

El poder de la imagen

Por Pablo Sibaja

Una pequeña reflexión sobre cómo se utilizan las imágenes para manipular nuestras cosmovisiones.

Hoy día nadie duda de que la imagen tiene un papel muy importante en el desarrollo de la sociedad. ¿Pero por qué aceptamos las imágenes como si fuesen reales cuando en realidad sabemos que la imagen que nos llega siempre está manipulada? Abordar una respuesta a esta pregunta no es fácil, pues como dice María Acaso¹ citando a Barthes:

«El efecto de la realidad hace que entendamos cualquier representación visual como un documento y, por tanto, no pongamos en duda su contenido».

Se pueden considerar varias causas de este fenómeno: una educación visual deficitaria, desconocimiento de los avances del *software* especializado en manipulación fotográfica digital, o tal vez haya que apuntar a la educación y sus responsables —no solo los docentes, sino también a familiares, amigos—, y hasta los mismos hacedores de las imágenes que, en el mejor de los casos, son conscientes de la gran influencia que ejercen sobre los demás. Pero no siempre es así, lo cual agrava aún más el dilema entre ficción y realidad que acosa al consumidor de imágenes.

En su libro «Estas no son las torres gemelas» María Acaso pone en evidencia el fenómeno que nos ocupa, al estimar que un joven consume por día unas 800 imágenes en promedio. Aunque es probable que sean muchas más, el problema no está en la cantidad, sino en el modo en que se captan esas imágenes. Ciertamente la constancia con la que nos exponemos a dichas imágenes juega un papel importante, pues al ser parte de la cotidianidad, poco a poco se convierten en un agente muy común y, de manera casi automática, las incluimos en nuestra propia realidad. Aunque pensemos que se trata de una simple foto, en nuestras cosmovisiones de mundo, por efecto de repetición, se empieza a construir un ideal de ser como lo que muestra esa foto. Sea cual sea nuestra posición ante el fenómeno, no podemos sustraernos a él y dejar de ser influenciados, en mayor o menor medida.

Vivimos en un mar de imágenes desde que nos despertamos hasta que nos dormimos, incluso sin salir de casa. Con solo encender la televisión o preparar el desayuno, encontramos gran cantidad de imágenes presentes en los anuncios y programas, hasta en los envases de cereal, la leche, la mantequilla, y ni que decir si encendemos la computadora e ingresamos a la Internet. Estas imágenes son parte de una realidad que se repite día a día, por lo que se vuelven casi invisibles ante nuestros ojos y cerebro, registrándose como realidades concretas y establecidas.

Tanta es la incidencia de las imágenes en nuestras cotidianidades que no solo las encontramos en nuestras casas, sino en todas parte, en el camino al trabajo, en la escuela, en el «publibus» y hasta la valla al lado del camino. A esto se suman cantidades de periódicos, revistas y folletos promocionales que conforman el acopio visual de nuestro trayecto. Están tan interiorizadas que basta ver un anuncio rojo con blanco y una silueta de una botella para saber que se trata de Coca-Cola, sin que sea necesario leerlo. Claro, me dirán que es parte del *branding*, lo cual es cierto, pero lo que quiero señalar es cómo cada día las imágenes nos construyen una realidad ficticia.

Este fenómeno es el resultado de una educación visual mal encaminada, que a lo largo de la historia se ha reducido al círculo cromático en su esencia más básica: colores primarios y secundarios, excepcionalmente terciarios, aplicados por creadores de imágenes que no conocen de historia del arte, composición, diseño, pintura. Sin duda es en la educación donde radica gran responsabilidad de esa ceguera visual de nuestras sociedades, pues no existen en las aulas ni educadores ni especialistas que puedan desarrollar en sus planes de estudio, tareas que contemplen este «nuevo» modo de ver el mundo. Falta mucha preparación en el devenir plástico y visual. Desde al arte se construyen las bases formales para lo que hoy conocemos como diseño y desarrollo de imagen. No es gratuito que muchos fotógrafos acudan a las manifestaciones de arte para crear sus propuestas. Lo mismo ocurre en el video y en el diseño. Es básico tener una formación en historia del arte como la madre de las referencias visuales.

El desconocimiento nos hace vulnerables ante la proliferación de imágenes. Es necesario conocer el «detrás de escena» de cada imagen, no para ser especialista, sino para poder decodificarla y explicarla. Como docentes del siglo XXI no podemos quedarnos en las tradicionales técnicas. Este momento histórico exige que haya una vinculación con la tecnología sin que esta sobrepase la importancia de lo tradicional, pues es en ello radican muchas de las técnicas actuales.

Es necesario tomar consciencia de este fenómeno. No se trata sólo de saber cómo se construyen las imágenes sino de conocer por qué, para poder juzgarlas y entenderlas, sean buenas o malas.

Publicado el 20/03/2012

1. ACASO, María. *Estas no son las torres gemelas* (2006).

