

## ■ Roland Barthes

### El mensaje fotográfico

Aquí está, como complemento de la intervención de Luis Priamo, el texto más importante sobre fotografía: "El mensaje fotográfico", de Roland Barthes. Para esta publicación hemos incluido algunas de las fotografías mencionadas por Barthes (las 4 que pudimos encontrar de las 11 que analiza Barthes). Nunca se incluyeron estas fotografías en las ediciones del texto de Barthes, pero puede pensarse que si hubiera podido hacerlo, lo hubiera hecho. Porque cuando "se dio todos los gustos" en cuanto a la presencia de las fotografías que él mencionaba, hecho que se produce con su último libro "La cámara lúcida", en el que incluye todas las fotos que menciona, ocupando cada una la página entera (no incluye, claro, la foto de su mamá, por las razones que explica en el texto), llega al colmo de colocar una foto, en colores, al comienzo, fuera del texto, que en sus *Obras completas* en francés se convierte en una foto en blanco y negro y que en la edición en español de Paidós, es simplemente eliminada.

La fotografía periodística es un mensaje. El conjunto de este mensaje está constituido por una fuente emisora, un canal de transmisión y un medio receptor. La fuente emisora es la redacción del periódico, el grupo de técnicos, algunos de los cuales sacan la fotografía, otros la seleccionan, la componen, la tratan y otros, por fin, le ponen un título, le agregan una leyenda y la comentan. El medio receptor es el público que lee ese periódico. Y el canal de transmisión, el propio periódico, o más precisamente, un complejo de mensajes concurrentes, cuyo centro es la fotografía y cuyos contornos están representados por el título, la leyenda, la disposición en la página, y de manera más abstracta, pero no menos "informante", el propio nombre del periódico (pues ese nombre constituye un saber que puede desviar notablemente la lectura del mensaje propiamente dicho: una foto puede cambiar de sentido al pasar de *L'Aurore* a *L'Humanité*). Estas constataciones no son indiferentes, pues vemos claramente que las tres partes tradicionales del mensaje no exigen el mismo método de exploración. Tanto la emisión como la recepción del mensaje dependen de una sociología: se trata de estudiar grupos humanos, de definir móviles, actitudes y de intentar relacionar el comportamiento de esos grupos con la sociedad total de la que forman parte. Pero para el mensaje en sí, el método debe ser diferente: cualesquiera sean el origen y el destino del mensaje, la fotografía no es tan sólo un producto o una vía, sino también un objeto dotado de una autonomía estructural. Sin pretender en lo más mínimo separar este objeto de su uso, es necesario prever en este caso un método particular, anterior al propio análisis sociológico, y que no puede ser sino el análisis inmanente de esa estructura original que es una fotografía.

Es evidente que incluso desde el punto de vista de un análisis puramente inmanente, la estructura de la fotografía no es una estructura aislada; se comunica por lo menos con otra estructura, que es el texto (título, leyenda o artículo) que acompaña toda fotografía periodística. Por consiguiente, la totalidad de la información está sostenida por dos estructuras diferentes (una de las cuales es lingüística); estas dos estructuras son concurrentes, pero como sus unidades son heterogéneas, no pueden mezclarse; en un caso (el texto) la sustancia del mensaje está construida por palabras; en el otro (la fotografía), por líneas, planos, tintes. Además, las dos estructuras del mensaje ocupan espacios reservados, contiguos, pero no "homogeneizados", como por ejemplo en un jeroglífico que funde en una sola línea la lectura de las palabras y las imágenes. De este modo, y aunque no haya nunca fotografías periodísticas sin comentario escrito, el análisis debe apuntar en primer término a cada estructura por separado; y sólo cuando se haya agotado el estudio de cada estructura podrá entenderse la forma en que se complementan. De estas dos estructuras, una, la de la lengua, ya es conocida (lo que no se conoce es la de la "literatura" que constituye el habla del diario; en este sentido queda aún un enorme trabajo por realizar); la otra, la de la fotografía propiamente dicha, es prácticamente desconocida. Nos limitaremos aquí a definir las primeras dificultades de un análisis estructural propiamente dicho.

### **LA PARADOJA FOTOGRÁFICA**

¿Cuál es el contenido del mensaje fotográfico? ¿Qué transmite la fotografía? Por definición, la escena en sí, lo real literal. Del objeto a su imagen hay por cier-

to una reducción: de proporción, de perspectiva y de color. Pero esta reducción no es en ningún momento una *transformación* (en el sentido matemático del término). Para pasar de lo real a su fotografía, no es necesario segmentar esa realidad en unidades y erigir esas unidades en signos sustancialmente diferentes del objeto cuya lectura proponen. Entre ese objeto y su imagen, no es necesario disponer de un relevo, es decir de un código. Si bien es cierto que la imagen no es lo real, es por lo menos su *analogon* perfecto, y es precisamente esa perfección analógica lo que, para el sentido común, define la fotografía. Aparece así la característica particular de la imagen fotográfica: es un *mensaje sin código*, proposición de la cual es preciso deducir de inmediato un corolario importante: el mensaje fotográfico es un mensaje continuo.

¿Existen otros mensajes sin código? A primera vista sí: precisamente todas las reproducciones análogas de la realidad: dibujos, pinturas, cine, teatro. Pero en realidad, cada uno de estos mensajes desarrolla de manera inmediata y evidente, además del contenido analógico en sí (escena, objeto, paisaje), un mensaje suplementario, que es lo que llamamos corrientemente *estilo* de la reproducción. Se trata en este caso de un sentido secundario, cuyo significante es un cierto "tratamiento" de la imagen por parte del creador, y cuyo significado, ya sea estético o ideológico, remite a una cierta "cultura" de la sociedad que recibe el mensaje. En suma, todas estas "artes" imitativas contienen dos mensajes: un mensaje *denotado* que es el *analogon* en sí, y un mensaje *connotado*, que es la manera como la sociedad hace leer, en cierta medida, lo que piensa. Esta dualidad de los mensajes es evidente en todas las reproducciones no fotográficas: no hay dibujo, por "exacto" que

sea, cuya exactitud misma no se convierta en estilo; no hay escena filmada cuya objetividad no sea finalmente leída como el signo mismo de la objetividad. Tampoco en este caso se llevó a cabo el estudio de estos mensajes connotados (en primer lugar habría que decidir si lo que se llama obra de arte pueda reducirse a un sistema de significaciones). Sólo puede preverse que en el caso de que todas estas artes imitativas sean comunes, es verosímil que el código del sistema connotado esté constituido ya sea por una simbólica universal, ya sea por una retórica de época, en una palabra, por una reserva de estereotipos (esquemas, colores, grafismos, gestos, expresiones, agrupaciones de elementos).

Ahora bien, en principio nada de todo esto se da en la fotografía, en todo caso en la fotografía periodística, que no es nunca una fotografía “artística”. Al hacerse pasar por una analogía mecánica de lo real, en cierta medida, su mensaje primario llena por completo su sustancia y no deja lugar para el desarrollo de un mensaje secundario. En suma, de todas las estructuras de información,<sup>(1)</sup> la fotografía sería la única que está exclusivamente constituida y ocupada por un mensaje “denotado”, que agotaría por completo su ser. Ante una fotografía, el sentimiento de “denotación”, o si se prefiera, de plenitud analógica, es tan fuerte, que su descripción es literalmente imposible, puesto que *describir* es precisamente adjuntar al mensaje denotado, un relevo o un mensaje secundario, tomado de un código que es la lengua, y que constituye fatalmente, por más cuidados que se tomen para ser exactos, una connotación respecto de lo análogo fotográfico: por consiguiente, describir no es tan sólo ser inexacto o incompleto, sino cambiar de estructura, significar algo distinto de lo que se muestra.<sup>(2)</sup>

Ahora bien, este carácter puramente “denotante” de la fotografía, la perfección y la plenitud de su analogía, en una palabra su “objetividad” (es decir las características que el sentido común asigna a la fotografía) corren el riesgo de ser míticos, pues de hecho, hay una gran probabilidad (y esto será una hipótesis de trabajo) de que el mensaje fotográfico (al menos el mensaje periodístico) sea connotado. La connotación no se deja necesariamente captar de inmediato a nivel del mensaje en sí (es, si se quiere, a la vez invisible y activa, clara e implícita), pero se la puede inducir de ciertos fenómenos que tienen lugar a nivel de la producción y de la recepción del mensaje: por una parte, una fotografía periodística es un objeto trabajado, seleccionado, compuesto, construido, tratado según normas profesionales, estéticas o ideológicas, que son otros tantos factores de connotación; y por otra, esta misma fotografía no es solamente percibida, recibida, sino también *leída*, relacionada más o menos conscientemente por el público que la consume, con una reserva tradicional de signos. Ahora bien, todo signo supone un código, y es precisamente este código (de connotación) lo que habría que tratar de establecer. La paradoja fotográfica sería entonces la coexistencia de dos mensajes, uno sin código (lo analógico fotográfico) y otro con código (el “arte”, o el tratamiento o la “escritura” o la retórica fotográfica). Estructuralmente, la paradoja no es la colusión de un mensaje denotado y de un mensaje connotado: esta es la característica probablemente fatal de todas las comunicaciones de masa. Lo que sucede es que el mensaje connotado (o codificado) se desarrolla en este caso a partir de un mensaje sin código. Esta paradoja estructural coincide con una paradoja ética cuando queremos ser “neutros, objetivos”, nos esforzamos por copiar minuciosa-



mente lo real como si lo analógico fuera un factor que se resiste a la incorporación de valores (esta es, al menos, la definición del “realismo” estético).

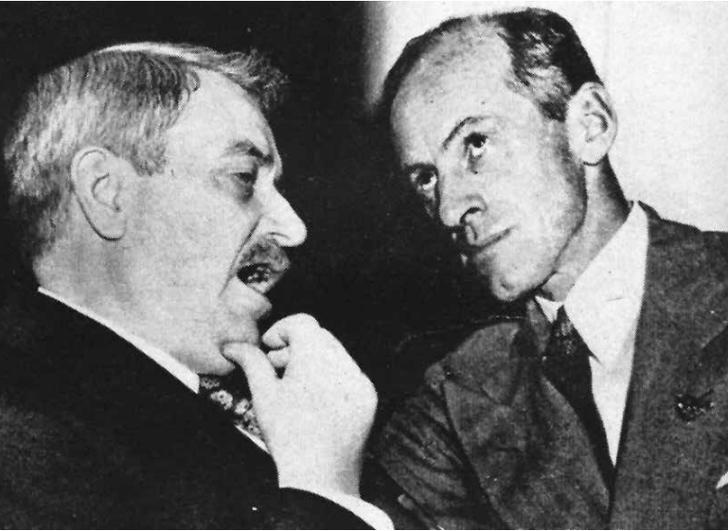
¿Cómo la fotografía puede ser al mismo tiempo “objetiva” y contener valores, natural y cultural? Esta pregunta podrá tal vez ser contestada sólo cuando haya sido posible captar el modo de imbricación del mensaje denotado y del mensaje connotado. Pero para comprender este trabajo hay que recordar que, en la fotografía, el mensaje denotado es absolutamente analógico, es decir que no recurre a código alguno, es *continuo*; por consiguiente, no hay motivo para buscar las unidades significantes del primer mensaje. Por el contrario, el mensaje connotado contiene un plano de expresión y un plano de contenido, significantes y significados: obliga pues a un verdadero desciframiento. Este desciframiento sería actualmente prematuro, pues para aislar las unidades significantes y los temas (o valores) significados, habría que realizar lecturas dirigidas (quizá por medio de test), haciendo variar artificialmente ciertos elementos de la fotografía para observar si esas variaciones de forma provocan variaciones de sentido. Al menos, podemos prever desde ahora los principales planos de análisis de la connotación fotográfica.

### LOS PROCEDIMIENTOS DE CONNOTACIÓN

La connotación, es decir la imposición de un sentido secundario al mensaje fotográfico propiamente dicho, se elabora en los diferentes niveles de producción de la fotografía (selección, tratamiento técnico, encuadre, disposición en la página): es, en suma, una codificación de lo analógico fotográfico. Es posible, por consiguiente, ir desentrañando pro-

cedimientos de connotación; pero no hay que olvidar que estos procedimientos no tienen nada que ver con unidades de significación, tales como un ulterior análisis semántico permitirá quizá definir las: estrictamente hablando, no forman parte de la estructura fotográfica. Estos procedimientos son conocidos; nos limitaremos a traducirlos en términos estructurales. En rigor, habría que separar los tres primeros (trucaje, pose, objetos) de los tres últimos (fotogenia, esteticismo, sintaxis), puesto que en esos tres primeros procedimientos, lo que produce la connotación es una modificación de lo real, es decir, del mensaje denotado (es evidente que estos supuestos no son exclusivos de la fotografía). Sin embargo, si se los incluye en los procedimientos de connotación fotográfica, es porque ellos también se benefician con el prestigio de la denotación: la fotografía permite que el fotógrafo *esquive* la preparación que impone a la escena que va a captar. Pero no por eso, desde el punto de vista de un ulterior análisis estructural, puede asegurarse que sea posible tener en cuenta el material que entregan dichos procedimientos.

**1. TRUCAJE.** En 1951, una fotografía ampliamente difundida en los periódicos norteamericanos, costaba su banca, según parece, al senador Millard Tydings; esta fotografía representaba al senador conversando con el líder comunista Earl Browder. Se trata, en realidad, de una foto trucada, constituida por el acercamiento artificial de los dos rostros. El interés metódico del trucaje consiste en que interviene, sin aviso previo, dentro mismo del plano de denotación; utiliza la credibilidad particular de la fotografía, que no es, como vimos, más que su excepcional poder de deno-



Millard Tydings / Earl Browder ■

Kennedy



tación, para hacer pasar por simplemente denotado un mensaje que es, en realidad, fuertemente connotado; no hay ningún otro tratamiento en el que la connotación adopte en forma tan completa la máscara “objetiva” de la denotación. Es evidente que la significación sólo es posible en la medida en que existe una reserva de signos, un esbozo de código; en este caso, el significante es la actitud (la conversación) de los dos personajes; señalaremos que esta actitud no se convierte en signo más que para una cierta sociedad, es decir sólo frente a determinados valores: lo que transforma el gesto de los interlocutores en signo de una familiaridad condenable es el anticomunismo puntilloso del electorado americano; en otras palabras, el código de connotación no es ni artificial (como en una lengua verdadera), ni natural: es histórico.

**2. POSE.** Veamos una fotografía periodística ampliamente difundida en el momento de las elecciones norteamericanas de 1960: es el busto del presidente Kennedy visto de perfil, los ojos hacia lo alto, las manos juntas. En este caso lo que prepara la lectura de los significados de connotación es la pose misma del sujeto: juventud, espiritualidad, pureza. La fotografía no es por cierto significante más que porque existe una reserva de actitudes estereotipadas que constituyen elementos de significación ya preparados (mirada hacia lo alto, manos juntas); una “gramática histórica” de la connotación iconográfica debería pues buscar sus materiales en la pintura, el teatro, las asociaciones de ideas, las metáforas corrientes, etc., es decir, precisamente, en la “cultura”. Como ya se dijo, la pose no es un procedimiento específicamente fotográfico, pero es difícil dejar de nombrarlo, en la medi-

da en que su efecto proviene del principio analógico que fundamenta la fotografía: el mensaje no es aquí “la pose” sino “Kennedy orando”: el lector recibe como simple denotación lo que de hecho es una estructura doble, denotada-connotada.

**3. OBJETOS.** Tenemos que reconocer aquí una importancia particular a lo que podría llamarse la pose de los objetos, puesto que el sentido connotado surge entonces de los objetos fotografiados (ya sea que el fotógrafo haya tenido la oportunidad de disponer artificialmente esos objetos frente al objetivo, ya sea que entre varias fotografías el diagramador elija la de tal o cual objeto). Lo interesante es que esos objetos son inductores corrientes de asociaciones de ideas (biblioteca = intelectual) o, de manera más oscura, verdaderos símbolos (la puerta de la cámara de gas de Chessmann remite a la puerta fúnebre de las antiguas mitologías). Estos objetos constituyen excelentes elementos de significación: por una parte, son discontinuos y complejos en sí mismos, lo cual para un signo es una cualidad física; y por otra, remiten a significados claros, conocidos. Por consiguiente, son los elementos de un verdadero léxico, estables al punto de poder constituirse fácilmente en sintaxis. Veamos por ejemplo una “composición” de objetos: una ventana abierta sobre techos de teja, un paisaje de viñedos; ante la ventana, un álbum de fotografías, una lupa, un jarro con flores; estamos pues en el campo, al sud del Loire (viñedos y tejas), en una casa burguesa (flores sobre la mesa), cuyo anciano morador (lupa) revive sus recuerdos (álbum de fotografías): se trata de François Mauriac, en Malagar (foto aparecida en *Paris-Match*). En alguna medida, la

connotación “sale” como si se tratase de una escena inmediata y espontánea, es decir insignificante; se encuentra explicitada en el texto, que desarrolla el tema de los vínculos que unen a Mauriac con la tierra. Es posible que el objeto ya no posea una *fuera*, pero posee con toda seguridad un sentido.

**4. FOTOGENIA.** Ya se hizo la teoría de la fotogenia (Edgar Morin en *El cine o el hombre imaginario*) y no es este el lugar para insistir acerca de la significación general de este procedimiento. Bastará definir la fotografía en términos de estructura informativa: en la fotogenia, el mensaje connotado está en la imagen misma, “embellecida” (es decir en general sublimada), por técnicas de iluminación, de impresión y de revelado. Sería necesario hacer un recuento de estas técnicas, sólo en la medida en que a cada una de ellas corresponde un significado de connotación suficientemente constante como para poder ser incorporado a un léxico cultural de los “efectos” técnicos (por ejemplo el “desenfoco por el movimiento” o “filé”, lanzado por el equipo del doctor Steinert para significar el espacio-tiempo). Este recuento sería además una excelente ocasión para distinguir los efectos estéticos de los efectos significantes —salvo que se llegue a la conclusión de que en fotografía, contrariamente a las intenciones de los fotógrafos de exposición, no hay nunca *arte* sino siempre *sentido*— lo que opondría precisamente, según un criterio preciso, la buena pintura, así fuese marcadamente figurativa, a la fotografía.

**5. ESTETICISMO.** Aparentemente, sólo puede hablarse de esteticismo en fotografía de manera ambigua:

cuando la fotografía se hace pintura, es decir composición o sustancia visual deliberadamente tratado como “empaste”, ya sea para significarse a sí misma como “arte” (es el caso del “pictoralismo” de comienzos de siglo), ya sea para imponer un significado por lo general más sutil y más complejo de lo que permiten otros procedimientos de connotación. Así por ejemplo, Cartier-Bresson representó el recibimiento que los fieles de Lisieux tributaron al Cardenal Pacelli como un cuadro antiguo; pero esta fotografía no es en absoluto un cuadro. Por una parte, su esteticismo manifiesto remite (maliciosamente) a la idea misma de cuadro (lo cual es contrario a toda pintura verdadera), y por otra, la composición significa aquí, abiertamente, una cierta espiritualidad estática, traducida en términos de espectáculo objetivo. En este caso vemos además la diferencia entre la fotografía y la pintura: en el cuadro de un Primitivo, la “espiritualidad” no es nunca un significado, sino, por así decirlo, el ser mismo de la imagen; es cierto que en algunas pinturas puede haber elementos de código, figuras de retórica, símbolos de época; pero no unidades significantes que remitan a la espiritualidad, que es una manera de ser, no el objeto de un mensaje estructurado.

**6. SINTAXIS.** Ya hablamos de una lectura discursiva de objetos—signos dentro de una misma fotografía; es natural que varias fotografías puedan transformarse en secuencia (es el caso corriente en las revistas ilustradas); el significante de connotación ya no se encuentra entonces a nivel de ninguno de los fragmentos de la secuencia, sino a nivel (supra—segmentario, dirían los lingüistas) del encadenamiento. Veamos cuatro instantáneas de una cacería presidencial





■ Fieles de Lisieux / Cardenal Pacelli

Vincent Auriol

en Rambouillet; en cada una de ellas el ilustre cazador (Vincent Auriol) apunta su fusil en una dirección imprevista, con gran peligro para los guardias que huyen o se tiran al suelo: la secuencia (y sólo ella) ofrece como lectura una situación cómica, que surge, según un procedimiento bien conocido, de la repetición y de la variación de las actitudes. En este sentido señalaremos que la fotografía solitaria es rara vez (es decir difícilmente) cómica, al contrario del dibujo; lo cómico necesita movimiento, es decir repetición (lo que es fácil en el cine), o tipificación (lo que es posible en el dibujo), y estas dos “connotaciones” le están vedadas a la fotografía.

### EL TEXTO Y LA IMAGEN

Tales son los principales procedimientos de connotación de la imagen fotográfica (repetiremos una vez más que se trata de técnicas, no de unidades). Podemos agregar de modo constante el texto mismo que acompaña la fotografía periodística. Se imponen aquí tres observaciones.

En primer lugar, la siguiente: el texto constituye un mensaje parásito, destinado a connotar la imagen, es decir, a “insuflarle” uno o varios significados secundarios. En otras palabras, y esto representa un vuelco histórico importante, la imagen ya no *ilustra* la palabra; es la palabra que, estructuralmente, es parásita de la imagen. Este vuelco tiene su precio: en las formas tradicionales de “ilustración” la imagen funcionaba como una vuelta episódica a la denotación, a partir de un mensaje principal (el texto) sentido como connotado, puesto que necesitaba, precisamente, una ilustración; en la relación actual, la imagen no viene a aclarar o a “realizar” la palabras; es la pala-

bra que viene a sublimar, patetizar o racionalizar la imagen; pero como esta operación se hace a título accesorio, el nuevo conjunto informativo parece fundarse principalmente en un mensaje objetivo (denotado), del cual la palabra no es más que una suerte de vibración secundaria, casi inconsecuente. Antes, la imagen ilustraba el texto (lo hacía más claro); hoy en día el texto hace más pesada la imagen, le impone una cultura, una moral, una imaginación; antes había una reducción del texto a la imagen, hoy un ampliación de una a otra: la connotación ya no se vive más que como la resonancia natural de la denotación fundamental constituida por la analogía fotográfica. Nos encontramos pues frente a un proceso caracterizado de naturalización de lo cultural.

Otra observación: el efecto de connotación es probablemente diferente según el modo de presentación de la palabra; cuanto más cerca se encuentra de la imagen, menos parece connotarla; atrapado en alguna medida por el mensaje iconográfico, el mensaje verbal parece participar de su objetividad, la connotación del lenguaje se vuelve “inocente” a través de la denotación de la fotografía. Es cierto que no hay nunca una verdadera incorporación, puesto que las sustancias de ambas estructuras (en un caso gráfica, en el otro icónica) son irreductibles; pero es probable que en esa amalgama existan grados, es posible que la leyenda tenga un efecto de connotación menos evidente que la de los títulos o los artículos; título y artículo se separan sensiblemente de la imagen, el título por su impresión, el artículo por su distancia, uno porque rompe, el otro porque aleja el contenido de la imagen; la leyenda, por el contrario, por su misma disposición, por su medida promedio de lectura, parece reforzar la imagen, es decir, participar en su denotación.



Sin embargo es imposible (y esta será la última observación respecto del texto) que la palabra “refuerce” la imagen, pues en el pasaje de una estructura a otra, se elaboran fatalmente significados secundarios. ¿Cuál es la relación que estos significados de connotación mantienen con la imagen? Aparentemente se trata de una explicación, es decir, en cierta medida, de un énfasis; en efecto, la mayoría de las veces el texto produce (inventa) un significado enteramente nuevo y que de alguna manera se proyecta retroactivamente en la imagen, hasta el punto de parecer denotado: “Estuvieron al borde de la muerte, sus rostros lo prueban”, dice el título de una fotografía en la que se ve a la reina Isabel y a Felipe de Edimburgo bajando de un avión; sin embargo, en el momento de la fotografía, estos dos personajes ignoraban por completo el accidente aéreo del que acababan de escapar. A veces la palabra puede también llegar a contradecir la imagen de modo de producir una connotación compensatoria. Un análisis de Gerbner (*The social anatomy of the romance confession cover-girl*) acompañaba siempre la imagen de una cover-girl radiante; los dos mensajes entran aquí en un compromiso; la connotación tiene una función reguladora, preserva el juego irracional de la proyección-identificación.

### **LA INSIGNIFICANCIA FOTOGRÁFICA**

Hemos visto que, verosímilmente, el código de connotación no es ni “natural” ni “artificial”, sino histórico, o si se prefiere “cultural”. En él los signos son gestos, actitudes, expresiones, colores o efectos, provistos de ciertos sentidos en virtud del uso de una cierta sociedad: la relación entre el significante y el significado, es decir la significación, es, si no inmotivada,

al menos enteramente histórica. Por consiguiente, no puede decirse que el hombre moderno proyecte en la lectura de la fotografía sentimientos y valores caracterológicos “eternos”, es decir infra o trans-históricos, más que si se precisa con toda claridad que la significación es siempre elaborada por una sociedad y una historia definidas; la significación es, en suma, el movimiento dialéctico que resuelve la contradicción entre el hombre cultural y el hombre natural.

Por consiguiente, gracias a su código de connotación, la lectura de la fotografía es siempre histórica; depende del “saber” del lector, como si se tratara de una lengua verdadera, inteligible sólo si se conocen sus signos. En resumidas cuentas, el “lenguaje” fotográfico no dejaría de recordar ciertas lenguas ideográficas, en las cuales unidades analógicas y unidades descriptivas están mezcladas, con la diferencia de que el ideograma es vivido como un signo, en tanto que la “copia” fotográfica pasa por ser denotación pura y simple de la realidad. Encontrar este código de connotación sería, entonces, aislar, enumerar y estructurar todas las partes de la superficie fotográfica cuya discontinuidad misma depende de un cierto saber del lector o, si se prefiere, de su situación cultural. Ahora bien, en esta tarea quizá sea necesario ir más lejos. Nada indica que en la fotografía haya partes “neutras”, o que la insignificancia completa de la fotografía sea quizá totalmente excepcional. Para resolver este primer problema, habría que dilucidar en primer término los mecanismos de lectura (en el sentido físico y no ya semántico del término), o, si se prefiere, de percepción de la fotografía. Ahora bien, en este sentido no sabemos gran cosa: ¿cómo leemos una fotografía? ¿Qué percibimos? ¿En qué orden, según qué itinerario? ¿Qué es incluso percibir? Si, según ciertas

hipótesis de Bruner y Piaget, no hay percepción sin categorización inmediata, la fotografía se verbaliza en el momento mismo en que se percibe; o, mejor dicho, no se percibe más que verbalizada (si la verbalización tarda, se produce un desorden de la percepción, interrogación, angustia del sujeto, traumatismo, según la hipótesis de G. Cohen-Séat a propósito de la percepción fílmica). Desde este punto de vista, la imagen captada de inmediato por un metalenguaje interior —la lengua—, no conocería en suma ningún estado denotado. Socialmente, sólo existiría sumergida por lo menos en una primera connotación, precisamente la de las categorías de la lengua; y se sabe que toda lengua toma partido a favor de las cosas, que connota lo real, aunque más no fuera segmentándolo: por consiguiente, las connotaciones de la fotografía coincidirían, en términos generales, con los grandes planos de connotación del lenguaje.

Así, además de la connotación “perceptiva”, hipotética pero posible, se encontrarían modos de connotación más particulares. En primer término, una connotación “cognitiva”, cuyos significantes estarían seleccionados, localizados, en ciertas partes del analogon: ante una foto de una ciudad, sé que estoy en un país del norte de Africa, porque veo a la izquierda un cartel escrito en caracteres arábigos, en el centro un hombre vestido con una “gandurah”, etc.; en este caso la lectura depende estrechamente de mi cultura, de mi conocimiento del mundo; y es probable que una buena foto periodística (y todas lo son, puesto que han sido seleccionadas) juegue con el saber supuesto de sus lectores, eligiendo las fotos que contienen la mayor cantidad posible de informaciones de este tipo, de manera que la lectura sea eufórica. Si se fotografía Agadir destruida, más vale disponer de algunos signos de

“arabidad”, aunque la “arabidad” no tenga nada que ver con el desastre en sí, pues la connotación proveniente del saber es siempre una fuerza tranquilizadora: al hombre le gustan los signos, y le gustan claros. Connotación perceptiva, connotación cognitiva: queda aún el problema de la connotación ideológica (en el sentido amplio del término) o ética, que introduce en la lectura de la imagen razones o valores. Se trata de una connotación fuerte, exige un significante muy elaborado, casi diríamos sintáctico: encuentro de personajes (lo vimos a propósito del trucaje), desarrollo de actitudes, constelación de objetos. El hijo del Shah de Persia acaba de nacer; en la fotografía vemos: la realeza (cuna adorada por una multitud de servidores que la rodean), la riqueza (varias *nurses*), la higiene (guardapolvos blancos, techo de la cuna de plexi-glass), la condición, pese a todo humana, de los reyes (el bebé llora), es decir todos los elementos contradictorios del mito principesco, tal como lo consumimos en la actualidad. En este caso se trata de valores apolíticos, y el léxico es rico y claro. Es posible (pero esto no es más que una hipótesis) que por el contrario, la connotación política esté la mayoría de las veces confiada al texto, en la medida en que las elecciones políticas son siempre, por así decirlo, de mala fe: de determinada fotografía puedo dar una lectura de derecha o una lectura de izquierda (ver en este sentido una encuesta de una encuestadora conocida publicada por *Les temps modernes*, en 1955). La denotación, o su apariencia, es una fuerza que no logra modificar las opciones políticas: nunca ninguna fotografía convención o desmintió a nadie (pero puede “confirmar”), en la medida en que la conciencia política es tal vez inexistente fuera del *logos*: la política es lo que permite *todos* los lenguajes.



## Notas

Estas observaciones bosquejan una suerte de cuadro diferencial de las connotaciones fotográficas; en todo caso, puede verse que la connotación llega muy lejos. ¿Significa esto que sea imposible una pura denotación, *un más acá del lenguaje*? Si existe, no es tal vez a nivel de lo que el lenguaje corriente llama lo insignificante, lo neutro, lo objetivo, sino más bien a nivel de las imágenes propiamente traumáticas: el trauma es precisamente lo que suspende el lenguaje y bloquea la significación. Es cierto que en un proceso de significación fotográfica pueden captarse situaciones normalmente traumáticas; lo que sucede es que precisamente en ese momento son señaladas a través de un código retórico que las distancia, las sublima, las aplaca. Son raras las fotografías propiamente traumáticas, pues en fotografía el trauma es enteramente tributario de la certeza de que la escena tuvo realmente lugar: *era necesario que el fotógrafo estuviese allí* (definición mítica de la denotación); pero una vez sentado esto (que a decir verdad ya es una connotación), la fotografía traumática (incendios, naufragios, catástrofes, muertes violentas captadas “en vivo”) es aquella de la cual no hay nada que decir: la foto-choque es por estructura insignificante: ningún valor, ningún saber, en última instancia ninguna categorización verbal pueden influir en el proceso institucional de la significación. Podría entonces imaginarse una suerte de ley: cuando más directo es el trauma, tanto más difícil la connotación; o bien: el efecto “mitológico” de una fotografía es inversamente proporcional a su efecto traumático.

¿Por qué? Lo que sin duda sucede es que, como toda significación bien estructurada, la connotación fotográfica es una actividad institucional. A nivel de la sociedad total, su función es integrar al hombre, es

(1) Se trata, por supuesto, de estructuras “culturales” o culturalizadas, y no de estructuras operacionales: la matemática, por ejemplo, constituye una estructura denotada, sin ninguna connotación; pero si la sociedad de masas se apodera de ella y dispone, por ejemplo, una fórmula algebraica en un artículo dedicado a Einstein, este mensaje, de origen puramente matemático, se carga de una fuerte connotación, puesto que *significa* la ciencia.

(2) Es más fácil describir un dibujo, puesto que se trata, en suma de describir una estructura ya connotada, trabajada con miras a una significación *codificada*. Quizás sea este el motivo por el cual los test psicológicos utilicen muchos dibujos y pocas fotografías.

decir, tranquilizarlo. Todo código es a la vez arbitrario y racional y recurrir a un código es para el hombre un modo de comprobarse, de probarse a través de una razón y una libertad. En este sentido, es posible que el análisis de los códigos permita definir históricamente una sociedad con mayor seguridad y facilidad que el análisis de sus significados, pues éstos pueden aparecer a menudo como trans-históricos, pertenecientes a un fondo antropológico más que a una historia verdadera: Hegel definió mejor a los antiguos griegos cuando esbozó la manera como significaban la naturaleza, que cuando describió el conjunto de sus “sentimientos y creencias” referidas a este tema. Del mismo modo quizá haya algo más útil que hacer directamente el recuento de los contenidos ideológicos de nuestro tiempo, pues al tratar de reconstituir en su estructura específica el código de connotación de una comunicación tan amplia como lo es la fotografía periodística, podemos esperar encontrar, en su propia fineza, las formas que nuestra sociedad utiliza para tranquilizarse, y captar así la medida, los rodeos y la función profunda de este esfuerzo. La perspectiva es tanto más atractiva, como dijimos al comienzo, cuanto que en lo relativo a la fotografía, se desarrolla bajo la forma de una paradoja: la que hace de un objeto inerte un lenguaje y transforma la incultura de un arte “mecánico”, en la más social de las instituciones.



**Cuadernos de Cine Documental 10** se diseñó en  **ediciones**  y se imprimió en Docuprint SA, Bs. As., Argentina, junio 2016.