

LA IMAGEN Y LA MEMORIA

SILVIA FERNANDEZ ■
DISEÑADORA EN
COMUNICACIÓN VISUAL,
UNLP.

MARTÍN BONETTO
FOTOGRAFÍAS.

En el impacto, la imagen hirió de muerte a la palabra. Qué hacen entonces ahí, seres de la nueva cultura, observándome, pero sobre todo oyendo lo que en poco tiempo será un proto medio de comunicación: la conferencia, palabra tras palabra, una exigencia a la atención, a la reflexión y cada día más al aburrimiento.

Un medio dialéctico por excelencia, es decir, un medio para el razonamiento, para el pensamiento. Es que todo nuestro lenguaje no sólo está constituido por palabras concretas como campo, cielo, ruta, etc., sustantivos simples, sino también por palabras abstractas que no tienen alternativa de representación (correlatos visibles). Son, excepto con ciertas sugerencias tipográficas, imposibles de traducir en imágenes. Todas éstas configuran el pensamiento conceptual, que representan entidades inexistentes. Este sistema permitió a la especie hasta estos días el conocimiento analítico-científico. Si la palabra fue, hasta hace unos años, la herramienta más exquisita para la comunicación y la reflexión de la especie humana, la que la diferenciaba y la exaltaba, hoy sólo quedan de ella monosílabos o encadenamientos ininteligibles, entre interlocutores desactivados.

La palabra, módulo cero del pensamiento, está devaluada y va a peor. También entonces, el pensamiento y la reflexión. Pero la herida de muerte no la mató.

Como la leyenda de San Jorge y el Dragón, finalmente el

santo enfrenta al diabólico monstruo y le hiere de muerte. Así año tras año la historia resucita, vuelve a ser narrada y festejada en toda Cataluña.

(En el próximo párrafo tengo que incorporar alguna idea que resulte de actualidad, para que no se produzca una caída de atención a riesgo que se practique *zapping* espacial. Es que el efecto actualidad garantiza la atención. La actualidad es innovación y es presente pero sobre todo es espectacularidad. Me anticipo, le gano al futuro, no lo espero, me adelanto. En este juego permanente de presente, el pasado no tiene sentido y el futuro queda neutralizado. No me queda ni historia, ni proyecto; y a la cultura humana, tampoco.)

“Pero este proceso de desverbalización es imposible de detener, no hay retorno, la especie humana está empujada ‘hacia adelante’ sin tener la menor capacidad de dominarlo, es más, la sociedad no manifiesta la más mínima intención de resistir”, afirma Jaques Derrida en *Ecografías de la Televisión*.

La realidad es tan compleja que para sobrevivir es mejor desproblematizarse, sintonizar el presente, acompañar el flujo y evitar todo razonamiento crítico, porque los parámetros también son complejos y relativizan todo análisis serio que se intente. Mejor no recordar ni proyectar.

En la revista *Siglo XXI* (6 de agosto de 1998) el columnista Claudio Martínez en su nota escribe impecablemente a través de la figura de Carlos Menem:

“Conduce un país mientras mira televisión.

Es un padre de familia que toma decisiones sin mirar a su esposa ni a sus hijos, con la vista fija en la pantalla.

Cuando uno imagina a un presidente piensa en un tipo sentado frente a su escritorio con la mano muy cerca del *botón rojo*. Cuando uno ve a Carlos Menem descubre a un hombre sentado a su mesa con la mano derecha sobre el control remoto de su televisión.

Estuve en Anillaco y vi a un hombre obsesionado por el rating. Hay un decálogo nunca escrito con el cual pueden



identificarse tanto el presidente como cualquier productor de *talk show*:

Lo importante es parecer, no ser.

Lo fundamental es el éxito.

Hay que 'medir' por sobre todas las cosas.

No importa lo que se haga, sino lo que se diga.

No hagas pensar, hacé sentir... y si es posible hacé llorar.

No importa lo que dije ayer, mañana será otro día.

Si está en la tele existe, si no ¿quién lo conoce?

Hablá solamente de lo que a la mayoría le importa, lo demás es basura.

Carlos Menem está atado a estas reglas que nadie se atrevería a firmar, pero que muchos cumplen con religiosa fidelidad. Son las reglas de la tele, ese aparato del que casi no aparta la vista mientras es el anfitrión de un grupo de desconocidos.

La entrevista, formalmente hablando, ya terminó. Ahora estamos en el comedor de la casa.

No somos su familia, ni sus amigos, ni sus colaboradores. La tele está prendida y para Menem desaparece el mundo no televisado.

Por la pantalla pasan Bill Clinton y su escándalo sexual, la muerte en Medio Oriente, Sasha (el nuevo producto del *marketing* Xuxa) y él mismo, trabajando de presidente de un país llamado Argentina.

Cuando Lanata le pregunta qué cosas lo divierten no duda: 'Un buen programa de televisión'. En cuatro horas de encuentro, Menem se da espacio para un solo elogio sincero: 'Susana Giménez es un verdadero fenómeno'. Por el noticiero de una cadena internacional pasan los líderes de los países centrales, el hambre, la violencia y la desesperación. Sin embargo, la reacción más notoria es ante la aparición del bebé de 'Xuxa, mi gran amiga'.

Cuando por fin habla de un libro se muestra atrapado por el *homo-videns* de Giovanni Sartori. Pero curiosamente no está conmovido por las premoniciones del catedrático italiano sobre el fin del *homo-sapiens* en una sociedad idiotizada por la televisión. A Menem le fascinan las herra-

mientas para manipular a la opinión pública a través de la imagen citadas como ejemplos en el libro.

Ahora, que la audiencia parece haberle dado la espalda, ahora que por primera vez es víctima del *zapping*, ahora que el final de su contrato tiene fecha precisa, descubrió a un Carlos Menem que estudia con obsesión cómo volver a ser primero en el rating.

Nos vamos. La tele sigue prendida.

Nuestro *Presi-videns* es un hombre solo, muy solo, que nos mira y se mira en una pantalla de televisión, en un pueblito perdido de la precordillera riojana...".

Giovanni Sartori en su *Homo Videns* describe impecablemente la realidad actual: "Nos encontramos en plena y rapidísima evolución multimedia. Un proceso que tiene ramificaciones (Internet, ordenadores personales, ciberespacio) y que, sin embargo, se caracteriza por un común denominador: Tele-ver. Y afirma que la televisión está transformando al *homo sapiens*, producto de la cultura escrita, en un *homo videns* para el cual la palabra está destronada por la imagen. La comunicación con imágenes tiene más valor que la dicha con palabras".

Es que la comunicación en sí es una constante de la condición humana que acompaña la historia, como el alimentarse, reproducirse, vestirse y habitar. La comunicación es intrínseca a la condición humana. El diálogo, las reuniones; las señales de humo a distancia; los afluentes de agua como vías; los bandos en los pueblos; el rumor; los diarios, y todos los otros medios son la prolongación y el deseo de sentir al otro, de saberlo cerca, y que comparte nuestra realidad. Es decir, que no estamos solos.

Comunicación a través de la imagen

Si la palabra es la herramienta para el pensamiento abstracto y dio lugar al conocimiento inteligible de mundo para el *homo sapiens*, ¿qué es la imagen para el *homo videns*? Tomando en cuenta la definición que Barthes hace de la imagen, sitúa su origen en la palabra imitar, imagen deriva



de imago. Los imagos eran unas figuritas que los primitivos armaban rústicamente con elementos vegetales. Muñecos que ponían en las tumbas de sus muertos para que sus espíritus se alojaran en ellos y no deambularan por allí, inquietando a los vivos.

Imago es imagen y es magia.

Esa ambivalencia en el sentido perdura también hoy para nosotros. La imagen nos exige ver (no sólo mirar), compromete nuestra percepción, como mamíferos, y determina nuestra alerta para la lucha o la huida.

Pero, además, la imagen alimenta otro aspecto nuestro más humano, menos mamífero, como es la asignación de significación, es decir, no sólo percibo, sino que a lo visto le asigno sentido. Puede, lo observado, tener un grado cero de significación o puedo elevarlo a la categoría de símbolo. Le asigno significado a ese signo, mucho más allá de los que perceptivamente pudiera asignarle.

El *homo-sapiens* es el primate que manifiesta su capacidad simbólica (desarrolla lenguaje, mito, arte y religión).

La imagen, el contexto y el intérprete son el campo sobre el que triangula la significación. El sentido se altera de un escenario a otro, como de un intérprete a otro. La imagen tal vez entonces no sea polisémica, como la define la semiología, sino que tiene un sentido único que se determina en un paradigma contextual determinado, bajo determinadas condiciones culturales del intérprete. Esa coordenada, mientras no se modifique ni el contexto, ni el intérprete, quedan fijas y la imagen accede a la categoría de estereotipo, así es archivada y evocada (recordada) cada vez que la memoria apela a ella.

Jack Dann, autor de *La Catedral de la Memoria*, sostiene que "Leonardo había aprendido demasiado tarde que el sentido primordial no es la vista, sino la memoria [...]"

La mente funciona, entonces, como una catedral de la memoria, una gran casa sagrada, en la que nada se puede perder. Toscarelli —dice el autor— le había indicado a Leonardo que construyera con su imaginación una iglesia, un sitio donde guardar imágenes por millares y millares, que

representaran cuanto deseaba recordar.

Una iglesia para toda su experiencia, para todos sus conocimientos, sagrados y profanos. Así Leonardo había aprendido a no olvidar [...] Captaba la materia evanescente y efímera del tiempo y la atrapaba en ese sitio: todos los acontecimientos de su vida, todo lo que había visto, leído y escuchado; todo el dolor, la frustración, el amor, y el gozo estaban con pulcritud, guardados y ordenados dentro de los patios, capillas, sacristías, porches, torres y cruces."

Leonardo, para poder construir semejante monumental archivo de imágenes tanto visuales, táctiles como sonoras, necesitó sentir con tanta intencionalidad, que lo sentido marcó improntas definitivas a la hora de evocar. Su archivo le permitía volver a *sentir* lo experimentado, con la misma intensidad que en el momento de la vivencia directa.

Si lo que afirma Dann es verdad, Leonardo habría logrado el más revolucionario invento de todos los que se conocen, superando la ametralladora y la máquina de volar.

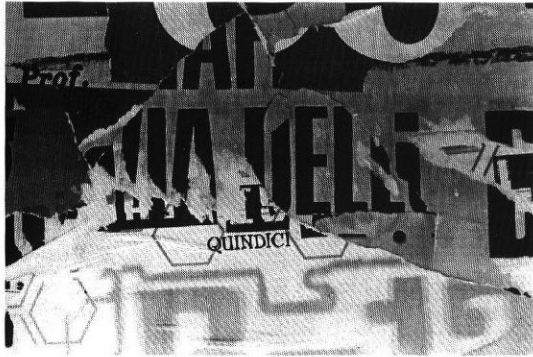
Leonardo en su Catedral había creado el primer simulador de vida del que se tenga registro. No sólo datos, fechas, nombres, actuaban en su cabeza como el CPU planetario como el que está creando hoy internet.

Las nuevas tecnologías producen de la realidad, simultáneamente, una visión global y fragmentada, única y diversa. Potencian en el individuo situaciones exactamente opuestas a las que intenta la palabra: crean *paradojas*, *ambigüedad* y *contradicción*.

Tanto la transmisión de televisión, como las imágenes de computadora, como la navegación por internet en el ciberespacio, como la creación de simuladores de acciones: de capacitación, de entretenimiento o de relajamiento o de placer, determinarán un nuevo soporte de la acción que en unos años más podrá resolverse en un sola *pantalla*, cada vez con más alta resolución en la que veremos proyectados nuestros tiempos de trabajo y placer.

Pero el nuevo sistema no sería tan formidable si no estuviera además basado en la *interactividad*.

Como es posible tener a millones de personas comunicán-



La tecnología tele-visual y la comunicación multimedia modifican la relación de los usuarios con los mensajes, poniendo en riesgo la cultura de la palabra.

dose entre sí, es posible (según sostiene Juan José Cebrian, en *La Red*) que las jerarquías sociales que caracterizan a la sociedad sean sustituidas por el caos. Dado que el sistema es autónomo, es decir, "...no hay autoridad que lo proyecte y lo destine a un fin" y continúa "cualquier desviación o error pequeño en sus corrientes puede determinar gigantes- cas transformaciones en todo el sistema [...]"

Nuestras vidas están cada vez más regidas por la pantalla, grande o pequeña, interactiva o no. A veces hasta la adicción. Cuanto más nos acercamos a la realidad virtual de la pantalla, creando nuevos amigos, nuevos productos y creyéndonos parte del sistema de valores de los líderes de la televisión, más nos alejamos de la realidad real. Sucumbimos, socializando con la virtualidad, al aislamiento." Éste es el contexto donde surge en el diseño fenómenos como David Carson, paradigma de la transición.

La palabra, sostén de todo un sistema de pensamiento y conocimiento, es reducida a imagen, forma y textura de una manera casi irrespetuosa. Nunca antes la *palabra gráfica* había sido devaluada tanto a su pura forma, hasta perder el sentido.

Es que *lo visual* es el nuevo concepto del mensaje gráfico. La obsesión por la legibilidad, para el mejor entendimiento, ya no es relevante.

Hoy el mensaje puede ser paradójico, ambiguo y contradictorio, porque es transportado por la imagen.

Imagen que no se arraiga en la memoria, que no le preocupa quedarse en la memoria, que le alcanza con ser parte del flujo.

El descubrimiento de Leonardo de pensar que la memoria es el sentido más importante que la vista es anacrónico. Sólo importa lo que veo, en un instante, que fluye y desaparece. Y sigo siendo.

El trabajo de diseño goza de buena salud y encuentra ahora nuevos argumentos para los próximos años. El consumo de imágenes se multiplicará hasta el infinito. Cada uno de los 6.500 millones de habitantes del planeta podrá tener su propia *Web*.

No faltará trabajo. Basta suponer que las escuelas, integra-

das hoy por profesores de la *palabra gráfica*, hacen la transición de la imagen que sigue apostando a las nuevas formas de inteligencia y conocimiento.

La sociedad humana sintió ya impactos de una dimensión que transformó el curso del proceso de socialización.

- I El fuego fue la demostración de la primera capacidad sobrenatural de la especie.
- II El desarrollo del lenguaje.
- III La agricultura, nómades a sedentarios.
- IV La escritura transformó el comercio, pero fundamentalmente la capacidad de exteriorizar el pensamiento que, paciente y discreto, se alineó gráficamente.
- V El monoteísmo permitió medir fuerzas con un solo ser superior, contra muchos menores.
- VI La palabra impresa generalizó la transmisión de información y conocimiento, trasladando el poder a un número cada vez mayor de individuos. Lector reflexivo.
- VII Las ideas de libertad, igualdad y fraternidad acabaron con siglos de sistemas de gobiernos personales y despóticos como las monarquías y devolvieron a las mayorías los derechos esenciales descritos por Rousseau.
- VIII En nuestros días, la globalización generalizó un sistema económico único, capaz de convertir en modelo-líder al que más poder económico tiene. Rico-famoso. A las puertas del 2000, las comunicaciones a través de la imagen provocan el impacto más trascendente de los que pueda sentir la humanidad.
- IX La imagen tele-visual es una nueva oportunidad del conocimiento a nuevos estilos de vida y de convivencia. Como siempre presenta riesgos, intrínsecos también a la naturaleza humana.

Los diseñadores, como siempre, somos parte activa de la tendencia, pero decisores. Acompañamos los procesos desarrollando la caligrafía que los expresa y los define. Pero, como nunca antes, tenemos conciencia del devenir de la nave. ■