

Koffka (K.), *Principles of Gestalt Psychology*, Nueva York, Harcourt Brace, 1935.

Pirenne (Maurice), «Vision and Art», *Handbook of Perception*, vol. 5, op. cit., 434-490; *Optics, Painting and Photography*, Cambridge University Press, 1970.

Finalmente, una recopilación de artículos muy importante sobre la percepción de imágenes: Hagen (Margaret A.) (comp.), *The Perception of Pictures*. Vol. I: Alberti's Window: The Projective Model of Pictorial Information; vol. II: Dürer's Devices: Beyond the Projective Model of Pictures, Nueva York, Academic Press, 1980.

2. El papel del espectador

Las imágenes están hechas para ser vistas y teníamos que empezar por conceder una parte relevante al órgano de la visión. El movimiento lógico de nuestra reflexión nos ha llevado a verificar que este órgano no es un instrumento neutro, que se contente con transmitir datos lo más fielmente posible, sino que, por el contrario, es una de las avanzadillas del encuentro entre el cerebro y el mundo: partir del ojo conduce, automáticamente, a considerar al sujeto que utiliza este ojo para observar una imagen, y al que llamaremos, ampliando un poco la definición habitual, el *espectador*.

Este sujeto no puede definirse de modo sencillo y, en su relación con la imagen, deben utilizarse muchas determinaciones diferentes, contradictorias a veces: aparte de la capacidad perceptiva, se movilizan en ella el saber, los afectos y las creencias, ampliamente modeladas a su vez por la pertenencia a una región de la historia (a una clase social, a una época, a una cultura). En cualquier caso, a pesar de las enormes diferencias que se han manifestado en la relación con una imagen particular, existen cons-

tantes, en alto grado transhistóricas e incluso interculturales, de la relación del hombre con la imagen en general. Desde este punto de vista general vamos a considerar al espectador, poniendo el acento sobre los modelos psicológicos que se han propuesto para estudiar y comprender esta relación.

I. LA IMAGEN Y SU ESPECTADOR

Entendámonos: aquí no se trata, ni de sostener que la relación del espectador con la imagen sea sólo comprensible (o enteramente comprensible) por los caminos de la psicología, ni, menos aún, de proponer un modelo universal de «la» psicología «del» espectador. Se tratará simplemente de enumerar algunas de las respuestas más importantes a estas preguntas: ¿qué nos aportan las imágenes? ¿Por qué que han existido en casi todas las sociedades humanas? ¿Cómo se observan?

1.1. ¿Por qué se mira una imagen?

La producción de imágenes nunca es absolutamente gratuita y, en todos los tiempos, se han fabricado las imágenes con vistas a ciertos empleos, individuales o colectivos. Una de las primeras respuestas a nuestra pregunta pasa, pues, por otra pregunta: ¿para qué sirven las imágenes? (¿para qué se las hace servir?) Está claro que, en todas las sociedades, se han producido la mayor parte de las imágenes con vistas a ciertos fines (de propaganda, de información, religiosos, ideológicos en general), y más adelante diremos unas palabras sobre esto. Pero, en un primer momento, y para concentrarnos mejor en la pregunta sobre el espectador, sólo examinaremos una de las razones esenciales de que se produzcan las imágenes: la que deriva de la pertenencia de la imagen en general al campo de lo simbólico y que, en consecuencia, la sitúa como mediación entre el espectador y la realidad.

1.1.1. La relación de la imagen con lo real

Seguiremos aquí la reflexión de Rudolf ARNHEIM (1969), que propone una sugestiva y cómoda tricotomía entre valores de la imagen en su relación con lo real:

a) *Un valor de representación*: la imagen representativa es la que representa cosas concretas («de un nivel de abstracción inferior al de las imágenes mismas»). La noción de **representación** es capital y volveremos detenidamente sobre ella, contentándonos de momento con suponerla conocida, al menos en sus grandes líneas.

b) *Un valor de símbolo*: la imagen simbólica es la que representa cosas abstractas («de un valor de abstracción superior al de las imágenes mismas»).

Dos rápidas observaciones mientras volvemos a la noción de símbolo, muy cargada a su vez históricamente: en principio, en estas dos primeras definiciones, Arnheim supone que se sabe apreciar necesariamente un «nivel de abstracción», lo que no siempre es evidente (¿es un círculo un objeto del mundo o, más bien, una abstracción matemática?); seguidamente y sobre todo, el valor simbólico de una imagen se define, más que cualquier otro, *pragmáticamente*, por la aceptabilidad social de los símbolos representados.

c) *Un valor de signo*: para Arnheim, una imagen sirve de signo cuando representa un contenido cuyos caracteres no refleja visualmente. El ejemplo obligado sigue siendo aquí el de las señales —al menos de ciertas señales— del código de circulación, como la de final de limitación de velocidad (barra negra oblicua sobre fondo marfil), cuyo significante visual no mantiene con su significado sino una relación totalmente arbitraria.

A decir verdad, las imágenes-signo apenas son imágenes en el sentido corriente de la palabra (que corresponde, *grosso modo*, a las dos primeras funciones de Arnheim). La realidad de las imágenes es mucho más compleja y hay pocas imágenes que encarnen perfectamente una y sólo una de estas tres funciones, al participar la inmensa mayoría de las imágenes, en grado variable, de las tres a la vez. Para tomar un sencillo ejemplo, un cuadro de tema religioso situado en una iglesia, pongamos *La Asunción de la Virgen* de Tiziano (1516-1518) en la iglesia de Santa Maria dei Frari en Venecia, posee un triple valor: *significa* —de modo ciertamente redundante en este caso— el carácter religioso del lugar, por su inserción en la parte alta de un altar (notemos que, en este ejemplo, lo que constituye el signo, en rigor, es menos la imagen misma que su situación); y *representa* personajes dispuestos en una escena que es, además, como toda escena bíblica, ampliamente *simbólica* (simbolismos parciales, por otra parte, tales como el de los colores, actúan aquí también).

1.1.2. Las funciones de la imagen

¿Para qué se utiliza la imagen? No es posible aquí, sin duda, ser tan radical como Arnheim en la distinción entre grandes categorías: las «funciones» de la imagen son las mismas que fueron también las de todas las producciones propiamente humanas en el curso de la historia, que pretendían establecer una relación con el mundo. Sin intenciones de exhaustividad, hay documentados tres modos principales de esta relación:

a) *El modo simbólico*: las imágenes sirvieron sin duda primero, esencialmente, como símbolos, símbolos religiosos más exactamente, que, se suponía, daban acceso a la esfera de lo sagrado mediante la manifestación más o menos directa de una presencia divina. Sin remontarnos hasta la prehistoria, las primeras esculturas griegas arcaicas eran *ídolos*, producidos y venerados como manifestaciones sensibles de la divinidad (aunque esta manifestación sea parcial e inconmensurable con respecto a la divinidad misma). A decir verdad, los ejemplos aquí son casi innumerables, por lo copiosa y actual que es todavía la imaginería religiosa, figurativa o no: algunas de las imágenes representan en ella divinidades (Zeus, Buda o Cristo), y otras tienen un valor puramente simbólico (la cruz cristiana, la esvástica hindú).

Los simbolismos no son solamente religiosos, y la función simbólica de las imágenes ha sobrevivido ampliamente a la laicización de las sociedades occidentales, aunque sea sólo para transmitir los nuevos valores (la Democracia, el Progreso, la Libertad, etc.) ligados a las nuevas formas políticas. Hay además muchos otros simbolismos que no tienen, ninguno de ellos, un área de validez tan importante.

b) *El modo epistémico*: la imagen aporta informaciones (visuales) sobre el mundo, cuyo conocimiento permite así abordar, incluso en algunos de sus aspectos no visuales. La naturaleza de esta información varía (un mapa de carreteras, una postal ilustrada, un naipe, una tarjeta bancaria, son imágenes, su valor informativo no es el mismo), pero esta función general de *conocimiento* se asignó muy pronto a las imágenes. Se encuentra, por ejemplo, en la inmensa mayoría de los manuscritos iluminados de la Edad Media, sea que ilustren la *Eneida* o el *Evangelio*, o bien colecciones de planchas botánicas o portulanos. Esta función se desarrolló y amplió considerablemente desde principios de la era moderna, con la aparición de géneros «documentales» como el paisaje o el retrato.

c) *El modo estético*: la imagen está destinada a complacer a su espectador, a proporcionarle sensaciones (*aíszesis*) específicas. Este propósito es también antiguo, aunque sea casi imposible pronunciarse sobre lo que pudo ser el sentimiento estético en épocas muy alejadas de la nuestra (¿se suponía que los bisontes de Lascaux eran bellos? ¿Tenían sólo un valor mágico?). En cualquier caso, esta función de la imagen es hoy indisoluble, o casi, de la noción de *arte*, hasta el punto de que a menudo se confunden las dos, y que una imagen que pretenda obtener un efecto estético puede fácilmente hacerse pasar por una imagen artística (véase la publicidad, en la que llega a su colmo esta confusión).

1.1.3. «Reconocimiento» y «rememoración»

En todos sus modos de relación con lo real y con sus funciones, la imagen depende, en conjunto, de la esfera de lo simbólico (campo de las producciones socializadas, utilizables en virtud de las convenciones que rigen las relaciones interindividuales). Falta abordar más frontalmente la pregunta de la que habíamos partido: ¿por qué —y cómo— se mira una imagen?

La respuesta, en lo esencial, está contenida en lo que acabamos de decir: sólo falta traducirla a términos más psicológicos. Plantearemos, siguiendo a E.H. Gombrich, la hipótesis siguiente: la imagen tiene como función primera el asegurar, reforzar, reafirmar y precisar nuestra relación con el mundo visual: desempeña un papel de *descubrimiento de lo visual*. Hemos visto en el capítulo primero que esta relación es esencial para nuestra actividad intelectual: permitirnos perfeccionarla y dominarla mejor es el papel de la imagen.

Razonando sobre las imágenes artísticas, GOMBRICH (1965) opone dos modos principales de inversión psicológica en la imagen: el **reconocimiento** y la **rememoración**, presentándose la segunda como más profunda y más esencial. Vamos a explicar estos dos términos, no sin observar inmediatamente que esta dicotomía coincide ampliamente con la distinción entre función representativa y función simbólica, de la que es una especie de traducción en términos psicológicos, encaminándose la una hacia la memoria y, por tanto, al intelecto, las funciones razonadoras, y la otra hacia la aprehensión de lo visible, las funciones más directamente sensoriales.

1.2. El espectador construye la imagen, la imagen construye al espectador

Este enfoque del espectador consiste ante todo en tratarlo como un participante emocional y cognitivamente *activo* de la imagen (y, también, como un organismo psíquico sobre el cual actúa a su vez la imagen).

1.2.1. El «reconocimiento»

Reconocer algo en una imagen es identificar, al menos parcialmente, lo que se ve en ella con algo que se ve o podría verse en la realidad. Es, pues, un proceso, un trabajo, que utiliza las propiedades del sistema visual.

a) *El trabajo del reconocimiento*: ya hemos visto (capítulo primero, III.2) que un buen número de las características visuales del mundo real se reencuentran, tal cual, en las imágenes y que, hasta cierto punto, se ve en éstas «lo mismo» que en la realidad: bordes visuales, colores, gradientes de tamaño y de textura, etc. Con mayor amplitud puede decirse que la noción de *constancia perceptiva*, base de nuestra aprehensión del mundo visual que nos permite atribuir cualidades constantes a los objetos y al espacio, es también el fundamento de nuestra percepción de las imágenes.

Gombrich insiste, además, en que este trabajo de reconocimiento, en la misma medida en que se trata de *re-conocer*, se apoya en la memoria, más exactamente, en una reserva de formas de objetos y de disposiciones espaciales memorizadas: la constancia perceptiva es la comparación incesante que hacemos entre lo que vemos y lo que ya hemos visto.

[El nombre de «constancias»] «cubre la totalidad de estas tendencias estabilizadoras que impiden que nos dé vueltas la cabeza en un mundo de apariencias fluctuantes. Cuando un hombre avanza hacia nosotros en la calle para saludarnos, su imagen aumentará a doble tamaño si se acerca de veinte a diez metros. Si tiende la mano para saludarnos, ésta se hace enorme. No registramos el grado de esos cambios; su imagen permanece relativamente constante, igual que el color de su pelo, a pesar de los cambios de luz y de reflejos» (E.H. Gombrich, «La découverte du visuel par le moyen de l'art», págs. 90-91).

Como habíamos sugerido en el capítulo precedente, la constancia perceptiva es, pues, el resultado de un trabajo psicofísico complejo. Pero esta «estabilidad» del reconocimiento llega más lejos aún, puesto que somos capaces no sólo de reconocer, sino de *identificar* los objetos, a pesar de las distorsiones eventuales que les hace sufrir su reproducción por la imagen. El ejemplo más llamativo es el del rostro: si reconocemos fácilmente el modelo de un retrato fotográfico (o de un retrato pintado, si está suficientemente de acuerdo con los códigos naturalistas), es gracias a la constancia perceptiva; pero si reconocemos también al modelo de una caricatura, hay que suponer que hacemos intervenir, además, otros criterios (nadie se parece literalmente a su caricatura). El caricaturista capta, para continuar con Gombrich, unas *invariantes* del rostro, que antes no habíamos necesariamente observado, pero que podrán en adelante desempeñar el papel de indicadores de reconocimiento (con otro vocabulario se encuentra la misma idea en los primeros trabajos semiológicos de Umberto Eco). Del mismo modo, si encontramos de nuevo a alguien a quien habíamos perdido de vista durante mucho tiempo, lo reconocemos gracias a invariantes del mismo orden, difíciles a menudo, además, de precisar analíticamente.

Dicho de otro modo: el trabajo del reconocimiento utiliza, en general, no sólo las propiedades «elementales» del sistema visual, sino también capacidades de codificación ya bastante abstractas: reconocer no es comprobar una similitud punto por punto, es localizar invariantes de la visión, algunas ya estructuradas, como una especie de grandes formas.

b) *Placer del reconocimiento*: reconocer el mundo visual en una imagen puede ser útil; provoca igualmente un placer específico. Está fuera de duda que una de las razones esenciales del desarrollo del arte representativo, naturalista o menos naturalista, nace de la satisfacción psicológica implicada en el «reencuentro» de una experiencia visual en una imagen, de forma a la vez repetitiva, condensada y dominable.

Desde este punto de vista, el reconocimiento no es un proceso de sentido único. El arte representativo imita a la naturaleza, y esta imitación nos procura placer: pero de paso, y casi dialécticamente, influye en «la naturaleza» o, al menos, en nuestro modo de verla. Se ha observado con frecuencia que el sentimiento del paisaje ya no había vuelto a ser el mismo después de haberse pintado paisajes sin figuras; movimientos pictóricos como el *pop art* o el hiperrealismo nos hacen «ver» igualmente el mundo cotidia-

no, y sus objetos, de modo diferente (Gombrich hace la misma observación a propósito de los *collages* de Robert Rauschenberg, subrayando que siempre nos vienen a la mente ante ciertos anuncios reales, con sus *collages* y sus dislocaciones). El reconocimiento que permite la imagen artística participa, pues, del conocimiento; pero se encuentra también con las expectativas del espectador, a costa de transformarlas o de suscitar otras: tiene que ver con la rememoración.

1.2.2. La «rememoración»

a) *Imagen y codificación*: la imagen cumple, pues, intrincadamente, estas dos funciones psicológicas; entre otras cosas, aparte de su relación mimética más o menos acentuada con lo real, transmite, de forma necesariamente *codificada*, un cierto saber sobre lo real (tomando esta vez la palabra «codificado» en un sentido muy cercano al de la semiolingüística).

El instrumento de la rememoración por la imagen es en efecto lo que, muy en general, podría llamarse el **esquema**: estructura relativamente sencilla, memorizable como tal más allá de sus diversas actualizaciones. Para permanecer en el campo de la imagen artística, no faltan los ejemplos de estilos que utilizaron tales esquemas, a menudo de manera sistemática y repetitiva (el esquema es, por otra parte, en general, la base de la noción misma de estilo). Citemos uno, muy conocido: el arte egipcio de la época faraónica en el cual una imagen particular no es más que una combinación de imágenes parciales que reproducen lo más literalmente posible esquemas típicos (escriba sentado, escriba en cuclillas, divinidades, figura de faraón, etc.), convencionalmente ligados a su vez a su referente real.

b) *Esquema y cognición*: en cuanto instrumento de rememoración, el esquema es «económico»: debe ser más sencillo, más legible que lo esquematizado (sin lo cual no sirve de nada). Tiene, pues, obligatoriamente, un aspecto cognitivo, incluso didáctico.

La consecuencia más notable de ello es que el esquema no es un absoluto: las formas esquemáticas corresponden a ciertos usos a los cuales están adaptadas, pero evolucionan —y a veces desaparecen— a medida que cambian estos usos, y también a medida que se producen nuevos conocimientos que los convierten en inadecuados. Para decirlo brevemente, hay un aspecto «experimental» en el esquema, sometido permanentemente a un proceso de corrección.



Imagen y esquema: El diluvio, tal como se representa en un manuscrito del siglo XI.

En los estilos de imagen más alejados del naturalismo es donde esta presencia del esquema es más visible: el arte cristiano hasta el Renacimiento, por ejemplo, utiliza constantemente las mismas «fórmulas» iconográficas, no sólo para representar a los personajes sagrados, sino también las escenas canónicas. Pero, en el interior mismo de esta larga tradición, estos esquemas no han dejado de evolucionar —en particular, a partir del siglo XII— para poder integrarse en una escenificación más ostensiblemente dramatizada. Para no citar más que un ejemplo (minúsculo) de esta evolución, la aureola colocada tras la cabeza de los personajes para significar su santidad (esquema iconográfico derivado a su vez de un simbolismo más antiguo del halo luminoso, del aura), representada primero por un círculo (o, menos frecuentemente, un cuadrado) sin ningún efecto perspectivo, va, poco a poco, tratándose como un objeto real, sometida, pues, a las leyes perspectivistas (de ahí la forma elíptica que toma a partir de los siglos XIV y XV).

Finalmente, este aspecto cognitivo y, por tanto experimentable y experimental, del esquema, está igualmente presente en el interior mismo del arte representativo. Sólo citaremos un síntoma, y es la importancia concedida, en tantos «métodos» de aprendizaje, al *esquema* (en sentido literal) como estadio preliminar del dibujo naturalista: como si, «bajo» el dibujo acabado, con sus sombras, sus degradados, su textura, hubiese una «osamenta» que representara el conocimiento estructural que tiene el dibujante del objeto dibujado. Así es, desde luego, como se entendía en ciertos tratados de pintura, como el de Leonardo, en el que se insistía en la necesidad de conocer la anatomía para pintar la figura: idea que ha sobrevivido mucho tiempo, al menos hasta Ingres y sus discípulos.

1.2.3. El «papel del espectador»

Fue también Gombrich quien, en su célebre obra *Arte e ilusión*, propuso la expresión de «papel (o función) del espectador» (*beholder's share*) para designar el conjunto de los actos perceptivos y psíquicos por los cuales el espectador, al percibirla y comprenderla, hace existir la imagen. Esta imagen es, en el fondo, la prolongación directa, más o menos la suma, de lo que acabamos de observar.

a) *No hay mirada inocente*: en su libro (cuya primera redac-



Pintar «como se ve». ¿Está la exactitud óptico-geométrica más cerca de este ideal que la búsqueda de un efecto «atmosférico»?

Arriba: «Le pilon du roi», de François Marius Granet (1848), Museo Granet. Aix-en-Provence.

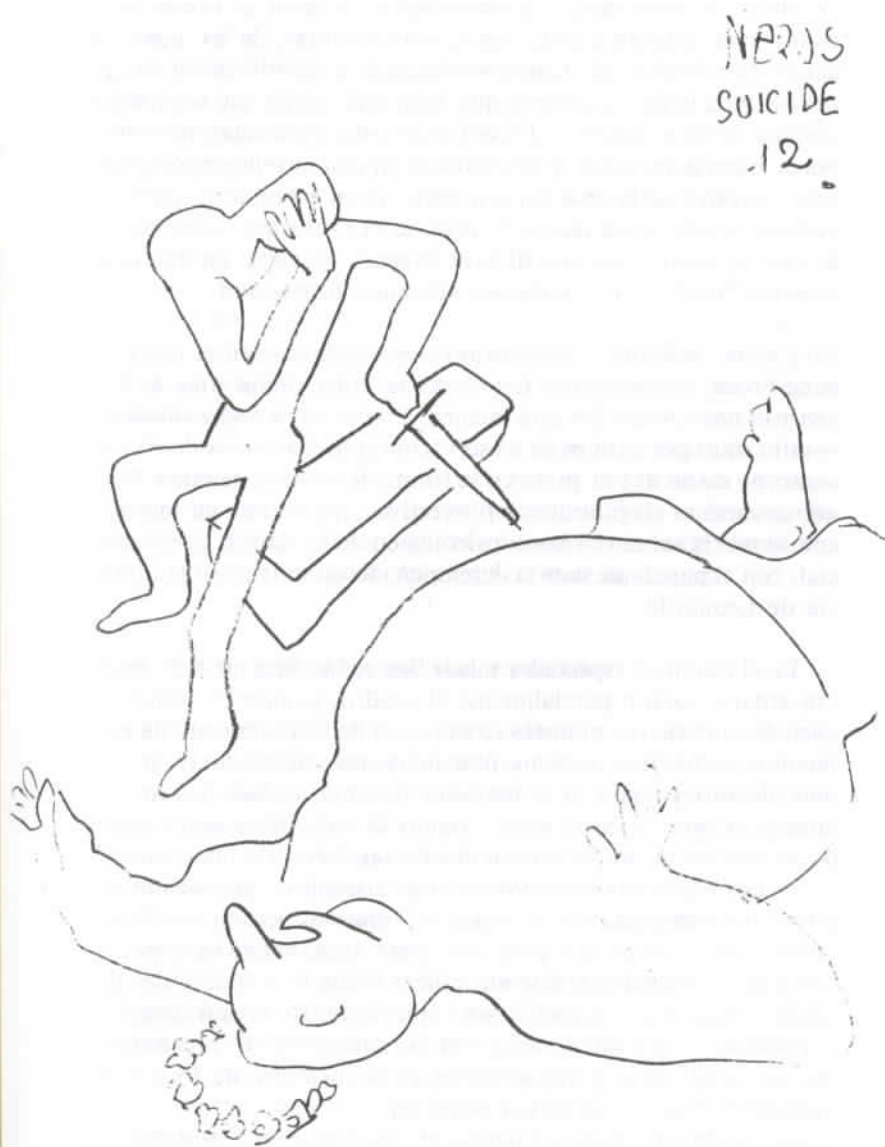
Abajo: «Le pont de l'Estacade à Paris» de J.B. Jongking (1853).

ción data de 1956), Gombrich adopta, sobre la percepción visual, una posición de tipo constructivista. Para él, la percepción visual es un proceso casi experimental, que implica un sistema de expectativas, sobre la base de las cuales se emiten hipótesis, seguidamente verificadas o invalidadas. Este sistema de expectativas es, a su vez, ampliamente informado por nuestro conocimiento previo del mundo y de las imágenes: en nuestra aprehensión de las imágenes, establecemos anticipaciones añadiendo ideas estereotipadas a nuestras percepciones. La mirada inocente es, pues, un mito, y la primera aportación de Gombrich consistió justamente en recordar que ver no puede ser sino comparar lo que esperamos con el mensaje que recibe nuestro aparato visual.

Esta idea puede parecer trivial, pero la insistencia casi didáctica de Gombrich apunta, en lo esencial, a las teorías espontáneas emitidas en el ambiente pictórico, en las que ese mito de la mirada inocente ha resistido firmemente. En el siglo XIX, en particular, el realismo de un Courbet o, más evidentemente, el impresionismo, quisieron defender la idea de que había que pintar «lo que se ve» (o pintar «como se ve»). Influidos por la teoría de la difusión de la luz y por el descubrimiento de la «ley de los contrastes de colores», los impresionistas fueron «demasiado lejos» en sus cuadros, rechazando el contorno nítido en favor de pequeñas manchas que deberían, supuestamente, representar el modo según el cual se difunde la luz en la atmósfera, y no pintando ya más que sombras, sistemática y excesivamente violetas. Es muy evidente que esta manera de pintar no está más cerca de la visión real que otra (está, incluso, en ciertos puntos, más alejada de ella).

b) *La «regla del etc.»*: haciendo intervenir su saber previo, el espectador de la imagen *suple*, pues, lo no representado, las lagunas de la representación. Esta complementación interviene en todos los niveles, del más elemental al más complejo, siendo el principio de base establecido por Gombrich el de que una imagen nunca puede representarlo *todo*.

Son innumerables los ejemplos de aplicación de esta «regla del etc.» (según la llamativa expresión acuñada por John M. Kennedy): interviene tanto para permitirnos ver una escena realista en un grabado en blanco y negro (cuya percepción completamos añadiendo al menos todo lo que falta entre los trazos grabados y, a veces, una idea sobre los colores ausentes), como para resti-



La regla del etc. El suicidio de Nerón, dibujo de Eisenstein, 1942.

tuir las partes ausentes u ocultas de los objetos representados (en particular de los personajes).

Dicho de otro modo, el papel del espectador es *proyectivo*: como en el ejemplo algo extremo, pero familiar, de las manchas del test de Rorschach, tenemos tendencia a identificar cualquier cosa en una imagen, siempre que haya una forma que se parezca mínimamente a esa cosa. En el límite, esta tendencia proyectiva puede hacerse excesiva, y desembocar en una interpretación errónea o abusiva de la imagen, por parte de un espectador que proyectase en ella datos incongruentes: es el problema, entre otros, de ciertas interpretaciones de las imágenes apoyadas en una base objetiva frágil y que contienen «mucho» proyección.

Citemos solamente el conocido ejemplo de la lectura, por parte de Freud, del cuadro de Leonardo da Vinci, *Santa Ana, la Virgen y el niño Jesús*. En esta imagen, Freud creyó poder discernir —utilizando por otra parte observaciones hechas antes de él— el contorno de un ave de presa en la forma del vestido de santa Ana: «observación» singularmente proyectiva, que él sitúa en relación con su teoría sobre el «caso» psicológico de Leonardo y, en especial, con el papel que habría desempeñado un milano en la infancia de Leonardo.

En el fondo, el espectador puede llegar, en cierta medida, hasta «inventar», total o parcialmente, el cuadro; Gombrich recuerda, además, que ciertos pintores se sirvieron deliberadamente de esta facultad proyectiva para inventar imágenes, buscándolas en formas aleatorias como unas manchas de tinta hechas al azar. La imagen es, pues, tanto desde el punto de vista de su autor como de su espectador, un fenómeno ligado, también, a la imaginación.

c) *Los esquemas perceptivos*: esta facultad de proyección del espectador descansa en la existencia de *esquemas* perceptivos. Exactamente como en la percepción corriente, la actividad del espectador ante la imagen consiste en utilizar todas las capacidades del sistema visual y, en especial, sus capacidades de organización de la realidad, y en confrontarlas con los datos icónicos precedentemente encontrados y almacenados en la memoria de forma esquemática (véase el capítulo primero).

Dicho de otro modo, el papel del espectador, en este enfoque, es una combinación constante de «reconocimiento» y de «rememoración», en el sentido en que acabamos de hablar de ello en II.2.1 y 2. Gombrich, en particular, no tiene escrúpulo alguno

en conceder un valor casi científico a la perspectiva: no es que estime —sería absurdo— que un cuadro pintado en perspectiva parezca absolutamente real (acabamos de ver que no cree, precisamente, en la posibilidad de un parecido absoluto), pero, para él, lo convencional no es la perspectiva, sino el hecho de pintar sobre una superficie plana. La perspectiva, en efecto, está en la visión: lo plano de la imagen es totalmente exterior al sistema visual. Gombrich es, por ejemplo, perfectamente consciente de las ambigüedades teóricas de la perspectiva (desde el punto de vista geométrico); pero, para él, estas ambigüedades son las mismas en la imagen y en la realidad y, sobre todo, la manera en que el ojo las supera es la misma en la imagen y en la vida diaria: hace intervenir otros indicadores, otros saberes, y por encima de todo, esquemas ya más o menos simbolizados (los que sirven para la «rememoración»). En resumen, el papel del espectador, según Gombrich, es un papel extremadamente activo: construcción visual del «reconocimiento», activación de los esquemas de la «rememoración» y ensamblaje de uno y otra con vistas a la construcción de una visión coherente del conjunto de la imagen. Se comprende por qué es tan central en toda la teoría de Gombrich este papel del espectador: es él quien *hace* la imagen.

1.2.4. La imagen actúa sobre el espectador

La posición de Gombrich no es aislada: otras, partiendo muchas veces de premisas muy diferentes, han desarrollado enfoques igualmente analíticos, «constructivistas» si se quiere, de la relación del espectador con la imagen. Sin embargo, la mayor parte de estos otros enfoques ponen sobre todo el acento en los procesos intelectuales que participan en la percepción de la imagen y *entrañados* por la imagen, y no conceden tanta importancia al estadio puramente perceptivo.

a) *El enfoque cognitivo*: la psicología cognitiva es una rama de la psicología cuyo desarrollo ha sido espectacularmente rápido durante el último decenio. Como su nombre indica, pretende esclarecer los procesos intelectuales del conocimiento, entendido en un sentido muy amplio, que incluye, por ejemplo, la actividad del lenguaje, pero también, más recientemente, la actividad de fabricación y de consumo de las imágenes.

La teoría cognitivista, en prácticamente todas sus variantes actuales, presupone el constructivismo: toda percepción, todo jui-

cio, todo conocimiento, es una construcción, establecida por el modo general de la confrontación de hipótesis (fundadas a su vez en esquemas mentales, algunos innatos, nacidos otros de la experiencia) con los datos proporcionados por los órganos de los sentidos. Existe ya (casi exclusivamente en lengua inglesa) una vasta literatura «cognitivista» sobre la imagen, en especial sobre la imagen artística, pero que se presenta sobre todo como un programa de desarrollo de la disciplina «psicología cognitiva», y que no ha aportado hasta ahora elementos radicalmente nuevos en la comprensión de la actividad espectral. Se trata en el fondo, a propósito de cada elemento particular de la imagen, de explicitar el funcionamiento de modos muy generales de cognición (inferencias, solución de problemas, etc.), lo que es, evidentemente, importante y producirá sin duda, a largo plazo, un desplazamiento del enfoque simplemente constructivista a lo Gombrich.

b) *El enfoque pragmático*: este enfoque, a decir verdad, está en la frontera de la psicología y de la sociología. Se interesa sobre todo por las condiciones de recepción de la imagen por parte del espectador, por todos los factores, sea sociológicos, sea semiológicos, que influyen en la comprensión, la interpretación, o incluso en la aceptación de la imagen. Volveremos a tratar este importante enfoque, muy desarrollado desde hace unos años, y no lo mencionaremos aquí sino para subrayar la capacidad de la imagen para incluir «señales» destinadas al espectador y que permiten a éste adoptar una posición de lectura adecuada.

Citemos aquí, en particular, el trabajo de Francesco Casetti sobre el film y su espectador: para Casetti, el film incluye ciertos procedimientos formales que le permiten «comunicar» a su espectador indicaciones necesarias para la lectura.

c) *La influencia de la imagen*: con este último apartado introducimos un problema gigantesco, el de la acción psicológica ejercida por la imagen, para bien o para mal, sobre su espectador.

Esta cuestión, objeto de interminables debates (singularmente a propósito del cine, sospechoso muy pronto de «corromper» ideológicamente a los espíritus), se aborda generalmente con el mayor desorden metodológico, a fuerza de estadísticas poco representativas y de afirmaciones gratuitas. Las únicas tentativas a las que puede concederse algún interés intelectual son las que han intentado precisar el supuesto modo de acción de la imagen, en general descomponiéndola en elementos y examinando la acción posible de cada elemento.

Existe, en estado totalmente embrionario, un saber, aparentemente aún muy vago, sobre la acción de los colores, de ciertas formas, etc., campo que la psicología experimental, pura o aplicada, ha abordado desde hace mucho tiempo. Los resultados de esta investigación son demasiado inciertos para registrarlos aquí. Mencionaremos más bien —no porque sea más científica, sino porque su grado de elaboración teórica la hace más demostrativa— la tentativa de Eisenstein, a propósito del cine, en los años veinte. Concibiendo, de manera bastante rudimentaria, la imagen cinematográfica como combinación de estímulos elementales (definibles a su vez en términos de formas, intensidades o duraciones), Eisenstein, fundándose en la *reflexología* pavloviana, suponía que cada estímulo entrañaba una respuesta calculable y que, por consiguiente, a costa desde luego de un largo, complejo y, a decir verdad, improbable cálculo, podría preverse y dominarse la reacción emocional e intelectual de un espectador ante una película dada. Naturalmente, Eisenstein fue el primero en darse cuenta de que ésa era una visión muy simplista: habiendo «calculado» meticulosamente la secuencia final de *La huelga* —la del montaje paralelo entre la masacre de los obreros por parte de la policía zarista y la matanza de los bueyes—, tuvo que rendirse a la evidencia y verificar que esta secuencia, en general eficaz, en el sentido buscado, con respecto a los espectadores obreros de las ciudades, carecía totalmente de efecto sobre los espectadores rurales (a los que no asustaba el degüello de los bueyes). No renunció Eisenstein, por otra parte, a actuar sobre el espectador, como vamos a ver enseguida, pero abandonó esta concepción mecánica de la influencia de la imagen cinematográfica.

1.3. *La imagen y el espectador se parecen*

Con el tema teórico de la influencia de la imagen aparece con fuerza una nueva relación: entre el espectador y el productor de la imagen. Implícitamente, esta relación es la que constituye la base de toda una serie de enfoques bastante radicales del espectador, enfoques muy diferentes unos de otros, pero con la característica común de plantear una especie de paralelismo entre el trabajo del espectador y el «trabajo» de la imagen (es decir, en última instancia, el trabajo del fabricante de la imagen). Es difícil incluir estos enfoques en una metodología general; nos conformaremos, pues, con proporcionar sus más eminentes ejemplos.

I.3.1. Las tesis giestálticas: Arnheim

En toda la literatura de inspiración giestáltica sobre la imagen, se encuentra este tema de la aprehensión de la imagen por el espectador como descubrimiento por parte de éste en aquélla de ciertas estructuras profundas que *son* las estructuras mentales mismas: idea, ya se ve, totalmente coherente con el enfoque giestáltico en general, para el cual la percepción del mundo es un proceso de organización, de ordenación de los datos sensoriales para conformarlos con cierto número de grandes categorías y de «leyes» innatas que son las de nuestro cerebro (véase capítulo I, III.2.4). Proporciona un primer ejemplo histórico de esta concepción Hugo Münsterberg y su libro, ya citado, sobre el cine, al afirmar que los grandes rasgos de la forma filmica son otros tantos calcos de las grandes funciones de la mente humana (atención, memoria, imaginación). Pero fue Rudolf Arnheim quien, partiendo de una doble formación de psicólogo y de historiador del arte, desarrolló más sistemáticamente este tema, a lo largo de varias e importantes obras. Dos nociones, en particular, se repiten de manera sugestiva en la obra de Arnheim:

a) *El pensamiento visual*: al lado del pensamiento oral, formado y manifestado por mediación de este artefacto humano llamado lenguaje, hay lugar, según él, para un modo de pensamiento más inmediato, que no pasa, o no lo hace enteramente, por el lenguaje, sino que se organiza, por el contrario, directamente a partir de perceptos de nuestros órganos de los sentidos: un pensamiento sensorial. Entre estos actos de pensamiento se concede un lugar privilegiado al **pensamiento visual**: de todos nuestros sentidos, la visión es el más intelectual, el más cercano al pensamiento (tesis coherente con lo que dijimos en el capítulo primero acerca de la visión como primer estadio de la intelección), y acaso el único cuyo funcionamiento sea realmente cercano al del pensamiento.

Esta noción de «pensamiento visual» fue bastante bien acogida por varios autores, especialmente entre las dos guerras; sin haber sido hoy completamente abandonada, se pone, en general, seriamente en duda, al ser de interpretación ambigua las experiencias que se supone deberían demostrarla (prácticamente, nunca es posible probar que no haya intervenido el «lenguaje» allí donde se supone una acción del pensamiento visual). Se trata, pues, de una comodidad del lenguaje, que permite designar unos fenó-

menos en los que la intervención del lenguaje es discreta o no localizable, más que de un concepto científicamente establecido y unánimemente aceptado.

b) *El centramiento subjetivo*: buena parte de las reflexiones de Arnheim sobre la imagen descansan en la idea de que el espectador tiene una concepción centrada en el sujeto del espacio que lo rodea. Arnheim ha propuesto con frecuencia describir el espacio representativo, no según la geometría cartesiana, objetiva, sino según una geometría subjetiva, de coordenadas polares (es decir, definidas por un centro, el sujeto que mira, dos coordenadas angulares que sitúen la dirección mirada en relación con ese centro, horizontal y verticalmente, y una tercera coordenada que es la distancia desde el objeto mirado al centro). Veremos luego algunas consecuencias de este enfoque sobre la concepción del *marco*; subrayemos solamente, de momento, que esta idea deriva de la misma concepción «inductiva» de la relación del espectador con la imagen.

I.3.2. Pensamiento prelógico, organicidad, éxtasis: Eisenstein

La metáfora de la organicidad (organización más o menos comparable a la de los seres vivos) remite siempre, a fin de cuentas, al organismo por excelencia, el cuerpo humano, en el que cada parte no tiene sentido sino en relación con el todo. Se puede llamar orgánica una obra de arte —en general una producción de la mente— si la relación entre las partes es en ella tan importante como las partes mismas: si «se parece» a un organismo natural. Fue Eisenstein quien más decidida y constantemente desarrolló esta idea, aplicándose a acompañarla con teorías «psicológicas» globales que la justificasen.

a) *La imagen se estructura como un lenguaje interior*: el más importante de los fenómenos humanos, para quien se interesa por las producciones significantes, es el lenguaje. De ahí la idea, recurrente en Eisenstein de formas diversas, de que la obra de arte resulta del ejercicio de una especie de lenguaje, y que el lenguaje cinematográfico, en particular, es más o menos comprensible como manifestación de un lenguaje interior, que no es sino otro nombre del pensamiento mismo.

Eisenstein, en particular, intentó en los años treinta asignar como modelo, a ese «lenguaje interior», modos de pensamiento más primitivos, «prelógicos» (el pensamiento infantil, el pensa-

miento de los pueblos «primitivos» tal como la antropología había creído poder definirlo, o el pensamiento psicótico). Estos modos de pensamiento tenían aparentemente en común el hecho de establecer una especie de «corto circuito» entre sus elementos, de apoyarse preferentemente en la asociación de ideas más o menos libre; en pocas palabras, evocar de modo bastante inmediato el proceso central, según Eisenstein, de la estructura de toda imagen (sobre todo, pero no solamente, cinematográfica): el montaje.

b) *Extasis espectadorial, éxtasis de la imagen*: unos años después, Eisenstein recurrió a otro modelo para expresar la misma idea, el del éxtasis. La construcción «extática» de una obra —sea filmica, pictórica o incluso literaria— se basa en una especie de proceso de acumulación y de relajación brusca (para el cual abundan las metáforas en el tratado de Eisenstein, *La Non indifférente Nature*: encendido de un cohete, consecución del éxtasis religioso por el ejercicio espiritual, etc.). Este segundo estadio se llama «extático» porque representa una explosión, una situación «fuera de sí» (*ek-stasis*) de la obra; naturalmente, el interés teórico es el de poder aplicar inmediatamente esta estructura a un proceso psíquico similar supuestamente inducido en el espectador: la obra extática engendra el éxtasis (la salida fuera de sí) del espectador, lo sitúa en un estado emocionalmente «segundo» y, por tanto, propicio para permitirle recibir la obra.

Es inútil decir que, en cuanto teoría del espectador en general, esta teoría casi no descansa en base científica alguna. Es, en cambio, apasionante como teoría *estética* del espectador y de su relación con la obra de arte: las obras analizadas por Eisenstein como estéticas son todas intensamente emocionales y revelan, en efecto, un arte culto de la composición; en su propia producción, la teoría del éxtasis acompaña la realización de *Iván el Terrible*, que debe indudablemente una parte de su fuerza a la búsqueda de momentos «extáticos».

I.3.3. Las teorías generativas de la imagen

Se propuso finalmente otro tipo de homología como el que permitía describir a la vez el funcionamiento de la imagen y la manera en que el espectador la comprende: una homología entre imagen y lenguaje (pero, esta vez, en el sentido habitual de la noción de lenguaje y no en referencia a algún hipotético lenguaje interior).

Se trata aquí, en lo esencial, de la tentativa de Michel Colin, que desarrolla la hipótesis de que «la competencia filmica y la competencia lingüística» son homólogas, es decir que «el espectador, para comprender un cierto número de configuraciones filmicas, utiliza mecanismos que ha interiorizado a propósito del lenguaje». Su autor ha aplicado esta hipótesis únicamente a la imagen en secuencias (cine, tira dibujada), intentando dar cuenta sobre todo de los mecanismos de comprensión y de integración de una diégesis. El carácter deliberadamente hipotético del trabajo de Colin no permite juzgar, en el estado actual, sobre el alcance de esta investigación, acerca de la cual me conformaré con observar que descansa en un supuesto totalmente opuesto al de Arnheim, a saber: que todo pensamiento, incluso cuando utiliza lo visual, pasa explícitamente por el ejercicio del lenguaje.

I.4. Conclusión muy provisional

De esta revisión de enfoques, más o menos coherentes, más o menos teóricos de la relación de la imagen con su espectador, puede, pues, retenerse al menos esto: el modelo espectadorial varía esencialmente según se focalice sobre la lectura de la imagen o sobre su producción. En el primer caso, se tenderá a desarrollar teorías analíticas, constructivistas, que ponen el acento en el trabajo intelectual del espectador; en el segundo caso, el enfoque se hará fácilmente más global y más heurístico a la vez y se tenderá más a buscar grandes modelos antropológicos, que expliquen supuestamente la imagen de una manera que resulte coherente con una verdadera concepción del mundo. No se trata aquí de elegir entre estos dos enfoques, que no son en modo alguno exclusivos ni siquiera contradictorios.

II. LA ILUSIÓN REPRESENTATIVA

Estrictamente hablando, la ilusión es un error de percepción, una confusión total y errónea entre la imagen y algo distinto de esta imagen. Nuestra experiencia cotidiana y la historia de las imágenes nos enseñan que no es el modo habitual de nuestra percepción de las imágenes, sino, por el contrario, un caso excepcional, ya sea provocado deliberadamente o acaecido por azar (véase más arriba, capítulo 1, III.2.3). Sin embargo, en nuestra aprehensión