

El poder de la imagen en la sociedad de control

Paula Flores Aguilar *

Paulina Quiroz Mella

Universidad Austral de Chile, Valdivia, Chile.

florespaulamf@gmail.com

paulinaquirozmella@hotmail.com

Recepción: 14 de marzo de 2010

Aprobación: 8 de abril de 2010

Resumen • Desde antaño la imagen cumplió un rol fundamental en las culturas como representadora de diversas realidades, esto pues dentro de sus cualidades destaca la ilimitada interpretación que significa para sus receptores. Sin embargo el escenario de la sociedad actual, caracterizada por la masificación/apropiación tecnológica, ha otorgado un papel tanto protagónico como trascendente al ícono. Es a través de la imagen que hoy se ejercen mecanismos de poder y control sociocultural, a fin de mantener los límites y normas en orden. Así, los mensajes ciertamente persuasivos que guardan las imágenes en su interior, dan cuenta de un constante ejercicio de dominación social por parte de “otros”, hecho en el que el progreso tecnológico juega un papel fundamental: se convierte en la materia prima para masificar mensajes llenos de retórica, cuyo fin último es guiar/moldear ideologías, conductas y opiniones de la sociedad. Todo lo anterior lo podemos ver reflejado en una cada vez mayor homogeneización y limitación imaginaria-creativa de los seres humanos en su integridad.

Palabras Claves • Poder / Imagen / Medios de Comunicación (MCM).

Abstract • Since yesteryear the image fulfilled a fundamental roll in the society, well it has the capacity of catch the pieces of the reality to dispose the interpretation of the mass of receptors. However the context of the actual society, characterized for the technologic massification has given a leading paper to the icon. Is through of the

* Escuela de Graduados Facultad de Filosofía y Humanidades, Universidad Austral de Chile (Valdivia, Chile). E-mail: florespaulamf@gmail.com; paulinaquirozmella@hotmail.com

image that today we do mechanisms of the power and control to keep the limit and social ruler in order. Like this the messages certainly persuasive that keep the image into, it show of an constant exercise of social denomination for part of "other", it has done in the technologic progress play an big roll: it become in raw material to massification it full of rhetoric, which just purpose is to guide the ideology, conducts, and society opinions, and it has been shown in the increasing homogenization and integration of the humans in their integrity life.

Key Words • Power / Image / Mass Media.

Antecedentes

El presente artículo se plantea en una sociedad caracterizada por la irrupción de elementos tecnológicos en sus más variados ámbitos y esferas; en un contexto con nuevas características y que tiene como canales mediadores de comunicación a las herramientas tecnológicas, las cuales destacan por ser un espacio donde se ejercen múltiples mecanismos de retórica y poder. De modo específico se abordarán los contenidos icónicos y homogeneizadores que se transmiten cotidianamente, y cuyo principal objetivo obedece a una lógica de mercado y control social.

A lo largo de su historia, el ser humano ha evolucionado debido a diversos mecanismos de aprendizaje los que se constituyen, inicialmente, gracias a la capacidad perceptiva que posee el hombre y que se da a través de los sentidos que involucran al oído, el olfato, el tacto, el gusto y la vista. Desde un punto de vista biológico, es así como logramos a reconocer nuestro entorno, clasificarlo y organizarlo con el fin poder satisfacer nuestras necesidades fisiológicas, espirituales e intelectuales.

Sin embargo, este contexto de elementos puramente físicos reconocibles para el hombre giró hacia las representaciones, hacia los signos. Ello debido a que los seres humanos somos animales simbólicos, característica que nos diferencia como especie y que es posible apreciar en la resolución de nuestros imperativos adaptativos que se verifican de una manera simbólicamente mediada, los cuales hacen posible la significación, la vida social y el entendimiento mutuo.

Bajo este contexto podemos situar a las imágenes dentro de la perspectiva de las representaciones, abordándolas no sólo como meros "signos que están en el lugar de un algo", sino como pruebas documentales de hechos, personas, lugares y situaciones susceptibles de ser interpretadas, que poseen una significación y además una carga de poder para sus receptores/intérpretes.

Ahora bien, dentro de la infinita gama icónica que engulle hoy a la sociedad, nos detendremos en el análisis de uno de los mayores productores de imágenes; los medios de comunicación de masas y su capacidad de

representación de la realidad, la que desde sus inicios ha influido en los comportamientos de los seres humanos como espectadores y como multitud receptora de información que tiene su fundamento en la constitución de las imágenes.

Se trata por lo tanto de ver a los medios de comunicación actuales (la nueva televisión e Internet) desde sus imágenes para comprenderlas y poder cualificar sus alcances en término de lo que significan para los hombres y las mujeres que consumiendo sus productos, son muchas veces abstraídos por representaciones y por el poder que éstos ejercen y que están cada vez más lejanas del mundo concreto.

Reflexionando además acerca de los efectos que ha generado la masificación de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en la sociedad actual se evidencia un consumo indiscriminado de imágenes, las que acorde a su procedencia, adquieren variados niveles de importancia, retórica y poder, factores que terminan por influir en los ideales, costumbres, conductas y opiniones de los individuos y sus perspectivas de mundo.

Podríamos decir que la globalización se manifiesta como un movimiento no solamente económico, sino también cultural y por ende simbólico en la medida en que sus efectos trascienden e impactan las relaciones sociales, ya sea en el tipo de normas y costumbres implementadas, en los modelos de sociedad y en las concepciones del ser humano, así como también en los imaginarios, ensoñaciones e ideales que los sujetos han construido al respecto. Estos primeros elementos reflexivos nos permiten considerar la idea que junto con la globalización hay todo un movimiento social, un giro en la manera de pensar y vivir que trastoca la vida cotidiana de las personas. (Acosta y Sánchez, 2007, p. 53).

En este escenario podemos plantear a los actuales MCM visuales como los principales transmisores de ideologías y tendencias políticas determinadas, las que aprovechan potencialmente a las imágenes como mecanismo persuasivo en la sociedad. Así es como la imagen se vuelve un ícono de la sociedad de control.

El escenario de una sociedad tecnologizada

Afirmando el paso de una sociedad de disciplina a una de control, Browne destaca que en dicho tránsito “surge un nuevo paradigma de poder, cobijado por las nuevas tecnologías que encuentran en estas sociedades el entorno propicio para desarrollar el poder contemporáneo”. (Browne, 2009, p. 75). Para contextualizar el escenario mediático que da cabida a distintas formas de poder y de observación constante al actuar de los individuos que

buscan ser socialmente aceptados, es necesario describir el rol que hoy cumplen las tecnologías en la sociedad.

Según la teoría del tercer entorno o espacio electrónico, nos encontramos experimentando un nuevo orden social: “el tercer entorno es una propiedad emergente del segundo sistema TIC, cuyo desarrollo y consolidación está siendo potenciada por empresas transnacionales, gobiernos, comunidades científicas-tecnológicas y usuarios”. (Echeverría, 2003, p. 15). En este espacio electrónico se ha desarrollado un nuevo tipo de sociedad, la llamada Sociedad de la Información, caracterizada por estructurarse en base a las redes virtuales y visuales, donde las relaciones se producen a distancia, de modo asíncrono, ya que no necesitan simultaneidad ni co presencia, pues “el tercer entorno es un espacio para la acción a distancia y en red, como se muestra con la progresiva adaptación a las más diversas actividades sociales a la estructura y nuevo funcionamiento del nuevo espacio social”. (Echeverría, 2003, p. 16).

Echeverría reflexiona acerca de las nuevas relaciones, concluyendo que “hoy por hoy el cuerpo electrónico es ante todo una imagen y voz digital, puesto que el tercer entorno es sólo bisensorial”. (Echeverría, 2003, p. 19). Pues las relaciones entre los seres humanos son representacionales, sólo producen una impresión de realidad, generada por el entorno de la red. Según Echeverría (2003), los cuerpos han de adaptarse al nuevo medio artificial para poder interactuar entre sí, lo importante es que los dos atributos principales de los sujetos, la percepción y la acción (según Leibniz) se modifican radicalmente, al convertirse en tele-percepción y tele-acción.

Dentro del nuevo escenario tecnológico donde las TIC ya no son sólo nuevas herramientas que aplicar, sino que se transforman en procesos a desarrollar, los usuarios transforman su rol, convirtiéndose en dueños y protagonistas de esta nueva era tecnológica donde impera la información. Las variaciones culturales que han causado el nacimiento y empoderamiento de las TIC han derivado en lo que Marshall McLuhan definió como aldea global; un mundo conectado, cuyas relaciones son directas y donde la interdependencia entre sociedades es trascendental.

Se trata de una sociedad disciplinada, erigida en base a normas, castigos y encierros, es decir, hemos derivado en lo que Foucault denominó control, el que por cierto hoy en día se puede dar en sistemas abiertos, que escapan de las cuatro paredes: uno de ellos es Internet. “Control es el nombre que Burroughs propone para designar al nuevo monstruo, y que Foucault reconocía como nuestro futuro próximo. Paul Virilio no deja de analizar las formas ultrarrápidas de control al aire libre, que reemplazan a las viejas disciplinas que operan en la duración de un sistema cerrado”. (Deleuze, 1999, p. 1).

Sin duda uno de los medios mayormente utilizados por las elites que manejan la información es la imagen. Lo icónico se presenta como un transmisor de persuasión, el que capturando trozos de realidad transmite una serie de cargas interpretativas a sus receptores, logrando influenciar en cómo piensan los individuos y finalmente aportan a la homogeneización de sus ideas y conductas. Podemos pensar en el Estado, el mercado y sus ejercicios de poder en base a las imágenes, pues desde ellas el texto llega a la masa de sujetos uniformados. Destacando las palabras de Deleuze, Browne (2009) menciona que el marketing y el mercado en general se transforman en el nuevo instrumento controlador, estimulando el nacimiento de la raza impúdica de nuestros dueños.

La predicción del cambio tecnológico y la imagen técnica desde Vilém Flusser

A partir de la concepción de imágenes técnicas, que se trata en la obra “Una filosofía de la fotografía” (2001) de Vilém Flusser -imágenes que están tomando mayor trascendencia tanto en el mundo real como en el virtual- y los postulados de Norval Baitello Junior, se analizará el rol de las imágenes mediáticas en la sociedad con el fin de identificar el lugar que ocupan hoy.

La sociedad mediatizada, la televisión e Internet se vuelven el escenario perfecto para engullir una avalancha de imágenes, que terminan por construir nuestra vida.

El sistema de consumo significa el dominio de los valores de la moda y el individualismo, promovidos principalmente por los medios masivos de comunicación que impulsan no solamente al consumo de productos, sino más sutilmente, al consumo de imágenes, ideas y modos de vida, generando así nuevas necesidades y proponiendo falsos satisfactorios para responder a ellas. (Acosta y Sánchez, 2007: p. 54).

Si bien el mundo tecnologizado se presenta como un fenómeno que – a pesar de la multiplicidad de cambios que produjo- ya es asimilado por la mayoría de la sociedad, pocos se detienen a reflexionar sobre la estructura que conforma esta estructura y que permite la transmisión de mensajes icónicos a escala mundial, fenómeno que trae a la mente las consecuencias de una constante globalización. Hace más de dos décadas atrás el filósofo Vilém Flusser reflexionaba sobre las imágenes técnicas y cómo éstas han desplazado a las imágenes en sí, llegando inclusive a aventurarse en las consecuencias que traería un fenómeno como Internet para la sociedad a nivel mundial.

En la obra “Una filosofía de la fotografía”, Flusser se dedica a reflexionar sobre las llamadas imágenes técnicas, aquellas que son producidas de modo automático o por medio de programas previamente codificados que reemplazan la función del pintor de antaño. El autor nos recuerda constantemente que la imagen que es generada por la cámara fotográfica, aparato que para su época, era un gran avance tecnológico para capturar la realidad y “moldear” la imaginación del hombre. “las imágenes técnicas son abstracciones de tercer grado: abstraen textos que abstraen de imágenes tradicionales que abstraen el mundo concreto”. (Flusser, 2001, p. 17). Así, Flusser considera a la cámara el primer y más simple modelo, capaz de reflejar de modo transparente el concepto de la imagen técnica e inclusive las digitales.

La importancia de estas imágenes radica en su poder para capturar -de manera intencional- trazos de realidad, conceptos de mundo, materializándolo y transformando “conceptos en escena”. (Flusser, 2001, p. 45). Así pues, la máquina creada por el hombre es capaz de materializar la teoría, llevándola a ser imagen y, en el marco de una sociedad de control, es capaz también de persuadir mágicamente a sus receptores, en un afán de controlar y dirigir consumos, conductas e ideales. Desde las campañas de publicidad de iglesia, hasta el mercado puro y duro o las campañas electorales, todas ellas se mueven en torno a un mismo eje: convencer y persuadir por medio de lo visual.

En el caso del computador, frecuentemente usado en lugares de trabajo y hogares, las imágenes se presentan más precisamente como fruto de un proceso codificado, derivado de aplicaciones científicas. Hoy en día los píxeles con los que se forma todo el contenido de un ordenador y los procesos que en él ocurren, se dan gracias al fenómeno de la imagen técnica, sin el cual estas palabras no podrían estar siendo escritas. Así las imágenes que se crean de modo técnico y programado, las engullimos de manera natural. Nos dejamos llevar por formulas matemáticas que toman forma frente a nuestros ojos, construyendo una realidad tan real, que nos envuelve. “Lo que se ve en las imágenes técnicas no parecen ser símbolos que necesiten ser descifrados, sino síntomas del mundo, a través de los cuales se reconoce, aunque indirectamente, el mundo”. (Flusser, 2001, p. 18).

Es por ello que parece necesario detenerse en los procesos descritos por Flusser acerca de la imagen, donde las leyes de la física rigen el enfoque de ciertos objetivos, los trayectos necesarios y numerosos procesos que se traducen en cálculos matemáticos propios de la ciencia que los maneja.

En este proceso raptor de realidades, donde intervienen procesos científicos y de conversión abstracta, que hacen posible la realización de aparatos

“interpretativos” que retratan aparentes situaciones, que capturan la realidad por escenas y que terminan de proyectarse en máquinas como la cámara o el computador, la imagen adquiere el poder de manejar la realidad a su antojo, pudiendo asimismo transmitirla al resto del mundo, un mundo que ciertamente cada día se encuentra más homogeneizado a causa de ello.

En realidad las imágenes técnicas no devuelven las imágenes tradicionales a la vida cotidiana, sino que las sustituyen por reproducciones y ocupan su lugar; ni mucho menos hacen imaginables los textos herméticos, como era su propósito, sino que los tergiversan traduciendo las proposiciones y ecuaciones científicas en situaciones, que es lo que son las imágenes. (Flusser, 2001: p. 21).

El concepto de “Órbita de lo imaginario” propuesto por Dietman Kamper (2004) refiere a caracterizar un fenómeno de cautiverio al que el hombre está sometido –un cautiverio no físico sino energético-, pues no conformes con su naturaleza, buscan proyectarse en imágenes construidas, en realidades construidas que pretender ordenar lo humano y que se refleja en los medios de comunicación, en el orbis pictus de las imágenes de los medios, desde las tablillas hasta las pantallas de video, desde la fotografía hasta la televisión.

Asociado al mundo de las imágenes donde habitan los medios de comunicación, estas herramientas se presentan como máquinas codificadas a priori, capaces de capturar formas simbólicas y reproducirlas, gracias a programas articulados, sistematizados y posteriormente simplificados para el común de los usuarios o funcionario, según lo define Flusser, refiriéndose al sujeto que no se preocupa más que por la superficialidad y utilidad que le presta la herramienta.

Dicha forma de simplificar el mundo y presentarlo en una imagen (mensaje) previamente codificada, adormece la mente de gran parte de la sociedad, pues si unos pocos procesan la realidad por nosotros y nos “ahorran” el trabajo -para su conveniencia- no hacemos más que entrar un juego vicioso de adormecimiento, donde nos dejamos llevar por lo que nos muestran, perdiendo la capacidad de analizar críticamente, de crear, de interpretar. “Toda esta parafernalia controladora tiene el propósito de alienar y enajenar el sentido de la vida y el deseo de creatividad”. (Hardt y Negri en Browne, 2009: p. 70).

Flusser afirmaba que las imágenes técnicas podían resultar algo peligrosas, por su protagonismo excesivo capaz de reemplazar a los textos. “La falta de crítica de las imágenes técnicas debe resultar peligrosa en una situación en la que las imágenes técnicas están en vías de suprimir los textos”.

(Flusser, 2001: p. 18). En el contexto del mundo mediatizado este hecho ya parece haber ocurrido, hoy la mayor parte de los medios de comunicación funcionan en base a imágenes codificadas, persiguiendo un único objetivo: controlar la visión de mundo que poseemos quienes estamos tras las pantallas. Sin duda el efecto de los MCM se puede observar en cada ciudad, su capacidad de control social moldea e impone normas necesarias para quien quiere sentirse integrado.

La magia de las imágenes tradicionales ha evolucionado hasta llegar al escenario, por ejemplo, de Internet con sus característicos procesos codificados. Las relaciones sociales que ahí toman lugar están inevitablemente predeterminadas a funcionar según las leyes que controlan la “caja negra”. Acciones como conversar por mensajería instantánea, hablar por micrófono o realizar una videollamada con una cámara web, son todas posibilidades otorgadas por las máquinas creadas en manos del hombre. Por lo que aunque los usuarios piensan estar creando o expresándose de manera libre, sólo están siendo mediados por las imágenes técnicas que “manejan” sus movimientos en la interfaz.

Kamper (1994) ya reflexionaba sobre la presión que ejercen las imágenes en nuestra sociedad, terminando por mortificar nuestro espíritu, sacándole la vida, al afirmar que cada uno se halla ensimismado y envuelto. Cada uno casi está inserto en la prisión de las imágenes, que él se hace o que le hicieron bajo la presión de un repaso educativo institucional en su identidad. A su turno Flusser señala que el usuario desconoce la multiplicidad de procesos que ocurren dentro de “la caja negra”, por lo que todas sus acciones y aparentes “creaciones”, están previamente supeditadas a los códigos y posibilidades que le otorga la máquina. En el computador los funcionarios se dedican exclusivamente a utilizar las máquinas semióticas para extraer de ellas a las imágenes técnicas escogidas con el objetivo de satisfacer ciertas necesidades y/o motivaciones. Al manipular las computadoras, nosotros como usuarios estamos restringidos a “crear”, interactuar y experimentar en base a los límites que la máquina nos impone, sin tener acceso a la fabricación de otras categorías. Si además agregamos que dicha máquina está controlada por unas cuantas elites creadoras y transmisoras de información, terminamos frente a nuestro actual escenario: construimos nuestras visiones de mundo, conductas e ideologías en base a una realidad restringida que otros muestran y que si quisiéramos criticar o cuestionar, correríamos el riesgo de ser inadaptados socialmente, por ende, observados, advertidos y castigados.

Parece ser que vivimos en una aparente libertad de creación manejando las máquinas desde fuera, manteniendo una gran distancia con sus procesos internos. Sin embargo, situándonos en la perspectiva flusseriana,

estamos inmersos en una selva dominada por los aparatos y las imágenes técnicas que los mismos producen, viviendo una realidad creada y manejada por la programación de máquinas. Pues según las palabras del autor “hemos sido, hasta ahora, analfabetos con relación a las imágenes técnicas. No sabemos cómo descifrarlas” (Flusser, 2001, p. 21), por lo que estamos limitados a observar y a manejarlas desde fuera, en una sociedad cada día más informatizada tecnológicamente. El crear o al menos tratar de encontrar el espacio para una imaginación libre, se hace necesario, pues el ordenamiento simbólico del mundo se halla escrito tanto en los libros sagrados como en el libro de la naturaleza (Kamper, 1994).

El poder de la imagen en los medios de comunicación

En el mundo actual la actividad humana se encuentra en una nueva etapa definida como “tecnológica”, es así como tanto la televisión como Internet han pasado a independizarse de la máquina, con una nueva materia prima que caracteriza a esta revolución y que llamamos información. Sin embargo, eran sólo algunos visionarios quienes adelantaron que el movimiento general de la virtualización de la información y de la comunicación tendría los alcances que hoy experimentamos y que más aún provocaría transformaciones elementales de la vida social.

De este modo, los espectadores llegamos a concebirnos como “la cultura de la imagen”, la cual posee en la televisión e Internet un carácter dual al ser un medio de comunicación pero que a la vez es utilizado como un instrumento de dominación ideológica, es decir, no sólo traspasa información sino que también moviliza la expresión de actitudes o ideas a través de la representación, la cual se ve potenciada como “realidad” gracias a la inmediatez que caracteriza a su imagen y que para Santos Zunzunegui es de carácter radical.

De alguna manera, la imagen se presenta ante los observadores como un reflejo especular de los aspectos aparentes de la realidad. Y en el mejor de los casos como una “duplicación” de aquélla. Hasta el punto de que muchas veces no suele ser fácil distinguir la realidad de la imagen de la imagen de la realidad. (Santos Zunzunegui: 1984, p. 16).

Como ya habíamos aproximado esto tiene su sustento en la ya reconocida capacidad del ser humano para la representación simbólica, característica que es propia de los sistemas de comunicación humana y que en el caso particular de la imagen televisiva tendría su lugar más bien en los terrenos de la ambigüedad referencial dada en la libertad de acción que esta posee como materia prima en diversos contextos.

En consecuencia, los medios de comunicación de índole audiovisual, se constituyen de imágenes que sólo son una representación de la realidad, las cuales el observador las identifica como objetos reales y a las que les da validez en tanto les atribuye las características propias del modelo real y original al que representa.

Según Christian Doelker:

Nada hay en el alma que previamente no hubiera estado en los sentidos, como ya dijo Locke. Ahora bien, entre las impresiones de nuestros sentidos no se encuentran tan sólo las impresiones de la realidad primaria, sino también las excitaciones de los sentidos provocadas por los medios. La construcción de nuestra imagen del mundo se realiza cada vez más a través de los medios que a su vez proporcionan una imagen del mundo. (Doelker 1982 en Enrique Castelló, 2003: p. 2).

No obstante, lo anteriormente descrito en este apartado es sólo un primer nivel dentro de un entramado que lejos de dar validez a las imágenes como representación de la realidad, vuelca su rumbo para observar a la imágenes en su alejamiento de lo concreto y en su entrada triunfal en lo abstracto como consecuencia de su vacío y su multiplicación exacerbada.

Ya en un segundo nivel podemos encontramos los planteamientos que Deleuze (1991: p. 2) hace en el texto "Posdata sobre las sociedades de control", manifestando que nos encontramos inmersos en la sociedad del control, la cual está remplazando a la sociedad disciplinaria. Se trata por tanto de una sociedad de moldes y controles que hoy se ejerce principalmente a través de los medio de comunicación.

Control es el nombre que Burroughs propone para designar al nuevo monstruo, y que Foucault reconocía como nuestro futuro próximo, una sociedad encerrada en cada una de las actividades que realiza, "los encierros son moldes, módulos distintos, pero los controles son modulaciones como un molde autodeformante que cambiará continuamente, de un momento a otro, o como un tamiz cuya malla cambiará de un punto al otro". (Deleuze, 1991: p. 2).

Así, por lo pronto se hace visible esta realidad, reflexionando sobre el dominio que ha ejercido la comunicación a partir de los medios de comunicación de índole visual principalmente, vinculados a sociedad de control en la cual estamos insertos y que ha terminado por modelar nuestros pensamientos, sentimientos y acciones los cuales ya no nos pertenecen.

Lo que la gente ve, lee y escucha, lo que viste, lo que come, los lugares a donde va y lo que cree estar haciendo han pasado a ser responsabilidades de un sistema de información que fija gustos y valores en función de sus

propios criterios de mercado, los cuales, a su vez se refuerzan a sí mismos. (Schiller en Romano, 2000: p. 5).

Las imágenes entregadas por la nueva televisión y por la Internet hoy han multiplicado las potencialidades panópticas, aumentando no sólo el número de frecuencia, sino que además su efecto sobre los consumidores de estas, ya sea a través de ojos electrónicos o por medio de la digitalización de la información conectada a una base de datos central, así nos encontramos con la dicotomía de este nuevo orden tecnológico, el cual por un lado incrementa nuestras capacidades comunicativas pero que al mismo tiempo no vigila incesantemente.

Se produce una desvalorización de las imágenes a causa de un desapego entre ésta con sus símbolos, acción que hace infructuosa la necesidad de contar con más y más imágenes para causar el efecto de lo concreto, lo cual da paso a una descontrolada reproductibilidad con significaciones que están desgastándose, desmoronándose y que “pueden abrir caminos hacia salidas falsas”.

Se puede realizar un diagnóstico dramático del mundo mediático, pensando que el concepto de progreso nos vuelve ciegos para ver el apocalipsis, lo cual es entendido como el repensar de estas imágenes que en un comienzo eran la representación de la realidad, para analizarlas como la suerte de anestesia visual en la que se han convertido hoy con el objetivo de hacernos ciegos ante los desastres que el ser humano ha provocado en su afán dominador del mundo.

Son efectos que sin duda han reorientado las altas esferas y las autoridades públicas y privadas a través del control del poder ejercido en los ámbitos sociales, económicos y políticos, esto a través de la intervención de políticas públicas, normas jurídicas y la asistencia de instituciones internacionales.

Es decir, condiciones de gobernanza que han permitido el mantenimiento de un cierto orden en los actuales medios de comunicación, un orden fundamentado en la adopción de instrumentos de control que van desde marcos normativos a configuraciones técnicas.

Lo anterior debido a que los nuevos medios de comunicación a pesar de proseguir en la lógica de poder que desde siempre ha existido tanto en las instituciones de orden públicas como privadas, además ha incrementado el poder de los que tenían menos poder, por lo tanto este ejercicio hoy va en numerosas direcciones y niveles.

El domino va dirigido al pensamiento, los sentimientos, las acciones (y omisiones), a toda la persona, desde la esfera íntima hasta la presentación pública en el trabajo, en la escuela o en la política, no queda un solo

aspecto, una sola esfera de la vida que no reciba su influencia. El objetivo final es la pasividad y la sumisión. El dominio de las mentes es una guerra psicológica planificada, dirigida con conocimientos científicos, contra el desarrollo progresista, esto es solidario y cooperativo, del ser humano, o lo que es lo mismo contra el progreso social. (Romano, 2000: pp. 4-5).

Ya no son sólo ideologías las que tratan de imponerse, es marketing, es el bombardeo publicitario acompañado por la presencia constante de las marcas. Los logotipos invaden el espacio marcando el territorio de las grandes compañías, las instituciones, e incluso, los seres humanos comunes y corrientes que tratan de imponerse en este nuevo escenario. “El marketing y el mercado en general se transforma en el nuevo instrumento controlador y estimulan el nacimiento de la raza impúdica de nuestro dueños”. (Deleuze en Browne, 2009: p. 63).

La publicidad y la propaganda, al igual que en los viejos medios tradicionales, han ido cobrando importancia en el nuevo escenario comunicativo tecnológico, alcanzado áreas de difusión de ámbito local, regional, nacional o mundial; al igual que el público y las audiencias pierden ese carácter local, regional o nacional, para integrarse en el universo mediático global. “En el tránsito de la disciplina al control surge un nuevo paradigma de poder, cobijado por las nuevas tecnologías que encuentran en estas sociedades el entorno propicio para desarrollar el poder contemporáneo”. (Browne, 2009: p. 75).

Este es el punto de partida para comprender cómo la imagen toma un rumbo hacia el miedo y hacia la fatiga de la mirada, cómo esa idea de “realidad” se va esfumando en tanto comienza a aparentar, a esconderse, a simular, a oscurecerse y nos lleva al dominio por parte de quienes controlan los sistemas comunicativos y que están constantemente vigilándonos a través de un gran ojo.

Consideraciones Finales

Como mencionó Flusser, nuestra perspectiva de mundo se reduce a los códigos-imágenes- bajo los cuales nos está permitido crear, pues son éstos los conductores principales del pensamiento y de la percepción del mundo. Es en base a las imágenes que cada día construimos escenas e interpretamos nuestra realidad, realidad que hoy se ve abrazada y construida por las elites controladoras de la información, las que están construyendo la memoria histórica de las culturas, pues al estar erigidas en base a imágenes que nos capturan, nos globalizan de modo tal, pasan a formar parte de nuestra piel y perdemos la capacidad de distinguir entre la construcción de una realidad imaginaria y la realidad como tal. Así, “el icono ya no representa, sino que se erige en realidad, y así la imagen,

tradicionalmente sospechosa de engaño, se transforma en fuente de toda verdad". (Mancilla 2008: p. 205).

La estructuración de redes gubernamentales y mercados que controlan la sociedad en base a la transmisión icónica viene a confirmar la icono-adicción de la cual es víctima la sociedad. Si bien padecemos de un mal generado por nosotros mismos, debemos centrarnos en detener la avalancha excesiva de imágenes para dejar espacio a la creación y el pensamiento crítico, a los otros cuatro sentidos que nos conforman. En esta era mediática, caracterizada por información en cantidad más que de calidad, la oferta de imágenes se ha vuelto un arma de doble filo.

Referencias bibliográficas:

- Acosta, M.; Sánchez, M. (2007). Interacciones individuo sociedad (1a. ed.). México: Universidad Autónoma Metropolitana.
- Browne, R. (2009). De la Comunicación Disciplinaria a los Controles de la Comunicación (1ª. ed.). Chile: Ediciones Alfaro.
- Castelló, E. (2003). La producción del presente social en televisión. Revista científica de información y comunicación, ISSN 1696-2508, Nº 1.
- Deleuze, G. (1991). Postdata sobre las sociedades de control. El lenguaje literario, Tº 2, Ed. Nordan. [Revista electrónica]. Montevideo. Escuela de Filosofía Universidad ARCIS.
- Echeverría, J. (2003). Arte, cuerpo y tecnología (1a ed.). España: Ediciones Universidad de Salamanca y autores.
- Flusser, V. (2001). Una filosofía de la fotografía (1a. ed.). Madrid, España: Editorial Síntesis. Traducción: Tomas Schilling.
- Kamper, D. (1994). Im Orbit des Imaginären (1a. ed.). Germany, Stuttgart: Editorial Cantz Verlag. Traducción: Breno Onetto Muñoz.
- Mancilla, M. (2008). La era de la iconofagia. Ensayos de Comunicación y Cultura (1a ed.). Norval Baitello Junior. Sevilla: Arcibel Editores. (Documento en versión PDF).
- Romano, V. Poder y Comunicación. Revista Laberinto 3. (Revista electrónica: <http://laberinto.uma.es>.)
- Zunzunegui, S. (1984). Mirar la imagen. España: Servicio Editorial, Universidad del País Vasco.