



Representaciones en el **Arte**

Representaciones Interculturales

REPRESENTACIÓN,
INTERPRETACIÓN, SIGNIFICADO
E IMAGEN. LA COMPLEJIDAD
DE SU ANÁLISIS EN EL CONTEXTO
DE LA CULTURA DIGITAL



Martha Gutiérrez Miranda
Universidad Autónoma de Querétaro

Resumen

La realidad y la forma de percibirla constituyen un concepto distinto para los hombres del siglo XXI, que se entremezcla entre lo material e inmaterial, lo tangible e intangible y lo tradicional-análogo y lo virtual. Sin temor a equivocaciones, el mundo actual se encuentra como nunca, condicionado y determinado por las tecnologías y la forma en que condicionan los procesos de comunicación y la relación con los otros. Como lo afirma Jesús Martín-Barbero, “la tecnología remite hoy no a unos aparatos, sino a nuevos modos de percepción y de lenguaje, a nuevas sensibilidades y escrituras”¹. Toda esta condición está desdibujando las fronteras entre “razón e imaginación, saber

1 Jesús Martín-Barbero, “Técnicidades, identidades, alteridades: Des-ubicaciones y opacidades de la comunicación en el nuevo siglo”. *Diálogos de la comunicación*, núm. 64 (2002): 9. https://www.infoamerica.org/documentos_pdf/martin_barbero1.pdf.

e información, naturaleza y artificio”². Estas nuevas formas de circulación de informaciones y saberes, derivadas principalmente de computadoras, dispositivos e internet, acentúan las complejidades que, para el hombre de este siglo, sigue representando la concepción y percepción del mundo y la manera de configurarlo interna y externamente, así como las formas de conferirle sentido y significado.

La imagen ha cambiado a lo largo del tiempo y su influencia ha sido determinante en la manera de conocer o percibir el mundo. Hoy se puede hablar de una evolución y revolución de la imagen, pues ha permitido construir la memoria visual del hombre en sus manifestaciones.

En la denominada cultura digital, la imagen ocupa el lugar más importante de la comunicación, convirtiéndose en factor central de la revolución cultural. Como protagonista se concibe como un elemento mediador de la realidad y se ha vuelto uno de los temas favoritos de la sociedad digital. Su presencia, cada vez más extendida en todos los ámbitos de nuestra sociedad, fenómeno que se ha complejizado y dinamizado por el desarrollo de la tecnología, ha dado lugar a estudios interdisciplinarios, multidisciplinarios y transdisciplinarios, orientados a plantear su singularidad, pero también sus generalidades, expresividades y expresiones, representaciones y hasta sus dimensiones.

La presente reflexión es una aproximación, a partir de un estudio exploratorio sobre algunos argumentos en torno a la interpretación de la imagen, particularmente la digital en el contexto cultural actual. Así, se plantea desde un análisis general sobre la imagen como una representación posible de la realidad y algunas de sus formas de interpretación, configuración y significación.

2 Jesús Martín-Barbero, “Técnicidades, identidades, alteridades...”, 11.

Introducción

Generalmente, analizar las imágenes partiendo de un enfoque teórico puede ayudar a comprender su especificidad. Teniendo en cuenta los distintos aspectos de la imagen, son varias las teorías que pueden abordar estos análisis, como la estética, psicológica, sociológica, retórica, etcétera; para efectos de este documento resultaría sumamente complejo abordarlas todas. Con el objetivo de evitar desvíos en el propósito, se acude a una revisión general, permitiendo entablar un diálogo apenas esbozado, de algunas de sus categorías funcionales que determinan y condicionan la imagen en contexto. Así, se parte esencialmente desde la teoría Semiótica para establecer las relaciones primordiales de la presente exploración.

Desde un enfoque analítico, se intentará abordar la imagen a partir de un principio general, específicamente desde la significación. Incluso, y a pesar de que no siempre se han llevado a cabo este tipo de análisis estrictamente bajo el mismo esquema, estudiar ciertos fenómenos que presenta la imagen vista en sus aspectos semióticos, es considerar el modo de producción de sentido; en otras palabras, la manera en que provocan significaciones, es decir, interpretaciones. Tal como lo diría Martine Joly, “un signo no es signo”, si no “expresa ideas”, si no provoca en el ánimo de quien lo percibe una tarea interpretativa³.

Desde esta premisa se podría decir que todo puede ser signo, porque, a partir de que somos seres socializados, aprendemos a interpretar el mundo que nos rodea. Sin embargo, desde el punto de vista de la semiótica y de forma más rigurosa, el trabajo consiste en ver la imagen como un signo desde las categorías propias de los signos presentes, y determinar si éstos tienen cier-

3 Martine Joly, *Introducción al análisis de la imagen* (Buenos Aires: La Marca, 1999): 32.

tos niveles de especificidad o comportan formas propias de organización, así como los procesos de significación particulares, dependiendo del contexto en el que se da su análisis. Y que para efectos de este documento se enmarcan en el ámbito de la “cultura digital”, como contexto específico.

Las imágenes digitales, consideradas imágenes informáticas, imágenes artificiales o simplemente “nuevas” imágenes, oscilan entre la realidad, la irrealdad y la hiperrealidad, pues van desde la reproducción o simulación de objetos reales hasta objetos irreales con alto grado de semejanza, inclusive en ocasiones mayor que los reales, aun siendo inexistentes; todo gracias a la magia de las computadoras, las cámaras, la tecnología móvil y todos los dispositivos con los que a diario se interactúa.

Esta condición ha colocado a las ciencias de la computación, la ingeniería y el desarrollo de productos, la informática y los artefactos tecnológicos, en el centro de los procesos que enmarca la denominada cultura digital. Como lo refiere Vilches⁴, se habla entonces, de una verdadera revolución en el campo de la imagen, pues ha cambiado nuestra relación con lo visible y la forma y el contenido de los objetos que recibimos o incluso, producimos.

Igualmente, una consideración inicial se retoma de la postura de Juan Soto, que en una reflexión a la que denominó *Nosotros entre las imágenes* (o los usos sociales de las imágenes), propone como idea central que:

[...] las imágenes no poseen significados propios si no es gracias a la intermediación de las dimensiones sociales, ideológicas, políticas, culturales, etc., que perfilan un ‘modo de ver’. Se sostiene que las imágenes nunca están solas y que establecemos lazos sociales con ellas

4 Lorenzo Vilches, *La migración digital*. (Barcelona: Gedisa): 2001.

gracias a las formas en que las utilizamos para relacionarnos con la realidad a través de ellas, así como entre nosotros mismos⁵.

Desde esta perspectiva, Tatiana Merlo propone que “la imagen atraviesa a la persona, a la sociedad y a la cultura como forma imperante de comunicación, produciendo modificaciones que son esenciales, desde lo biológico hasta lo cultural”⁶. Y a partir de esta consideración, se puede afirmar que, en la hoy denominada cultura digital, la imagen ocupa uno de los lugares más importantes de la comunicación, convirtiéndose en el factor de la revolución cultural. Como elemento dinámico y dinamizador de las interacciones, su *status* se modifica permanentemente a lo largo del tiempo y en todo momento su influencia ha sido determinante, pues ha modificado también de forma definitiva la manera de conocer o percibir el mundo, de entender la realidad tanto lo cercano como lo remoto, por lo que cabe la generalidad de hablar de una evolución de la imagen y considerarla como el elemento central para construir la memoria visual del hombre en todas sus manifestaciones.

5 Juan Soto Ramírez, “Nosotros entre las imágenes (o los usos sociales de las imágenes)”, *Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, núm. 78/1 (2015): 103. <https://revistaiztapalapa.izt.uam.mx/index.php/izt/article/view/118/207>

6 Tatiana Merlo, “La imagen como nuevo símbolo cultural”, *Ágora Digital*, núm. 3 (2002): 1, <http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/3458>

La imagen como protagonista de la cultura digital

Según Lorenzo Vilches⁷, probablemente el advenimiento más espectacular de la migración digital tenga a la imagen como protagonista, pues la relación entre la imagen y la realidad, desde Platón, es una preocupación constante de la cultura y se ha convertido en uno de los temas favoritos de la sociedad digital. Y es Alberto Carillo⁸ quien insiste en que justamente con el auge de la imagen digital y sus complejas relaciones con la realidad, han vuelto a situarse y discutirse esas relaciones existentes entre la realidad y su representación visual a través de semejanzas.

Específicamente, un aspecto relevante de este análisis se centra en la denominada imagen digital como un producto desarrollado desde la informática y que tiene como antecesores, primero a la pintura y luego a la fotografía, pero que también promueve una forma de captar el mundo “real” o recrearlo, para posteriormente entablar distintas y extendidas formas de representarlo o representar otros mundos incluso muy distintos de éste. Desde esta consideración, resulta más certero hablar de la imagen digital como un término que acota la condición de la imagen en un contexto amplio como elemento maleable, manipulable y resultante incluso de realidades o totales irrealidades; es decir, no siempre como consecuencia de una reproducción, sino a veces lejana a ella o bien a partir de principios de simulación que no siempre la toman como punto de referencia.

7 Lorenzo Vilches, *La migración digital...*

8 Alberto Carrillo, A. J. L., “La realidad, la fotografía y la imagen digital”. *Nuevo Itinerario*, núm. 5 (2010): 1, <https://doi.org/10.30972/nvt.053240>.

Si se compara esta revolución provocada por las tecnologías de la comunicación y la información con otro momento histórico crucial donde la imagen ha sido una gran protagonista, evidentemente tendríamos que hacerlo con el Renacimiento y la imprenta. Es cierto que el humanismo del Renacimiento cambió la manera de percibir el mundo a nivel visual y conceptual, pero esa circunstancia no se hubiese producido de una forma tan rápida si la imprenta no hubiera transmitido ese pensamiento humanista de la forma en que lo hizo. Con este ejemplo, se puede decir que una tecnología (como es el caso de la imprenta) ayudó a producir un nuevo tipo de representación visual y, por ende, a proyectar nuevas tecnologías y órdenes sociales y visuales alternativos (la pintura en perspectiva, la cámara oscura, el pantógrafo, etcétera).

Si la tecnología produce cambios es porque los avances tecnológicos son ineludiblemente sensibles al discurrir social. Una época determinada potencia más una tecnología que haya sido alentada o recompensada por la sociedad para satisfacer sus necesidades y demandas. Como afirma Heilbroner, “el cambio tecnológico debe ser compatible con las condiciones existentes [...] la tecnología no sólo influye sobre la sociedad, sino también es influida por ella”⁹.

Si además de analizar los cambios de paradigmas provocados por las innovaciones tecnológicas, también se evidencian los nuevos tipos de lenguajes que éstas son capaces de generar; nos enfrentamos particularmente en los últimos años del siglo pasado y lo que va del presente, al hecho de que los nuevos dispositivos audiovisuales han logrado generar su propia especificidad discursiva. Por ello, muchos autores que analizan la cultura digital están convencidos de que estamos ante el nacimiento de un nuevo lenguaje digital.

9 Heilbroner Robert, *Naturaleza y lógica del capitalismo* (México: Siglo XXI Editores, 1996), 79.

A esta irrupción de la tecnología digital en el universo simbólico de la representación, Brea¹⁰ la bautizó como la “era postmedia”, pues según él, es una época en la que los medios clásicos de comunicación como son cine, radio, fotografía y televisión, que tuvieron su auge en el siglo pasado, tendrían que redefinirse tanto en su forma lingüística o su lenguaje, así como en su funcionamiento social. Es decir, que las nuevas intenciones que presenta y representa la imagen, entablan ahora elementos sígnicos y simbólicos que integran el contexto sobre el que subyacen las intencionalidades, pero también las formas de entender una imagen. Esto sitúa entonces esas posibles definiciones directamente en el marco de la semiótica, considerando que es en torno al signo que se construyen los significados.

Signo, significación y significado

Resulta importante precisar y acotar algunos conceptos básicos, especialmente como puntos de partida generalizados para comprender el sentido de lo que se expresa. Por tanto, cabe iniciar recordando que han sido muchos teóricos los que han definido lo que el signo es. Desde Pierce, Saussure, Barthes, pasando por Greimas, Eco, Lotman y hasta Klinkenberg, mucho se ha dicho sobre el signo y sus características, fundamentos y funciones. Sería complejo enunciar todas las posibles definiciones que sobre el signo se han puesto de manifiesto, y en un ejercicio de reducción necesaria para establecer un punto de partida, se plantea una explicación relativamente generalizada. El signo puede considerarse como todo aquello que se puede interpretar, puede ser una cosa, un

¹⁰ José Luis Brea, *La era postmedia. Acción comunicativa, prácticas (post)artísticas y dispositivos neomediales* (Salamanca: Centro de Arte Salamanca, 2002).

hecho o bien una persona. Y está compuesto de un *significado*, que de forma general es planteado como la *imagen mental* que varía según cada cultura, y un *significante*: que no necesariamente es lingüístico, y que puede también ser una imagen. Si bien algunos denominan a este aspecto del signo significación, en este caso particular, así como lo plantea Ana Calvo Revilla, “se emplea este término para hacer referencia al acto de significar del significante, así como la relación existente entre el significante y sus significados, gracias a la cual le viene al significante su capacidad de significar”¹¹.

Se entiende, entonces, por significación ese contenido significativo o la dotación de sentido que se les atribuye a las palabras o a las cosas (como una categoría generalizadora). Desde los orígenes de la Semiótica como disciplina encargada de estudiar a los signos, el centro de atención ha sido tratar de explicar o buscarle explicación a todo cuanto sucede alrededor, así como identificar los procesos por los cuales se construyen esas explicaciones o interpretaciones y que finalmente han dado soporte a los principios epistemológicos de la teoría del conocimiento. A partir de esta consideración, se estructura y propone como una definición de Semiótica el planteamiento de Toledo y Sequera que definen que esta disciplina:

[...] puede explicar tanto los fenómenos de la vida social ordinaria como los procesos por los cuales científicos, artistas, teólogos, brujos y chamanes, el hombre cotidiano, construyen cuerpos de conocimien-

11 Ana Calvo Revilla, “Signo, significación y comunicación”, *Semiótica y modernidad: actas del V Congreso Internacional de la Asociación Española de Semiótica*, eds. José M. Paz Gago, José Ángel Fernández Roca, Carlos J. Gómez Blanco (A Coruña: Universidade. Servizo de publicacións, 1992), 137.

to tendientes a dar al ser humano explicaciones sobre la existencia, la naturaleza de las cosas del mundo (tanto las tangibles, como las intangibles); es decir, toda la vida del hombre en tanto cadena productora una realidad social construida a través del lenguaje¹².

A partir de estas consideraciones, se puede afirmar que la significación articula la representación e interpretación sobre un objeto o conocimiento, particularmente, en un contexto general. De esta forma, la comunicación definida como producción en común de sentido, como le refieren Fuentes y Luna¹³, se postula como la base de la construcción social del conocimiento.

Tomando en cuenta lo antes mencionado y contemplando el análisis de la imagen y los significados, la representación aparece como eje para trabajar y modelar la significación, y al ser una característica indispensable en los espacios o entornos, se eleva al plano de los contextos actuales, particularmente de los entornos virtuales, para suponer una mediación entre la idea, su expresión literal y su materialización a través justamente de ella. Desde un enfoque comunicativo, la significación se configura no sólo como proceso individual, también interaccional y quizá más propiamente dicho, social. Partiendo de esa idea, John B. Thompson sugiere que:

-
- 12 Aletse Toledo y José Antonio Sequera, "La producción del sentido: Semiosis Social", *Razón y palabra*, núm. 88 (diciembre 2014-febrero 2015): 2, http://www.razonypalabra.org.mx/N/N88/Varia/40_ToledoSequera_V88.pdf.
 - 13 Raúl Fuentes Navarro y Carlos Luna Cortés, "La comunicación como fenómeno sociocultural". En *Comunicación y Teoría Social*, coord. Fátima Fernández y Margarita Yépez (México: UNAM, 1984): 99-108.

[...] con el desarrollo de los medios de comunicación, la interacción social se ha separado del espacio físico, lo que supone que los individuos pueden relacionarse unos con otros incluso sin compartir una ubicación espacio-temporal común. La utilización de los medios de comunicación, entonces, da lugar a nuevas formas de interacción que se extienden en el espacio (y quizá también en el tiempo), y que muestran un amplio conjunto de características que los diferencian de la interacción cara a cara¹⁴.

En este mismo tenor, Toledo y Sequera afirman, que "la semiótica propone un análisis de la producción del sentido. Desde esta perspectiva, los hombres de forma permanente intercambian las significaciones dentro del orden social"¹⁵. Y como se ha hecho referencia en otros documentos, esto implica que el individuo es un "meaner", es decir, alguien que significa, y que en una sociedad siempre va a significar.

Se habla entonces de significación, significado y sentido como estructuras básicas del análisis de todo aquello que involucra percibir o interpretar, y que, por ende, facilita los procesos de conocimiento, reconocimiento, acondicionamiento, adaptación y aprendizaje, sea en la realidad tal cual o en los espacios virtuales, que buscan hacer eco de ella, alejarse o representarla e incluso reinterpretarla. De esta forma, la importancia de las imágenes se valida a partir de reconocerlas como las grandes portadoras de significado, significación y sentido.

14 John B. Thompson, *Los medios y la modernidad: una teoría de los medios de comunicación* (Barcelona: Paidós, 1998): 116.

15 Aletse Toledo y José Antonio Sequera, "La producción del sentido...", 2.

Arbeláez expresa que “comprender las representaciones de un sujeto implica adentrarse en su epistemología personal, en sus creencias, en sus teorías implícitas y en las representaciones sociales del contexto en el cual las ha construido y se ha construido”¹⁶. Esto plantea una dimensión compleja en tanto que la representación social incluye un “primer filtro” personal para luego cotejarse con el de los otros. Es decir, que los significados son construcciones de carácter social.

Desde esta perspectiva y aludiendo a la postura de Juan Diego Parra¹⁷, la práctica de adopción de las imágenes, principalmente gracias a todos los dispositivos móviles existentes y las formas de presentación de las interfaces y sistemas multiplataforma, se ha naturalizado a tal extremo, que prácticamente ha diluido la noción de representación que cada una de ellas expresa. Las imágenes, sin embargo, son signos que implican tipos de interacción con la idea de realidad, lo que garantiza formas de apropiación funcional y, en esa medida, es necesario comprender el valor sígnico que cada una de ellas representa como formas expresivas y comunicativas.

Luego entonces, la imagen en el contexto de la cultura digital situada como mediador tecnológico –la imagen tecnológica–, se coloca entre cada uno de nosotros y los otros. Poder comunicarse a través de las imágenes es una habilidad imprescindible en esta era tecnológica. Infografías, fotografías, visualizaciones, animaciones, vídeos, íconos, gráficos, mapas y todo aquello

16 Martha Arbeláez, “Las representaciones mentales” [versión electrónica]. *Ciencias Humanas*, núm. 29 (mayo 2018): 7.

17 Juan Diego Parra, “La imagen y la esfera semiótica”, *Iconofacto* 10, núm. 14 (enero-junio 2014): 76-89. <https://revistas.upb.edu.co/index.php/index/login?source=%2Findex.php%2Ficonofacto%2Farticle%2Fview%2F3005>.

se tipifica como imagen en el entorno digital se han ido incorporando con naturalidad a nuestra cotidianidad y las maneras de comunicarnos, informarnos, socializar, interpretar, referir y construir. Por lo tanto, se puede afirmar que en la actualidad hemos pasado de la época de la imagen del mundo a la época del mundo como imagen.

De la naturaleza de la imagen a interpretación de la imagen

En la actualidad, la imagen difícilmente es sólo simple captura de la realidad; con la tecnología digital y todas sus posibilidades es más bien un resultado de la concurrencia de filtros, efectos, pinceles, etcétera, que incorporan todo tipo de elementos visuales y transforman sustancialmente esa realidad. Sin embargo, se debe recordar que la capacidad narrativa de la imagen, atributo que no se debe en absoluto al poder que otorgan esas tecnologías, más bien reside en la intención o intencionalidad de aquel que busca confeccionar un relato visual. Lo que entonces vale la pena resaltar es que estos artefactos o dispositivos de retoque, edición, creación o tratamiento, se vuelven capaces de recrear, configurar o bien actualizar, de forma cada vez más vívida y realista. Como refiere Nelson Goodman “una imagen es una imagen realista en la medida en que es correcta según el sistema normal de representación propio de una determinada época o cultura”¹⁸.

¹⁸ Nelson Goodman, *Los lenguajes del arte. Una aproximación a la teoría de los símbolos* (Barcelona: Seix Barral, 1990): 176.

Dada la naturaleza de la imagen digital y de su elaborada y enorme capacidad de simulación tal y como menciona Gómez Isla¹⁹, la tecnología digital es capaz de emular alternativamente varios lenguajes y códigos visuales pertenecientes a otros tantos medios, por ello más que la configuración de un lenguaje visual inédito, en la actualidad, el universo de lo digital responde a una especie de articulada mezcla fortuita e insólita resultante de códigos procedentes de otros medios o de la concurrencia de todos los medios.

Darley afirma que, en la cultura visual digital, las imágenes “no exigen espectadores inclinados a la interpretación, o que buscan evocaciones semánticas”²⁰. Desde esta perspectiva se puede inferir que la mayoría consume imágenes de forma indiscriminada, sin una reflexión profunda y crítica. Que prácticamente son aceptadas sin el menor atisbo de inconformidad, sean éstas fieles o no a la realidad o quizá aun siendo o no evocativas. Este planteamiento difiere entonces de esa necesidad que se tiene de buscar o tratar de conferir un significado a todo lo que se ve o lo que incluso sin verse se puede expresar o representar. Generalmente, hoy se considera que las imágenes son capaces de representar tanto las cosas que existen en la realidad como aquellas que nunca han existido, sin que eso represente o implique un esfuerzo mayor por entender las intenciones de cada una de ellas. Inclusive, la realidad es modificada por cada creador como resultado de la técnica, del uso en mayor o menor medida de herramientas y esto también repercute en el punto de vista de

19 José Gómez Isla, “Digitosfera y cultura visual. Discusiones sobre el cambio de paradigma lingüístico en la era de la imagen sintética”, en *Tras el Ensayo Digital. Una aproximación interdisciplinar a la sociedad de la información*, eds. Vicente Serrano y Guiomar Salvat (Chile: Universidad Austral de Chile, 2015): 33-62.

20 Andrew Darley, *Cultura visual digital. Espectáculo y nuevos géneros en los medios de comunicación* (Barcelona: Paidós Ibérica, 2003): 17.

quien la observa, condición que de forma inminente implica un proceso, por lo menos simple, de encontrarles sentido o bien significación. Luego entonces, una imagen puede ser una simple representación de la realidad, una de tantas posibilidades de interpretación de ella o bien una total y absoluta irrealidad.

Las imágenes digitales son engañosas, ya que han llegado a confundir a los espectadores con relación a lo que en semiótica y sintaxis visual se llama "*grado de iconicidad*", pues el grado de parecido con una imagen real no puede a veces precisarse. Igualmente, estas imágenes abren un abanico muy amplio de significados, pero no dejan de ser referentes y símbolos del momento histórico que se vive.

Abraham Moles decía que "el concepto de iconicidad se refiere al hecho de que una imagen es la imagen de un objeto real. Un símbolo es un signo que retiene en muy poca medida el objeto que designa; se le parece poco"²¹. Una imagen sería más icónica que otra en la medida en que logre reunir mayor cantidad de propiedades comunes en razón del esquema perceptivo del propio objeto. Sin embargo, hoy los elementos que aparecen en una imagen en algunos casos no tienen semejanza con la realidad y en otros, como dice Jullier, "en una perspectiva inversa a la abstracción, las imágenes digitales pueden incluso añadir un poco de real en vez de sustraerlo... pueden aclarar aspectos inadvertidos"²², como es el caso de la realidad aumentada; y en la medida que la imagen deja de ser parecida al objeto representado, se presentan dificultades o desvíos en su interpretación. Si pensamos actualmente en una imagen sintética, su papel como representación de la realidad cambia, sobre todo desde

21 Abraham Moles, *La imagen: comunicación funcional* (México: Trillas, 2009): 35.

22 Laurent Jullier, *La imagen digital: de la tecnología a la estética* (España: La Marca, 2004): 108.

un punto de vista conceptual ya que, como explica Manovich²³, se transforma en una construcción “ilusionista abierta a un universo de ficción”.

A pesar de que el contexto, la lectura, la creación y la interpretación de las imágenes se modifica según el marco espacial y temporal en el que se desarrollan, dependiendo de la época, sociedad y cultura, desde finales del siglo XX y lo que va del actual, el registro de la imagen ha pasado de un proceso destinado a unos cuantos, a un proceso global en el que cualquier persona no sólo las consume, también las puede producir manipular, tratar, distribuir, etcétera, con un numeroso conjunto de poderosas herramientas e instrumentos, para llenar al mundo virtual y real de una serie de mensajes polisémicos, sean éstos reales o no. Tal cual lo dijo en su momento Barthes:

Toda imagen es polisémica, toda imagen implica, subyacente a sus significantes, una cadena flotante de significados, de la que el lector permite seleccionar unos determinados e ignorar todos los demás. La polisemia provoca una interrogación sobre el sentido²⁴.

En la recepción de los mensajes, el que percibe se ve influenciado principalmente por un contexto de orden personal y social que añade elementos al significado original, provocando diferentes sentidos, incluso para imágenes que pueden verse idénticas; por ejemplo, la del mundo real y la del digital. A lo largo de la historia de la humanidad, las imágenes han cumplido su función

23 Lev Manovich, *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación. La imagen en la era digital* (México: Paidós Comunicación, 2005).

24 Roland Barthes, *Retórica de la imagen. Lo obvio y lo obtuso* (Barcelona: Paidós Ibérica, 1996): 3.

referencial y cada época se ha caracterizado por utilizarlas para expresar justo ese momento histórico y constituirse como referentes de un tiempo, un espacio y una sociedad, hasta llegar a expresar valores culturales propios de cada época, así como mecanismos para expresar sus ideas y creencias.

En un mundo como el actual, donde existe una sobreabundancia de imágenes de toda clase, las digitales se imponen como representación de un contexto espacio-temporal y como siempre, aspiran a ser la representación icónica de la realidad. Este tipo de imágenes pueden obtenerse prácticamente de manera instantánea y visualizarse inmediatamente, además de que su distribución y difusión pueden alcanzar una escala mundial a través de internet. A través de todos estos avances técnicos, incluso puede alterarse, manipularse y estar a la mano de cualquier persona, dando origen así a una realidad distinta, a la que se le puede llamar la realidad alterada.

Como lo dice Juan Soto²⁵, estos procesos siempre están determinados en un marco espacio-temporal. Su significado resulta de una serie de relaciones (sociales, ideológicas, políticas, morales, religiosas, etc.), que se establecen con ellas. Es decir, que generalmente existen elementos que están más allá de la imagen y que a partir de ellos se puede determinar su significado. Desde esta afirmación, la manera como se significa una imagen, entonces dependerá de las relaciones que se establecen con ella, en un tiempo histórico y en un espacio, social y culturalmente determinado y para descifrar, expresar o conocer sus significados, es preciso también conocer las sociedades en las que aparecen y su simbolismo.

25 Juan Soto, "Las imágenes y la sociedad (o las imágenes, la sociedad y su desciframiento)", *Athenea Digital* 12, núm. 3, (noviembre 2012): 217-224.

Crear una imagen hoy es una actividad relativamente sencilla y al alcance de prácticamente cualquier persona. Gracias al desarrollo y los avances tecnológicos se han promovido nuevos canales de comunicación, conectando al mundo entero en todo momento. Desde esta reflexión, vale la pena revisar también el planteamiento de Soto cuando afirma que:

Vivimos en una era caracterizada, entre muchas otras cosas, por el frenesí del registro-acumulación y la circulación-significación de las imágenes que nos hablan precisamente de otros modos y medios de producción, circulación y recepción de las imágenes en comparación con la era analógica. En nuestros tiempos se le rinde una especie de extraño 'culto' a la imagen. De acuerdo con Umberto Eco (2006/2007, p. 107), vivimos en un tiempo donde abundan los casos de renuncia gozosa a la privacidad²⁶.

Por lo tanto, se puede inferir que las imágenes no pueden ser entendidas solamente como simples reproducciones, más bien se instituyen como representaciones icónicas que implican "una serie de convenciones de tal manera que no las podemos relacionar directamente con el término realismo, en el sentido perceptivo"²⁷.

26 Juan Soto, "Las imágenes y la sociedad...", 220.

27 Marta Selva y Anna Solá, "Modos de representación. Sujeto y tecnologías de la imagen", en *Representación y cultura audiovisual en la sociedad contemporánea*, coords. Elisenda Ardévol y Nora Muntañola (Barcelona: UOC, 2004): 175-233.

Entonces vale la pena detenerse a reflexionar, como lo hacen Ardévol y Muntañola²⁸, sobre si una imagen es un registro fiel de la realidad externa o un medio de expresión de una subjetividad interior. Valdría entonces preguntarse también si la fotografía, el cine, el vídeo o la imagen digital han introducido una forma distinta de conocer, de aproximarse a los fenómenos sociales e incluso si son capaces de modificar la manera en que se mira. Y nos presentan una interesante respuesta a estos posibles cuestionamientos:

[...] las imágenes configuran nuestro entorno, tienen efectos reales sobre la conciencia y sobre la acción humana, sobre nuestras relaciones sociales y con el medio natural, sobre nuestra percepción de los otros pueblos y de nuestra identidad [.]. Las imágenes nunca están solas, el proceso de significación de categorización de las mismas responde a un conjunto de criterios que tienen relación con la época en la que circulan²⁹.

Y reforzando esta postura, Soto Ramírez³⁰ afirma que las imágenes siempre aparecen contenidas en marcos de tiempo y espacio. Dice que estos marcos son los que se vuelven invisibles e incluso ajenos a la relación que establecen las imágenes con la sociedad. Y es ahí donde radican las claves de su desciframiento y no en las imágenes mismas.

28 Elisenda Ardévol y Nora Muntañola, "Visualidad y mirada. El análisis cultural de la imagen", en *Representación y cultura audiovisual en la sociedad contemporánea*, coords. Elisenda Ardévol y Nora Muntañola (Barcelona: UOC, 2004): 17-46.

29 Elisenda Ardévol y Nora Muntañola, "Visualidad y mirada...", 17-42.

30 Juan Soto, "Las imágenes y la sociedad..."

Por lo tanto, una imagen es una visión que ha sido recreada o reproducida. Es una apariencia, o conjunto de apariencias, que ha sido separada del lugar y el instante en el cual apareció por primera vez y preservada por unos momentos o por muchos siglos. Y de esta forma, indica también Soto, aludiendo a John Berger, que toda imagen encarna un *modo de ver*. Por lo tanto, las imágenes están cargadas de símbolos que pueden ser reconocidos por los que las miran en tanto que dichos símbolos puedan formar parte de la cultura de una época y ésta se vuelva perfectamente identificable para ellos. De esta forma, guardan relaciones estrechas con los marcos sociales y temporales en donde aparecen y nunca son independientes de los observadores, pues establecen con ellos una relación espacio-temporal.

Estas condiciones multiplican las funciones que tiene la imagen que se observa, se interpreta, pero que además es fácilmente producible, copiable o reproducible. Esta circunstancia implica ampliar las disposiciones y capacidades de un sujeto frente a la imagen, lo que a su vez repercute en las prácticas sociales, modificando los modelos comunicativos e interaccionales. Así, se crean nuevas *culturas digitales* que invitan a incluir cada vez más recursos para la interpretación, expresión y significación, en los que además de involucrarse todos los sentidos y la experiencia, también impera la puesta en común, tal cual lo afirma Soto³¹ al expresar que no se logra el sentido y menos uno que interpele si no es compartido o si no se tiene acceso a él. Es decir, que existen diversas imágenes sobre una, dependiendo de la cultura y de qué tan significativo le resulte ésta como “símbolo” al receptor, encontrará en ella uno o muchos significados y más de uno de ellos tendrá relación directa con ese intercambio de él con los otros. Finalmente, se llega a una de las premisas ini-

31 Juan Soto Ramírez, “Nosotros entre las imágenes...”

ciales, los significados son entonces construcciones sociales, interaccionales, referentes de un espacio-tiempo específico en el que la expresión y la expresividad implican elementos puestos en común.

Conclusiones

A pesar de que una o varias personas se encuentren ante la misma imagen, sea de la realidad, tomada por una cámara, vista en la red o en una televisión, no la aprecian o interpretan de la misma manera. Por lo tanto, se puede deducir que la valoración de las imágenes es distinta, de persona a persona. Parafraseando a Berger, no miramos igual y nunca miramos sólo una cosa; generalmente miramos la relación que se genera entre las cosas y nosotros mismos. Esto se refiere a que la interpretación y significación de la imagen parten de nuestra visión y están en continua actividad, en continuo movimiento y se modifican de persona a persona y de tiempo en tiempo. Lo que sí es determinante, es que la imagen en la configuración de la cultura tiene un papel fundamental y puede ser concebida como un puente entre la percepción e interpretación de un tiempo y un espacio y además se condiciona por la interacción con los otros. Ha llegado para insertarse como parte de nuestra dinámica social y cultural, con el objetivo de expresar de una forma más completa y con mayor eficacia comunicacional, mayor eficacia en la seducción y la representación en términos visuales, los que pueden definirse como los paradigmas de esta época.

Hoy nos enfrentamos a imágenes polisémicas, con diferentes niveles de codificación, en las que se movilizan diversos códigos, algunos con carácter universal o casi universal (como los que dependen de la percepción) y otros particulares que se construyen y formalizan socialmente y que quedan total-

mente determinados por el contexto, permitiendo evidenciar distintos niveles desde la mirada, para hacer evidente los procesos desiguales de codificación según los sujetos, la situación histórica y las interpretaciones resultantes. Es decir, todos los elementos de la imagen son simbólicos y se integran como elementos reveladores de una época, un estilo y un contexto aun con toda su gama de posibilidades interpretativas.

La imagen entonces se instituye como unidad formada de elementos divisibles e indivisibles integrados a partir de una serie de funcionalidades, a decir de forma general: funciones representativas, significativas, referenciales, expresivas y quizá otras tantas más que, enmarcadas en el contexto de la tecnología digital y sus extensas posibilidades, se establecen de forma relacional a partir de una situación social determinada en un espacio y tiempo definido. Y la manera de conferirles un significado o bien establecer el sentido, subyace primero en el que mira, para luego, poner esta interpretación, en común.

Referencias bibliográficas

- Arbeláez, Martha. "Las representaciones mentales" [versión electrónica]. *Ciencias Humanas*, núm. 29 (Mayo 2018): 7, http://www.utp.eclu.co/_humanas/revistas/revistas/rev29/arbelaez.htm
- Ardévol, E. y Muntañola, N. "Visualidad y mirada. El análisis cultural de la imagen". En *Representación y cultura audiovisual en la sociedad contemporánea*, coordinado por Elisenda Ardévol y Nora Muntañola, 17-46. Barcelona: UOC, 2004.
- Barthes, Roland. *Retórica de la imagen. Lo obvio y lo obtuso*. Barcelona: Paidós Ibérica, 1996.

- Berger, J. 1972/2007. *Modos de ver*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Brea, José Luis. *La era postmedia. Acción comunicativa, prácticas (post)artísticas y dispositivos neomedioales*. Salamanca: Centro de Arte Salamanca, 2002.
- Calvo Revilla, Ana. "Signo, significación y comunicación", en *Semiótica y modernidad: actas del V Congreso Internacional de la Asociación Española de Semiótica*, eds. José M. Paz Gago, José Angel Fernández Roca, Carlos J. Gómez Blanco, 137-142. A Coruña: Universidade. Servizo de publicacións, 1992.
- Darley, Andrew. *Cultura visual digital. Espectáculo y nuevos géneros en los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós Ibérica, 2003.
- Gómez Isla, José. "Digitosfera y cultura visual. Discusiones sobre el cambio de paradigma lingüístico en la era de la imagen sintética", en *Tras el Ensayo Digital. Una aproximación interdisciplinar a la sociedad de la información*, editado por Vicente Serrano y Guiomar Salvat, 33-62. Chile: Universidad Austral de Chile, 2015.
- Goodman, Nelson. *Los lenguajes del arte. Una aproximación a la teoría de los símbolos*. Barcelona: Seix Barral, 1990.
- Fuentes Navarro, Raúl y Luna Cortés, Carlos. "La comunicación como fenómeno sociocultural". En *Comunicación y Teoría Social*, coord. Fátima Fernández y Margarita Yépez, 99-108. México: UNAM, 1984.
- Joly, Martine. *Introducción al análisis de la imagen*. Buenos Aires: La Marca, 1999.
- Jullier, Laurent. *La imagen digital: de la tecnología a la estética*. España: La Marca, 2004.
- Manovich, Lev. *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación. La imagen en la era digital*, México: Paidós Comunicación, 2005.
- Martín-Barbero, Jesús. "Tecnidades, identidades, alteridades: Des-ubicaciones y opacidades de la comunicación en el nuevo siglo". *Diálogos de la*

- comunicación*, núm. 64, (2002): 8-23. https://www.infoamerica.org/documentos_pdf/martin_barbero1.pdf.
- Merlo, Tatiana. "La imagen como nuevo símbolo cultural", *Ágora Digital*, núm. 3 (2002):1-25. <http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/3458>
- Moles, Abraham, *La imagen: comunicación funcional*. México: Trillas, 2009.
- Selva, Marta y Solá, Anna. "Modos de representación. Sujeto y tecnologías de la imagen", en *Representación y cultura audiovisual en la sociedad contemporánea*, coordinado por Elisenda Ardévol y Nora Muntañola, 175-233. Barcelona: UOC, 2004.
- Parra, Juan Diego. "La imagen y la esfera semiótica", *Iconofacto 10*, núm. 14 (enero-junio 2014): 76-89. <https://revistas.upb.edu.co/index.php/index/login?source=%2Findex.php%2Ficonofacto%2Farticle%2Fview%2F3005>
- Soto Ramírez, Juan. "Las imágenes y la sociedad (o las imágenes, la sociedad y su desciframiento)", *Athenea Digital 12*, núm. 3, (noviembre 2012): 217- 224. _____ . "Nosotros entre las imágenes (o los usos sociales de las imágenes)", *Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, núm. 78/1 (2015):103. <https://revistaiztapalapa.izt.uam.mx/index.php/izt/article/view/118/207>
- Thompson, John B. *Los medios y la modernidad: una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós, 1998.
- Toledo, Aletse y Sequera, José Antonio. "La producción del sentido: Semiosis Social". *Razón y palabra*, núm. 88 (diciembre 2014 - febrero 2015): 1- 20, http://www.razonypalabra.org.mx/N/N88/Varia/40_ToledoSequera_V88.pdf.
- Vilches, Lorenzo. *La migración digital*. Barcelona: Gedisa, 2001.