

Representaciones sociales, pobreza e imagen visual

Germán Serventi¹
Universidad Jorge Tadeo Lozano

En la siguiente ponencia, se presenta un avance de la investigación *Representaciones sociales, pobreza e imagen visual. La fotografía y la caricatura en la prensa colombiana: 1991-2005* cuyo objetivo general es identificar y explicar la manera y las formas en que la imagen visual de la prensa colombiana (fotografía y caricatura) genera y reproduce representaciones sociales sobre la pobreza entre 1991 y 2005. Dicho periodo comprende el tiempo que ha transcurrido desde la sanción y promulgación de la Constitución de 1991, que supuso un avance legislativo para luchar contra la pobreza. Dado que la indagación del estado de la cuestión ha arrojado una carencia bibliográfica en relación a las representaciones sociales e imagen visual, a continuación se presenta una exploración y aproximación teórica que avanza en la comprensión del papel que juegan los mensajes visuales en la cognición social, específicamente en la producción y reproducción de representaciones sociales, y particularmente la manera en que la imagen visual influye en la reproducción de representaciones sociales de la pobreza en la prensa colombiana. Se presentará así, una reflexión que se hace necesaria alrededor del problema de la representación icónica a propósito de la pobreza como referente.

Pobreza y representación

Según Consuelo Corredor (2004), un serio problema relacionado con el fenómeno de la pobreza es su definición, ya que de ésta depende la manera en que se miden los índices de este fenómeno sociológico. De todas formas, este es un problema que atañe directamente a las ciencias sociales y económicas: encontrar una definición rigurosa y científica que sea capaz de incluir la mayor parte de los fenómenos de pobreza para su estudio, evaluación e intervención. Sin embargo, cuando se habla de representaciones

¹ Magíster en Lingüística Universidad Nacional de Colombia. Docente de Semiología Universidad De Bogotá Jorge Tadeo Lozano. Miembro del Grupo Colombiano de Análisis del Discurso Mediático y de la Red Latinoamericana de Análisis Crítico del Discurso REDLAD.

sociales de la pobreza, sobre todo en el ámbito de los medios, los cuales se caracterizan entre otras porque producen y reproducen representaciones, el problema ya no radica en su definición como un fenómeno sociológico, sino en su determinación como representación social. Es decir, dicha representación de la pobreza, más que depender de las definiciones formales de este problema, depende, sobre todo, de lo que una sociedad acepta o no qué es la pobreza lo que implica desde dónde se caracteriza a sí misma y a sus miembros como pobres o no. Además, es preciso entender que la representación puede estar relacionada con ciertos principios ideológicos que pueden a su vez promover la desigualdad, la exclusión y la diferencia social entre estos mismos individuos, colectividades y comunidades, así como esconder, matizar o camuflar los reales estados de pobreza. De esta manera, el estudio de las representaciones sociales de la pobreza no es un estudio de la pobreza como fenómeno en sí mismo, sino de la manera en que se ha producido una representación de la pobreza como hecho social, no como un fenómeno sociológico.

Ahora, el estudio de las representaciones sociales, noción propia de la psicología social, ha encontrado en las ciencias del lenguaje, particularmente en el análisis del discurso, un marco complementario y una metodología que ha abierto una puerta a la investigación al rededor de representaciones sobre fenómenos sociales concretos en diferentes contextos (Pardo, 2006; Raiter et al., 2002). Sin embargo, la relación entre representación social como categoría científica y análisis del discurso ha ahondado en las representaciones que se producen en la sociedad de diferentes objetos sociales estudiando diversas producciones naturales de textos verbales, y ahora se echa de menos una investigación que avance en el estudio de representaciones sociales reproducidas no únicamente a través de textos verbales, sino por otros sistemas semióticos como las diferentes modalidades de los mensajes visuales o audiovisuales (fotografía, pintura, cine, televisión, escultura, danza, teatro). Esto, sin embargo, no debe entenderse como un estudio por separado de cada uno, sino que, de hecho, debe delinear un camino que se dirija hacia un análisis de los discursos pluricódigos (Klinkenberg, 1996, p. 215 & ss.), o multimodales (Van Dijk 1997, p 28).

En este sentido, esta investigación quiere hacer un aporte doble: en primera instancia, contribuir, desde el análisis de discursos no verbales, al estudio de las representaciones de la pobreza, dado que es una de las problemáticas más complejas y penosas de las

realidades sociales latinoamericanas que desde la Red Latinoamericana de Analistas del Discurso –REDLAD– se está adelantando, y, en segundo lugar, hacer una contribución al desarrollo de un análisis de los discursos pluricódigos.

En aras de cumplir con estos propósitos, una primera reflexión que se plantea como necesaria es la cuestión de la representación icónica y su carácter referencial. Al respecto, es oportuno volver sobre los planteamientos realizados por el Groupe μ , a partir de su *Tratado del signo visual* (1992) y de algunas de las posiciones que aún siguen siendo válidas del *Tratado de semiótica general* (1975) de Umberto Eco, sobre todo lo que tiene que ver con la noción de referente y unidad cultural.

La representación icónica y la pobreza como referente

La semiótica de los mensajes visuales ha centralizado su reflexión alrededor del signo icónico visual, el cual es definido como un signo que se produce a partir de una relación de motivación con respecto al objeto que representa. Esto, sin embargo, no debe entenderse como que el ícono es una copia o semejanza del objeto, noción ingenua y poco operativa de ícono, sino que dicha relación de motivación se da porque el signo icónico reproduce ciertas características de la percepción de los objetos, en la medida en que la continua percepción del mundo sensible se organiza en tipos, es decir, en modelos teóricos cognitivos que permiten luego el reconocimiento del mundo mismo.

En este sentido, el signo icónico es un signo que representa objetos con ciertas propiedades sensibles ya que debe reproducir las características de la percepción de los objetos a partir de un tipo estabilizado por la percepción y la cultura; la percepción arroja las características perceptivas del mundo, los elementos visuales invariables de los objetos, y la cultura estabiliza los objetos como unidades culturales (Eco, 1975), es decir, como objetos que son reconocidos por poseer una función dentro de la cultura. A partir de allí, y en particular lo que atañe a esta investigación, una fotografía de prensa sobre la pobreza debería representar icónicamente la pobreza, lo que implicaría que la pobreza es un referente con características sensibles, es decir, un objeto que puede aprenderse con los sentidos, en este caso con el sentido de la vista. Esta aseveración requiere de volver a examinar el problema del referente para poder entender las representaciones de la pobreza en los mensajes visuales.

El problema del referente en la semiótica ha sido desde hace un par de décadas un tema de discusión bien importante ya que es uno de los pilares de una semiótica general en la medida en que se debe dar un estatus epistemológico a la realidad de la cual se comunica algo. En ese sentido, Jean-Marie Klinkenberg (1996, p. 56) ha definido el referente como aquello de lo que se comunica y que no necesariamente debe ser real, verdadero o palpable; en este sentido el referente es, básicamente, una entidad teórica construida por una comunidad o un grupo social, lo que hace del objeto una convención, una unidad cultural que es una entidad abstracta de naturaleza semántica, es decir intensional, antes que un objeto meramente extensional², ubicable en la vertiente material del mundo, como lo propone Umberto Eco (1975, p. 111) con su noción de unidad cultural.

En este sentido, la pobreza será un referente del que se puede hablar o comunicar y de hecho se comprueba en la medida en que la prensa comunica de varias maneras sobre dicho fenómeno, entre ellas la imagen visual, sea esta una fotografía o una caricatura. Sin embargo, se dijo anteriormente que la imagen visual, sobre todo en el contexto de la prensa, estaba muy relacionada con el signo icónico que, a partir de una relación de motivación, representaba un objeto, es decir, reproducía las características de la percepción de ese objeto. Siguiendo esta línea, entonces, el ícono visual representa referentes que poseen un carácter sensible del objeto (es decir, características visuales y topológicas) lo que conlleva a decir que el ícono representa referentes que remiten a un objeto existente en la vertiente material del mundo. Por lo tanto, si la imagen visual es icónica, la fotografía de prensa y la caricatura que representan la pobreza representan un objeto concreto y palpable del mundo.

Esta afirmación parecería respaldar la idea de que la pobreza es un objeto ubicable en la vertiente material del mundo. Sin embargo, esta idea es fácilmente rebatible en la medida en que ‘pobreza’, en términos semióticos, no es un signo de un objeto sensible y

² Intensión no debe confundirse con intención. La semántica intensional se preocupa por estudiar las condiciones de significación de un código, es decir, la relación entre unidades del plano de la expresión y unidades del plano del contenido. Una semántica extensional trata de estudiar las condiciones de verdad de un código, es decir, la relación entre los signos y los objetos a los que hace referencia. En cuanto a las representaciones sociales, aunque la perspectiva extensionalista no debe olvidarse, la posición intensional deberá arrojar las características de la pobreza como representación y no las características de la pobreza como objeto extensional.

estable en el mundo, sino, más bien, un principio que determina qué objetos pueden implicar pobreza y qué otros no, y obedece a un relativismo social ya que en ciertas sociedades la pobreza difiere de los términos en que la definen otras sociedades, es decir, la pobreza muchas veces se define en términos estructurales, a partir de las posibilidades de un grupo con respecto a otro (Corredor, 2004). De hecho, si la pobreza fuera un objeto sensible en el mundo, lo que implicaría cierto grado de estabilidad, los sociólogos y economistas no se encontrarían con los problemas tan complejos que tienen al generar una definición que permita una medición más global de este fenómeno.

A partir de allí, se presenta como hipótesis de trabajo postular la pobreza no como un objeto sensible en el mundo material, sino como un principio a partir del cual se pueden caracterizar o seleccionar algunos objetos del mundo material como objetos de pobreza o que implican pobreza.

¿Cuál es la diferencia entonces con la definición científica de pobreza de la cual se ha separado este estudio? La diferencia radica en que el principio clasificador de la pobreza que se quiere indagar, es en realidad una representación social construida no únicamente por las ciencias sociales y económicas, sino que es una representación construida socialmente donde la cultura, la historia, la política y los medios son factores determinantes en su propia construcción como representación.

Lo interesante de partir de esta noción de pobreza es que la imagen visual ya no representa directamente el referente de la pobreza, el cual no es en sí mismo un objeto que se pueda representar dado que no posee en sí características sensibles. A partir de ello, lo que los mensajes visuales representan son los objetos sensibles que sean susceptibles de ser clasificados dentro de la clase 'pobreza'. De esta manera, al estudiar un corpus de mensajes visuales que acompañan textos periodísticos sobre pobreza o caricaturas de pobreza, se establecería un conjunto de referentes que la implicarían y cuyo estudio sistemático permitiría establecer las características propias de la representación de la pobreza en un momento y en un lugar determinado.

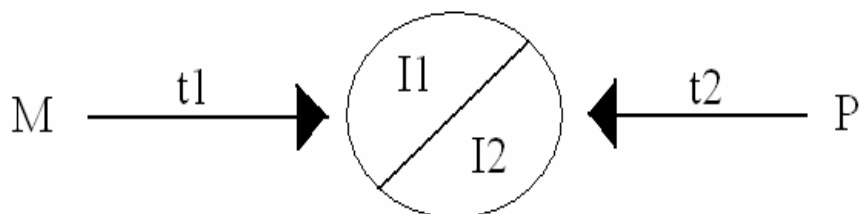
En la presente investigación, entonces, a partir de un corpus de fotografías y caricaturas de prensa, específicamente de periódicos colombianos como El Tiempo, El Heraldo, Vanguardia Liberal y El país, correspondientes al periodo comprendido entre 1991 y

2005, se identificarán las unidades culturales (referentes sensibles representados icónicamente) de las cuales se pretende reconocer las representaciones sociales más estables producidas y reproducidas por la imagen visual.

Hasta este punto, no parece haber mayor problema con respecto al estudio: la pobreza se entenderá como una representación social cuya función en el marco de una sociedad determina lo que es y lo que no es pobreza; se estudiará un corpus suficientemente amplio, en un periodo de tiempo determinado, para establecer así las características propias de la representación de la pobreza. Sin embargo, se ha tomado hasta ahora de manera muy vaga las características propias de la imagen visual la cual se ha caracterizado como una representación de las condiciones de percepción de la realidad sensible lo que implica que la imagen de prensa representa objetos materiales que se puedan clasificar dentro de lo que es la pobreza.

En ese sentido, debe quedar suficientemente claro que los mensajes visuales, así definidos, representarían una realidad que puede ser comprobable empíricamente en la vertiente material del mundo. El problema surge cuando se entiende que la imagen visual, no sólo representa las condiciones de percepción de una realidad, sino que las transforma y además puede incluir algunos otros elementos que no son propios de los objetos representados sino, incorporados por el productor del mensaje.

Para entender esto, es necesario volver sobre el esquema de producción de signo icónico que propone el Groupe μ :



Este modelo revela que el signo icónico es en realidad la unión de dos conjuntos I1 e I2. I1 hace referencia a las características sensibles reproducidas por el signo en relación a un referente; es decir, I1 es producto de la transformación T1 de ciertas características visuales de un referente o modelo M. I2 es un conjunto de rasgos que no son comunes al modelo y que son reproducidas dentro del ícono por parte de un productor P a partir de una serie de transformaciones T2. En este sentido, el signo icónico es un encuentro de elementos motivados por el objeto, responde a una serie de características topológicas o cromáticas del objeto, y una serie de elementos que no son comunes a este, introducidas por el productor.

En este modelo es donde el Groupe μ incluye otra dimensión semiótica en los mensajes visuales que es llamado el signo plástico. El signo plástico se ubica concretamente en las transformaciones que el productor pueda incluir en el nivel del color, la forma y la textura del mensaje visual.

En este sentido, volviendo al problema de los mensajes visuales en la prensa, es claro que la fotografía y la caricatura están lejos de articular únicamente signos icónicos, ya que es evidente que en el tratamiento de las imágenes hay transformaciones a nivel del color, la textura y la forma, es decir, según la propuesta del Groupe μ , a nivel plástico. Por ejemplo, la manipulación cromática de una fotografía que en realidad debería representar una imagen en policromía la produce en una escala de grises. Dicha transformación genera elementos que no son propios del referente sino que son incluidos por el productor. Estas transformaciones ya no son de carácter icónico sino que incluyen representaciones de tipo simbólico o convencional e indicial, es decir, transformaciones plásticas que, por ejemplo, buscan generar o activar ciertas emociones en los receptores del mensaje.

Las transformaciones plásticas generan de hecho otros objetos que ya no son objetos ubicables en la vertiente material del mundo, sino que son objetos producidos por la misma comunicación de prensa. Es decir, la representación social de la pobreza no sólo es reproducida por los medios de comunicación, sino que es una representación que es producida por la prensa misma haciendo referencia a realidades no estables sino

transformadas a partir de las diversas formas de tratamiento de imágenes utilizadas en el ejercicio editorial.

De esta manera, se van sumando diversos problemas que deben tenerse en cuenta a la hora de abordar la representación social de la pobreza a partir de los mensajes visuales de prensa. Así, no sólo los referentes representados en la imagen son datos útiles para el estudio, sino que es necesario incorporar todos los datos que pertenezcan a transformaciones claras a nivel plástico.

Ahora, a nivel icónico también aparecen ciertos problemas que deben abordarse igualmente en una perspectiva semiótica y apoyarse en los desarrollos de otras semióticas específicas como la proxémica, la cinésica y la semiótica del espacio o semiótica de la arquitectura y la semiótica de la moda.

Un repaso muy rápido a imágenes sobre pobreza muestra cómo los referentes representados por la prensa como imágenes de pobreza no son agotables desde la perspectiva netamente icónica, sino que se debe pasar al análisis de diversos códigos allí presentes, lo que implica una perspectiva multimodal.

En este sentido, es necesario establecer las connotaciones que surjan a partir de los referentes representados y que pueden ser leídos desde los diversos códigos culturales que fomentan tales connotaciones en un contexto social. Dichos códigos se pueden abordar desde las diferentes semióticas específicas como las anteriormente mencionadas.

Conclusiones

Un examen preliminar de las características de los mensajes visuales en relación a su capacidad de representación de realidades sociales ha arrojado algunas nociones que deben ser tenidas en cuenta a la hora de analizar imágenes en busca de representaciones de fenómenos tales como la pobreza.

La tabla 1 recoge todos los niveles y códigos que aparecen como elementos necesarios para el análisis de la imagen visual y su relación con las representaciones sociales de la pobreza.

Tabla 1.

| | | | | |
|----------------|---|---|--------------------------------------|---|
| Mensaje visual | Signo icónico | Referentes con características visuales | Códigos proxémicos | Denotaciones y connotaciones simbólicas |
| | | | Códigos cinésicos | |
| | | | Códigos arquitectónicos y espaciales | |
| | | | Códigos objetuales | |
| | Otros códigos visuales | | | |
| Signo plástico | Rasgos incluidos en el signo que no son comunes con el referente. | Denotaciones y connotaciones simbólicas | | |

En primera instancia, se presenta el problema de los referentes. El mensaje visual articulado por signos icónicos representa objetos que se pueden ubicar en el mundo sensible. En el caso de la representación de la pobreza es claro que el mensaje visual no representa la pobreza directamente sino ciertos objetos que implican pobreza a partir de un concepto o representación social que admite tal implicación. Estudiar sistemáticamente tales objetos puede conducir a establecer las características de la representación social de la pobreza como principio clasificador de lo que es pobreza para una sociedad en un momento dado.

La representación en los mensajes visuales no sólo se da por una relación de motivación con el objeto representado (carácter icónico), sino que también articula una cantidad de elementos no comunes con el objeto (carácter plástico) que pueden incidir en la representación de la pobreza. En otras palabras, en la imagen de prensa no solo se representan objetos que implican pobreza, sino que también se incluyen una serie de elementos no propios de los objetos representados con un estatuto semiótico tal que son generadores de sentido. Estos elementos, que son añadidos por el productor de la imagen, también inciden en la manera como se construye la representación social de la pobreza. En este sentido, al incluir otros elementos no propios de los objetos representados, el medio no solo reproduce sino que se convierte en productor de representaciones sociales.

Las perspectivas icónica y plástica no son los únicos niveles que permiten la identificación de las características de las representaciones. La imagen visual, en la medida en que representa el mundo, puede activar códigos de diferentes mensajes visuales como los códigos de la comunicación no verbal, los códigos del espacio, de los objetos y de la moda y algunos otros códigos que hasta ahora no han sido identificados plenamente en los mensajes visuales de la pobreza. Estos códigos aparecen a través del signo icónico y se complementan con el signo plástico y deben comprender, en ese sentido, otros niveles de análisis en la medida en que son portadores fundamentales de sentido.

Para terminar, hasta aquí se ha avanzado una reflexión sobre los diversos niveles que deben ser tenidos en cuenta para el estudio de la imagen y su posible influencia en la cognición social en la medida en que puede vehicular elementos que aportan a la producción y reproducción de representaciones sociales. En ese sentido se debe partir de una teoría que permita comprender ampliamente cómo se articulan los mensajes visuales, cuáles son sus posibilidades y modalidades de representación, y cómo el mensaje visual constituye la posibilidad de una función semiótica en la medida en que promueve la relación entre elementos de un plano de la expresión (estimulaciones y sensaciones visuales) y elementos de un plano del contenido (ideas, conceptos, actitudes) y cómo estas relaciones pueden convertirse en elementos de una representación social.

Bibliografía

CORREDOR MARTÍNEZ, Consuelo, (2004), *Pobreza, equidad y eficiencia social*, Cuadernos PNUD–MPS, Investigaciones sobre desarrollo social en Colombia, No1. Bogotá, PNUD-MPS.

ECO, Umberto, (1975), *Tratado de semiótica general*, Barcelona, Lumen, 1991.

GROUPE μ, (1992), *Tratado del signo visual*, Madrid, Cátedra, 1993.

KLINKENBERG, Jean-Marie, (1996), *Manual de semiótica general*, Bogotá, Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, 2006.

PARDO, Neyla, (2006), *Discurso, impunidad y prensa*, Bogotá, Universidad Nacional de Colombia, IECO, Facultad de Ciencias Humanas, (en prensa).

POYATOS, Fernando, (1994), *La comunicación no verbal*, Madrid, Istmo.

RAITER, Alejandro et al., (2002), *Representaciones sociales*, Buenos Aires, Eudeba.

VAN DIJK, Teun, (1997), *Estudios sobre el discurso: una introducción multidisciplinaria. El discurso como estructura y proceso*. (Volumen I), Barcelona, Gedisa, 2000.