La imagen lo es todo

Por Pablo Bertero

De las emociones al emoticón, síntesis radical de lo sensible. Siempre conectados a la pantalla, donde la imagen lo es todo.

Una imagen es una representación de algo real o imaginario. Por lo tanto la imagen precede al concepto o la cosa. Entonces, si depende de la existencia de aquello que representa, ¿puede la imagen tener más valor que el contenido? La respuesta es evidente: la importancia de la imagen sobre lo real ha sido estudiada desde que Platón escribió el mito de la Caverna.

Desde el punto de vista del consumo, la imagen puede, y suele ser, más importante que la utilidad de una cosa.

> «Los objetos que consideramos reales y tangibles solo cobran realidad cuando, mediante el mundo simbólico (el de la imagen), tienen para nosotros un significado determinado».
> Wilensky

La ropa no es únicamente para abrigarse, los autos no son solo medios de transporte y muchos relojes no marcan la hora. El logotipo de Coca Cola representa más de la mitad del valor de toda la compañía. Es decir, el logotipo es muchísimo más importante que la fórmula. La imagen, más que el contenido. La imagen «es» el contenido.

> «No es raro que con el tiempo las imitaciones lleguen a confundirse con el original».
> Jean Baudrillard en *Cultura y Simulacro*

Consumimos imágenes, y casi todo es un producto de consumo. Un curso de postgrado es un producto. Un político, un cantante, un libro, una universidad es un producto. Y como tal, vende imágenes, pertenece al mundo de la promesa, a la «dimensión del engaño», según Lacan.

Sabemos que vivimos en la civilización de la imagen y del consumo. Pero ¿qué sucede bajo el paradigma digital, en el que una persona puede pasar a veces más de la mitad de su día frente a una pantalla (dispositivo generador de imágenes)?

Los mensajes tienden a estandarizarse bajo las normas del canal, Internet, como los tweets en 140 caracteres, los posteos y los emoticones. Todo se transmite con brutal inmediatez y reduccionismo. En el mundo digital la imagen predomina. Hasta el momento, el tacto, el gusto y el olfato nos resultan inútiles para interactuar a través de Internet, y si bien los dispositivos digitales reproducen sonido, el 90% del impacto entra por los ojos. En promedio, a nivel mundial, una persona pasa un día a la semana conectado a Internet. En

Argentina existen casi dos celulares por habitante y por lo menos una cuenta de Facebook cada dos personas. Somos grandes consumidores de imágenes en un mundo que ya es pornográficamente visual y que tiende vertiginosamente a la virtualidad absoluta.

Se sabe que en 2012 se vendieron más de un millón de vacas digitales. Es decir, muchos «unos y ceros» que generan valor para un comprador y que tienen un impacto económico real. El mundo digital es tan fuerte que ya tiene su propia moneda, el «Bitcoin», que llegó a valorarse en 1000 dólares la unidad. ¿Qué pasaría si pudiéramos vivir, percibir nuestro entorno totalmente a través de una pantalla? Tal vez el juego Second Life demandó demasiado para su época, pero Facebook, sin gráficos en 3D ni avatares voladores, no deja de ser un mundo virtual paralelo.

Google Glasses ya es una realidad. ¿Y si a través de esta pantalla (los anteojos) pudiéramos aplicar un filtro al estilo Instagram, que altere las imágenes de algunas personas en tiempo real, de forma que las percibamos diferentes? Las posibilidades son ilimitadas.

Aprendemos cada vez desde más pequeños a educar nuestro ojo para interactuar con imágenes. Ya no es raro ver a un bebé frustrarse al tratar de accionar una revista como si fuera una *tablet*, y no nos sorprende la facilidad con que incorporan los códigos gráficos de las nuevas tecnologías, que para algunos adultos pasan desapercibidas. En contraposición, vivir a través de soportes digitales disminuye nuestra interacción con la realidad física del entorno, atrofiando gradualmente nuestra capacidad perceptiva que, nutrida de 5 sentidos, queda supeditada a lo visual. La realidad ha sido distorsionada por la imagen.

¿Y eso está mal? ¿Acaso el ser humano, a diferencia de otras especies en el planeta, no tiene la capacidad de modificar la realidad del entorno en función de su bienestar?

Estimado interlocutor, que se encuentra al otro lado de la pantalla, ¿si tuviera la posibilidad de conectarse a la Matrix Visual y vivir una vida más placentera, lo haría?

Publicado el 13/05/2014

FOROALFA
ISSN 1851-5606
https://foroalfa.org/articulos/la-imagen-lo-es-todo