

Camuflaje. La imagen que seduce

Walter Castañeda Manulanda.

Magíster en Estética.

Profesor Universidad de Caldas

Departamento de Diseño Visual.

evaclarens@disenovisual.com

Enviado Septiembre 15 de 2005

Aprobado Noviembre 05 de 2005

Resumen

El artículo indaga alrededor de la dimensión semiótica del camuflaje desde el punto de vista de la imagen, aborda la extensión que el fenómeno ha tenido en otras ramas de la expresión humana y plantea el juego que en la naturaleza existe entre el predador y la víctima al generar argumentos que falseen la realidad. El artículo se divide en tres puntos claramente diferenciados en los que se valora el atributo humano para crear imágenes y va virando hacia el punto central en el que la naturaleza dota a otros seres con tales atributos.

Palabras clave:
Camuflaje, proyección de imagen, imitación.

Abstract

This article searches around the semiotic dimension of the camouflage since of image perspective, it works on the extension that the phenomena has been in other ways of the human expression and comments the game that exists in nature into the predator and the victim generating arguments that lie about the reality. The article is divided into three clearly differentiated points in which the human attributes are valued to create images and turns around the central point in which the nature gives other beings with such us attributes.

Key words:
Camouflage, image
projection, imitation.

Introducción

Desde el punto de vista de la semiología, el tema del camuflaje, entendido éste como técnica para obtener beneficios, amerita revisiones ya que los roles asumidos por cada uno de los protagonistas implican serias transacciones semánticas y se llevan a cabo en escenarios en los que se requieren ambientes de confianza. El artículo propende por la valoración de las proyecciones realizadas por los emisores o los receptores que a modo de imágenes invocan la familiaridad requerida para entrar en contacto con el otro, la pregunta es: ¿las imágenes son producto exclusivo de los humanos? Se introducen algunas bibliografías que desde la imagen aportan en la solución de las preguntas que llevan a revisar la hipótesis.

1.0 Las imágenes como producto humano

Las imágenes han sido consideradas privilegio humano, su construcción obedece a sofisticados sistemas expresivos en los que es necesario el aporte de la técnica y la observación humana, su decodificación obedece a la evolución de los sistemas fisiológicos, perceptuales involucrados en el proceso.

El presente texto aborda la admiración por la estética funcional de los animales, productora de intrincados argumentos en los que se desarrollan aún más complejos sistemas semióticos de los que dependen aspectos de supervivencia social.

En el texto, se enuncian dos categorías desde las que las imágenes humanas se consideran desde dos perspectivas simplificadoras:

a. Su valor como entidad estética, es decir, aquellos objetos que no poseen funciones específicas más allá del deleite espiritual, emocional, intelectual o de devoción, que provocan en sus espectadores.

b. Las que se interrelacionan con códigos visuales para su lectura interpretativa, sugestiva o arbitraria y que intervienen afectando las decisiones de sus receptores; en las primeras estaría el arte y en las segundas los productos del diseño. En ambos casos el uso de las imágenes tiene intenciones de comunicación, pero una cosa es clara y es que la producción iconográfica humana es el resultado de elaboraciones artificiales, porque las que son naturales se consideran transmisiones no verbales, nos referimos a los recursos mímicos mediante los que expresamos emociones, que muchas veces resultan ambiguas al receptor.

1.1 Las imágenes al servicio humano

Los dispositivos de expresión, comunicación, supervivencia humanos han tenido como modelo la observación en el entorno natural. De otro lado, las aplicaciones militares, arquitectónicas, publicitarias, entre muchas otras, han tomado dicha referencia obteniendo los beneficios representados en el sistema de signos del camuflaje. El arte ha establecido sus códigos de representación a partir de los modelos naturales, las guerras han incorporado entre las tácticas de sus actores el vestuario, el armamento, el comportamiento tras la observación de la naturaleza. El diseño interpreta elementos formales-funcionales, técnicos para introducirlos en soluciones cotidianas tales como tenazas, cortadores, vehículos de transporte aéreo, anfíbio, terrestre y otros.

2.0 Sobre el camuflaje

En la presente reflexión se asume el camuflaje como la relación funcional:

Apareamiento- supervivencia

Defensa-ofensa

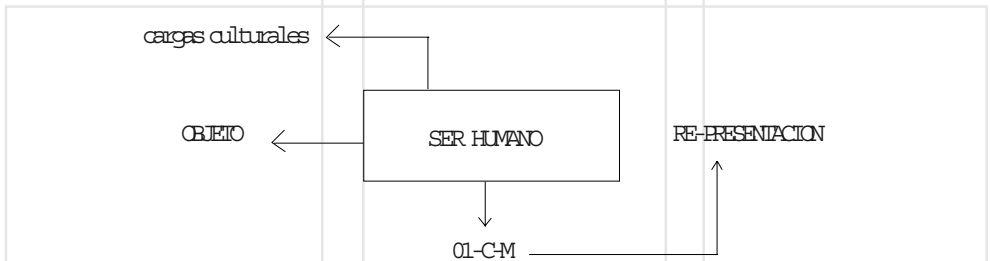
Que se genera en algunos animales y plantas como respuesta a su entorno, y han mejorado y transmitido entre generaciones. La respuesta, es decir la acción de camuflar se materializa en la copia de las características externas aprehensibles mediante sistemas sensoriales que posee el predador, el cual emite códigos falsos a la víctima que le permitirán ingresar en un ámbito conatural, en el que se genera la relación.

Los falsos códigos emitidos deben entenderse desde la esfera de las imágenes como simulacros que se percibirán vero-símiles por el receptor, una relación bilateral se produce entre individuo-entorno, o entre predador-víctima, relación que establece principios de comunicación (emisión-sígnal-recepción) y retoma signos expresados en ambas direcciones; pero en ocasiones tienen múltiples referencias o son significados en un significante falso, esto se da cuando la señal emitida pretende engañar con falsos recuerdos al receptor. Al ser decodificadas las señales por el predador o la víctima éstas desempeñan la función de asegurar la confiabilidad, la amenaza o el ocultamiento, cumpliendo así con los cometidos de los procesos de comunicación, teniendo por medio la proyección de imágenes que buscan asegurar la satisfacción de las necesidades que le son conferidas por naturaleza al sujeto. Claro, siempre existe la alternativa de la mimesis, en la que el emisor busca vencer los límites con el entorno, es decir, parecerse a éste, con lo que consideraríamos que el mensaje emitido es una información no comunicativa.

En la pregunta por el proceso comunicativo surgen inquietudes relacionadas con la captura de las imágenes por el individuo, que convierten al receptor en lector iconográfico sometido al engaño del simulacro generado por el oferente.

Al partir de la creencia de las imágenes como producto racional elaborado por seres humanos, se puede asumir el siguiente esquema:

Camuflaje: La imagen que seduce



Esquema 1. Ser humano con relación a las imágenes.

El objeto (O), es observado por un ser humano (H) quien posee cargas de tipo cultural, memorístico, histórico, atávico, fisiológico, perceptual, las cuales a su vez dependen de la coordinación ojo-cerebro, mano (O1-C-M), para su representación, entendiendo que en éste último la información viene concientizada, aprehendida, para su verbalización, es decir naturalizada, adaptada al entendimiento humano; una vez asimilada y sólo si existiera la intención de su representación se recurre a uno de los grandes avances en términos fisiológicos de nuestra especie: la manipulación o transformación intencional de adaptaciones tecnológicas que gracias al pulgar opuesto se posibilita. Pero el proceso de evolución en la representación del entorno ha sido realmente extenso para los humanos; la imagen ha sido escenificada en diversos estadios con diferentes sentidos y con materiales que van desde el hueso hasta las pantallas de plasma. (BRUSATIN, Manlio 1997).

La producción de imágenes se ha posibilitado por las condiciones fisiológicas que conectan el cerebro con las habilidades mecánicas propias de nuestra fisiología, que sumadas a las tecnologías desarrolladas la convierten en materialización de lo visto, aprehendido, re-presentado.

La gran interrogante biológica tiene que ver con los mecanismos que permiten a los animales reproducir imágenes de otros animales o de entornos específicos, atendiendo al hecho de que ésta (la imagen) se ha creído privilegio humano.

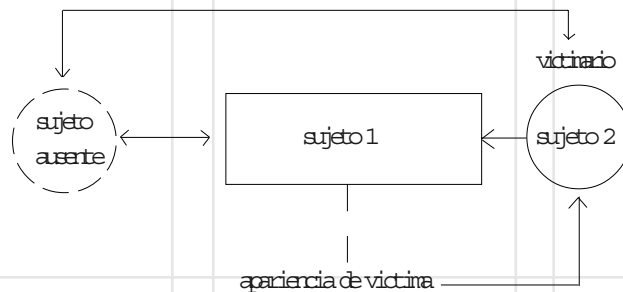
La memoria a corto plazo, largo plazo, la comunicación intrasocial, los sistemas organizacionales sociales, la fisiología que privilegia la alimentación, la reproducción, la supervivencia, el entorno natural, son algunos aspectos que condicionan la estética funcional animal*, que responde a factores como el ocultarse, atraer, rechazar, reproducirse, señalar, engañar. La estética que exhiben los animales está condicionada por las necesidades que el medio y la perpetuación de la especie exigen; sin embargo, tal disposición responde únicamente a situaciones de índole funcional con las cuales la naturaleza los dota como mecanismo para supervivir; la apariencia del animal, no obedece a su voluntad, salvo en el camuflaje donde el entorno y la situación específica condicionan su proyección estética, esto es, en algunos animales los aspectos visuales conformantes de su apariencia como lo son el color, la textura, la densidad, rugosidad, viscosidad de la piel dependen de los patrones sugeridos por el ambiente que entrega los códigos que el animal interpretará para la mutación de su apariencia. El camuflaje se expresa además de la mimesis en la homocromía y la homomorfia como técnicas mediante las cuales se imita color o la forma con fines defensivo ofensivo, aplicable a la naturaleza.

La proyección estética y mimética establece patrones de comunicación en los que el emisor-receptor se comporta de acuerdo con el mensaje, su decodificación depende del reconocimiento de las señales, signos incorporados en el mensaje y relacionados en el contexto o situaciones asociadas a la memoria. La genética juega un papel vital en esta cadena de códigos incorporados al individuo, el éxito del individuo depende del aprendizaje del problema por parte de la comunidad, la garantía del alimento se basa en la calidad del modelo copiado, en el simulacro llevado a cabo que se constituye en imagen fiel del objeto referido. En el marco de las ideas planteadas, las imágenes no son producto arbitrario, sino respuestas asociadas a las necesidades de la comunidad, enlazadas a los sistemas de producción y sentido de las especies.

Es sorprendente la capacidad de imitación visual sin las habilidades y alcances visuales y perceptuales que sólo poseerían los humanos, aspecto que cobra relevancia al

* Al usar esta referencia, se está haciendo alusión al sistema de códigos visuales que emplea el animal con finalidades de reproducción, apareamiento, etc.

demostrarse la capacidad animal de producir valores referenciales visuales, e interpretar modelos y referencias semánticas que poseen valores específicos para la presa. Francisco Umpiérrez Sánchez, Director del Centro de Estudios Karl Marx, demuestra cómo un valor aparente habita en dos cuerpos diferentes al exponer el caso de una serpiente cola de lombriz y una rana, la serpiente exhibe su cola en forma de lombriz atrayendo así a la rana que de predatora se convierte en víctima al ser engullida por la serpiente; aquí lo que se observa es que el valor aparente (supuesta lombriz) resulta ser una imagen de la lombriz verdadera que por supuesto no se encuentra presente sino que es el modelo del que parte la serpiente que se anula en su apariencia real, o sea, la serpiente es una unidad de dos caras que emplea el engaño (imagen) para seducir a su presa haciéndola creer predatora. «(...) el valor aparente se separa del valor corporal hasta objetivarse en forma de significante lingüístico». (UMPIÉRREZ, Francisco).



Esquema 2. Engaño.

3.0 Revisiones extensivas

El camuflaje genera puntos de fuga y rutas de análisis que se evidencian desde diferentes campos como la estética, las artes, el comportamiento social que ponen en perspectiva de revisión y enriquecimiento lo planteado hasta aquí. Es así como se observa por ejemplo en los períodos Barroco y Rococó el denominado *Trampé le'oil*, o el engaño a la percepción visual humana, técnica desarrollada por los pintores buscando la expansión de la perspectiva lineal renacentista hacia el elogio del sentido de

la vista, gracias a la combinación de los conocimientos adquiridos en la óptica, la física y el dominio de materiales para la pintura (KEMP. 2002). En otro caso, más contemporáneo por su escenario de desarrollo más no por el fenómeno en sí, se plantean brevemente las transformaciones que experimentan los individuos que asumen roles de «camaleón» en la *Web*, espacio en el que las representaciones son inesperadas y ficticias por la efectividad del contexto en el que se juegan los cambios y las manifestaciones que le permiten a la persona convertirse en todo aquello que no es; las redes no potencian personalidades diferentes, convierten a los individuos en lo que les conviene: camaleones sin rostro, huellas textuales o gestuales aparadas en las comunidades y los sitios de *Chat*; ante estas circunstancias, el yo pierde materialidad en la *Web*, pierde individualidad por confirmarse con otras características, es decir, engaña a su presa con mecanismos de camuflaje, el yo deja de ser sujeto espacial, para ser sujeto temporal, según Rifkin «estoy conectado, luego existo» (RIFKIN, Jeremy. 2000).

La arquitectura contemporánea mostrará rasgos estilísticos que atienden al respeto por el entorno, el *Hi tech* ha devuelto el diálogo con el entorno tras la frialdad de la modernidad, los colores, las formas, los materiales se integran con los ámbitos que los contienen, generando poesía visual sobre funcionalismo. En los sistemas computacionales se experimenta también la técnica del camuflaje mediante la encriptación, el polimorfismo, el isomorfismo, los virus atacan los sistemas confundiendo y deteriorando. Jaime Cerón, en un capítulo denominado Imagen y Semejanza (COLOR, Reflexiones. 2003), presenta una interesante perspectiva en la que la mimesis no es una técnica eficiente por completo:

«En el caso de los animales que parecen guijarros redondos, cortezas, excrementos de ave, musgo y hojas secas, hay demasiada precisión como para hablar de adaptación. Parecería que el fundamento del mimetismo consistiera en borrar el límite con el entorno. Su función defensiva ha sido negada, tomando en cuenta que los depredadores cazan guiados por el olfato y no por la vista. No se dejan engañar por la homomorfia o la homocromía. En sus estómagos abundan los insectos mimetizados. Algunas orugas imitan tan bien los brotes del arbusto, que animales herbívoros los devoran, incluso se devoran entre sí. Parecería que su disfraz es una invitación al canibalismo».

Si se atiende al camuflaje como posibilidad técnica, ésta se observa en la práctica que realizan animales y humanos con considerables resultados en los que se tienen los beneficios para los que la naturaleza o la tecnología dotan de habilidades al portador, no obstante, debe revisarse también la invitación al canibalismo que plantea Cerón (2003), pero que para este caso es pertinente dado el sentido que se le quiere dar al presente artículo de la imitación dotada por la técnica del camuflaje, la mimesis y otras planteadas como recurso para atraer, seducir y que se hace extensiva a otras ramas de la creación humana como las artes, la arquitectura. Se debe plantear el hecho de que se asume tal técnica como la habilidad para crear imágenes o elementos de las mismas como texturas, colores, etc., con finalidades que representen beneficios. En conclusión, más allá de la revisión semiológica y extensiva a otras áreas, se debe tener en cuenta la pregunta no formulada acerca de la potencia para la representación de la imagen del otro a seducir, que se debe al conocimiento de la víctima, de su entorno y sus costumbres, pero también a una extraña habilidad de representación figurativa al más alto nivel de perfección ante lo que consideramos limitaciones perceptuales y fisiológicas.

Bibliografía

- BRUSATIN, Manlio. *Historia de los colores*. Ed. Paidós. Barcelona, España. 1997.
- COLOR, *Reflexiones*. Fundación Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano. 2003.
- GOURHAN, Ieroi André. *Gesto y palabra*. Universidad Central de Venezuela. 1993.
- KEMP, Matín. *La ciencia del arte*. Akal. Madrid, España. 2000.
- RIFKIN, Jeremy. *La Era del Acceso*. Ed. Paidós. Barcelona, España. 2000.
- VILLAFANE, Justo. MINGUEZ, Norberto. *Principios de Teoría General de la Imagen*. Ediciones PIRÁMIDE S.A. Madrid, España. 1996.

<http://www.fortunecity.com/victorian/bacon/1244/Umpierrez-MundoAnimal.html>