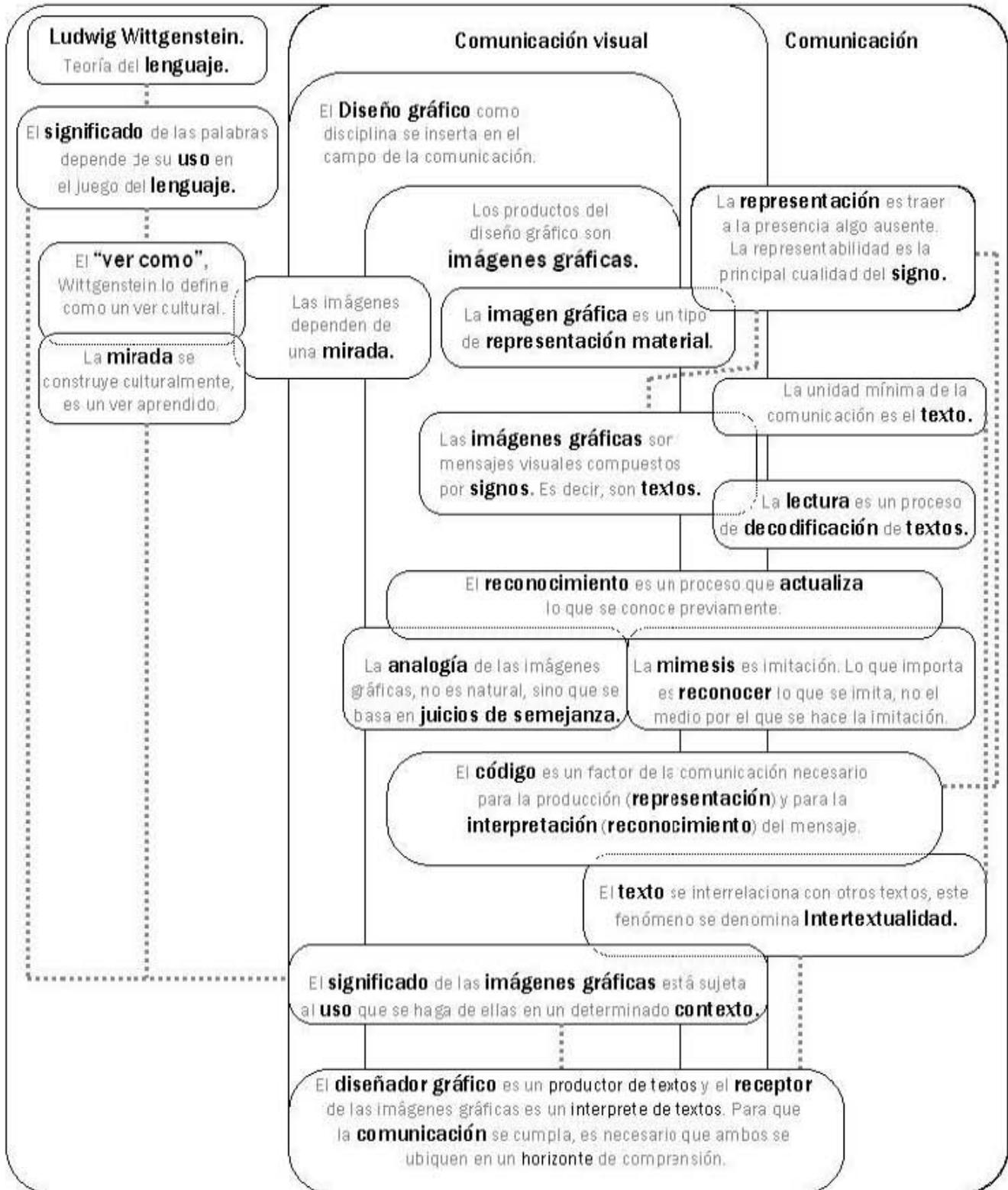
El “ver como” de Wittgenstein y el reconocimiento de la imagen gráfica

manera el diseñador gráfico deberá organizar los signos gráficos y/o textos visuales que emplea en un discurso visual dependiendo la finalidad que éste conlleve.

Los discursos visuales que crea un diseñador gráfico dependen no sólo de la mera creación de los mismos, sino que además depende de cómo sean interpretados por el receptor. El texto visual tiene la propiedad de estar inmerso y en interacción con otros textos, por ello su interpretación es ilimitada, porque hacemos toda una serie de asociaciones a partir de un texto, dicho fenómeno es conocido como intertextualidad. Cuántas veces ocurre que de una vivencia particular se deriva a otra y de ésta a otra más, se hace una larga serie de asociaciones vinculada con experiencias previas, de tal manera que después de un lapso de tiempo no se sabe cómo es que llegamos a determinada experiencia. Aunque la intertextualidad está sujeta a los límites puestos por las tradiciones icónicas u horizontes de comprensión, como lo define la hermenéutica. El diseñador gráfico al mantener el mismo plano, el mismo horizonte que el del receptor de las imágenes gráficas, hace posible una interpretación y de ésta una significación de una determinada imagen.

En la noción “ver como” que postuló Wittgenstein intervienen procesos de reconocimiento basados en una interpretación y una significación, que a su vez son resultado de una representación, de una manera de ver la “realidad” o una mirada y de una decodificación. Vincular dichos aspectos a la noción “ver como” constituye una alternativa para explicar el proceso receptivo de la imagen gráfica. Por ello se vuelve pertinente que el diseñador gráfico conozca nociones como el “ver como” para poder establecer un puente más sólido con el público al que van dirigidas las imágenes que él crea. El diseño gráfico como disciplina se inserta en el ámbito de la comunicación, por ello lo que se debería privilegiar es el aspecto comunicativo, pero esto no quiere decir que el aspecto expresivo deba dejarse a un lado, sino que deberían ser dos aspectos que caminan juntos en una armonía sin que uno lo haga delante de otro o sin que uno disminuya al otro.

### Mapa conceptual



## Bibliografía

- Abbagnano, Nicola (1961) Trad. 2000, *Diccionario de filosofía*, FCE, México
- Aicher, Olt (1992) Trad. 2001, *Analógico y digital*, Gustavo Gili, Barcelona.
- Aristóteles (1980), “Poética” en *Obras filosóficas*, Cumbre, México.
- Arnheim, Rudolf (1969) Trad. 1986, *El pensamiento visual*, Paidós, Barcelona.
- Aumont, Jaques (1992), *La imagen*, Paidós, Barcelona.
- Bajtín, Mijail (1982), *Estética de la creación verbal*, Siglo XXI, México D.F.
- Barthes, Roland (1982), *Lo obvio y lo obtuso. Imágenes, gestos, voces*, Paidós, Barcelona.
- Beristáin, Helena, (1998), *Diccionario de retórica y poética*, Porrúa, México D.F.
- Berger, Jonh *et al.*(1974), *Modos de ver*, Gustavo Gili, Barcelona.
- Castañares, Wenceslao, (1994), *De la interpretación a la lectura*, Colección Parteluz, Madrid.
- Corominas y Pascual (1980), *Diccionario crítico-etimológico castellano e hispánico*, 1980. Vol. V.
- De la Torre Villar, Ernesto (1988), *Metodología de la investigación*, Mc Graw Hill, México.
- Ducrot, Oswald y Todorov, Tzvetan Todorov, (1981), *Diccionario enciclopédico de las ciencias del lenguaje*, Siglo XXI, México D.F.
- Eco, Umberto (1968), *La estructura ausente*, Lumen, Barcelona.

El “ver como” de Wittgenstein y el reconocimiento de la imagen gráfica

- Eco, Umberto (1976), *Tratado de semiótica general*, Lumen, Barcelona.
- Eco, Umberto (1997), *Kant y el ornitorrinco*, Lumen, Barcelona.
- Frascara, Jorge (1995), *Diseño gráfico y comunicación*, Ediciones Infinito, Buenos Aires.
- Gadamer, Hans-Georg (1992) Trad. 1996, *Estética y hermenéutica*, Tecnos, Madrid.
- Gadamer, Hans-Georg (1984) Trad. 1997 “Texto e interpretación” en *Hermenéutica*, Arco/Libros, Madrid.
- Genette, Gérard (1982), *Palimpsestes*, Éditions du Seuil (\*pendiente lugar).
- Gombrich, Ernst H. (1959) Trad. 1979, *Arte e ilusión*, Gustavo Gili, Barcelona.
- Groupe  $\mu$  (1992), *Tratado del signo visual*, Cátedra, Madrid.
- Gubern, Román (1987), *La mirada opulenta*, Gustavo Gili, Barcelona.
- Habermas, Jürgen (2001), *Acción comunicativa y razón sin trascendencia*, Paidós, Barcelona.
- Hartnack, Justus (1962) Trad. 1972, *Wittgenstein y la filosofía contemporánea*, Ariel, Barcelona.
- Klinkenberg, Jean-Marie (2003), “Claves cognitivas para una solución al problema del iconismo” en *Designis 4 Iconismo*, Gedisa.
- Kopnin, P.V. (1971), *Hipótesis y verdad*, Grijalbo, México.
- Lizarazo Arias, Diego (2004a), *La fruición filmica. Estética y semiótica de la interpretación cinematográfica*, UAM-X, México D.F.
- Lizarazo Arias, Diego (2004b), *Iconos, figuraciones, sueños. Hermenéutica de las imágenes*, Siglo XXI, México D.F.

El “ver como” de Wittgenstein y el reconocimiento de la imagen gráfica

- López Rodríguez, Juan Manuel (1993), *Semiótica de la comunicación gráfica*, INBA y UAM-A, México D.F.
- Lotman, Yuri (1992) Trad. 1996, *La semiosfera. Semiótica de la cultura y del texto*, Cátedra, Madrid.
- Maldonado, Tomás (1994), *Lo real y lo virtual*, Gedisa, Barcelona.
- Marchese, Angelo y Forradellas, Joaquín (1986) Trad. 2000, *Diccionario de retórica crítica y terminología literaria*, Ariel, Barcelona.
- Metz, Christian, (1972), “Más allá de la analogía, la imagen” en *Análisis de las imágenes*, Tiempo Contemporáneo, Buenos Aires.
- Morris, Charles (1938), *Fundamentos de la teoría de los signos*, Chicago.
- Pears, David (1973), *Wittgenstein*, Grijalbo, Barcelona.
- Peirce, Charles S. (1974), *La ciencia de la semiótica*, Ediciones Nueva Visión, Buenos Aires.
- Peirce, Charles S. (1987), *Obra lógico-semiótica*, Taurus, Madrid.
- Pérez Carreño, Francisca (1988), *Los placeres del parecido. Icono y representación*, Visor, Madrid.
- Prieto Castillo, Daniel (1994), *Diseño y comunicación*, Ediciones Coyoacán, México.
- Ricoeur, Paul, (1986) Trad. 2002, *Del texto a la acción. Ensayos sobre hermenéutica II* F.C.E., México D.F.
- Tomasini Bassols, Alejandro (1994), *Lenguaje y anti-metafísica. Cavilaciones wittgensteinianas*, Interlínea e INBA, México D.F.

El “ver como” de Wittgenstein y el reconocimiento de la imagen gráfica

- Tumbull, Arthur T. y Baird, Russell N., (1990) *Comunicación gráfica. Tipografía, diagramación, diseño, producción Diseño y comunicación*, Trillas, México D.F.
- Vernant, Jean-Pierre (1995), “El hombre griego” en Varios, *El hombre griego*, Alianza, Madrid.
- Vilchez, Lorenzo (1991), *La lectura de la imagen*, Paidós, México.
- Wittgenstein, Ludwig (1921) Trad. 1973, *Tractatus logico-philosophicus*, Alianza, Madrid.
- Wittgenstein, Ludwig (1945) Trad. 1988, *Investigaciones filosóficas*, Crítica, Barcelona.