

¿De dónde viene el poder de las imágenes que invaden nuestras casas y nuestros cuerpos?

Norval Baitello junior

La necesidad de expansión de los paradigmas para los estudios de la comunicación humana ha llevado a la creación y al desarrollo de nuevas áreas (como por ejemplo la Teoría de la Imagen), nuevas miradas (como por ejemplo la Teoría de los Medios o la Ecología de la Comunicación) y a la redescubierta de propuestas precursoras (como por ejemplo aquella de las ciencias de la cultura diseñadas por Aby Warburg en inicio del siglo XX). Tales cuestionamientos y reubicaciones de prioridades y de miradas deben traer consigo también nuevas descubiertas y nuevas conclusiones sobre los estudios de comunicación y sobre las prácticas comunicacionales futuras. Las investigaciones sobre el creciente uso de la visualidad, en el ámbito de nuevos paradigmas, son ejemplares: se interrogan sobre la invasión que promueven las imágenes en nuestras sociabilidades y en nuestra propiocepción.

En el título propuesto, en forma de interrogación, hay tres afirmaciones implícitas que piden explicitación. En primer lugar presuponemos que las imágenes tienen un poder y lo ejercen eficazmente en su existencia cada vez más omnipresente, al menos desde la emergencia de la era de la reproductibilidad técnica (como diagnosticó Walter Benjamin). Se sospecha, sin embargo, que este poder sea intrínseco a su propia naturaleza de imagen (como propone Aby Warburg cuando presenta la imagen como una "fórmula de pathos" y la expresión de una "pos-vida"). Ejercen este poder sobre los hombres, por lo tanto, desde las primeras manifestaciones de registro de imágenes sobre soportes perenes o

efímeros, creando o modificando ambientes o atmósferas (semiosferas y noosferas) que interfieren sobre la vida y la gana de los propios creadores.

En según lugar está subentendido en el título arriba que ellas invaden nuestras casas. Este tal vez sea un fenómeno más reciente. Verdad es que la presencia de imágenes sagradas como imágenes de divinidades, pequeños altares y ofrendas no es contemporánea; Jochen HORISCH afirma que los primeros medios de masa fueron las monedas, cuñadas con retratos de imperadores, y las "santas cenas", presencia casi universal en las casas del mundo cristiano. Mas, sea lo que fuere, tales imágenes sacras o de valor demarcatorio de poder, no se puede decir que cometían una intrusión. Ocupaban espacios circunscritos y discretos, eran un invite a la introspección o una convocatoria a la obediencia.

Ocupaban restrictamente el espacio del hogar, distinto de lo que ocurre hoy con nuestras casas. En estas hay explícitas ocupaciones diuturnas de imágenes (no apenas visuales), traídas por aparatos y mecanismos de distribución constante. Ningún espacio está libre de ellas (sea como design, decorativo o funcional, sea como color, sea como escritura, sea como sonido, radios, teléfonos, tocadiscos e CDs/compact, equipos, televisiones o home theaters, dvd player, blue-ray, players, displays diversos, además de los tradicionales motivos pictóricos alusivos a los distintos ambientes y sus funciones, fotos, laptops, tablets y teléfonos móviles). Vilpém Flusser se refiere al espacio originariamente de hospedaje y retiro proteccional de las intemperies que se volvió inhóspito porque, ahora perforado totalmente, se ha dejado invadir por el "huracán de los medios" (Orkan der Medien). Las habitaciones se volvieron inhabitables y obligan a sus habitantes a buscar refugio en una nueva área de nomadismo (cf Flusser).

En tercer lugar, se afirma que las imágenes invaden nuestros cuerpos. Tal vez sea más difícil mirar este tópico con irrefutable clareza, porque somos también nuestros cuerpos y propendemos a vernos inmutables e impermeables a invasiones. Sin embargo, la creciente preocupación en cultivar cuerpos esculturales, fotogénicos y de alto desempeño, paralelo a un alza de disturbios y patologías provocados por la uniformización de estándares y modas, manequés, pesos y talles, promueven la sospecha de una posible imposición de límites bastante rígidos e inflexibles de aceptabilidad de la estética corporal, una imposta reducción de los márgenes de diversidad, sobretudo la diversidad que aporta las más distintas intolerancias. Dietmar Kamper fue quien, en este apartado, ofreció las reflexiones más agudas, en su larga dedicación a una sociología del cuerpo, cuando señala el quiasma del cuerpo-imagen que desea volverse imagen-cuerpo – a rigor, un cuerpo que ya no se conforma con su naturaleza y aspira al estatuto de una imagen. A continuación vamos a profundizarnos en el tema y expandir un poco los tres presupuestos para en seguida buscar hipótesis hacia una genealogía del poder de la imagen.

En un largo e inspirado ensayo denominado “Den Blick fangen” (Capturar la mirada), el psicólogo suizo-israelí Aron Bodenheimer escribe sobre el poder de captura que determinados símbolos ejercen sobre la mirada de los seres humanos. Tal captura, equivalente a un estado semi-hipnótico, pone al observador bajo comando de una instancia externa y ajena a su propia voluntad, pudiendo inducirle a acciones extrañas a su interés y hasta a su naturaleza. Por esa razón, grande es el poder (y valor) de las imágenes sagradas o consagradas, de los símbolos políticos o deportivos, de las marcas repetidas exageradamente por las estrategias publicitarias pregonando su estable actuación en un

determinado segmento del espacio-tiempo social.

Siguiendo igual dirección, pero reflexionando sobre un otro aspecto, el psicoetólogo Boris Cyrulnik menciona “la captura afectiva” – un proceso inherente a los seres vivos – como desencadenador y motor de toda constitución de los vínculos de la sociabilidad. Tal captura afectiva ocurre por medio de imágenes de distinta naturaleza en distintos momentos de la vida o en diferentes especies, por medio de la voz, del olor, del movimiento, de una textura, de una imagen visual, de un ademán, de un rostro o de un bulto, una proto-imagen.

Sumándose a esas consideraciones de Bodenheimer y de Cyrulnik, acordémonos que una imagen – el registro o la proyección de una cosa sobre un soporte – posee una naturaleza paradójica pues hace presente una ausencia. Siendo la presencia de una ausencia, es la evocación de una fantasmagoría, pues trae en sí el espectro de la muerte, su faz. No es vano el origen de la palabra, que viene del latín ‘imago’, con el sentido de retrato de un muerto. En griego se repite lo mismo: ‘eidolon’ es igualmente el retrato de un muerto. Los egipcios, análogamente, momificaban sus muertos, transformando cuerpos en imágenes perennes. Según nuevos hallados arqueológicos, los incaicos también conocían los procesos de momificación.

2. La invasión de las casas

La casa es una invención relativamente reciente del hombre, asociada al pasaje de la vida nómada a la vida sedentaria. Al nómada no era posible poseer una casa. Por eso también no poseía el concepto de privacidad y de acogida como espacios físicos circunscriptos. La domesticación de animales ya estaba consolidada en el nomadismo, pero su creación solamente sería posible si el campo fuera ocupado y demarcado, poseído

y explotado como entorno de un núcleo que sería la casa. Así, como se puede notar en la proximidad de las palabras latinas ‘sedere’ (sentar, acalmar) y ‘posedere’ (possuir), las dos, asentamiento y pose, son hermanas. En el asentamiento nació la casa, espacio del núcleo familiar, de la protección de las intemperies, de la privacidad y de la acogida, pretensamente también de la calmaría.

La casa constituye la tercera piel del hombre, como ha dicho el artista austriaco Hundertwasser, como el hábito nos ofrece la segunda piel, y la ciudad, la cuarta piel. Tal metáfora, la de la piel, nos presenta una exacta medida de lo cuanto estamos pegados en nuestro espacio habitacional íntimo, lo cuanto él nos molda, nos representa y nos presenta, al mismo tiempo que nos circunscribe y nos protege. La casa es, por lo tanto, una de las capas del cuerpo, un exoesqueleto, como aquél de los insectos. Cuando este exoesqueleto es invadido, se rompe una muralla y se genera una fractura en el organismo que allí habita. Tal organismo es constituido por las relaciones, por los vínculos de proximidad y consanguinidad, por la familia, grande o pequeña, primero núcleo de la sociabilidad. Así, las invasiones de la casa afectan tales vínculos, llevándolos necesariamente a una reestructuración o a una desestructuración.

Con respecto a la casa como ambiente de acogida y protección, su función original y primordial, hábitat del cuerpo e instancia del primero e íntimo núcleo de la sociabilidad, se debe considerar que se constituye por largo tiempo invulnerable a invasiones extrañas a esas dos instancias, que no fueran consideradas agresiones y violencia. Tal hábitat apenas muy recientemente pasa a ser también hábitat de imágenes y símbolos que apelan a todos los sentidos. Solamente mucho después del desarrollo de las técnicas de reproductibilidad, la casa pasa a imitar los palacios poblados por retratos que, por su vez, imitaban lo templos religiosos

poblados de íconos e imágenes sacras. En este sentido es oportuno recordar la descubierta de Hans Belting en *Bild und Kult* (imagen y culto), demostrando que la imagen visual, antes de la “era del arte”, habitaba apenas el ambiente sagrado de los templos y poseía una función bastante distinta de aquella desempeñada por la imagen artística. Belting, en su obra posterior, *Bildanthropologie* (Antropología de la imagen), va más allá, apuntando que, con el fin de la era del arte, aparece un tercer tipo de imagen, la imagen mediática, **distinta de las dos anteriores**.

Este último modelo es justamente aquél que está presente en los ambientes públicos, **en los medios de amplia o restringida capilaridad**, de amplio o restringido alcance; es la imagen mediática aquella que invade nuestras casas transformándolas en ambiente (semi) público, disoluto y “pervertible”. No es la imagen sacra que habitaba y habita espacios restringidos de la trascendencia y del culto; tampoco es la imagen artística, porque esta ocupa los espacios de la exposición y de la fruición, de la *aisthesis*, aquella que posee “valor de exposición” (*Ausstellungswert*) benjaminiano que evoca y estimula el sentimiento de inmanencia.

3. La invasión de los cuerpos

3.1. Yo soy cuerpo

A continuación, vamos a volver nuestra mirada hacia el punto de partida de todos nosotros: nuestro cuerpo vivo en su naturaleza compleja, biológica y cultural, como entroncamiento de permanente flujo entre instancias físicas y psíquicas en mutua contaminación. Punto de partida y llegada, el cuerpo puede ser considerado como el **primer núcleo constitutivo** del yo. Como lo formula Helmuth Plessner, “yo soy cuerpo”.

3.2. Yo tengo un cuerpo

Este cuerpo-yo me permite, sin embargo, mirarme de afuera, fundando en esto **un primer núcleo expansivo** del yo que demuestra una dimensión extra del cuerpo, como una posesión. Saliendo del centro de si mismo, asumiendo una posición ex –céntrica, fuera de si mismo, es posible al “yo” decir “yo tengo un cuerpo”. El cuerpo es visto como otro del yo, como una posesión o una extensión. Plessner denomina esta característica de lo humano “posicionalidad excéntrica”.

3.3. El cuerpo pide cuerpo

Los dos núcleos primarios, el constitutivo y el expansivo del yo, sin embargo, no bastan como definición de cuerpo. Su necesidad de interactuar con otros cuerpos fue apuntada por Dieter Wyss como consecuencia de una “incompletud” que no se soluciona a no ser por el concurso del otro. Así, aprendemos muy temprano, en el proceso ontogenético, que la satisfacción de necesidades fundamentales y entre ellas las dos más elementares, la acogida y la alimentación, sólo serán atendidas por otro individuo. Por eso establecemos vínculos de comunicación con los más cercanos, para que atiendan nuestras demandas inmediatas, con todos los recursos que la naturaleza nos da: la voz, el gesto, el olor. Harry Pross, que como Wys había sido alumno del pensador y médico Viktor von Weizsäcker, entiende por esta razón que toda comunicación empieza y termina en el cuerpo, puesto que en el inicio de toda demanda al otro son los recursos y medios del propio cuerpo que nos sirven, lloro, movimientos y gestos, expresión facial y de las manos. Se queda subentendida en la obra de uno como de otro, de los alumnos de Weizsäcker la necesidad de un estudio más consolidado con respecto a la ontogénesis de la comunicación humana. En esta línea de investigación será innegable que los primeros medios de comunicación del hombre son fornecidos por su propio cuerpo. Pross los denomina

“medios primarios”. De un estudio advenido también de la filogénesis de la comunicación humana emergerá una confirmación de tal tesis para la cual propongo la formulación más sencilla posible: “el cuerpo pide cuerpo”. Y este sería, al lado del núcleo constitutivo y del núcleo expansivo del yo, un tercer núcleo, el constitutivo de la sociabilidad. La interacción con el otro genera el importante proceso de “pertenecimiento”. Aunque cuando y si, por un momento, ya no necesitaríamos de **alguien** otro para las satisfacciones más elementares de la supervivencia, la propia necesidad del “pertenecimiento” ya nos llevaría a las aproximaciones con otros cuerpos/individuos/personas/seres y, en última instancia, a la sociabilización, que por su vez reitera y refuerza el “pertenecimiento” como una necesidad fundamental.

3.4. El cuerpo imagina cuerpo

Como el “pertenecimiento” rescata una memoria profunda y arcana de la satisfacción de la carencia que nos constituye, según apuntaba Wyss, el proceso de sociabilidad requiere expansiones que reproduzcan las sensaciones del “pertenecimiento”. Así, siendo la sociabilidad expansiva, induce a la capacidad (individual o colectiva) de idear, imaginar o de crear imagéticamente el otro, inaugurando un cuarto núcleo, de esta vez un núcleo expansivo de la sociabilidad, que se realiza en el imaginario. Ora un cuerpo imaginado ya no es cuerpo, sino imagen. Y un cuerpo que se espeja en una imagen se contamina igualmente de imagen. El vínculo se realiza en este punto no más directamente con los otros cuerpos, pero con sus imágenes como mediadoras. Tal núcleo expansivo de la sociabilidad opera, por lo tanto, con objetos complejos, cuerpos que ya no son más puros cuerpos, sino cuerpos-imágenes y con imágenes que no son más puras abstracciones, sino imágenes-cuerpos, imágenes que aspiran a una existencia real en el espacio de los cuerpos y de ellos

extraen su energía vital. Se trata de nuevos componentes de la corporeidad que emergen de procesos culturales y “civilizacionales” que pueden tener raíces arcanas y ser incorporados por nuevos movimientos y transformaciones de la cultura reciente (los ejemplos más frecuentes son los tatuajes), como pueden surgir como manifestaciones contemporáneas sin precedentes en la historia conocida (los ejemplos más flagrantes son las intervenciones de cirugías llamadas “estéticas” como lipoesculturas, lipoaspiraciones, toxina botulínica, etc). Con la exacerbación de tales manifestaciones y su creciente vehiculación a través de los medios de extensa capilaridad, se vuelven objetos dignos de una reflexión específica. Y pasan a ocupar también las miradas no apenas de las ciencias de la comunicación, como también de la sociología, de la antropología y, en sus manifestaciones más radicales y patológicas, también la mirada médica y psiquiátrica. En este último caso, los ejemplos cada vez más frecuentes de corporeidades imaginarias, impostas por modas y tendencias, queriendo implantarse en corporeidades reales con el concurso de las más diversas estrategias, están preocupando a médicos que ya las encuadran en la rúbrica de “disturbios de la imagen corporal”. Aquí merecen consideración especial los danos a la propiocepción causados por las proyecciones de las imágenes sobre los cuerpos, generando los híbridos apuntados por Kamper (cuerpo-imagen e imagen-cuerpo) y aquellos apuntados por Contrera (cuerpo-máquina, cuerpo-monstruo, etc.).

4. Entre el cuerpo del otro y el otro del cuerpo

Se observa que la cuestión de los núcleos constructivos y expansivos del yo está ubicada en la instancia compleja del cuerpo y sus ramificaciones, o sea, relaciones – vamos a decir de hecho – sus comunicaciones con su alrededor y consigo propio. Su naturaleza de punto de partida y punto de

llegada es evidente y difícilmente cuestionable. Esto presupone, por otro lado, la necesidad de un permanente espejarse, un movimiento de ir y venir hacia un punto externo, una alteridad balizadora, puesto que el cuerpo no se resume a un organismo biológico, como vimos arriba. Tal alteridad es ofrecida y balizada por los cánones culturales de una determinada época y de un entorno específico. Cada época ofrece un tipo de espejo al cuerpo y su complejidad; justo por eso también el cuerpo se ve en cada época de manera distinta. Hubo épocas en que el otro del hombre (y su núcleo fundamental, el cuerpo) eran los dioses. O aún otras en que el otro del cuerpo era el alma o el espíritu, circunscribiendo al cuerpo funciones “menores”, “animales”, terrenas. Y muchos otros modelos de posibles espejos se delinearon en épocas y entornos diversos (tal vez sea ésta una historia todavía no escrita ni investigada). Mas, lo que hoy se especula con énfasis es que contemporáneamente el gran otro del cuerpo es la imagen visual. Es en ella que hoy se espeja nuestro primero y más estable núcleo de referencia, el cuerpo. La creciente cultura de la visualidad que experimentamos, al menos desde el Renacimiento, nos ha encaminado consistentemente a eso. En seguida el desarrollo de técnicas de reproducción en masa de imágenes desempeña un papel fundamental en la constitución de esa nueva época. Por fin, el siglo XX, con la inversión de todas las fichas en la visualidad y en la visibilidad (en detrimento de los otros sentidos, sobre todo los sentidos de proximidad), trajo a la existencia, en amplias escalas, las máquinas de imágenes que hoy pueblan nuestros ambientes domésticos y profesionales, públicos y privados, de introspección y de “extravasamento”. Tal evolución perpetra un modelo de interacción y de espejarse: no es más el cuerpo del otro la referencia a buscarse, también no es el divino, no es tampoco la ascesis, ni la aisthesis, la inspiración, sino la sencilla imagen, una apariencia como una aparición o una

abstracción (un no-cuerpo). Es en ella que pasamos a ver la referencia para nosotros mismos. La imagen pasa a ser el otro del cuerpo, su ideal y aspiración.

5. ¿Qué es, en fin, una imagen?

Nos resta, ahora, para que vislumbremos algunas ocurrencias radicales de la cultura contemporánea y su aparato mediático, generadores de ambientes en los cuales vivimos todos, seres de amplia complejidad, aculturadores de nuestra propia naturaleza, indagar que es, en fin, una imagen y cómo nos puede determinar la existencia.

En primer lugar, es necesario decirse con todas las letras, como lo hicieron Kamper (1994) y Belting (2001) que no es posible una teoría de la imagen apenas dentro de las estrechas fronteras de las ciencias del lenguaje o de las semióticas, que la ven como un puro producto y a veces como un mero soporte; tampoco cabe tal complejo objeto dentro de las fronteras de la historia del arte, puesto que la imagen artística es apenas una manifestación históricamente circunscripta de la imagen, como también lo son la imagen de culto, que precede la artística, y la imagen mediática, que la sucede. Aby Warburg, el fundador de la primera biblioteca de Ciencias de la Cultura, propone categorías mucho más incitantes para entenderse qué es una imagen. En primer lugar la define Warburg como la manifestación de una pos-vida (Nachleben). En segundo lugar la define como “Fórmula de *pathos*” (Pathosformel). Una como otra definición remiten a una desafiadora reflexión. El concepto de imagen como una forma de “pos-vida” sugiere dos posibles caminos interpretativos. El primero puede señalar la transferencia de la energía vital de una cosa a otra posterior (en el caso, una imagen). Una imagen de un bisonte, por ejemplo, preserva, en cierto sentido, algo de la vida del

animal, una evocación, una memoria, una experiencia. El bisonte continúa vivo como imagen endógena y puede ser transferido a un soporte cualquiera, preservando algo de su pos-vida. El segundo camino indica la permanencia de la energía vital de una imagen cuando ésta es sucedida por otra. En la imagen hay un tipo de renacer tras la muerte. Cuando las imágenes de la tele son calcadas en imágenes del cine que son citas de imágenes pictóricas que remiten a esculturas, tenemos entonces una manifestación de la pos-vida de las imágenes. El ejemplo evocado por los estudios de Warburg menciona rituales con serpientes vivas de los indios Hopi que dialogan con las ondulaciones de los cabellos de la Venus de Boticelli, que recuerdan las ondulaciones de los veos de las ménades griegas. Hay en todas esas imágenes una fuente común, profunda y vital, que trasparece cada vez que esas o nuevas imágenes de ondulaciones son creadas, desde estándares de estampería hasta las famosas aceras de Copacabana, exhaustivamente explotadas por la televisión siempre que una celebridad se pone en trajes deportivos sobre ellas. No importa en qué lugar y tiempo, el serpentear será siempre evocado como una pos-vida.

La definición segunda de Warburg, imagen como “Pathosformel”, fórmula de ‘pathos’, es todavía más desafiadora. Pathos en griego quiere decir ‘pasión (buena o mala): placer, amor, tristeza, ira, etc’. Si una pasión es algo que nos arrebatara, la imagen es una fórmula de arrebatamiento, de desubicación o descarrillamiento fuera del ferrocarril, cualesquiera que sean ellos, de la razón, de la rutina, de la obediencia, de las expectativas, del conocido, de las normas, del yo, de los mundos recortados y circunscriptos. Por ser una presencia activa en la emergencia de la conciencia del hombre, posee un indescriptible poder sobre él, su cuerpo y su alma, sus destinos y sus ganas. Es bueno acordarnos de que

puede alcanzar a los poderes que sólo los dioses detienen y pueden incurrir en el mayor pecado de la urbe, devastador cuando cometido por nosotros humanos, individuos o instituciones, comunicadores u órganos de comunicación.

Traducción: Helena Navarrete

BELTING, Hans (2000). *Bild und Kult. Eine Geschichte des Bildes vor dem Zeitalter der Kunst*. München: C.H. Beck.

BELTING, Hans (2007). *Antropología de la imagen*. B. Aires : Katz.

BODENHEIMER, Aron (sd) „Den Blick fangen“ In: *Symbole im Dienste der Darstellung von Identität*. Org. Paul Michel. Bern: P. Lang

CONTRERA, Malena Segura (2009). *Mídia e Pânico. Saturação da Informação, Violência e Crise Cultural da Mídia*. São Paulo: Annablume.

CYRULNIK, Boris (1997). *L'Enfermement du monde*. Paris: Odile Jacob.

FLUSSER, Vilém (1998). *Medienkultur*. Frankfurt/Main: Fischer.

HÖRISCH, Jochen (2004). *Eine Geschichte der Medien*. Frankfurt/Main: Suhrkamp.

KAMPER, Dietmar (1994). *Bildstörungen: Im Orbit des Imaginären*. Stuttgart: Cantz.

PLESSNER, Helmuth (1980). *Anthropologie der Sinne*. Frankfurt/Main: Suhrkamp.

PLESSNER, Helmuth (2000). *Mit anderen Augen. Aspekte einer philosophischen Anthropologie*. Stuttgart: Philipp Reclam.

PROSS, Harry (1972) *Medienforschung*. Darmstadt: Carl Habel.

RESTANY, P. (1998) *Die Macht der Kunst. Hundertwasser. Der Maler-König mit den fünf Häuten*. Köln: Taschen.

SLOTERDIJK, Peter (2003). *Esferas I. Burbujas*. Madrid: Siruela.

WARBURG, Aby (2008). *El ritual de la serpiente*. Madrid: Sexto Piso

WYSS, Dieter (1976). *Mitteilung und Antwort*. Göttingen: Vandenhock und Ruprecht.

Artículo publicado en portugués en:

SAMPAIO, Inês (2012) *Comunicação, cultura e cidadania*. Campinas: Pontes.