

Imágenes e identidades

Sebastián Guerrini

Diseñador en Comunicación Visual, Facultad de Bellas Artes (FBA),
Universidad Nacional de La Plata (UNLP).

*Doctor en Comunicación y Estudios de la Imagen, Facultad de Humanidades, Universidad de Kent.
Docente de Branding, Maestría Universitaria en Diseño y Comunicación, Escola Elisava, Barcelona.*

Las identidades se estructuran en un proceso de identificación continua con imágenes. Esto afecta no solo a las identidades de las personas, sino también a las de las instituciones, organizaciones y empresas. En este sentido, el rol de ser del Diseño en Comunicación Visual es intentar afectar a las identidades de los espectadores de sus imágenes. Por esta razón, **primero es importante definir qué son las imágenes.**

Hay muchas definiciones de lo que son. Platón definió al acto de ver imágenes como el de ver ideas, así el término *idein* significa “ver”. Del mismo modo, la imagen también se ha definido como la imitación de algo, donde podemos vincular la palabra “imagen” con la del término griego *imitari*, “imitar” (Barthes, 1991). Más tarde, Maimónides define la imagen como similitud, usando de ejemplo la cita “la creación del hombre a imagen y semejanza de Dios”. Es decir, define a la imagen como una serie de predicados que vinculan dos partes a partir de sus similitudes (Mitchell, 2006). Pero los anteriores marcos de referencia no alcanzan para comprender la mecánica que ejercen las imágenes para convertirse en el vehículo que afecta a las identidades. Por ello, y en **segundo lugar, se puede pensar que no hay identidad hasta que ella se materializa en alguna forma.** Parecería que la identidad, entonces, no sería más que la materia compuesta por un grupo de trazos, un haz de características que se resumen en unos pocos rasgos que representan al “ser” (Heidegger, 2002).

Ahora bien, estas huellas, estas imágenes, deben contener algo muy valioso para representar a alguien. Deben transmitir algo que lo haga único a ese alguien en el universo de las identidades. De esta manera, y **en tercer lugar, estas imágenes deben diferenciar**

lo que una identidad es de lo que no es. Para ello, ellas deben producir un corte que aisle lo propio de lo ajeno, permitiendo así que la identidad pueda asumir una imagen en particular y dejar al resto de lado. Por lo tanto, al mismo tiempo, una imagen puede ser definida como un recorte del mundo que nos rodea, un corte de la interpretación que logra dar principio y fin a una entidad, creando, en consecuencia, una relativa individualidad.

Este “corte” encaja en la idea de que una imagen es en sí la cristalización de un instante, tanto como el acto de aislar algo del mundo visible que nos rodea. Un corte del escenario continuo que forma nuestra experiencia que logra aparecer ante nuestros ojos como un todo. Como Barthes describe sobre el acto de ver: “[...] yo ya estoy cortando la continuidad que está delante de mí.” (Barthes, 2002). En este planteo, podemos pensar que el cortar deliberadamente nos lleva a identificar, a reconocer y advertir sobre la existencia de lo cortado. De esta forma, y **en cuarto lugar, una imagen es un recorte intencionado del mundo, que crea una unidad significativa relacionada con el acto de conciencia que la acompaña.**

Siguiendo con esta idea de recorte que forma una totalidad, desde un punto de vista psicológico se puede, incluso, entender a una imagen como el acto de integrar fragmentos en pos de construir un todo. Al igual que la persona cuando ve la imagen de su cuerpo en un espejo como un todo y no como una suma de manos, brazos, piernas, etc.; toda imagen establece una relación entre el organismo o la cosa y su realidad, una relación que afirma la existencia de un ente poseedor de unidad y sentido en sí mismo.

Por otra parte, este recorte que plasma la imagen también funciona como un recurso anti-caos, como un

mecanismo que permite a las personas identificar cosas y seres, incluso a sí mismos. En cualquier caso, la imagen de una persona, una empresa o una idea como un todo genera un efecto cautivante, hipnótico y creíble ante los ojos del que la genera (Lacan, 1997). **Desde este plano, y en quinto lugar, las imágenes forman totalidades fascinantes en nuestra mente.** Sensaciones que nos hacen ver o creer que las cosas o imágenes están dotadas de homogeneidad, identidad y vida. De esta manera, las imágenes no son algo dado sino, más bien, fragmentos de realidad que tienen sentido sólo si llegan a ser parte de algo con sentido.

En otras palabras, este poder de la imagen se basa en que cada fragmento de la imagen transporta información. Informaciones que actúan como palabras que estructuran un texto, un discurso. Además, que ese discurso de la imagen proyecta una fuerza que en forma instantánea, sintética, orgánica y organizada confunde las percepciones del espectador, naturalizando o presentando ese conjunto de partes originarias como algo real.

Por último, y **en sexto lugar**, las imágenes movilizan, nos animan a hacer y sentir cosas porque, tal como señala Walter Benjamin (1979), “[...] las imágenes en la mente revitalizan la voluntad”. Por ello una bandera, la fotografía de una persona amada, una estatua de la Virgen o un paisaje invocando nuestro hogar son imágenes invocadas que despiertan en nuestra mente reacciones. Este espejismo que organizan las imágenes permite al espectador sentirse conectado con lugares prototípicos, también con personas que proporcionan consuelo ante su ausencia, ya que las imágenes han creado un sustituto o doble del real con capacidad de darnos consuelo o ira.

Sin embargo, para comprender el efecto que brindan las imágenes y su vinculación con las identidades, podemos profundizar ciertos aspectos de la naturaleza de su poder. Por esa razón se debe analizar la importancia social del acto de ver, de representar, de recordar, de clasificar, de dar sentido y el poder que ejercen las imágenes.

El poder de las imágenes

Las imágenes no son la realidad, sino representaciones tanto de lo presente como de lo ausente. Intermediarios entre las cosas y nosotros. En consecuencia, algo podría ser evocado por nosotros y aparecer ante el ojo de nuestra mente como una especie de resurrección, una presencia viva de lo que en realidad no está allí. Supongamos que pensamos en un elefante: él no está en nuestra cabeza, pero vemos su imagen. De esta manera, según Stuart Hall (1997) representar algo es describirlo, llamarlo o imaginarlo.

Pero para que esto suceda, anteriormente esta representación se ha interiorizado en la persona como un doble, un reflejo o prototipo de lo que la imagen representa. Por lo tanto, **las imágenes pueden ser vistas como símbolos, objetos tanto inmateriales como materiales que median entre la materia y lo invisible, entre el alma y el ser, entre las percepciones y las ideas.** Sin embargo, el papel de la imagen como representación también implica **el ejercicio del poder que esta representación puede generar.** Lacan pone de relieve

que el poder de una imagen no se debe a ninguna cualidad intrínseca de la imagen en sí, sino al lugar que ella ocupa en la estructura simbólica de la persona. Por lo tanto, una imagen puede ser vista como algo que ejerce un poder injustificado e irracional ante alguien sólo porque es un repositorio de poder que alguien ha proyectado en ella, pero no por las propias cualidades de la imagen.

En consecuencia, en un mundo en el que las personas se conocen tanto a través de representaciones como en persona, las imágenes son una parte esencial no sólo de las identidades, sino también de todos los aspectos de la vida. Importantes para la vida actual, las identidades colectivas y la individualización de los hombres y mujeres, ya que nos permiten identificar, organizar, clasificar, encarnar y dar sentido al mundo. Lo que implica algo esencial para el desarrollo de la vida en sociedad.

Así, una imagen puede representar algo para nosotros aunque nuestros ojos estén cerrados. Ello nos permite

evadirnos de toda ceguera, aun en la oscuridad, transportándonos hacia un desfile de escenarios imaginados y movilizandolos emociones tanto positivas como negativas. Por ejemplo, y más allá de la materialidad de lo que lo rodea, **las imágenes pueden proyectar al espectador hacia realidades e ilusiones**, hacia sus más profundos deseos o temores.

Por otra parte, las imágenes nos ayudan a lidiar con problemas conocidos. Permiten el registro y definición de percepciones sobre el mundo, de lo que pasó y lo que está pasando, recurriendo a recuerdos y procesando experiencias pasadas.

Así, a través de imágenes, las experiencias pasadas se almacenan en nuestra mente, autorizando a la memoria a recordar algo siempre que sea necesario. Recordar para entender nuestra vida, ayudándonos a forjar una relación con nuestro mundo. **En consecuencia, y quizás lo más importante: que la relación entre memoria e imagen ayuda a recordar quién y cómo uno es en un determinado momento.**

Entre esas imágenes que pueblan nuestra memoria se encontrarán nuestras primeras imágenes. Imágenes de la infancia que forman la base de nuestra memoria visual. Representaciones que, de alguna manera, condicionaron la clasificación del resto del material que el devenir de la vida fue sumando. Como afirma Freud (2003): en los primeros tres o cuatro años de vida ciertas impresiones son las que estabilizan nuestra memoria, fijan parámetros.

A partir de esos parámetros asumidos como ciertos, los diferentes eventos y escenarios son vistos, evaluados y, por ende, ordenados en nuestro registro mental. Ese registro de imágenes que conformaron nuestra memoria nos dice dónde estamos, en qué tiempo histórico deambulamos, qué rol cumplimos en nuestra familia y qué situación social es propia de nuestra vida. Por otro lado, este registro funciona como un mecanismo que asignará significación a cada nueva imagen y cosa que vemos. Es en esta intertextualidad, en esta cadena de vinculaciones de lo nuevo con lo antiguo, donde cada imagen nueva se cataloga en principio con ojos del pasado.

Las imágenes expresan relaciones de identificación en el lugar donde descansa la subjetividad, es decir, en la imaginación, en el inconsciente, y logran esto a través de fantasías, en un escenario visual y por medio del lenguaje que las imágenes y palabras describen. Esta capacidad de imaginar el mundo es parte de nuestro proceso de construcción de la realidad.

En este sentido, es posible pensar que **las imágenes son poderosas sólo si logran ser o convertirse en la realidad**, en lugar de descubrirse como un discurso creado por alguien que intenta ocultarse. Por esa razón, una imagen logra afectar al espectador cuando

consigue ser creída, asumida y aceptada por el espectador en su imaginación.

Ante esta ilusión de realidad, las imágenes nos hacen ver algo, actúan como una puerta que nos permite acceder a contenidos y piezas de información. Piezas que se traducen en forma de narraciones, historias, mitos, recuerdos, deseos, fantasías y sueños. Ello se debe a que una imagen, como señala Todorov (2002), se define como un medio que siempre despierta en quien la observa una historia. Una historia que siempre genera un mensaje, algo **entre lo que realmente sucedió y lo que puede suceder**, o algo que pasa “cuando el evento ocurrió y el momento en que se lo describe”

Esta idea de imágenes, que nos despliegan relatos, se ejemplifica si nos pensamos en otros tiempos, en un planeta imaginario o en una situación imposible para nuestra lógica. Allí siempre habrá en nuestra mente una imagen borrosa que nos dará una suerte de escenografía de lo desconocido. ¿De dónde viene esa imagen? Quizás de una vieja película de ciencia ficción vista hace años. También un póster o algo leído son suficientes para que nuestro archivo de imágenes nos brinde algún tipo de información frente a lo desconocido, frente a la ansiedad que nos despierta el devenir y un hipotético futuro.

Por ello, las imágenes también funcionan como **un vehículo por el cual la sociedad se las arregla para hacer visible lo que no tiene forma**. En este sentido, según escribe Jorge Luis Borges (1999), no tenemos miedo porque soñamos con monstruos, sino que soñamos con monstruos porque tenemos miedo.

Desde esta figura del monstruo es posible entender la importancia de las imágenes en la construcción de sensaciones o ideas, y esto posibilita, desde allí, el acto de interpretación, de encuentro de sentido en situaciones complejas.

Este acto personal de soñar, crear o dibujar monstruos puede no solo ser un acto espontáneo, puede ir más allá. Pensemos que ese monstruo puede ser creado a imagen y semejanza del monstruo que alguien necesita para querer condicionar a alguien en particular. Aquí entra la figura del diseñador de imágenes como aquel que deliberadamente da recursos visuales al acto de soñar, a desear o a temer de una determinada manera. Así, el monstruo diseñado puede llegar a trabajar para alguien que quiere estimular el miedo a un cierto grupo social de espectadores, en una comunión donde la imagen dibujada es una herramienta ortopédica para lograr una cierta forma de imaginar.

Un espectador que ve una imagen creada por otro puede ser influenciado por la manera en que ella presenta al mundo. Esto se debe a que **esta nueva imagen obliga a quien la ve a estar en contacto con un orden posible alternativo**, a una clasificación opcional

de su experiencia cotidiana. Esta inducción puede o no llegar a contaminar al espectador, pero, por lo pronto, esa imagen agenda esta posibilidad.

Así, las imágenes creadas por otros afectan en forma no espontánea nuestro proceso de construcción de sentido y de ver la realidad. Este anclaje artificial puede ser producido por aquellos que quieren canalizar los deseos de otra persona hacia ciertas fantasías en particular. Por ejemplo, por aquellos que quieren definir quién se queda fuera de lo entendido como correcto o quiénes pretenden afectar los valores que constituían al espectador, en pos de intentar definir qué o quién es el diferente.

Entre estas personas que construyen imágenes se encuentran quienes quieren tener el **“poder de marca, asignar y clasificar, aquellos que quieren tener el poder de representar a alguien o algo en cierto modo”** (Hall, 1997). Poder desde el cual la imagen ejercerá un efecto hipnótico en los que la ven, logrando, por lo tanto, motivar a la gente a reaccionar de una manera especial.

Algunas conclusiones

Este trabajo ha sido formulado para introducir al lector en el tema de cómo las identidades se conectan con las imágenes.

En este sentido, en primer lugar, las imágenes influyen en nuestro proceso de construcción de sentido. Ellas refuerzan la definición de lo que alguien o algo es o cree que es. En segundo lugar, las imágenes no son sólo la realidad sino, también, representaciones que ofrecen información acerca de una persona o un grupo en relación a su momento, lugar y sentido. Esto implica que la imagen como representación también involucra el ejercicio del poder que tal información puede generar. En tercer lugar, las imágenes contribuyen a la interpretación de qué es la realidad y es un medio para la creación de nuevas realidades personales y sociales. En cuarto lugar, las imágenes hacen visible una historia, una historia que siempre genera un mensaje sobre la sociedad y sus necesidades. Por último, las imágenes movilizan y estimulan el deseo. De esta manera, éstas pueden ser consideradas como una pantalla desde la que el poder da forma al deseo.

Bibliografía

- Barthes, R. (1991). *The Responsibility of Forms: Critical Essays on Music, Art, and Representation*. California: University of California Press.
- _____ (2002). *La Torre Eiffel: Textos sobre la imagen*. Buenos Aires: Paidós.
- Benjamin, W. (1979). *One-Way street*. Londres: Verso.
- Borges, J. L. (1999). *Manual de Zoología Fantástica*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Freud, S. (2003). *The Psychopathology of Everyday Life*. Londres: Penguin Classics.
- Hall, S. (1997). *Representation: cultural representations and signifying practices*. Londres: Open University.
- Heidegger M. (2002). *Identity and Difference*. Chicago: University of Chicago Press.
- Lacan, J. (1977). *Ecrits: A Selection*. Londres: Tavistock.
- Mitchell, W. J. T. (2006). *What Do Pictures Want?: The Lives and Loves of Images*. Chicago: University of Chicago Press.
- Todorov, T. (2002). *Imperfect Garden: The Legacy of Humanism*. Princeton: Princeton University Press.