

ELISEO VERÓN

Universidad de París VIII

ESPACIOS PUBLICOS EN IMÁGENES

(Traducido del francés por Julián Gorodischer)

DE LA IMAGEN SEMIOLÓGICA A LAS DISCURSIVIDADES

LOS TIEMPOS DE UNA FOTOGRAFÍA

LA DERIVACIÓN ESTRUCTURALISTA

Si la semiología hubiera devenido, en Francia, la ciencia con la que soñaban sus fundadores, el año 1991 habría sido un año dorado: habríamos festejado el trigésimo aniversario de la aparición del primer número de **Comunicaciones**, revista que durante los años sesenta fue el principal testigo de la "aventura semiológica"⁽¹⁾.

En ese primer número, Roland Barthes publicaba un artículo titulado "El mensaje fotográfico". A pesar de la generalidad de su título, el texto trataba esencialmente sobre la fotografía de prensa (Barthes, 1961)⁽²⁾.

Tres años más tarde aparecían tres textos históricos en el número 4 de la misma revista. Uno de ellos fue "Elementos de semiología", al cual Roland Barthes había dedicado dos años antes su seminario en la Escuela Práctica de Altos Estudios (Barthes, 1964a). Recién llegado de Buenos Aires, yo seguí ese seminario a título de estudiante becado en el extranjero. Los "elementos de semiología" marcaron el inicio de un proyecto científico de semiología francesa en su conjunto, después de la abundancia, aún ambigua, de las "Mitologías" (Barthes 1957). Después, otro artículo de Barthes, "Retórica de la imagen": nuevamente, a pesar de su título, analizaba una publicidad para las pastas Panzani (Barthes, 1964b). Siempre dentro del mismo número podía encontrarse un artículo de Christian Metz: "El cine: ¿lengua o lenguaje?" (Metz, 1964). A diferencia de los dos textos de Barthes sobre la imagen fotográfica, el título de Metz anunciaba en forma precisa la problemática del artículo: se trataba de uno de los textos fundadores de lo que sería la "semiología del cine".

Hay síntomas que acompañan esta puesta en marcha de la semiología francesa. De un lado, tenemos la proclamación del derecho a la existencia de una nueva disciplina, en los "Elementos de semiología". Del otro vemos las primeras escisiones de campos específicos ligados a la disciplina naciente, muchos de ellos concernientes a las imágenes -nada más normal-. De estos campos específicos, se delinean dos tipos de actitudes. En el caso de Barthes, se percibe una diferencia notable entre lo anunciado en el título y lo concretamente trabajado. Se anuncia el mensaje fotográfico y se habla de la prensa; se anuncia la retórica de la imagen y se analiza una publicidad. Por el contrario, Metz anticipa en el título simplemente sobre lo que se va a interrogar: el cine.

Estas dos actitudes, presentes en el surgimiento de la semiología, expresan dos modalidades de evolución que marcarán la historia ⁽³⁾ de la disciplina. La falta de correspondencia, la diferencia entre la generalidad del título y la especificidad del objeto abordado indica en los textos de Barthes -desde el comienzo- un malestar que habita la relación entre la nueva disciplina de la cual uno proclama su nacimiento y los objetos que ella entiende darse.

Era la época del estructuralismo triunfante. La lingüística estructural aparecía entonces como el paradigma de cientificidad en "ciencias sociales". ¿Qué más natural para la semiología, ciencia nueva y por lo tanto sospechosa, que buscar su legitimidad al amparo de una ciencia madre tan prestigiosa?. De allí la tentación irresistible de abordar los nuevos objetos con modelos de la lingüística. Lingüística estructural post-saussuriana- en el caso de Barthes-; lingüística hjelmsleviana -en el caso de Greimas-; lingüística martiniana -en el caso de Prieto-. Frecuentemente, este esfuerzo de legitimación estaba acompañado por la afirmación de "universalidad de la lingüística", y se veía -sobre este modelo- "una teoría semiótica generalizada, responsable de todas las formas y manifestaciones de la significación", como diría más tarde Greimas (Greimas, 1968). Entonces, se afirmaba que se ocupaba de todo.

Una de las características de las teorías lingüísticas del horizonte estructuralista es la de haber heredado un postulado saussuriano originario según el cual la lengua es una institución, por lo tanto un objeto sociológico por excelencia. Reservorio de modelos que asocian rigor y poder descriptivo, la lingüística aparecía como la fuente ideal de donde tomar las herramientas de la nueva ciencia de los signos. En realidad, la "segunda fundación" de la lingüística, chomskiana, estaba ya en marcha. Ella terminaría por revertir radicalmente la problemática del lenguaje, pero en Francia se lo comprendería mucho más tarde ⁽⁴⁾. La teoría generativa-transformacional mostraría que si se afirma una "universalidad" de la ciencia del lenguaje, esa universalidad no tiene nada de social. En cuanto a la semiología estructuralista, se mantendría insensible a la dimensión social de los objetos (fotografía de prensa, publicidad, etc) tomados como punto de partida del análisis. Esto es sólo paradójico en apariencias ya que la proclamación sociológica, de inspiración durkheimiana, del *Curso de lingüística general* no obtuvo jamás buenos resultados (sobre el tema ver Verón, 1988).

Es allí donde yo afirmaré que la derivación estructuralista confirma que no tendrá nunca proporción entre la generalidad de la ambición anunciada y las particularidades de los objetos estudiados: la "semiología de la imagen" no verá nacer el día. En esta derivación, la no correspondencia entre título y texto -cuyo germen son los artículos de Barthes que evocué- se fue exacerbando cada vez más.

El síntoma devino en síndrome.

En 1976, dos libros reafirman la situación planteada: la *Introducción a una semiótica de las imágenes* de Louis Porcher, y el *Ensayo de semiótica visual*, de René Lindekens. La diferencia título-texto surge claramente en los dos casos. Lo anunciado en el título de la obra de Porcher se reduce abruptamente en el subtítulo: "Sobre ciertos ejemplos de imágenes publicitarias". Hay algo extraño en el hecho de querer proponer una introducción a una semiótica de las imágenes a partir de "ciertas imágenes publicitarias". Por supuesto, el subtítulo describe mucho mejor que el título

el alcance de la obra.; en lo que concierne a la "semiótica de las imágenes" no hay más que algunas notas programáticas (Porcher, 1976).

Una disonancia comparable caracteriza el trabajo de Lindekens: mientras que el libro dice ocuparse de "la imagen fotográfica-filmica", no aparece más que un proyecto de semiótica visual. No se encuentra en este libro ni el menor análisis de las numerosas láminas que reproducen fotografías en blanco y negro, así como tampoco el análisis de films (Lindekens, 1976). Tanto en un caso como en el otro, interminables discusiones "metodológicas" (sobre expresión y contenido, forma y substancia, paradigma y sintagma, denotación y connotación, primera y segunda articulación y sobre lo que las imágenes son o no son en relación a estas distinciones) disimulan la impotencia de encontrar criterios pertinentes de análisis.

Se podría decir que esta desmesura entre la calificación de un trabajo analítico y su contenido específico es propia de una ciencia naciente: después de todo, sería normal el hecho de ir hacia un gran proyecto comenzando a trabajar sobre objetos bien circunscriptos. Sin embargo, lo problemático es el modo -característico de la desviación estructuralista- de concebir las condiciones de la generalización. Desde el punto de partida, en efecto, se trata de una nueva ciencia: es la que halla su objeto en una declaración de intenciones. Esta actitud se puede comparar con la que prevaleció en el modelo anglo-sajón. Tomaré un ejemplo.

Mientras que Nelson Goodman, casi en la misma época, propone una teoría general de los símbolos, no anuncia el nacimiento de una disciplina; aplica herramientas lógico-filosóficas a lo que llama "los lenguajes del arte" (Goodman, 1968). Plantea preguntas sobre pintura, escultura, música, literatura, danza, arquitectura; de lo que en nuestras sociedades llamamos artes. Independientemente del juicio que se pueda tener sobre Goodman, lo que orienta su marcha no es el proyecto de fundar una "disciplina", sino el de acercarse a un conjunto de campos prácticos y técnicos socialmente reconocibles. La historia de la reflexión francesa sobre los signos estuvo fuertemente marcada -a mi parecer- por una actitud en cierto modo administrativa: como si la legitimidad de una investigación no pudiera ser asegurada si no es a condición de inscribirla como disciplina en la grilla de instituciones de enseñanza e investigación. Con respecto a la semiología, este intento de inscripción, se sabe, se desbarrancó ⁽⁵⁾.

Y a pesar de todo, como la historia nunca es lineal, los principales peligros que conllevaba este estancamiento fueron lúcidamente sostenidos, desde 1970, por Christian Metz. Desde este punto de vista, el número 15 de la revista *Comunicaciones*, que lleva como título "El análisis de las imágenes", revela una importancia particular: desde el "movimiento semiológico", él expresa que el objeto estudiado prima sobre la preocupación por la disciplina. En ese número, hay un número importante de investigadores progresando en la comprensión de ciertas categorías para las imágenes: Jacques Durand y Georges Peninou, en publicidad; Pierre Fresnault Deruelle, en historieta; Jacques Bertin, en gráfica; Louis Marin y Jean Louis Schaeffer, en pintura; Violette Morin, en dibujo humorístico; Sylvain de Pasquier, sobre el cine de Buster Keaton. Por otra parte, Christian Metz propone una reflexión precisa sobre lo que está en juego para una semiología de las imágenes, a la vez que Umberto Eco

denuncia "el dogma de la segunda articulación", tema recurrente de la desviación estructuralista ⁽⁶⁾.

Aquí es donde la desviación no opera y es progresivamente neutralizada, se producen importantes desarrollos en dominios lindantes al terreno de "las imágenes". El cine (con las numerosas investigaciones iniciadas con los trabajos pioneros de Christian Metz); la pintura (con los importantes trabajos de Hubert Damish); la publicidad (sobre todo con la obra de Georges Peninou), citando sólo algunos: la semiología tomó como objetos a fenómenos significantes que resultan de prácticas sociales institucionalizadas. Poco importa hoy en día si esos investigadores hicieron o hacen semiología. El impulso semiológico del comienzo de los sesenta enriqueció las posibilidades de investigación sobre sectores históricamente constituidos de la discursividad social.

Querer hacer una "semiología de la imagen" o una "semiótica visual", (en verdad no es más ni menos que una "semiótica del mundo natural", para retomar la expresión de Greimas). Es como si se propusiera no hacer semiótica de tal o cual género literario -por ejemplo-, sino una semiótica del texto impreso. La universalidad supuesta de una teoría lingüística fue transferida abusivamente sobre objetos inseparables de sus prácticas sociales específicas. Esta transferencia, alimentada por una ambición un poco ingenua, fracasó. Y no hay nada que lamentar.

DEL "CÓDIGO" A LOS "MENSAJES"

Detengámonos un instante sobre el texto de Christian Metz que servía de introducción, en 1970, al número 15 de *Comunicaciones*: "Verdaderamente, decía Metz, la noción de "visual" en el sentido totalitario y monolítico que le asignan ciertas discusiones actuales, es un fantasma o una ideología, y la imagen (en el mismo sentido) es algo que propiamente no existe" (Metz, 1970). ¿Cómo no estar de acuerdo con tamaña advertencia, planteada seis años antes de la publicación de la *Semiótica visual* de Lindekens?

Se podría pensar que la posición de Metz era ambigua, por lo que agrega: "En el sentido mencionado, insistamos en nuestras reservas. Que no se emprenda un número de una revista consagrado a la imagen si se piensa que la misma no tiene, en el fondo, nada que le sea propio. No olvidemos que ésta sería también una posición posible; simplemente no es la nuestra" (Metz, 1970,p.6)

"La "imagen", decía también Metz, no constituye un dominio autónomo y cerrado en sí mismo, un mundo sin comunicación con lo que lo rodea. Las imágenes -como las palabras, como todo- no podrían evitar ser tomadas por los juegos de sentido, como parte de los miles de dependencias que reglan la significación en el seno de las sociedades. Desde el instante en que se inscribe en la cultura -y ésta está presente en el espíritu del creador de imágenes- el texto icónico, como todos los otros textos, se ofrece a la impresión de la figura y del discurso. La semiología de la imagen no se constituirá por fuera de una semiología general" (Metz, 1970, p.3)

Insistiré sobre la última frase porque -a pesar de la evocación a esta inmersión de las imágenes en la sociedad y la cultura- se podría pensar que Metz retoma la ambición

disciplinaria globalizante, de la que habíamos hablado. Esto no es así. El párrafo siguiente comienza diciendo: "No se trata solamente de lingüística". Está claro: el llamado a una "semiología general" juega, en Metz, un rol opuesto al que caracteriza a la desviación estructuralista. Metz apela a la "semiología general" para prevenirse contra el reduccionismo lingüístico.

Un poco más lejos, Metz aborda el problema fundamental de lo que llama los "dominios": ¿cómo identificar los objetos de los cuales una semiología de las imágenes debe ocuparse? Evoca dos modalidades para tener en cuenta. Por un lado los géneros, como por ejemplo "la publicidad". Por otro lado las "unidades técnico-sensoriales", que describe desde una terminología hjelmsleviana como las "materias de la expresión": la pintura clásica, la fotografía, la foto-novela, la historieta y el par "cine-televisión" (Metz, 1970 pp.6-7). Metz nombra a estas "unidades técnico-sensoriales" como soportes.

Metz tiene reticencias a aceptar estos dos tipos de clasificación. Evoca entonces: "las entidades puramente relacionales, campos de conmutabilidad en donde diversas unidades adquieren sentido, las unas en relación a las otras. Estas entidades sólo son reconstituibles desde el análisis: ellas no existen en estado libre, no están presentes en la conciencia social como sí lo están el género publicidad, o el "soporte" cine. Muchas de ellas pueden estar conjuntamente en mensajes que se prestan un mismo canal o que pertenecen a un mismo género: hay múltiples códigos en un mismo mensaje. Y algunas de ellas pueden manifestarse en mensajes que se reparten entre géneros y soportes diferentes: hay numerosos códigos que son comunes a numerosos "lenguajes" (Metz, 1970 p.7) Está claro para mí, hoy en día, que estas "entidades" que sólo el análisis puede reconstituir -estos "campos de conmutabilidad" que Metz describe, todavía con la terminología de "código" y "mensaje"- no tenían ya nada que ver con la noción de "código".

Metz desconfiaba de los dominios que llamaba "tradicionales" y que consideraba como unidades "pre-científicas" (Metz, 1970,p.6). Pienso que hoy esa desconfianza se explica por la focalización de la semiología naciente sobre la cuestión de las *unidades*. Lo que reenvía, justamente, a la noción de código. Por ello, aquellos que, como Metz, resistieron a la desviación estructuralista, sentían la necesidad de un principio teórico de organización de los objetos significantes que se buscaba analizar: de allí el uso de la noción de código (en el artículo del mismo número de *Comunicaciones*). Noción híbrida, si las hay, la de "código" -llegada de la teoría de la información y recuperada por Jakobson- parecía poder reemplazar a ese modelo de la lengua del que se intentaba huir, a la vez que se le atribuía la ventaja de ser un concepto más vago.

Un código no es más que un reservorio de unidades enumerables, acompañado de reglas de composición de los "mensajes". Ante una imagen fotográfica, por ejemplo, la pregunta consistía en descubrir las unidades y parecía que la respuesta era previa a cualquier análisis: esta actitud alcanzaba su paroxismo en la obra ya citada de Lindekens. Preguntas sin respuesta, porque las unidades eran parte de un código pre-existente y no de la imagen fotográfica misma. Esta paradoja (aparente) de un mensaje sin código había sido evocada desde el comienzo por Barthes, en su artículo sobre la fotografía de prensa (Barthes, 1961).

Poco después de este número 15 de *Comunicaciones*, Metz tiene un gesto capital: denuncia la esterilidad de la búsqueda de unidades "mínimas" (Metz, 1971, p.139 et ss). Este gesto, me parece, desbloquea la situación y permite el desarrollo rápido de la teoría y la investigación en cine. Apoyándome en estos textos de Metz y ayudado por el trabajo de varios años sobre la teoría de Peirce, tomo ahora conciencia de que había que desprenderse de la noción saussuriana de "signo" (Verón, 1973) al mismo tiempo que de la noción de código (Verón, 1974).

A partir de allí se produce un verdadero giro en la problemática. Ya no es cuestión de afirmar que se conocen los "códigos" para poder analizar las imágenes: para acceder a cualquier cosa en el orden de las disposiciones operativas, del orden de la organización significante, es necesario partir de los "mensajes". Es el análisis de los "mensajes" lo que resulta previo a la localización de reglas de organización de las materias significantes. Son los "mensajes" los que construyen, progresivamente, en el seno de la historia y de la sociedad, los conjuntos de reglas de producción y de reconocimiento que ya no se podrían denominar "códigos". Por fin se podría empezar a trabajar.

Resistir a la desviación estructuralista quería decir intentar exceder el concepto de "estructura", disfraz metafórico de la lengua. Pero si a la vez se abandonaba la noción de código, no habría herramientas para enfrentar los "mensajes" inmersos en los movimientos de la historia y la sociedad. ¿Cómo ubicar configuraciones? ¿Cómo analizar los "mensajes"? ¿Cuál es la naturaleza de las reglas operativas que los mensajes construyen a través del tiempo? Aquí es donde reside la importancia histórica de la semiología del cine: ilustró ejemplarmente el rumbo a adoptar, a través de la reconstrucción progresiva de las operaciones y las figuras de ese objeto cultural capital que es el cine de ficción.

La historia no es lineal, pero a veces sí es feliz: es en el contexto de toma de conciencia del fracaso de la desviación estructuralista que aparece la problemática de la enunciación. Los desarrollos de la teoría de la enunciación hicieron posibles tres cosas: la definición de nuevos criterios de análisis, el establecimiento de nuevas relaciones más fecundas que la problemática lingüística, y la articulación de los "mensajes" tratados con el entorno social y cultural.

DEL SOPORTE A LOS DISCURSOS: EL CASO DE LA FOTOGRAFÍA

Volvamos a la cuestión de los "dominios", subrayada por Metz en la presentación del histórico número de *Comunicaciones*. Conviene distinguir no menos de cinco niveles de análisis:

* los tipos de discursos: publicidad, discurso político, discurso científico, información, etc. No existe aún una clasificación teóricamente fundamentada y empíricamente eficaz de los tipos de discursividad.

* los soportes tecnológicos: pintura, fotografía, prensa escrita, cine, video, etc. Por supuesto pueden mezclarse unos con otros.

* Los medios: televisión, cine, radio, prensa escrita, etc. Desde mi punto de vista el concepto de medio define el conjunto constituido por una tecnología sumada a las

prácticas sociales de producción y apropiación de la misma. Además hay acceso público a los mensajes.

* Los géneros-L (L, en relación al origen literario del concepto): entrevista, reportaje, mesa redonda, ficción, ensayo, etc.

* Los géneros-P (P, por producto), es decir los objetos que se compran y consumen en el mercado cultural: diario, series, folletín, noticiero, etc.

Tipos de discursos, soportes, medios, géneros L y géneros P se entrecruzan libremente. Estos cinco niveles de análisis son asociados a las prácticas sociales que organizan las formas de la discursividad.

Para ilustrar el desarrollo que me parece más apropiado -hoy en día- cuando nos interesamos en la articulación entre soportes (en esta ocasión, soportes de imagen) y tipos de discurso (aquí, de la discursividad política), tomaré el dominio de la fotografía.

El flash-back fue uno de los primeros objetos no lingüísticos que Barthes, como semiólogo, se atribuyó. Es cierto que su interés por la textualidad literaria lo aleja progresivamente al mismo tiempo de las imágenes y de la problemática lingüístico-estructuralista de los *Elementos de semiología*. Sin embargo, *La cámara lúcida*, su última obra antes de morir, marca un regreso -veinte años después- al tema inicial de la fotografía. Este libro, que por ciertos costados puede ser visto como una confesión de fracaso de una ciencia de la imagen fotográfica, es por contrapartida muy importante (Barthes, 1980).

Lo que el término "fotografía" designa es una técnica, y la identificación de un soporte técnico no alcanza a señalar una discursividad social. En *La cámara lúcida*, aparecen no menos de tres discursividades fotográficas diferentes (sin que Barthes distinga: él habla todo el tiempo de la fotografía con una gran F). Una que llamamos habitualmente como "foto-arte" (comentarios en su libro sobre Nadar, Mapplethorpe y otros); otra que resulta de la explotación privada de la técnica, "foto de amateur o de familia" (la foto del Jardín de invierno que está en el centro del libro es una); y otra que es la "foto de reportaje" (ejemplos en *París Match*)

Son tres modos de existencia bien distintos para una misma técnica. La foto-arte puede, en el contexto contemporáneo, ser considerada como un "medio". La foto de reportaje es el modo de utilización de la imagen fotográfica por un medio (la prensa). En cuanto a la foto-amateur o de familia, es una discursividad social que no constituye un medio propiamente dicho. Según la definición que di más arriba: no satisface el criterio del acceso público de los mensajes.

¿Cuál es el estatuto de este objeto técnico que da lugar a explotaciones diferenciadas, y por consecuencia a discursividades sociales diferentes? ¿Es solamente una suerte de instancia previa, externa a la producción de sentido, o bien resulta una especie de "nudo semiótico"? Barthes creía en ese "nudo semiótico", e intentaba alcanzarlo al interrogarse sobre la fotografía.

Para Barthes, la fotografía en cuanto dispositivo técnico no es espacio, sino tiempo. "...en la Fotografía no puedo negar jamás que la cosa estuvo presente. Hay una doble posición conjunta: de realidad y de pasado.(...) No busco en una foto ni el arte, ni la comunicación, sino la referencia -orden fundador de la Fotografía-." (Barthes,1980, p.120) "Los realistas, como yo, no toman nunca a la foto como una copia de la realidad, sino como una emanación de una realidad pasada: una magia, no un arte (...). Lo importante es que la foto posee una fuerza constitutiva, y que lo constitutivo de la Fotografía se relaciona, no con el objeto, sino con el tiempo" (Barthes, 1980, pp. 138-39)

La referenciación, en cuanto operación localizada en el tiempo sería, según Barthes, el nudo de la fotografía. Este punto de vista podría ser aceptado incluso por los que niegan a la imagen toda dimensión asertiva. La eventual aserción sobre el "haber estado allí" es una operación del observador de la fotografía ("no puedo negar que la cosa ha estado allá), ella no está contenida en esta última. "El contenido quasi-asertivo de toda imagen, subraya Jean Claude Passeron, no reside -evidentemente- en la imagen misma . El enunciado quasi-asertivo está en la mirada que se posa en la imagen; se confunde con el acto de interpretación que toda recepción de imagen por un observador debe producir para hacerla funcionar como imagen ⁽⁷⁾"

¿Qué decir del devenir intensa y dramáticamente subjetivo al que Barthes se dirige en *La cámara lúcida* -a partir de una foto de su madre cuando niña, la foto del Jardín de invierno-, devenir que califica como "fenomenológico"? ⁽⁸⁾. El análisis contiene numerosas intuiciones, de las cuales una de las más importantes es la de acercarse a la fotografía antes que nada por su carácter indicial que por su naturaleza icónica, privilegiando el tiempo sobre el espacio. Pero esta intuición no tiene nada de "fenomenológica": busca dar sentido al "conocimiento común" que se tiene de la naturaleza técnica de la imagen fotográfica; y es además insuficiente para seleccionar las discursividades sociales que pueden ser tomadas a partir de la técnica. En el contexto de cada discursividad social organizada por los usos, los "efectos semióticos" se transforman. Esto lo demuestra la historia de la fotografía de un modo ejemplar.

UN SOPORTE EN EL CORAZÓN DEL INDIVIDUALISMO MODERNO

En el siglo 19 un soporte nace: la fotografía. Es inmediatamente tomada por la sociedad y la cultura. Focalicemos en ciertos aspectos de la génesis de las discursividades fotográficas.

Desde los primeros años de la fotografía, se instala un uso que retoma los códigos pictóricos del retrato. Los notables, comenzando por el mismo Emperador, se hacen fotografiar a la manera en que antes se hacían pintar (Rouillé, 1985). Aquí, la estrategia enunciativa, retomando las reglas de producción del retrato pintado, expresa -como este último- una voluntad de ejemplariedad: trabajada por la estilística del retrato pintado, la colocación de un resabio de eternidad. En el dominio fotográfico, tenemos una primera figura enunciativa de la neutralización de las condiciones específicas de la vista tomada: el referente (para retomar la terminología de Barthes) está destemporalizado ⁽⁹⁾.

Una estrategia enunciativa asociada a un soporte (la pintura) es transferida a un nuevo soporte (la fotografía). En el caso de la pintura, el conjunto de procesos de circulación del sentido permanece en la esfera pública; como se trata de un notable (es decir un hombre público), el retrato se justifica. Y como la pintura es un arte autográfico por excelencia (Goodman, 1968), la consumación colectiva de esta obra única no tendrá lugar más que en un contexto público. La técnica fotográfica introduce una diferencia fundamental: la imagen fotográfica es reproducible a voluntad. Se puede comprar una fotografía del Emperador (acceso pagado, aspecto fundamental de la mediatización), lo que implica una nueva modalidad de apropiación privada de un elemento significativo del orden público. Desde ese momento, la fotografía fue ligada, en los medios, al consumo privado de valores públicos, encarnados en las múltiples figuraciones del poder y de las instituciones.

"La existencia de la fotografía, dice Barthes, corresponde... a la creación de un nuevo valor social, que es la publicidad de lo privado: lo privado es consumido como tal, públicamente" (Barthes, 1980, p.153). Es un movimiento que aparece, lo vemos, como el inverso al precedente: ya no es el retrato del Emperador; es el Emperador en la mesa, rodeado de su familia, jugando con sus hijos: tiene así mismo una vida privada. En ese caso, los efectos técnicos de la fotografía afectan a la misma estrategia enunciativa: lo que aparece como valor ya no es, como en el caso del retrato, la dignidad destemporalizada de la notabilidad, sino -podríamos decir- la naturalidad de una vida que, marcada por el sello de lo público, no es por ello menos vida.

Poniendo en evidencia su aspecto privado, un valor público reencuentra, en la apropiación privada del receptor, el estatuto de un lugar de reconocimiento, de una cierta puesta en paralelo de dos esferas de lo privado. Incluso, si la puesta en representación fotográfica de lo privado no guarda interés más que por ser el reverso de la notabilidad. Este mecanismo deviene fundamental en los medios informativos modernos. Aquí, es el presente, la actualidad de la imagen la que prima: el "está allí" más que el "haber estado allí".

Gracias a la simplificación rápida de la técnica, con la generalización del procedimiento de la capa plateada por oposición al daguerrotipo, estos dos procesos acceden rápidamente a la esfera de lo privado de cada ciudadano. Por un lado, la estética del retrato pintado, al pasar a la fotografía, se esfuma: los burgueses que no podían pagar una pintura se hacen fotografiar. Algunos fotógrafos proponen hasta fotos ecuestres (Corbin, 1987). Por otro lado, el hecho de poder fotografiar lo cotidiano hace nacer el deseo de construir, por imágenes, la saga familiar (Corbin, 1987). Es aquí cuando la fotografía adquiere todo el valor significativo del "haber estado allí": el álbum de fotos de familia es la materialización cargada de nostalgia del tiempo que pasa.

En un caso como en el otro, la imagen fotográfica sirve de soporte -en el campo de lo privado- al surgimiento de un deseo de publicidad: el retrato del padre (o de la pareja de progenitores) imita dentro del espacio restringido del clan familiar, la ejemplaridad de la notoriedad pública; el álbum de familia está allí para ser mostrado a amigos, familiares, relaciones... Allí se expresa ,podríamos decir, el deseo de una puesta en público de lo privado. Y el soporte fotográfico hace posible, por

primera vez, la puesta en representación de *aquello que lo privado tiene de comunitario*.

Tomemos dos fenómenos complementarios, uno mediático y otro no mediático: la carta postal y la foto "turística". La carta postal es uno de los grandes medios aparecidos, rápidamente, a partir del surgimiento de la técnica fotográfica. La carta postal muestra, por definición, lugares públicos: monumentos, fuentes, calles, castillos... Su enorme suceso testimonia una nueva voluntad de acción de lo público en lo privado, y de lo privado en lo público. La apropiación privada de un elemento público (que se expresa en el acto de enviar la postal a familia, amigos, etc) significa: "estuvimos allí, estando allí pensamos en vos".

Es este doble entrecruzamiento de lo público y lo privado lo que da valor a la puesta en circulación de la carta postal, que es un medio. En cuanto a la "foto turística", que no lo es, posibilita otra variante de esta estrategia de acción: hacerse fotografiar ante el monumento o el castillo. Aquí, el "haber estado allí" de la fotografía no apela, por lo menos en un primer momento discursivo (el de la exhibición a los allegados de las fotos del viaje), al "tiempo que pasa", lógica de base del álbum familiar, aunque esas fotos lo vayan a integrar. Hay un movimiento de legitimación de la pertinencia del desplazamiento de los individuos, pertinencia que se alimenta del contacto con la notoriedad de los espacios públicos.

Tenemos entonces un objeto técnico lanzado en medio del individualismo moderno: la nueva tecnología de la fotografía comienza a jugar diversos roles en el corazón de los procesos a través los cuales los individuos redefinen su identidad y sus relaciones en la sociedad.

Hay, en efecto, una especificidad puramente técnica de la fotografía: esa causalidad indicial implicada en la captación, en un momento dado y jamás perdido, de la luz proveniente del objeto. Desde este punto de vista, podemos decir que una fotografía es lo que queda del objeto o de la escena representada. Pero ese "resto" se va a socializar e historizar progresivamente, bajo la forma de una multiplicidad de operaciones destinadas a manejar las articulaciones entre espacios privados y espacios públicos, en un momento crucial de la construcción del individuo de la modernidad.

Llegamos a conclusiones más complejas que las de Barthes. Éste apunta al hecho técnico. El "haber estado allí" adquiere todo su sentido en la foto de familia. Pero la temporalidad de la foto puede ser neutralizada (es el caso del retrato, pero veremos otros más adelante); ésta puede interpretarse como un "estar allí" (en la actualidad). Detrás de estas discursividades, mediáticas y no mediáticas, que toman forma progresivamente alrededor del objeto técnico, encontramos una configuración de modalidades de articulación entre lo privado y lo público. Sin paradojas, podemos decir que es la temporalidad la que está en el corazón de la técnica, que la vuelve apta, por medio de múltiples formas, para abordar las relaciones entre los espacios mentales de lo público y lo privado.

Esta relación íntima entre la fotografía y la estructuración del individualismo moderno ilumina otra intuición capital de *La cámara lúcida*. Barthes es perfectamente consciente de que la referencia a la fenomenología no es más que un pretexto e

intenta hacerlo comprender: "es una fenomenología vaga, desenvuelta, incluso cínica, que acepta deformar o esquivar sus principios en función del placer de mi análisis" (Barthes, 1980, p.40). Privilegiando el *punctum*, alguna cosa en una fotografía "que sale de la escena, como una flecha y viene a tocarme" (p 49), en detrimento del *studium*, que la releva de la cultura, "de ese contrato pasado entre creadores y consumidores" (p 51), Barthes se obstina en construir un discurso puramente subjetivo, partiendo del descubrimiento de su madre niña en la foto del Jardín de invierno.

De parte del principal protagonista de la "aventura semiológica" en Francia, este libro ha podido interpretarse como la confesión final de la impotencia: una ciencia de la imagen resulta imposible (o sin interés), no queda más que llevar los recuerdos por un rumbo que se releva de la literatura. Y sin embargo, a su modo -paradojal y provocador- *La cámara lúcida* pone en escena la aventura histórica de la fotografía, ese soporte que resulta inseparable de la singularidad del individuo.

Al mismo tiempo, este adelanto de la subjetividad en la "lectura" de las imágenes fotográficas nos obliga a afrontar un problema teórico fundamental: el de la pluralidad de modalidades de apropiación de los discursos, que se traduce como lo que yo llamo el desnivel entre producción y reconocimiento, y por lo tanto la constatación de la no linealidad de la circulación del sentido (Verón, 1988)

Es un error asimilar esta pluralidad a la arbitrariedad. Realicé, hace varios años, una investigación sobre las modalidades de visitar una exposición, más precisamente, de fotografías de arte que tenían por tema : las vacaciones de los franceses. Entre las cuatro estrategias desplegadas por los visitantes, una de ellas -que llamé como la estrategia de los "saltamontes"- se organizaba exactamente en función del punto descrito por Barthes en *La cámara lúcida*. Figura ejemplar del desvío individualizante de un contrato cultural propuesto por la institución. (Verón y Levasseur, 1983)

La subjetividad del *punctum* toma su forma a partir de la materia del *studium*. La construcción de la singularidad del individuo sólo puede ser comprendida como una estrategia de negociación permanente con los "contratos" propuestos por la oferta cultural. Desde que nació, el soporte fotográfico "trabaja" este cruce, esta convergencia-divergencia entre lo individual y lo social.

FOTOGRAFÍA Y DISCURSIVIDADES MEDIÁTICAS

Los medios proveen, hoy en día, lo esencial de la "materia" por medio de la cual los individuos estructuran su singularidad. En el seno de esa materia, la fotografía juega un rol fundamental, bajo múltiples formas. Una de las consecuencias de la mediatización del soporte fotográfico es su inserción en contextos discursivos más amplios, que sobredeterminan el funcionamiento de la imagen. Evocaré, aquí, ciertas "figuras" propias de la imagen fotográfica mediatizada, en la prensa escrita de información.

LA FOTOGRAFIA TESTIMONTAL

Tomaré una de las modalidades "clásicas", esa en la que pensamos corrientemente cuando hablamos de "foto periodística". Yo la llamo foto testimonial. Se trata de una foto de reportaje tomada "en vivo" y que caracteriza a medios como la revista Life. Caracterizémosla: es una imagen cuya pertinencia reside en la captación del instante del acontecimiento; siempre espontánea (por oposición a la pose), está allí porque cautiva el acontecimiento del cual se habla en el texto que acompaña: el instante mismo en el que el coche de aquel piloto de fórmula 1 sale de la pista, el instante mismo en que el nuevo Primer Ministro entra a Matignon, etc.

Cuando la consumimos por primera vez es presente puro, es el "haber estado allí" de hace algunas horas, o de hace algunos días.

Se podría pensar que esta modalidad representa el paradigma mismo de la imagen fotográfica en la prensa de información general, nacional y regional, y semanal. Observemos a través de un ejercicio simple. Tomo el número de *Liberación* del día en que escribo estas líneas (un día de semana de julio de 1991). Constató que tiene 34 imágenes sobre 40 páginas (fuera de la publicidad: considero las imágenes producidas por el título a propósito del discurso de actualidad)

Entre estas 34 imágenes, sólo 6 pueden ser consideradas como *fotos testimoniales*; entre las otras 8 son imágenes "de identificación" (se muestra la foto de un personaje del que habla el artículo, sin saber si la foto fue tomada hace días, meses o años atrás, ni donde, ni en qué circunstancias); 8 son dibujos o cartas geográficas; y 6 son explícitamente presentadas como fotos de archivo.

Las 6 fotos restantes constituyen una clase heterogénea y residual: hay algunas que combinan la función de identificación con la relación con la actualidad (por ejemplo: Michel Rocard saliendo del mar, en malla: está de vacaciones desde que ya no es Primer Ministro, hace ya más de un mes); hay otras en que el estatuto está indeterminado, ya que es imposible para el lector definir las condiciones en que fue tomada (fecha, lugar, etc): estas son vagas ilustraciones del tema abordado en el artículo en cuestión. Que el lector se tranquilice: este tipo de ejercicio no lo practico al azar. El resultado hubiera sido el mismo, independientemente del momento del año, fuera de los meses de vacaciones.

Pocas imágenes, en la prensa de información de hoy en día, resultan propiamente testimoniales. Tomé el ejemplo de un diario, porque podríamos pensar que es el género P más ligado a las imágenes testimoniales del mundo. En el sector de lo que llamamos "News" (semanales de información, el dibujo tiende a reemplazar a la foto (la revista *Eventos del jueves* acentuó esta tendencia que podríamos describir esquemáticamente del siguiente modo: al proponer un dibujo, el enunciador del medio aclara que su intención no es la de mostrar la actualidad, sino la de decirnos lo que piensa de ella)

LA POSE

Tomemos ahora *Paris Match*, uno de los raros títulos de la prensa francesa que sigue utilizando abundantemente la foto testimonial, en donde el "choque" forma parte de su posicionamiento comercial y que usa en gran medida el "gran reportaje". Un

primer acercamiento puede sorprender: es extraño que *Paris Match* use imágenes testimoniales en tapa (sólo de vez en cuando), ya que la tapa -particularmente en este tipo de revistas- es el lugar de exhibición de su contrato de lectura ⁽¹⁰⁾.

La modalidad de imagen dominante en las tapas de *Paris Match* es, podríamos decir, el opuesto a la foto testimonial: una pareja en pose. Ellos sonríen mirando a cámara. Esta pareja podría pertenecer a varios sectores de la actividad social: el "show biz", la política o el deporte. La pareja puede ser sentimental (Lendl y su novia), conyugal (Aznavour y su mujer), filial (Chirac y su hija, Jane Birkin y Charlotte), profesional (dos actores que trabajan en un film pronto a estrenarse). La galería de personajes es limitada: algunas decenas, quizás, que vuelven a la tapa de *Paris Match* a lo largo de los años. Como amigos o parientes de los que se recibe una postal o una foto de tanto en tanto (algo así como: "siempre estamos allí").

Por oposición a la instantánea testimonial (arrancada en el momento), la pose es un regalo del personaje fotografiado al fotógrafo (y por su intermedio al lector). Y el texto que acompaña a la imagen en determinada tapa, sistemáticamente, especifica que la foto fue producida por y para *Paris Match*: esa foto está firmada por la marca.

Trabajo sobre la memoria, a través de la permanencia en el tiempo de los rostros de una suerte de familia ampliada. El texto comentando en tapa, hace dos o tres años, la pareja de Jane Birkin y su hija Charlotte adolescente. No faltaba recordar que la misma pareja había sido ya mostrada en la tapa de la revista, cuando Charlotte era recién nacida: articulación ejemplar entre el "haber estado allí" y el "todavía lo está". Retomamos aquí el tema del tiempo que pasa, y no estamos lejos del álbum de familia. Pero, ¿por qué esta puesta en relieve, por *Paris Match*, del contacto de la pose-regalo mientras que el cuerpo de la revista está repleto de imágenes testimoniales sobre la actualidad? ¿Qué articulación podemos imaginar entre el presente puro de la foto testimonial y el trabajo sobre la memoria de la pose-álbum de familia? ¿Cuál es la coherencia de dicho contrato de lectura?

Sucede que la foto testimonial, la que presenta "en caliente" un instante importante de la actualidad inmediata, no es más que presente puro. *Paris Match* lo comprendió desde siempre, siguiendo la estela de *Life*. Las fotos de reportaje son republicadas: *Paris Match* lo hace frecuentemente, reproduciendo viejas fotos extraídas de reportajes ya publicados, y viejas tapas, por ejemplo cuando muere un personaje notorio (se reconstruye su vida con fotos exclusivas de *Paris Match*: era un miembro de la gran familia), o ante un aniversario (por ejemplo el del asesinato del presidente Kennedy)

Estas fotos, testimoniales en su origen, funcionan después como ligazón entre *mi vida* (mi historia) y *la vida* (del mundo). ¿Quién no hace este ligazón al ver hoy fotos testimoniales célebres de "mayo del 68"? Por confesión misma de los lectores de *Paris Match* ⁽¹¹⁾, la lectura que se hace de esas viejas fotos de reportaje (porque las vuelve a sacar la revista, o porque se encontró un viejo número en el placard) es una lectura del orden del descubrimiento: se focaliza en el largo de las polleras de la época, o en el corte de cabellos; "¿Dónde estaba yo durante la catástrofe de Chernobyl?"; "ah, si, recuerdo que acababa de entrar a la facultad". Además: algunos lectores de *Paris Match* dicen tener presente esa dimensión de captura histórica individualizada, en el mismo momento en que consumen las imágenes como imágenes de la actualidad

inmediata: "Me pregunto cómo miraré estas fotos dentro de algunos años...". Sin punctum, ni studium, este modo de recepción de fotos testimoniales construye una red cognitiva que articula la temporalidad del mundo con la biografía del individuo.

LA RETORICA DE LAS PASIONES

En los medios informativos de la prensa gráfica, hay varias modalidades de "puesta en imagen" de hombres políticos. Tomaré aquí sólo una, que la evolución cultural parece haber condenado -al igual que la foto testimonial- a un cierto declinamiento. La llamé, hace ya muchos años, como la "retórica de las pasiones" (Verón, 1982).

Son siempre instantáneas del rostro del hombre político:

-Gastón Deferre, de aspecto sociable. El título dice:
Marsella.

¿LA CAÍDA?

-François Mitterrand, de expresión decidida, mirando el horizonte. Tiene un abrigo y una bufanda roja. La foto ha sido, probablemente, tomada cuando asistía a una ceremonia, un día de invierno. El texto dice:

¿Puede estar abatido?

El "estado de espíritu" del hombre político, captado en una instantánea de su rostro, sirve para calificar una circunstancia política determinada. Se trata de un caso particularmente complejo de la temporalidad fotográfica: la difusión de esa imagen por parte del medio anunciador reenvía al presente de una coyuntura (incluso si los límites están flojos: quizás dentro de un mes la situación que concierne a ese personaje político ya no será la misma). Al mismo tiempo, ese anclaje en el presente de la actualidad no debe nada a las condiciones de producción de la foto: las circunstancias en que fue tomada, aquello que el político hacía en ese momento, etc., no tienen ninguna importancia. Todas las remisiones indiciales son suspendidas.

Esta figura, que sirvió para construir incontables tapas de *news* en los años setenta, sufrió la suerte de lo político: con la baja del interés de los ciudadanos por su "microcosmos", tiende a desaparecer de la prensa semanal de información.

En cuanto a las imágenes de los políticos en pose, no abundan en los medios informativos: la pose sólo aparece en el momento de las grandes campañas electorales. La pose es una modalidad típicamente utilizada en los afiches electorales, es decir, en un medio controlado por la formación política que la emite. La pose indica el dominio, por parte de aquel que es representado (aquí, el hombre político) de su propia estrategia enunciativa, mientras que la manipulación del rostro para calificar una situación es un recurso del medio que, a través de la instantánea, arranca al político una expresión no intencional: el medio vuelve en contra del poder su propia figuración.

LA FOTOGRAFÍA CATEGORIAL

La imagen muestra una escena en un restaurant. Al fondo, se ve una joven mujer sentada, sola, en una mesa en la que el mozo está colocando una jarra con agua. El título dice:

MUJERES

La generación sin marido

Se ve un pequeño niño en su banco del colegio. Al fondo, el pizarrón negro. Tiene los ojos cerrados y apoya su cabeza sobre la palma de su mano izquierda. El título dice:

SALUD

Atención! escuela

Un joven médico, con su estetoscopio, está auscultando a un pequeño niño que está delante de él, con el torso desnudo. El título dice:

MÉDICOS

El futuro es de los generalistas

Tres imágenes fotográficas tomadas de *NEWS*, entre centenas de otras del mismo tipo. Tres problemas sociales, concretizados en el tratamiento de imágenes anónimas. "Aquí una mujer sola", "aquí un médico generalista", "aquí un niño cansado". Parecen imágenes de enciclopedia ("aquí un conejo", o un cocodrilo). No es esta mujer, este niño, este médico. Es el niño cansado, la mujer sola, el médico generalista. Imágenes que son casi-conceptos, que encarnan clases lógicas. Operan sobre la dimensión categorial de la evolución individualista: la foto no es más que un soporte a través del cual el lector reconoce su problema, pero ese problema es compartido con otros individuos que pertenecen a su misma categoría social o socioprofesional. En estas imágenes, el "haber estado allí" desaparece totalmente. No es el tiempo que pasa. Es, al contrario, el tiempo que no pasa: el de los problemas que permanecen siempre, que no podemos aun solucionar.

SEMIOLOGÍA Y SEMIOSIS

Ningún análisis inmanente, que sea fenomenológico, semiológico, hermenéutico o cualquier otro, puede captar la diversidad de modalidades de articulación entre la producción y la recepción, entre oferta y demanda, alrededor de una técnica puesta al día a disposición de la sociedad. Pero, cuando el análisis del sentido es conducido en el contexto de una atenta reflexión sobre los movimientos de evolución socio-cultural, puede convertirse en una ayuda preciosa para el investigador.

Esto quiere decir que es tiempo de pasar de la semiología a la semiótica. La diferencia histórica entre lo que tratan estas dos denominaciones consiste en que la primera se convirtió en una técnica de análisis de un corpus, mientras que la segunda -siguiendo la estela de Peirce- es una teoría global de la sociedad y la cultura, localizada sobre la producción de sentido. Una teoría, y no una disciplina: su globalidad (a diferencia de la "semiótica europea", inspirada en trabajos de Greimas) no corre el riesgo de traducirse como pretensiones imperialistas. La semiótica, en tanto teoría de la

producción de sentido, puede (y debe) articularse con las conceptualizaciones de la historia, la antropología, la sociología, las ciencias políticas y la economía.

La semiosis infinita conserva, en nuestras sociedades mediatizadas, la tensión entre dos especies de movimientos, que constituyen -de alguna manera- la diástole y la sístole de las socio-culturas industriales. Movimientos de *convergencia* entre la producción y la recepción del discurso, por un lado, movimientos dinamizados por la investigación permanente de la articulación entre oferta y demanda. Por otro lado, movimientos de divergencia que resultan de la evolución de la sociedad (evolución que no es determinada más que por los discursos mediáticos) y nutren el desnivel entre producción y apropiación del sentido. Es necesario aferrar a las configuraciones variables entre convergencia y divergencia. Las propiedades "semiológicas" de los discursos no tienen ningún interés por ellas mismas: no son más que productos (más o menos estabilizados) de la semiosis cultural.

ELISEO VERÓN

NOTAS

- 1- Título considerado de uno de los libros de textos póstumos de Barthes
- 2- "Fotografía de prensa": expresión que, como se verá en la última parte del artículo, no quiere decir casi nada.
- 3- Que esos detalles sean en ocurrencia premonitorios no tiene nada de sorprendente: los títulos expresan el punto de vista del investigador sobre la naturaleza de su tarea.
- 4- La obra *Estructuras sintácticas* de Chomsky apareció en 1957, el mismo año que las *Mitologías* de Barthes; *Topics in the theory of generative grammar* y *Current issues in linguistic theory*, datan respectivamente de 1966 y 1967.
- 5- Este fracaso administrativo de una aventura intelectual aparece claramente en la historia del nombre de la institución donde la semiología francesa nació, en la Escuela Práctica de Altos Estudios, convertida en Escuela de Altos Estudios en Ciencias Sociales. Creado en 1960, el centro sede de la revista *Comunicaciones se llamaba CECMAS (Centro de Estudios de Comunicaciones de Masas)*, dirigido por Georges Friedmann. Este centro se atribuyó como objeto de estudio un objeto social concreto: los medios. Actitud pionera, remarcable, y luego olvidada. En 1972, cambió su nombre por el de CETSAS (Centro de Estudios Transdisciplinarios: Sociología, Antropología, Semiología): el criterio de designación se convirtió, como vemos, en un problema administrativo. Desde 1983, se llama CETSAP (Centro de Estudios Transdisciplinarios: Sociología, Antropología, Política). La semiología desapareció: su inscripción no duró más que una decena de años.
- 6- Del número 15, para estar completo, me falta agregar mi propio artículo: "Lo analógico y lo contiguo (Notas sobre los códigos no digitales)". Marca el inicio de una reflexión sobre la teoría de Peirce. Intenté cercar, a partir de un anuncio publicitario, lo que no es icónico en la imagen fotográfica.
- 7- Cf J.-C Passeron, (1991, p. 282), Ver biblio..
- 8- Sobre el contenido epistemológico de esta posición de enunciación subjetiva de Barthes en *La cámara lúcida*, ver Leenhardt, 1982.
- 9- La mirada que podemos tener hoy sobre un retrato fotográfico de Napoleón III está fuertemente marcada por el "haber estado allí"

10- Sobre el concepto de "contrato de lectura" y su aplicación al estudio de la prensa, ver Verón, 1984 y 1985

11- Lo que sigue se aplica sobre estudios del contrato de lectura de numerosos títulos de la prensa semanal de información. Estos estudios no fueron publicados.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARTHES, Roland, Mitologías. París, Seuil, 1957.

- "El mensaje fotográfico", Comunicaciones, n° 1, 1961.

- "Retórica de la imagen", Comunicaciones, n° 1, 1961.

- La cámara lúcida. Nota sobre la fotografía. París, Cahiers du cinema-Gallimard-Seuil, 1980

CORBIN, Alain, "Ranuras", en Philippe Aries y Georges Duby (eds). Historia de la vida privada. París, Seuil, vol 4, 1987.

GOODMAN, Nelson, Lenguajes del arte. París, Ediciones Jacqueline Chambon, 1990 (1ª ed en inglés: Languages of art, 1968)

GREIMAS, Algirdas Julien, "Condiciones de una semiótica del mundo natural", Lenguajes, junio 1968, n° 7

LEENHARDT, Jacques, "La fotografía, mirador de las ciencias humanas", Comunicaciones, n° 36, 1982.

LINDEKENS, René, Ensayo de semiótica visual. París, Klincksieck, 1976.

METZ, Christian, "El cine, lengua o lenguaje?", Comunicaciones. París, Seuil, n° 4, 1964.

- "Más allá de la analogía, la imagen", Comunicaciones. París, Seuil, n° 15, 1970.

- Lenguaje y cine. París, Klincksieck, 1971.

PASSERON, Jean-Claude, "Los ojos y las orejas", una propuesta de JC Passeron, M Grumbach y al, El ojo en la página. París, Biblioteca pública de información, Centro Georges Pompidou, 1984.

- El razonamiento sociológico. El espacio no popperiano del razonamiento natural. París, Nathan, 1991.

PORCHER, Louis, Introducción a una semiótica de las imágenes. Sobre algunos ejemplos de imágenes publicitarias. París, Credif-Didier, 1976.

ROUILLE, André, "La pintura, rival de la fotografía". Crítica, agosto-septiembre 1985, Tomo XLI, n° 459-460.

VERÓN, Eliseo, "Para una semiología de las operaciones translingüísticas", VS Quaderni du Studi Semiotici. Milano, n° 4, pp. 81-100, 1973.

- "Pertinencia (ideológica) del código", Degres. Bruselas, n° 7-8, pp 1-13, 1974.

- "Discursividades de la imagen", La imagen fija. París, Centro Georges Pompidou - La Documentación francesa, 1983.

- "Cuando leer es hacer: la enunciación en el discurso de la prensa escrita", Semiótica II. París, Instituto de Investigaciones y Estudios Publicitarios, pp. 33-56, 1984.