



## Interrelaciones de la memoria con la creatividad y la imagen en la conformación de la cultura<sup>1</sup>

Francisco García-García<sup>2</sup>; Carmen Llorente-Barroso<sup>3</sup>; M. Luisa García-Guardia<sup>4</sup>

Recibido: 5 de julio de 2020 / Aceptado: 19 de diciembre de 2020

**Resumen.** Memoria, creatividad e imagen emergen como tres factores culturales clave en la historia y el devenir de las civilizaciones. La memoria, extraordinario almacén de experiencias y conocimientos, es instrumento imprescindible en los procesos de creación y resolución de problemas. A menudo, vinculada en exclusividad al pasado, la memoria actúa en el presente y su potencial valor de proyección la hace imprescindible en el futuro. En la memoria, la imagen ocupa un lugar destacado, tanto en su dimensión sensorial como en su dimensión mental. El sujeto construye y perfecciona conceptos (imágenes mentales) que le empujan a comportarse de un determinado modo, e imagina, creando imágenes fantásticas, a menudo, a partir de sus recuerdos. El objetivo principal de este artículo es estudiar las conexiones entre memoria, creatividad e imagen para alcanzar un conocimiento más profundo que permita reflexionar sobre tales interacciones y sus oportunidades. Para ello, se plantea una metodología epistemológica coherente y unitaria con enfoque fenomenológico, que explica la complejidad de las interrelaciones y la esencia de los tres conceptos, estudiados en cuanto a fenómenos vitales y a partir del análisis de 76 referencias que abordan estos factores parcial o globalmente. Finalmente, se propone un modelo conceptual construido conforme a todas las interacciones encontradas, abriendo las puertas a investigaciones posteriores.

**Palabras clave:** Memoria; creatividad; imagen; cultura; base de datos; meme.

### [en] Interrelationships of memory with creativity and image in the construction of culture

**Abstract.** Memory, creativity and image emerge as three key cultural factors in the history and evolution of civilizations. Memory, an extraordinary storehouse of experiences and knowledge, is an essential instrument in the processes of creation and problem solving. Memory, often exclusively linked to the past, acts in the present and its potential value of projection makes it basic in the future. In memory, the image plays a relevant

<sup>1</sup> Esta investigación ha sido desarrollada en el marco del Proyecto “COMCIENCIA. Comunicación eficaz, eficiente y responsable para proyectos de investigación competitivos” (CSO2017-82875-C2-1-R) del Programa Estatal de Investigación, Desarrollo e Innovación Orientada a los Retos de la Sociedad (01/01/2018-31/21/2020) del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades, la Agencia Estatal de Investigación (AEI) y el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER).

Mencionado proyecto ha sido concedido a Ciberimaginario (Ref. 36), grupo de investigación consolidado en Comunicación y Cultura Digital de la Universidad Rey Juan Carlos (URJC) (05/03/2020-04/03/2023).

<sup>2</sup> Universidad Complutense de Madrid (España)

E-mail: fghenche@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0001-5394-4804>

<sup>3</sup> Universidad Complutense de Madrid (España)

E-mail: carmenllorente@ucm.es

<https://orcid.org/0000-0001-7710-0956>

<sup>4</sup> Universidad Complutense de Madrid (España)

E-mail: mluisagarcia@ccinf.ucm.es

<https://orcid.org/0000-0002-9818-6602>

role, both in its sensory and mental dimensions. The individual construct and improves concepts (mental images) that push him to behave in a certain way, and imagines, creating fantastic images, frequently from his memories. The main objective of this article is to study the connections between memory, creativity and image in order to reach a deeper knowledge that allows us to reflect on such interactions and their opportunities. To this end, a coherent and unitary epistemological methodology with a phenomenological approach is proposed to explain the complexity of the interrelations and the essence of the three concepts, studied as vital phenomena and based on the analysis of 76 references that address these factors partially or globally. Finally, a conceptual model is built according to all the interactions found, opening ways for future research.

**Keywords:** Memory; creativity; image; culture; data base; meme.

**Sumario:** 1. Introducción. 2. Metodología. 3. Resultados. 3.1. Memoria como capacidad. 3.1.1. Memoria, base de datos y almacén de información. 3.1.2. Memoria creativa. 3.2. Relaciones entre memoria, creatividad, imagen y cultura. 3.2.1. Memoria, aprendizaje y representación visual. 3.2.2. Imagen y arte de la memoria. 3.2.3. Imágenes mentales, imaginación y construcción creativa. 3.2.4. Memoria y huella cultural. 3.3. Memoria, *actio* y palimpsesto. 3.3.1. Memoria y palimpsestación. 3.3.2. Memoria, tiempo y proyecto. 4. Modelo conceptual a partir de la red de conexiones entre memoria, creatividad e imagen. 5. Conclusiones y discusión. 5.1. Alcance de objetivos. 5.2. Conclusiones generales y discusión. Referencias.

**Cómo citar:** García-García, F.; Llorente-Barroso, C.; García-Guardia, M.L. (2021) Interrelaciones de la memoria con la creatividad y la imagen en la conformación de la cultura. *Arte, Individuo y Sociedad* 33(4), 1095-1116.

## 1. Introducción

La memoria se ha considerado una de las potencias del alma, capital y caudal para el entendimiento, y apoyo para la voluntad. La memoria alimenta permanentemente con experiencias la conciencia y la consciencia individual y social a través de los tiempos del ser, pasado, presente y futuro (San Agustín, 2017).

La memoria, ya sea procedimental (implícita) o declarativa (explícita) es tan rica en perspectivas, que según Tulving (2007) existen 256 tipos diferentes de memoria. Esto mismo ya es un signo de la potencia creativa de la memoria, ya que, a la fluencia de los tipos, hay que añadir sus asociaciones, ya sean frecuentes o infrecuentes. La memoria semántica deja todavía más al descubierto su potencialidad creativa, en cuanto que explica cómo la mente representa el significado de las palabras, cómo se pueden combinar entre sí para obtener unidades más complejas, y cómo se pueden predecir inferencias a partir del significado de una palabra u oración (McNamara & Holbrook, 2003; Smith, 1978).

Si se considera que cada tipo de memoria no es independiente de los otros, sino que puede asociarse, combinarse e interrelacionarse, el campo de la memoria está abonado para la creatividad; y la imagen, con ambas. La imagen es el resultado unitario de múltiples miradas y códigos, que se toman de un conocer, de un experimentar, que echa mano de la memoria de lo ya hecho, vivido o pensado, de lo construido como norma o de la ruptura de esa norma, de lo previsto o de lo imprevisible. Todo código exige memoria y se rige por unas leyes que el creador asume o rompe. En la ruptura está el alma de la creatividad. De la combinación de memoria, creatividad e imagen emergen nuevas formas de percibir la historia, sin traicionarla.

## 2. Metodología

El objetivo de esta investigación es analizar cómo las conexiones entre la memoria, la creatividad y la imagen fundamentan la construcción de la cultura. Así, se perfilan varios interrogantes que vertebran esta investigación: Qué tiene la memoria de creatividad, o cómo la creatividad es memoria y/o destrucción de la misma, o cómo la imagen filameta la memoria, en cuanto a reservorio icónico de la misma, o si es la memoria constructiva, abrevadero para la imagen.

La finalidad y la gran aportación de este artículo es la propuesta de un modelo conceptual que permita comprender las interrelaciones entre estos tres conceptos, de modo que sea aplicable a diversas facetas culturales de la sociedad y su progreso.

La metodología utilizada consiste en una configuración epistemológica coherente y dotada de unidad conceptual, construida a partir de los conceptos de memoria, creatividad e imagen y sus relaciones encontradas en 76 referencias que abordan tales aspectos de forma global, parcial, interconectada o aislada. Esta aproximación procura la adquisición de un nuevo conocimiento (Ceberio & Watzlawick, 1998), facilitando la observación de la realidad (Ricci, 1999). Además, este planteamiento se relaciona con la fenomenología, pues busca la “correlación entre la certeza epistemológica y la verdad lógica” (Rizo-Patrón, 2015, p. 383) para explicar la esencia, lo universal y la naturaleza de los fenómenos estudiados (Ángel-Pérez, 2011; Fuster-Guillén, 2019; Husserl, 1998).

Respondiendo al objetivo de esta investigación, los resultados del análisis de las 76 referencias se han clasificado según tres grandes categorías:

1. Memoria como capacidad, entendida como base de datos e instrumento para la creatividad, apuntando la importancia del olvido para su propia funcionalidad. Destacan las aportaciones de autores como Guilford (1950, 1966), McKeon (1973), Csikszentmihalyi (1996), Rossi (2003, 2006), Yates (2005), Treadaway (2009), Sievers (2017), Kenett (2018), Sujatmika, Hasanah y Hakim (2018), Benedek y Fink (2019), Fawcett y Hulbert (2020) o Nogúe-Font (2020).
2. Relaciones entre memoria, creatividad, imagen y cultura, considerando, a) las interconexiones entre memoria, aprendizaje y representación visual, b) la generación creativa en conexión con las imágenes mentales y la imaginación, c) la relación de la memoria con la cultura. Son de significativa importancia, en este punto, las investigaciones de Barthes (1984), Denis y Cocude (1989), Richarson (1991), Wertheimer (1991), Halbwachs (1992), Grupo  $\mu$  (1993), Peterson (1993), Daniels-McGhee y Davis (1994), Csikszentmihalyi (1996), Heidegger (2000), Blackmore (2000), Severi (1996, 2010, 2012, 2015), Gaut (2003), Rossi (2003, 2006), Yates (2005), Ferretti (2006), Bolzoni (2007), Magliano *et al.* (2016), Palmiero, Nori y Piccardi (2017), (Sievers, 2017), Sujatmika, Hasanah y Hakim (2018), Tseng (2018), Mehta y Dahl (2019) o Awad (2020).
3. Memoria, *actio* y palimpsesto, considerando la presencia de la cultura a través del tiempo en sus representaciones y mediante un proceso de palimpsestación. Al respecto, son de especial relevancia los estudios de Barthes (1987), Genette (1989), Cicerón (1991), Cooper (1991), Gombrich (1994), Liestol (1997), Severi (2002), Gaut (2003), Rossi (2003), Bolter (2006), Ferretti (2006) o Benedek *et al.* (2014) o Hintzman (2016).

Una vez extraída la esencia de estas investigaciones, se ha realizado una codificación semántica utilizando ATLAS.ti como instrumento para hallar las coincidencias entre memoria, creatividad e imagen en conexión con la cultura. De este modo, la herramienta ofrece evidencia de la interrelación entre estos tres factores para la construcción de la cultura, facilitando la descripción de un modelo conceptual. No se trata únicamente de construir el saber común por las interconexiones de sus partes, ni de la acción de todas en todas, sino de hacer emerger un nuevo significado, un nuevo discurso, y un nuevo constructo.

### 3. Resultados

#### 3.1. Memoria como capacidad

##### 3.1.1. Memoria, base de datos y almacén de información

La base de datos es una de las formas en las que se manifiesta más claramente la memoria. Es un archivo de informaciones categorizadas según criterios que permiten la integración de los viejos conocimientos con los nuevos en un proceso de etiquetado; este proceso entrena la creatividad y mejora la memoria, ya que cada etiqueta se adapta a la comprensión del contenido etiquetado (Sujatmika, Hasanah, & Hakim, 2018).

Una buena base de datos debe ser accesible, ampliable y adaptativa a las necesidades particulares de su propietario, algo determinante en el desarrollo creativo de algunas personas. De forma general, la generación de respuestas creativas requiere una búsqueda controlada y una recuperación selectiva por parte de la memoria (Benedek *et al.*, 2014), lo que implica que su base de datos sea ágil y flexible.

Las bases de datos tecnológicas pueden borrar por voluntad propia los elementos que deseen, pero la memoria humana se encuentra en la encrucijada de que cuanto más quiere olvidar una cosa, más la recuerda. El olvido, tradicionalmente asociado a problemas relacionados con la memoria, puede servir a varios propósitos relacionados con la misma, pudiendo destacarse tres funciones (Fawcett & Hulbert, 2020, pp. 4-12):

1. El olvido como “Guardian” [Guardián] tiene un rol de protector que suaviza la experiencia personal, dulcificando cualquier elemento negativo, y aportando serenidad.
2. El olvido como “Librarian” [Bibliotecario] facilita la función cognitiva, organizando materiales, seleccionando registros, revisándolos y actualizándolos.
3. El olvido como “Inventor” [Inventor] permite el desarrollo de una visión creativa y flexible del mundo, al fomentar la innovación desde la oportunidad de empezar de nuevo sin las barreras impuestas por presiones anteriores.

Las bases de datos tecnológicas no pueden no elegir lo que marcan los códigos. En sí misma, la tecnología no tiene una asociación libre de sus contenidos, pero sí es un instrumento muy poderoso, fiel y constante para el aspecto asociativo que permite iniciar un acto creativo. Computación e inteligencia artificial ofrecen

nuevas oportunidades epistemológicas en Ciencias Sociales y Humanidades (Lope-Salvador, Mamaqi, & Vidal-Bordes, 2020). Si bien, la memoria de experiencias compartidas que influye en la generación de ideas, también lo hace en la medida en que las herramientas digitales pueden ayudarla (Treadaway, 2009).

Dentro de la memoria, emergen los lugares comunes, que actúan como almacenes de lo familiar, proporcionando materiales y sirviendo de instrumento para la percepción, la creación, la disposición y el establecimiento de lo nuevo en la existencia, la experiencia o la exploración discursiva (McKeon, 1973). Vinculadas a los lugares aparecen las imágenes, y, de manera conjunta, permiten el adecuado funcionamiento de la memoria artificial. Los *loci* son lugares que “la memoria puede aprehender con facilidad”, y las imágenes conforman una suerte de “formas, marcas o simulacros” de lo que el individuo quiere recordar (Yates, 2005, p. 22). Esas imágenes pueden variar y se pueden borrar, pero los lugares son fijos y están ordenados de manera que puedan ser leídos rápida y fácilmente para permitir recordar las imágenes desde cualquier punto (Rossi, 2006). La percepción del mundo físico y las experiencias sensoriales constituyen una fuente de información capaz de estimular el cerebro; se convierten en recuerdos que se “rehacen” en los procesos creativos que alimentan la imaginación (Treadaway, 2009, p. 231).

### 3.1.2. Memoria creativa

La memoria es determinante en la creación, ya que almacena los contenidos a partir de los cuales se generan nuevas asociaciones. En la historia filosófica de la creatividad, la memoria es pilar de la invención (McKeon, 1973). Desde su función asociativa, la memoria se convierte en productora de nuevos datos que alimentan la propia cultura mediante el cambio de símbolos y registros (Csikszentmihalyi, 1996). El proceso creativo implica la producción de algo valioso y original, y suele suponer la intervención del instinto (Gaut, 2003). Guilford (1950) propone un análisis factorial de la personalidad que caracteriza la creatividad a partir de unos patrones aptitudinales que pueden variar en los diferentes ámbitos de la actividad creativa. Además, plantea un modelo de resolución de problemas (Guilford, 1966), capaz de ilustrar el proceso creativo (Figura 1).

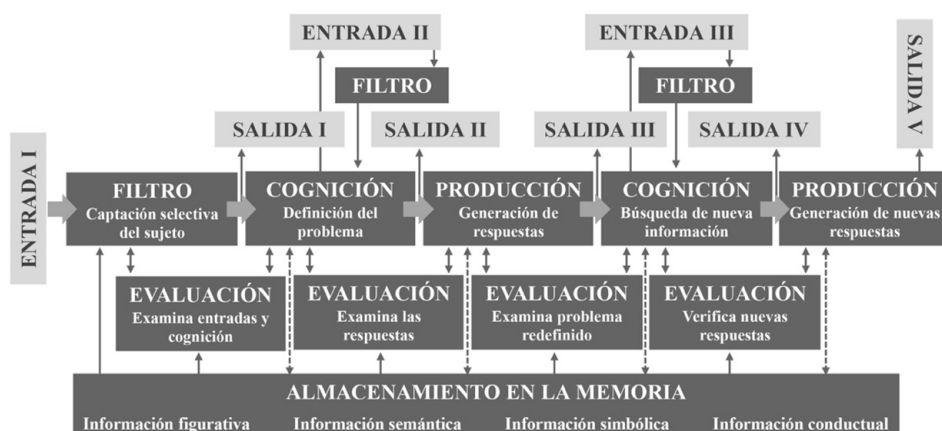


Figura 1. Modelo de resolución de problemas de Guilford.  
(Elaboración propia a partir de Guilford (1966, p. 24)).

Este modelo (Figura 1) difiere de los clásicos (Dewey, 1910; Wallas, 1926), al enfatizar la no linealidad del pensamiento en su proceder. Este proceso implica operaciones divergentes y convergentes, capaces de involucrar hasta cuatro actividades (exploratorias, reflexivas, tácitas y analíticas) que, desencadenadas por impulsos y motivaciones, generan actos creativos (Augello *et al.*, 2016).

Según la propuesta de Guilford (1950, 1966), la memoria es esencial para la fluidez, entendida como el número de respuestas a una cuestión dada o la cantidad de soluciones; se trata pues de un elemento cuantitativo. La fluidez se relaciona con el aspecto asociativo de la flexibilidad, con lo original (por el valor probabilístico, ya que a mayor cantidad de ideas, mayor posibilidad de originalidad), con la elaboración en el sentido de escoger la mejor opción, y con la coherencia interna en la conexión de unas partes con otras.

En cuanto a las imágenes, la fluidez genera muchas imágenes mentales, ya sean visuales, auditivas, táctiles, olfativas o gustativas. La relación entre estas memorias descansa en la sinestesia. Un gran ejemplo de ello es la famosa magdalena de *En busca del tiempo perdido* (Proust, 1927), su sabor y olor transporta al protagonista a un momento pasado de su infancia en Combray. Algunas imágenes plásticas son tan intensas que suscitan emociones gracias al poder de la imaginación, que puede hacer “tocar, percibir sonidos, sabores, olores” (Rossi, 2003, p. 72).

La flexibilidad se mide en términos de asociación. El concepto de Bollas (2009b) del objeto evocador conecta con la utilización de la libre asociación, ya que suscita un número casi ilimitado de asociaciones (Sievers, 2017) y hace aflorar sentimientos. La generación de ideas se caracteriza por procesos de memoria constructiva que están apoyados por una atención dirigida a objetivos (como la búsqueda, la recuperación, la integración y la simulación) (Benedek & Fink, 2019). Estas asociaciones encuentran distintos modos de manifestación, comunes o insólitos, y, según sea el grado de sorpresa e imprevisibilidad, concitarán distinto grado de originalidad.

Treadaway (2009) sostiene que los procesos creativos dependen, en gran medida, de los recuerdos que el individuo tiene de su propia experiencia física, y que las herramientas digitales de apoyo a la práctica creativa podrían utilizarse para enriquecer la estimulación multisensorial.

Respecto a la creación de obras de arte, Augello *et al.* (2016) consideran que la intervención, tanto de la memoria a largo plazo como de la memoria de trabajo, genera sustituciones y combinaciones novedosas a partir de una imagen percibida, mezclando partes de imágenes procedentes de diferentes dominios. Nogúe-Font (2020) propone una aproximación a la construcción de significados durante los procesos de creación, indagando en la experiencia creativa y en la mutación casi incontrolable de significaciones de sus obras. La aplicación de la teoría de redes computacionales al estudio de los sistemas de memoria permite representar redes semánticas que relacionan la memoria con la creatividad, permitiendo detectar diferencias individuales (Kenett, 2018).

## **3.2. Relaciones entre memoria, creatividad, imagen y cultura**

### **3.2.1. Memoria, aprendizaje y representación visual**

Algo determinante tanto en la potenciación de la memoria como en la generación creativa es el aprendizaje. Los maestros emergen como grandes creadores de

la sociedad; tienen la responsabilidad de saber afinar lo que conocen del pasado que está en el presente y que servirá en el futuro. Han de promover la verdad, la lealtad, la fiabilidad y la fidelidad a la memoria, según su conciencia, orientando al alumno para construir su propia memoria. Sujatmika, Hasanah y Hakim (2018) indican que los modelos que combinan distintos tipos de interacciones en el proceso de aprendizaje pueden mejorar la creatividad y la memoria. La memoria del maestro es un instrumento para facilitar la memoria del alumno. Sin memoria el ser humano se convierte en esclavo, y acabará repitiendo los fallos previos constantemente o se quedará anémico para construir un porvenir. Así que uno de los nodos principales de la memoria que construye realidad social es el aprendizaje, y esa construcción pasa por el factor del discurso.

El discurso es la expresión de una representación que hace presente lo ausente, aquello que se tiene en la memoria o se ha inventado gracias a las conexiones que permite. Hasta que una realidad no se convierte en discurso es autónoma, pero una vez expresada puede ser manipulada de manera constructiva. Los elementos constitutivos propios del discurso son orden, duración y frecuencia, que ofrecen una posibilidad nueva para la materialización de la memoria. Los recursos de gestión de la información tanto visual como verbal que posee la memoria, ayudan a la comprensión de las narrativas secuenciales sin palabras, permitiendo la generación de inferencias (Magliano *et al.*, 2016).

La retórica aporta nuevas perspectivas discursivas y estéticas. Una metáfora es una pieza creativa lograda mediante un acto imaginativo, pero también guía otros actos creativos a través del estímulo de la búsqueda activa, pidiendo a la audiencia que piense en un objeto en términos de otro (Gaut, 2003). Más allá de las metáforas, el paradigma retórico permite el análisis de creatividades aplicadas a realidades sociales como la publicidad (Llorente-Barroso, 2011) que aprovecha “su creatividad, sus estrategias de invención, sus estructuras formales y su verdad, su verdad metafórica, para persuadir” (García-García, 2007, p. 167). De este modo, la retórica está en todas partes, y se materializa en signos incapaces de abarcar la realidad que refieren (García-García, 2005); se manifiesta en discursos y lenguajes, entendiendo que “el lenguaje es la casa del ser” y “en su morada habita el hombre” (Heidegger, 2000, pp. 11-12).

La imagen sensorial, por semejanza, simbolismo y testimonio, alimenta la memoria en cuanto a documento de substancia específica que facilita el recuerdo. Símbolos e imágenes siempre se han considerado útiles para recordar (Rossi, 2006). Awad (2020) utiliza la metáfora de la vida social de las imágenes, estudiando su ciclo de vida según se van tomando prestadas en un diálogo visual continuo. Las fotografías, vistas años después, a menudo, traen a la memoria experiencias profundas, pasadas y, de alguna manera, olvidadas (Sievers, 2017). Esta idea conecta con la noción de Barthes (1984, p. 87) de que “every photograph is a certificate of presence” [cada fotografía es un certificado de presencia], y con la memoria fotográfica que, en la cultura de hace siglos, estaba más extendida y asignaba a las imágenes la labor de “fijar los conceptos en la memoria, actuar sobre la voluntad y modificar consecuentemente los comportamientos” (Rossi, 2003, pp. 56-57). Pero ello no implica que, necesariamente, la memoria fotográfica remita a la verdad. En esta línea, Mullet y Marsh (2016) consideran que la memoria puede ser poco fiable, ya que genera falsos recuerdos que, a veces, persisten. De hecho, una vez se desarrolla un falso recuerdo no se puede distinguir de uno real ni en la confianza

hacia el mismo ni en la pretensión de recordarlo, algo que se potencia en la etapa infantil (Strange, Hayne, & Garry, 2008).

La imagen es una substancia con mucha potencia en la generación de recuerdos y la capacidad creativa del individuo. No en vano, el Grupo  $\mu$  (1993) ofreció a la imagen un estatus superior al del lenguaje.

### 3.2.2. Imagen y arte de la memoria

La importancia de la imagen para el ejercicio de la memoria se manifiesta en cualquier tratado de *Ars memorativa*. Es preciso diferenciar entre el arte de la memoria y el arte propiamente dicho, si bien, se han solapado en alguna ocasión, ya que, de una parte, en la formación de imágenes para el recuerdo, muchos individuos externalizan, mediante la expresión, imágenes internas, y de otra parte, muchas obras se configuran como imágenes del recuerdo (Yates, 2005).

Desde una perspectiva técnica, la esencia del arte de la memoria reside en que permite registrar un conocimiento nuevo en la memoria y asociarlo con uno ya existente (Severi, 1996). En cuanto a arte, la memoria procura incorporar cierta regularidad y orden en la mente, liberando imágenes fluctuantes y sustituyendo las imágenes naturales por artificiales o construidas (Rossi, 2003). Estas imágenes de la memoria no son meros instrumentos, “tienen una fuerza, una vitalidad [...] a la que puede sucumbirse” (Bolzoni, 2007, p. 194).

Según Yates (2005) el lugar que ha ocupado el arte de la memoria en la tradición europea ha variado según cada época; así, durante la Edad Media, el arte de la memoria ocupó un lugar principal a través de las teorías de los escolásticos, que conectaban con la imaginería medieval propia del arte, la arquitectura y la literatura. Mientras que, durante el Renacimiento, la importancia del arte de la memoria disminuyó en la tradición humanista, pero se incrementó en la tradición hermética.

Para Rossi (2003, p. 23) las artes de la memoria emergen como enciclopedias que sirven como instrumentos y se fundamentan “en el estudio de las asociaciones mentales y en el poder evocativo de las imágenes”. Si bien, se ha criticado a la imagen por ser un vehículo débil y variable (por su capacidad connotativa) para transmitir el verdadero sentido de una tradición (Severi, 2010; Severi, 2015). Pero la función de la imagen en el proceso de memorización y tradición es evidente en la pictografía, que emerge como una forma de arte de la memoria que conecta, por un lado, “memoria, clasificación e inferencia”, y por otro, “conmemoración, ideación e imaginación poética” (Severi, 2010, p. 219). En este sentido, los pictogramas se enmarcan en el contexto de prácticas socializadas y tradicionales que actúan como “artefactos mentales” imprescindibles para el aprendizaje oral (Severi, 1996, p. 202; Severi, 2012).

### 3.2.3. Imágenes mentales, imaginación y construcción creativa

Más allá de la substancia material, las imágenes mentales son determinantes en ciertos procesos creativos y de resolución de problemas. Para Ferretti (2006) las imágenes mentales son producto de la información memorizada, y su rol en los procesos creativos está relacionado con la percepción. Los individuos no solamente están capacitados para construir imágenes mentales a partir de descripciones verbales, sino que tales imágenes poseen propiedades similares a las de las imágenes



derivadas de la percepción, pudiendo servir a las mismas funciones cognitivas (Denis & Cocude, 1989). Una variedad de protocolos ha demostrado la asociación entre las imágenes mentales y la creatividad, poniendo en evidencia el uso de tales imágenes mentales en la producción científica y artística (LeBoutillier & Marks, 2003). Un sujeto puede generar soluciones creativas recurriendo a sus imágenes mentales durante el proceso de resolución de un problema, de modo que tales imágenes se convierten en parte de su repertorio de estrategias resolutivas (Peterson, 1993). Este proceso es posible porque la memoria no solamente implica la adquisición mecánica y pasiva de informaciones y recuerdos, sino que permite la reconstrucción mental que involucra la conmemoración en relación “al ejercicio mismo del pensamiento” y “de la representación mental” (Severi, 2010, p. 220).

Daniels-McGhee y Davis (1994, p. 157) hablan de las “thought images” [imágenes del pensamiento] como frágiles representaciones subjetivas que incluyen las imágenes de la memoria y las imágenes de la imaginación, pudiendo implicar cualquier modalidad sensorial. Al respecto, Yates (2005, p. 91) manifiesta que la memoria recoge las imágenes de las impresiones sensoriales, por lo que, en cierto modo, pertenecen “a la misma parte del alma a la que pertenece la imaginación”. Las imágenes mentales son una experiencia “privada” o “subjetiva” del individuo, ya que no se pueden observar de forma directa las de otras personas (Richardson, 1991, p. 277). Palmiero, Nori y Piccardi (2017) descubren que la fluidez en la ideación visual es mayor que en la ideación verbal; además, indican que la capacidad de crear dibujos estéticos se relaciona con la habilidad para generar y transformar con precisión las imágenes mentales (Palmiero, Nori, & Piccardi, 2016).

La imagen sensorial (material/visual) ayuda al fortalecimiento de esquemas mentales que favorecen la creatividad; de hecho, se ha confirmado que la visualización de imágenes es sensible a los procesos de construcción de modelos mentales (Magliano *et al.*, 2016). Rossi (2003, p. 49) advierte que las imágenes para ser eficaces “deben funcionar como verdaderos excitantes para la imaginación”. Tseng (2018) descubrió que los bocetos ambiguos catalizan procesos de traducción visual más sofisticados y potencian el flujo de ideas, apoyados en la recuperación perceptiva. Campos y González (1994) indican que la interacción entre imagen e inteligencia influye en tres medidas de creatividad: Originalidad, abstracción de títulos y resistencia a la clausura prematura.

En la imaginación de las personas con discapacidad visual cobra especial relevancia el recuerdo de olores y formas, tanto para asimilar la información en la memoria como para desarrollar el proceso creativo (Llamazares-de-Prado, Arias-Gago, & Melcon-Álvarez, 2017) y generar imágenes mentales. En la línea de las imágenes ausentes, la memoria de los sueños fomenta aspectos de la creatividad; una mayor consciencia de los episodios oníricos aumenta la creatividad, al relajar el patrón de las pautas asociativas estereotipadas (Sierra-Siegert *et al.*, 2016).

También en la cosificación de la fantasía se aprecia el recuerdo de los hechos reales, de las cosas parecidas y de la imaginación. Las imágenes de la imaginación se cosifican y surgen de la construcción por partes, como en los mitos griegos (Pegaso, mitad hombre, mitad caballo; ser inteligente, potente y bello). El trabajo sobre la cognición creativa ha contribuido a comprender cómo los sujetos reconocen las asociaciones remotas y combinan esos conceptos vagamente conectados para generar soluciones originales y eficaces (Mehta & Dahl, 2019). Una vez esa idea imaginaria queda en la memoria, se puede llevar a la *actio* (producción) cuando se

requiera, buscando el perfeccionamiento en la elaboración concreta. La precisión de las imágenes mentales en el reflejo de los objetos es precisamente fruto de un proceso de elaboración mediante un aprendizaje que reduce de manera progresiva cada región de incertidumbre (Denis & Cocude, 1989).

Al mismo tiempo, la creatividad de un producto incide positivamente en la generación de un recuerdo; aunque sea a corto plazo. Por ejemplo, en el ámbito de la publicidad, la creatividad del mensaje tiene un efecto positivo en la memoria, aumentado el recuerdo publicitario (Baack, Wilson, & Till, 2008).

### 3.2.4. Memoria y huella cultural

La memoria deja la huella de lo que pasó y se convierte en instrumento iluminador del presente y del futuro. Reivindica su poder de asociación, de potencia y de acto. La memoria, como la historia, no son estáticas, sino dinámicas. Ambas pueden hacer el esfuerzo de recordar, pero no pueden hacer el esfuerzo de olvidar. El carácter de la memoria es asociativo, versátil, imprevisible.

Los recuerdos no son meros fragmentos de información almacenados en el cerebro; siempre están alimentados por memorias colectivas de varios contextos sociales (Sievers, 2017). Para Halbwachs (1992) la memoria colectiva es una construcción social, fruto de los recuerdos que los miembros de un grupo han construido durante largos períodos de tiempo. A este respecto, el objeto evocador al que se refiere Bolla (2009a) contiene un significado personal, pero también social y cultural. Severi (2012) considera que la memoria social parece construida, casi exclusivamente, a partir de la palabra, cuando las imágenes tienen un rol esencial en la transmisión del conocimiento.

La necesidad del hombre de recordar y generar una memoria externa que perdure durante civilizaciones ha llevado al surgimiento de soportes (piedra, papiros, literatura oral, imprenta, fotografía, textos, imágenes digitales) que recorren el tiempo y se van sumando, alternativa y simultáneamente, unos a otros, apelando de nuevo a la memoria y a las estrategias discursivas. La memoria del mundo se genera y transmite gracias a la multiplicidad de soportes que han tenido su manifestación en archivos y repertorios. La importancia del coleccionismo entre los siglos XVI y XVII recuperó “las viejas metáforas de la memoria como estancia del tesoro” y “cofre del saber” (Bolzoni, 2007, p. 318). De este modo, se va creando memoria *mundi* e inteligencia colectiva.

Los contenidos de la memoria colectiva proceden de muchas fuentes; de la propia historia y sus documentos, de toda la creación literaria, icónica, pictórica, más todo el procedimiento popular. “Los flujos de producción, modificación, intercambio y remixación de contenidos responden a lógicas propias de entes colectivos que irradian una suerte de inteligencia colectiva y que generan un acervo memético” (García-García & Gértrudix-Barrio, 2011, p. 135).

La memoria es selectiva, elige elementos para que el recuerdo sea más perfecto y esté más elaborado, dando origen a tendencias como el barroquismo (juego de superabundancia que busca la armonía y la coherencia por la memoria) y el minimalismo (apuesta de la memoria por los rasgos mínimos de creación discursiva o icónica). En ambos extremos hay un trabajo creativo, que busca lo pertinente para la buena forma o pregnancia (Wertheimer, 1991), y es determinante en la memoria para la construcción de estructuras congruentes.

La memoria juega un papel esencial en la creación, el mantenimiento y la difusión de la cultura. Csikszentmihalyi (1996) considera que los memes son unidades de información que actúan como genes en la evolución de la cultura. El meme es una entidad que tiene la capacidad de ser transmitida de un cerebro a otro, si bien, siempre existe un proceso de selección natural que hace que unos memes sean más exitosos que otros en su posibilidad de réplica (Blackmore, 2000; Dawkins, 2016). La imitación es el proceso mediante el cual los memes se replican (Dawkins, 2016), pero la variación también es un atributo de los memes, ya que por más próxima que sea la réplica, jamás será idéntica (Blackmore, 2000).

La transmisión de memes está ligada a un proceso de mezcla y mutación constantes (Dawkins, 2016) que encaja con la interpretación de la teoría evolutiva de Darwin como proceso algorítmico (Dennett, 1995). A este respecto, los memes se definen como “contagious patterns” [patrones contagiosos] de cualquier tipo de información cultural que propagan las mentalidades clave de un grupo social (Lankshear & Knobel, 2006, p. 128); así, los individuos transmiten a sus descendientes los conocimientos que poseen (Csikszentmihalyi, 1996).

En relación con los memes, emerge la creatividad y su forma de alimentar la cultura misma. En el documental *Everything is a Remix*, Ferguson (2015) plantea la importancia de la copia para la generación creativa de la cultura. La hibridación emerge como proceso de combinación enmarcado en la Cultura Remix (Latterell, 2009) y una herramienta al servicio creativo (García-García & Gétrudix-Barrio, 2011). De hecho, según Ferguson (2015), los creadores copian y transforman creaciones previas, proponiendo obras fundamentadas en remezclas.

### 3.3. Memoria, *actio* y palimpsesto

#### 3.3.1. Memoria y palimpsestación

Para la retórica clásica, la *memoria* es una etapa, previa a la *actio*, en la que el orador prepara su discurso antes de su puesta en escena (Llorente-Barroso, 2009). La memoria es la “cámara del tesoro de las ideas” proporcionadas por la invención, y el “guardián de todas las partes de la retórica” (Cicerón, 1991, p. 212). Depositaria del tesoro retórico, la memoria se puede analizar en conexión a la hipertextualidad para comprender diversas representaciones identitarias, como las de los símbolos corporativos (Llorente-Barroso & García-García, 2015).

La cultura, entendida como resultado de una sedimentación del saber y la experiencia, remite a todo tipo de memoria. Para Cooper (1991) la memoria explícita es responsable del recuerdo consciente de experiencias recientes; es un tipo de memoria episódica, determinante en el proceso creativo, al estar implicada en múltiples tareas de pensamiento divergente (Madore, Jing, & Schacter, 2016); mientras que la memoria implícita es responsable de la recuperación no intencional para el desarrollo de tareas que no requieren recuerdo consciente.

La memoria ejerce sobre el palimpsesto, reconoce lo que se escribió antes en él. Bolter (2006) entiende el palimpsesto como un manuscrito medieval en el que las páginas se han reutilizado, de modo que deja rastro de la superposición de varios textos. La memoria actúa como tesoro del pasado, acumulando pensamientos, imágenes, textos escritos y orales, artísticos y coloquiales, según un procedimiento

palimpsestico por el cual suma en capas los recuerdos almacenados sin oscurecer el pasado. Aquí reside el concepto de sabiduría, que es lo que queda cuando se olvida.

El palimpsesto, a través de vínculos y nuevos vínculos, promueve la creación. La persistencia de la memoria en la trayectoria de los tiempos permite que haya historia, en cuanto a recuerdo y en cuanto a conexión de los tiempos: *Historia magistra vitae*. Otra cosa es que tales recuerdos se ordenen cronológicamente. Hintzman (2016) cuestiona las hipótesis que afirman que los recuerdos se organizan cronológicamente y que esa contigüidad sea un principio fundamental para el aprendizaje en relación con el funcionamiento de la cognición.

En relación con el palimpsesto, Genette (1989) habla de la transtextualidad como todo lo que pone al texto en relación, manifiesta o secreta, con otros textos. Dentro de estas relaciones, la hipertextualidad conecta un texto B (hipertexto) con un texto anterior A (hipotexto), en el que se inserta de una manera que no es la del comentario. Para Liestol (1997) el concepto de hipertexto nace como necesaria respuesta a las dificultades de reducir y ordenar complejas estructuras mentales del pensamiento en la forma lineal que impone la representación lingüística. Bolter (2006) ofrece una interpretación del hipertexto como huella de la humanidad a lo largo de su existencia. Al respecto, Barthes (1987) considera que el texto es como un cúmulo de escrituras no originales y encontradas, una especie de tejido de citas que proceden de diversos focos de la cultura.

El hipertexto se adhiere como referencia a la memoria, pero también al discurso, de tal forma que existen estrategias y técnicas mediante las cuales el discurso se confía a la memoria, implicando navegación (Liestol, 1997). La navegación está relacionada con el hipertexto de dos formas, como guía de producción y de lectura, y como alternativa de recorrido. El creador trabaja la referencia y el discurso en la memoria, y también a través de la memoria, el receptor recupera toda la información a nivel de guía o de alternativa de recorridos en el discurso, apropiándose el texto desde una nueva perspectiva. Es un modo de crear y recrear.

### 3.3.2. Memoria, tiempo y proyecto

La memoria es como el ángel de la historia; gracias a que hay memoria, hay historia. La memoria, como la historia, es virtualidad y acto. Ejerce como conector de los tiempos y medio de navegación en función “de lo que se dijo, de lo que se está diciendo y de lo que se dirá” (Liestol, 1997, p. 125). Si bien, el “tiempo recordado será concebido como expandido o contraído dependiendo de la vivacidad de las imágenes evocadas” (Rossi, 2003, p. 87). La memoria indaga en lo existente, recogiendo las informaciones propias y prestadas, actuales y pasadas.

La memoria recuerda lo que se hizo, y la fidelidad en la memoria hace que se tenga plena certeza, pero tal certeza ni es la verdad ni la experiencia, sino el sentimiento de que lo que se piensa es lo que se cree que pasó. Creer algo es estar comprometido con su verdad, es decir, una creencia apunta a la verdad, lo que no implica que la creencia tenga éxito en la consecución de este fin, ya que hay falsas creencias, pero la creencia lo es por tener ese fin (Gaut, 2003). Severi (2002) apunta que muchos antropólogos interpretan los rituales como representaciones simbólicas que procuran crear una creencia.

La memoria indaga, recoge, guarda, justifica, relaciona, recupera y, por fin, actualiza. El acto se instaura en el ahora, trayendo al presente los recuerdos, pero no

hay recuerdos sin tener memoria de ellos. El tiempo es, también, problemático para la memoria, ya que va eliminando las cosas por la economía del saber y de la propia memoria. La memoria es un museo que asegura la presencia del pasado en el ahora de la exposición, al tiempo que da pistas para entender el futuro. Así, la memoria “coloniza el pasado y lo organiza sobre la base de las concepciones y las emociones del presente” y al vincularse con la identidad lo hace “con la propia persistencia en el futuro” (Rossi, 2003, pp. 87, 27).

Deseos y proyectos, entendidos como finalidad ulterior, prevén las acciones necesarias para alcanzarlos, haciendo memoria de lo necesario. Desde este punto de vista, se puede pensar en la memoria del futuro, esencial para crear y tener capacidad de imaginar. La imaginación entra en juego cuando no existe suficiente información perceptiva, activando la creatividad (Gaut, 2003); en estos casos, las imágenes mentales se convierten en un buen sustituto de las percepciones reales, gracias a la similitud estructural y funcional entre ambas (Ferretti, 2006). La percepción aparece influenciada por el recuerdo de experiencias previas; el individuo trae al presente influencias personales y culturales que, previamente, ha experimentado y aprendido (Treadaway, 2009). En este sentido, el sujeto percibe “the product of past experience and future expectations” [El producto de la experiencia pasada y de las expectativas futuras] (Gombrich, 1994, p. 28).

Después de imaginar, se proyecta, y este proyecto se convierte en causa final; todo lo que se hace, se hace por él. La memoria del futuro activa el pensamiento, la imaginación y la inteligencia divergente y convergente, conectando con la voluntad. Las necesidades del proyecto activan la memoria, que recupera lo que se va guardando y clasificando en una infinita base de datos. Una alta capacidad de actuación o una elevada capacidad de memoria funcional facilitan la búsqueda y manipulación controlada de un mayor número de conceptos, lo que incide positivamente en la incentivación del pensamiento creativo (Benedek *et al.*, 2014).

#### **4. Modelo conceptual a partir de la red de conexiones entre memoria, creatividad e imagen**

A partir de los resultados se han observado interconexiones entre memoria, creatividad e imagen. Establecer una red semántica entre ellas permite enriquecer esta investigación, respondiendo, además, a la finalidad de la misma.

Para ello, se ha realizado un análisis discursivo de los hallazgos obtenidos en el estudio epistemológico, utilizando la herramienta ATLAS.ti.

En una primera fase, se procedió a la codificación de cada elemento discursivo. Posteriormente, se hizo un análisis de coocurrencias entre los diferentes códigos principales y asociados, que permitió determinar las relaciones de mayor fuerza o intensidad según el coeficiente de coocurrencia (COO)<sup>5</sup> en las diferentes categorías identificadas en el análisis de las referencias, y que se resumen en el apartado de resultados.

---

<sup>5</sup> El coeficiente de coocurrencia (COO) es un número entre 0 y 1, que mide la fuerza o intensidad con la que coocurren dos códigos según su frecuencia de coincidencia. Se entiende que cuanto más alto es este coeficiente, más fuerte o intensa es la relación entre estos dos códigos (Friese, 2019; 2020).

La Tabla 1 muestra las coocurrencias o coincidencias más destacadas entre los códigos hallados según los diferentes COO para cada relación. Como se evidencia, existen coincidencias detectadas entre memoria-creatividad (COO=0,32), memoria-imagen (COO=0,22), creatividad-imagen (COO=0,20). Además, son interesantes las coocurrencias halladas entre cultura-colectivo (COO=0,31) y cultura-discurso (COO=0,31) en relación con la memoria. Las coincidencias en el tratamiento de los tiempos y su interpretación vinculada al uso que la memoria hace de ellos es, también, destacable; en este sentido, la coocurrencia más remarcable es la observada entre presente-pasado (COO=0,50). Las coocurrencias entre creatividad-asociación (COO=0,37) y creatividad-*actio* (COO=0,36) responden, en gran medida, a la explicación del propio proceso creativo que, en sí, es acto y requiere de asociaciones para generar las nuevas ideas.

Tabla 1. Coocurrencia entre códigos<sup>6</sup> a partir de COO.  
(Elaboración propia con ATLAS.ti).

	Me	Cr	Im	Cu	Ac	As	Col	Con	Di	Pr	Pa	Fu
Me C=144	0,00	<b>0,32</b>	0,22	0,20	0,27	0,26	0,11	0,23	0,16	0,12	0,13	0,10
Cr C=80	<b>0,32</b>	0,00	0,20	0,17	<b>0,36</b>	<b>0,37</b>	0,08	0,19	0,10	0,03	0,03	0,05
Im C=64	0,22	0,20	0,00	0,18	0,15	0,20	0,10	0,15	0,12	0,04	0,06	0,01
Cu C=53	0,20	0,17	0,18	0,00	0,14	0,16	<b>0,31</b>	0,22	<b>0,31</b>	0,09	0,10	0,04
Ac C=70	0,27	<b>0,36</b>	0,15	0,14	0,00	0,29	0,06	0,15	0,12	0,11	0,09	0,06
As C=72	0,26	<b>0,37</b>	0,20	0,16	0,29	0,00	0,05	0,19	0,10	0,07	0,08	0,08
Col C=24	0,11	0,08	0,10	<b>0,31</b>	0,06	0,05	0,00	0,17	0,16	0,02	0,04	0,05
Con C=51	0,23	0,19	0,15	0,22	0,15	0,19	0,17	0,00	0,12	0,11	0,15	0,06
Di C=40	0,16	0,10	0,12	<b>0,31</b>	0,12	0,10	0,16	0,12	0,00	0,03	0,03	0,00
Pr C=20	0,12	0,03	0,04	0,09	0,11	0,07	0,02	0,11	0,03	0,00	<b>0,50</b>	<b>0,31</b>
Pa C=25	0,13	0,03	0,06	0,10	0,09	0,08	0,04	0,15	0,03	<b>0,50</b>	0,00	<b>0,34</b>
Fu C=18	0,10	0,05	0,01	0,04	0,06	0,08	0,05	0,06	0,00	<b>0,31</b>	<b>0,34</b>	0,00

<sup>6</sup> Codificaciones: Me (Memoria); Cr (Creatividad); Im (Imagen); Cu (Cultura); Ac (*Actio*); As (Asociación); Col (Colectivo); Con (Conocimiento); Di (Discurso); Pr (Presente); Pa (Pasado); Fu (Futuro); C (codificaciones totales asociadas).

Atendiendo a estas relaciones entre códigos se ha diseñado la siguiente red semántica (Figura 2), que permite entender las interconexiones detectadas en el análisis de coocurrencias entre memoria, creatividad e imagen, así como entre otros factores que contribuyen a la construcción de la cultura. Esta propuesta conforma un modelo conceptual que procura ofrecer un nuevo significado sobre la influencia de memoria, creatividad e imagen en la retroalimentación constante de cada una de ellas y en su aportación determinante en la configuración de la cultura.

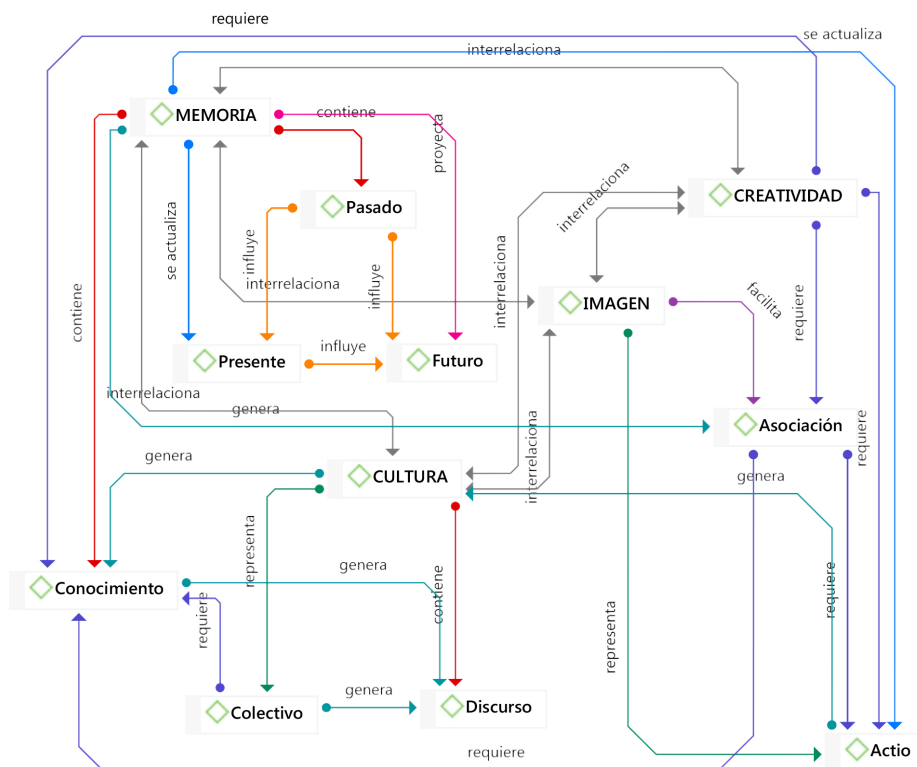


Figura 2. Modelo conceptual a partir de la red de interconexiones entre memoria, creatividad e imagen y otros factores asociados. (Elaboración propia con ATLAS.ti).

Este modelo (Figura 2) conecta varios conceptos, apoyándose en diferentes tipos de vínculos. Así, se observan relaciones múltiples, que se repiten con mayor o menor frecuencia, y presentan diversas propiedades, explicadas previamente de forma sintética, en razón a la brevedad (Tabla 2). En resumen, el modelo refleja que la cultura es generada por la memoria, representa al colectivo, genera conocimiento, contiene discursos, interrelaciona con la creatividad y la imagen, y requiere *actio*; pero a su vez, cada uno de los factores relacionados con la cultura encuentra relaciones con otros factores que la integran, y estos factores con otros. Todos aportan riqueza semántica, configurando una red a modo de tupido tejido de factores y relaciones con su significado y su sentido.

Tabla 2. Relaciones establecidas entre factores.  
(Elaboración propia con ATLAS.ti).

ID	Relación	Uso	Descripción
●	contiene	3	Relación meta entre un concepto y elementos que atesora
●	interrelaciona	6	Relación recíproca entre conceptos o entidades
●	facilita	1	Vinculación entre un agente y lo que produce o cataliza
●	genera	5	Relación de creación entre un factor y su producto
●	influye	3	Vínculo de incidencia de un factor sobre otro
●	proyecta	1	Relación de proyección entre un concepto y otro
●	representa	2	Relación de representación de un elemento respecto a otro
●	requiere	6	Vínculo de requerimiento de un factor respecto a otro
●	se actualiza	2	Vínculo para la producción de un factor por mediación de otro

## 5. Conclusiones y discusión

### 5.1. Alcance de objetivos

La metodología epistemológica con enfoque fenomenológico de esta investigación permite describir y explicar la complejidad de las interrelaciones y la esencia misma de los factores que han vertebrado esta propuesta: Memoria, creatividad e imagen. Tres fenómenos vitales que interaccionan también con la cultura y permiten entender la evolución misma de las civilizaciones a través de sus diversas relaciones y manifestaciones.

Se alcanza, así, el objetivo de esta propuesta, descubriendo lo verdaderamente importante desde el análisis holístico e interconectado de memoria, creatividad e imagen, entendidas como partes de un todo significativo vinculado a la experiencia de la que forman parte (Fuster-Guillén, 2019), la cultura.

### 5.2. Conclusiones generales y discusión

Los hallazgos conseguidos han permitido extraer una serie de conclusiones generales de interés para abrir nuevas líneas de investigación vinculadas a las interconexiones entre memoria, creatividad, imagen y cultura:



1. La memoria facilita la creatividad.

La memoria permite integrar los conocimientos (viejos y nuevos) mediante un proceso de catalogación que facilita su recuerdo y comprensión, al tiempo que entrena la creatividad (Sujatmika, Hasanah, & Hakim, 2018). En este sentido, la memoria es guardián y tesoro de ideas (Cicerón, 1991). La memoria, por tanto, es esencial para la creatividad, que precisa una búsqueda controlada y una recuperación selectiva de los contenidos memorizados (Benedek *et al.*, 2014). Hasta el olvido protege la memoria, ayudándola a catalogar contenidos e incentivando la creatividad (Fawcett & Hulbert, 2020).

2. La creatividad es clave en la generación de la cultura, que lo es gracias a la memoria.

Csikszentmihalyi (1996) definió la creatividad como un proceso que permitía el cambio de dominios simbólicos en la cultura. Guilford (1966) contempló esta relación memoria-creatividad en su proceso de resolución de problemas, advirtiendo la constante intervención de la memoria en la generación de soluciones creativas.

3. La imagen conforma una de las sustancias predilectas en la construcción creativa.

En su dimensión material, las imágenes son testigos presenciales de un recuerdo (Barthes, 1984) y capaces de potenciar la imaginación (Rossi, 2003). Desde un punto de vista creativo, adquieren un nivel supremo de importancia en su dimensión intangible. Las imágenes mentales son fruto de los contenidos almacenados en la memoria (Ferretti, 2006), representaciones subjetivas que mezclan recuerdos e imaginación (Daniels-McGhee & Davis, 1994). A este respecto, cobran especial interés las artes de la memoria que reconocen el poder evocativo de las imágenes (Rossi, 2003), su fuerza para crear recuerdos (Yates, 2005) y su capacidad para potenciar la imaginación (Rossi, 2003; Severi, 2010).

4. La memoria guarda y dinamiza la cultura.

Memoria y cultura se conectan a través del concepto de meme, que Csikszentmihalyi (1996) definió como el gen que hace posible la evolución de la cultura. Se trata de un replicante evolutivo que permite la difusión de la cultura y su creación misma a partir de la imitación (Blackmore, 2000; Dawkins, 2016; Dennett, 1995; Lankshear & Knobel, 2006) y la remezcla o la hibridación (Ferguson, 2015; García-García & Gértrudix-Barrio, 2011; Latterell, 2009). Así entendida, la cultura torna palimpsesto (Bolter, 2006), reutilizando las páginas de generaciones para dejar rastro de la superposición de los tiempos. Cada nueva manifestación cultural es, metafóricamente, un hipertexto (Genette, 1989) de un antecesor al que no elimina, sino del que se alimenta creativamente. Los recuerdos están nutridos por memorias colectivas (Sievers, 2017) entendidas como construcciones sociales elaboradas por los miembros de un grupo a lo largo del tiempo (Halbwachs, 1992) que van creando un acervo memético (García-García & Gértrudix-Barrio, 2011).

5. La memoria conecta, actualiza y proyecta los tiempos.

La memoria interrelaciona los tiempos y permite navegar entre pasado, presente y futuro (Liestol, 1997; Rossi, 2003). Ofrece los recuerdos pasados, pero también visiona las expectativas futuras (Gombrich, 1994).

Se presentan pues varias líneas relacionales en las que investigaciones futuras pueden profundizar. Las limitaciones propias de una investigación epistemológica y exploratoria como la planteada no deben restar su potencial en el planteamiento holístico que propone y en las posibilidades futuras que abre.

## Referencias

- Ángel-Pérez, D. A. (2011). La hermenéutica y los métodos de investigación en ciencias sociales. *Estudios de Filosofía*, 44, 9-37. Recuperado de <https://tinyurl.com/y815568b>
- Augello, A., Infantino, I., Lieto, A., Pilato, G., Rizzo, R., & Vella, F. (2016). Artwork creation by a cognitive architecture integrating computational creativity and dual process approaches. *Biologically Inspired Cognitive Architectures*, 15, 74-86. DOI: 10.1016/j.bica.2015.09.007
- Awad, S. H. (2020). The social life of images. *Visual Studies*, 35(1), 28-39. DOI: 10.1080/1472586X.2020.1726206
- Baack, D. W., Wilson, R. T., & Till, B. D. (2008). Creativity and memory effects: Recall, recognition, and an exploration of nontraditional media. *Journal of Advertising*, 37(4), 85-94. DOI: 10.2753/JOA0091-3367370407
- Blackmore, S. (2000). *La máquina de los memes*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Barthes, R. (1984). *Camera lucida. Reflections on photography*. London: Fontana.
- Barthes, R. (1987). *El susurro del lenguaje: Más allá de la palabra y la escritura*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Bollas, C. (2009a). *The evocative object world*. London: Routledge.
- Bollas, C. (2009b). *The infinite question*. London: Routledge.
- Benedek, M., & Fink, A. (2019). Toward a neurocognitive framework of creative cognition: The role of memory, attention, and cognitive control. *Current Opinion in Behavioral Sciences*, 27, 116-122. DOI: 10.1016/j.cobeha.2018.11.002
- Benedek, M., Jauk, E., Sommer, M., Arendasy, M., & Neubauer, A. C. (2014). Intelligence, creativity, and cognitive control: The common and differential involvement of executive functions in intelligence and creativity. *Intelligence*, 46, 73-83. DOI: 10.1016/j.intell.2014.05.007
- Bolter, J. D. (2006). Ficción interactiva. En M. T. Vilariño-Picos, & A. Abuín-González (Comps.). *Teoría del hipertexto: La literatura en la era electrónica* (pp. 243-297). Madrid: Arco Libros.
- Bolzoni, L. (2007). *La estancia de la memoria: Modelos literarios e iconográficos en la época de la imprenta*. Madrid: Cátedra.
- Campos, A., & González, M. A. (1994). Imagen, inteligencia y creatividad. *Psicothema*, 6(3), 387-393. Recuperado de <https://tinyurl.com/yaoxocqw>
- Ceberio, M., & Watzlawick, P. (1998). *La construcción del universo*. Barcelona: Herder.
- Cicerón, M. T. (1991) [original entre 106 a.C. y 43 a.C.]. *Retórica a Herenio (Rhetorica ad Herennium)*. Barcelona: Bosch.
- Cooper, L. A. (1991). Dissociable aspects of the mental representation of visual objects. En R. H. Logie, & M. Denis (Eds.). *Mental images in human cognition* (pp. 3-34). Amsterdam: Elsevier Science Publishers B.V.
- Csikszentmihalyi, M. (1996). *Creativity: Flow and the psychology of discovery and invention*. New York: Harper Perennial.

- Daniels-McGhee, S., & Davis, G. R. (1994). The imagery-creativity connection. *Journal of Creative Behavior*, 28(3), 151-176. DOI: 10.1002/j.2162-6057.1994.tb01189.x
- Dawkins, R. (2016). *The selfish gene [40th anniversary edition]*. New York: Oxford University Press.
- Denis, M., & Cocude, M. (1989). Scanning visual images generated from verbal descriptions. *European Journal of Cognitive Psychology*, 1(4), 293-307, DOI: 10.1080/09541448908403090
- Dennett, D. (1995). *Darwin's dangerous idea: Evolution and the meanings of life*. New York: Simon & Schuster Paperbacks.
- Dewey, J. (1910). *How we think*. Boston: D. C. Heath & Co.
- Fawcett, J. M., & Hulbert, J. C. (2020). The many faces of forgetting: Toward a constructive view of forgetting in everyday life. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 9(1), 1-18. DOI: 10.1016/j.jarmac.2019.11.002
- Ferguson, K. (productor y director). (2015). *Everything is a remix* [documental]. Estados Unidos. Recuperado de <https://tinyurl.com/tlrz4m5>
- Ferretti, F. (2006). Imagery, perception and creativity. *Anthropology and Philosophy*, 7(1-2), 75-94.
- Friese, S. (2019). *ATLAS.ti 8. Windows. Guía rápida*. Recuperado de <https://tinyurl.com/y866zflm>
- Friese, S. (2020). *ATLAS.ti 8 Windows. User manual*. Recuperado de <https://tinyurl.com/yco2n5o6>
- Fuster-Guillén, D. E. (2019). Investigación cualitativa: Método fenomenológico hermenéutico. *Propósitos y Representaciones*, 7(1), 201-229. DOI: 10.20511/pyr2019.v7n1.267
- García-García, F. (2005). Una aproximación a la historia de la retórica. *Icono14*, 3(1), 1-28. DOI: 10.7195/ri14.v3i1.426
- García-García, F. (2007). Una retórica de la publicidad: De la naturaleza inventiva a la verdad metafórica. *Pensar la Publicidad*, 1(2), 167-182. Recuperado de <https://tinyurl.com/yac24mnn>
- García-García, F., & Gértrudix-Barrio, M. (2011). Naturaleza y características de los servicios y los contenidos digitales abiertos. *CIC Cuadernos de Información y Comunicación*, 16, 125-138. DOI: 10.5209/rev\_CIYC.2011.v16.7
- Gaut, B. (2003). Creativity and imagination. En B. Gaut, & P. Livingston (Eds.). *The creation of art: New essays in philosophical aesthetics* (pp.148-173). Paisley Livingston: Cambridge University Press.
- Genette, G. (1989). *Palimpsestos: La literatura en segundo grado*. Madrid: Taurus.
- Gombrich, E. H. (1994). *The image and the eye: Further studies in the psychology of pictorial representation*. London: Phaidon, 1994.
- Grupo  $\mu$  (1993). *Tratado del signo visual: Para una retórica de la imagen*. Madrid: Cátedra.
- Guilford, J. P. (1950). Creative. *The American Psychologist*, 5(9), 444-454. DOI: 10.1037/h0063487
- Guilford, J. P. (1966). Intelligence: 1965 Model. *The American Psychologist*, 21(1), 20-26. DOI: 10.1037/h0023296
- Halbwachs, M. (1992). *On collective memory*. Chicago: University of Chicago Press.
- Heidegger, M. (2000). *Carta sobre el humanismo*. Madrid: Alianza.
- Hintzman, D. L. (2016). Is memory organized by temporal contiguity? *Memory & Cognition*, 44(3), 365-375. DOI: 10.3758/s13421-015-0573-8
- Husserl, E. (1998). *Invitación a la fenomenología*. Barcelona: Paidós.

- Kenett, Y. N. (2018). Investigating creativity from a semantic: Network perspective. En Z. Kapoula, E. Volle, J. Renoult, & M. Andreatta (Eds.). *Exploring transdisciplinarity in art and sciences* (pp. 49-75). Cham: Springer International Publishing. DOI: 10.1007/978-3-319-76054-4\_3
- Lankshear, C., & Knobel, M. (2006). *New literacies everyday practices and classroom learning*. New York: McGraw-Hill.
- Latterell, C. G. (2009). *ReMix: Reading and composing culture*. New York: Bedford/St. Martin's.
- LeBoutillier, N., & Marks, D. F. (2003). Mental imagery and creativity: A meta-analytic review study. *British Journal of Psychology*, 94(1), 29-44. DOI: 10.1348/000712603762842084
- Liestol, G. (1997). Wittgenstein, Genette y la narrativa del lector en el hipertexto. En G. P. Landow (Coord.). *Teoría del hipertexto* (pp. 109-146). Barcelona: Paidós Ibérica.
- Llamazares-de-Prado, J. E., Arias-Gago, A. R., & Melcon-Álvarez, M. A. (2017). Creatividad en la discapacidad visual desde un enfoque psicológico: Pensamiento divergente, representación mental y factor creativo. *Polyphōnía. Revista de Educación Inclusiva*, 1(1), 108-127. Recuperado de <https://tinyurl.com/y7xdy64y>
- Llorente-Barroso, M. C. (2009). *La retórica de la simbología visual corporativa*. [Tesis doctoral dirigida por F. García-García]. Universidad Complutense de Madrid, España.
- Llorente-Barroso, C. (2011). Retórica y creatividad publicitaria. El carácter retórico de la construcción creativa en publicidad. En F. García-García, & M. Rajas (Coords.) (2011). *Estudios de narrativa. Narrativas audiovisuales: Los discursos. Volumen II* (pp. 339-374). Madrid: Icono14 Editorial.
- Llorente-Barroso, C., & García-García, F. (2015). The rhetorical construction of corporate logos. *Arte, Individuo y Sociedad*, 27(2) 257-277. DOI: 10.5209/rev\_ARIS.2015.v27.n2.44667
- Lope-Salvador, V., Mamaqi, X., & Vidal-Bordes, J. (2020). La inteligencia artificial: Desafíos teóricos, formativos y comunicativos de la datificación. *Icono14*, 18(1), 58-88. DOI: 10.7195/ri14.v18i1.1434
- Madore, K. P., Jing, H. G., & Schacter, D. L. (2016). Divergent creative thinking in young and older adults: Extending the effects of an episodic specificity induction. *Memory & Cognition*, 44(6), 974-988. DOI: 10.3758/s13421-016-0605-z
- Magliano, J. P., Larson, A. M., Higgs, K., & Loschky, L. C. (2016). The relative roles of visuospatial and linguistic working memory systems in generating inferences during visual narrative comprehension. *Memory & Cognition*, 44(2), 207-219. DOI: 10.3758/s13421-015-0558-7
- McKeon, R. (1973). Creativity and the Commonplace. *Philosophy & Rhetoric*, 6(4), 199-210. Recuperado de <https://tinyurl.com/y9ht5c9f>
- McNamara, T. P., & Holbrook, J. B. (2003). Semantic memory and priming. En A. F. Healy, & R. W. Proctor (Eds.). *Handbook of psychology, Vol. 4. Experimental psychology* (pp. 447-474). New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Mehta, R., & Dahl, D. W. (2019). Creativity: Past, present, and future. *Consumer Psychol Review*, 2(1), 30-49. DOI: 10.1002/arc.1044
- Mullet, H. G., & Marsh, E. J. (2016). Correcting false memories: Errors must be noticed and replaced. *Memory & Cognition*, 44(3), 403-412 (2016). DOI: 10.3758/s13421-015-0571-x
- Nogúe-Font, A. (2020). Indagaciones sobre los procesos de creación artística desde la práctica. *Arte, Individuo y Sociedad*, 32(2), 535-552. DOI: 10.5209/aris.66018

- Palmiero, M., Nori, R., & Piccardi, L. (2016). The relationship between visual creativity and visual mental imagery in ageing. En G. B. Moneta, & J. Rogaten (Eds). *Psychology of creativity* (pp. 69-81). New York: Nova Science Publisher.
- Palmiero, M., Nori, R., & Piccardi, L. (2017). Verbal and visual divergent thinking in aging. *Experimental Brain Research*, 235(4), 1021-1029. DOI: 10.1007/s00221-016-4857-4
- Peterson, M. A. (1993). The ambiguity of mental images: Insight regarding the structure of shape memory and its function in creativity. En B. Roskos-Ewoldsen, M. J. Intons-Peterson, & R. E. Anderson, (Eds.). *Imagery, creativity, and discovery: A cognitive perspective* (pp. 151-185). Amsterdam: Elsevier.
- Proust, M. (1927). *En busca del tiempo perdido 1. Por el camino del Swann*. Buenos Aires: Santiago Rueda Editor.
- Ricci, R. T. (1999). Acerca de una epistemología integradora. *Cinta moebio*, 5, 2-5. Recuperado de <https://tinyurl.com/ycmbx9rf>
- Rizo-Patrón, R. (2015). Supervenencia o nacimiento trascendental. *Ápeiron: Estudios de filosofía: Filosofía y fenomenología*, (3), 381-397. Recuperado de <https://tinyurl.com/y94wsm4t>
- Rossi, P. (2003). *El pasado, la memoria, el olvido*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Rossi, P. (2006). *Logic and the art of memory: The quest for a universal language*. London: Continuum.
- San Agustín. (2017) [original entre 397 d.C. y el 398 d.C.] *Las confesiones*. Madrid: Espasa Calpe.
- Severi, C. (2010). *El sendero y la voz: Una antropología de la memoria*. Buenos Aires: Sb.
- Severi, C. (1996). *La memoria ritual: Locura e imagen del blanco en una tradición chamánica amerindia*. Quito, Ecuador: Ediciones Abya-Yala.
- Severi, C. (2002). Memory, reflexivity and belief. Reflections on the ritual use of language. *Social Anthropology*, 10(1), 23-40. DOI: 10.1017/S0964028202000034
- Severi, C. (2012). The arts of memory: Comparative perspectives on a mental artifact. *HAU: Journal of Ethnographic Theory*, 2(2), 451-85. DOI: 10.14318/hau2.2.025
- Severi, C. (2015). *The chimera principle: An anthropology of memory and imagination*. Chicago, IL: Hau Books.
- Sierra-Siebert, M., Jay, E. L., Florez, C., & Garcia, A. E. (2016). Minding the dreamer within: An experimental study on the effects of enhanced dream recall on creative thinking. *The Journal of Creative Behavior*, 53(1), 83-96. DOI: 10.1002/jocb.168
- Sievers, B. (2017). A photograph of a little boy seen through the lens of the associative unconscious and collective memory. *Psychoanalysis, Culture & Society*, 22(1), 69-86. DOI: 10.1057/pcs.2016.3
- Smith, E. E. (1978). Theories of semantic memory. En W. K. Estes (Ed.). *Handbook of learning and cognitive processes, Vol. 6* (pp. 1-56). Hillsdale, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Sujatmika, S., Hasanah, D., & Hakim, L. L. (2018). Effect of quantum learning model in improving creativity and memory. *Journal of Physics: Conference Series*, 1006, International Conference on Science Education (ICoSEd), 11 noviembre de 2017, Universitas Negeri Surabaya, Indonesia. DOI: 10.1088/1742-6596/1006/1/012036
- Strange, D., Hayne, H., & Garry, M. (2008). A photo, a suggestion, a false memory. *Applied Cognitive Psychology*, 22(5), 587-603. DOI: 10.1002/acp.1390
- Treadaway, C. (2009). Materiality, memory and imagination: Using empathy to research creativity. *Leonardo*, 42(3), 231-237. DOI: 10.1162/leon.2009.42.3.231

- Tseng, W. S. (2018). Can visual ambiguity facilitate design ideation? *International Journal of Technology and Design Education*, 28(2), 523-551. DOI: 10.1007/s10798-016-9393-9
- Tulving, E. (2007). Are there 256 different kinds of memory? En J. S. Nairne (Ed.). *The foundations of remembering: Essays in honor of Henry L. Roediger, III* (pp. 39-52). New York & Hove: Psychology Press.
- Wallas, G. (1926). *The art of thought*. New York: Harcourt Brace.
- Wertheimer, M. (1991). *El pensamiento productivo*. Barcelona: Paidós.
- Yates, F. A. (2005). *El arte de la memoria*. Madrid: Siruela.