

LA NOVA CULTURA DE LA IMATGE

Roman Gubern

*Catedràtic de Comunicació Audiovisual i Publicitat
de la Universitat Autònoma de Barcelona, (UAB).*

Membre de la American Association for the Advancement of Science

o parlaré de xarxes de telecomunicació en aquesta intervenció, sinó de la nova cultura de la imatge, que és la meua especialitat, i, concretament, d'alguns nous horitzons, de vegades polèmics, que ha obert la imatge digital, una modalitat que està implantada ja en molts sectors de les indústries culturals.

La imatge digital ha culminat una llarga genealogia, que va començar amb les imatges quirogràfiques del dibuix i de la pintura i que va prosseguir amb les tecnologies analògiques de la imatge gravada o impresa, de la imatge fotoquímica i de la imatge fotoelectrònica. Per sobre de les seves moltes diferències, totes eren imatges indicials i òptiques i les dues últimes, concretament, autèntiques petjades físiques de la llum reflectida pel referent situat davant de l'objectiu d'un aparell i que impressionava una superfície fotosensible. D'allí derivà la seva condició testimonial, fonamental en les activitats periodístiques, ja que eren imatges caracteritzades per la condició semiòtica de la veridicció.

Amb l'aparició de la imatge digital es va produir una fractura d'aquest model i va sorgir un canvi de paradigma icònic. Ja que la imatge digital, construïda de manera analítica amb un mosaic de píxels, constitueix una tecnologia no analògica, ni indicial i anòptica. De fet, la imatge digital suposà una automatització del procediment constructivista que havien desenvolupat abans les artesanies del mosaic, el tapís i la pintura puntillista. De manera que la imatge digital ha combinat l'imaginari llibèrrim de l'artista i la performativitat tècnica de la màquina, per a presentar simulacions –i fins i tot quimeres– investides de l'aparença veridiccional que és pròpia de la imatge indicial, fotogràfica o electrònica.

La seva irrupció ha resultat decisiva en les indústries de l'espectacle, ja que combinada amb la imatge analògica fotoquímica ha permès crear sorprenents hiperimatges, com ara les de *Parc Juràsic*, de Spielberg, on la laboriosa creació dels dinosaures a partir del seu DNA fou una pertinent metàfo-

ra de la seva complicada producció infogràfica, amb un cost que va suposar la tercera part del pressupost del film. La indústria de Hollywood està estudiant ara la resurrecció de grans estrelles ja mortes, digitalitzant la seva imatge i la seva veu, per tal que visquin com a ciberestrelles una nova carrera *post mortem*. I, tot i que aquesta resurrecció pot plantejar un repte professional als actors vius, s'assegura que Marlon Brando ha autoritzat la reutilització de la seva imatge i la seva veu de la seva etapa juvenil per a produir noves pel·lícules, cosa que suposaria substanciosos ingressos.

Aquestes manipulacions ofereixen lògicament arestes polèmiques. Així, la recent composició difosa per l'església anglicana, per atraure els joves, d'una imatge de Jesucrist amb el rostre del Che Guevara, amb la seva típica boina transformada en corona d'espines, ha aixecat una polseguera polèmica. Els seus detractors s'han queixat que s'identifiqui Jesucrist amb un heroi del comunisme, però els seus defensors han replicat que Crist fou un revolucionari en el seu temps.

Menys transcendental, però més interessada econòmicament, resultà la difusió per la televisió nord-americana d'un anunci comercial en què Fred Astaire ballava amb una aspiradora, posada entre les seves mans per art digital, en un *collage* que homogeneïtzava la imatge. La seva vídua ho va autoritzar, en virtut de la seva sucosa compensació econòmica, però la seva filla protestà en nom de la integritat artística de la imatge del seu pare. Aquest exemple òptim d'imatge mentidera, o no veridiccional, ressuscita el concepte d'Austin d'*enunciat constatatiu*, del qual es pot predicar la seva veritat o falsedat, aplicat a la cultura icònica.

El debat teòric sobre la capacitat de les tecnoimatges per a mentir està prenyat de consideracions ètiques i culturals. Només cal recordar la paradoxal afirmació del famós falsificador de quadres Elmyr d'Hory, en sentenciar que, quan els experts i el mercat consideren que un fals Picasso o un fals Matisse són autèntics, passen de fet a ser autèntics.

El 1968, *2001: una odissea de l'espai*, de Stanley Kubrick, va inaugurar una nova etapa en la història del cinema en la qual les superproduccions de Hollywood podien prescindir de les estrelles de carn i ossos, ja que les autèntiques estrelles eren els efectes especials, que després s'han anomenat efectes visuals. *La guerra de les galàxies*, de George Lucas, va culminar el 1977 aquesta tendència, que a cavall de la imatge digital ha anat a més. Fa deu anys, les pel·lícules d'acció i aventures contenien uns quaranta plans amb efectes digitals. Aquesta xifra ha pujat avui als dos-cents plans. Però, com és encara un camp bastant nou, les empreses del sector poden patir contratemps, com li ha passat a Digital Domain, que ha perdut quatre milions de dòlars en la seva contribució als efectes de *Titanic*, ja que varen sorgir diversos imprevistos: per exemple, va caldre afegir laboriosament baf digital als actors, ja que en rodar-se a Mèxic, les seves temperatures l'havien inhibit.

La imatge digital ha estat també l'instrument utilitzat per fer possible la realitat virtual immersiva, que introduïren els militars per entrenar pilots de caça, però que avui té nombroses aplicacions pràctiques. Per exemple, abans d'operar Borís Ieltsin de la seva complicada dolència cardíaca, es va assajar la intervenció amb una operació virtual. I els psiquiatres d'Estats Units estan curant els pacients d'acrofòbia (vertigen d'alçada) elevant-los virtualment a alçades progressivament superiors, mitjançant un casc de simulació visual, a mesura que es van acostumant a alçades majors, tot i que en realitat mai no abandonen el terra. I, en el parc zoològic d'Atlanta, s'ha establert una bandada virtual de goril·les, amb els quals poden interactuar els visitants proveïts de casc, sense risc personal i estalviant-se el costós viatge que suposaria anar a trobar-los a Àfrica.

Una pel·lícula recent, *Pleasantville*, de Gary Ross, ha mostrat com dos germans entren a través de la pantalla d'un televisor dins una sèrie televisiva dels anys cinquanta, una autèntica «Tontilàndia» electrònica. Constitueix una divertida al·legoria de la realitat virtual immersiva i de la confusió que produeix entre realitat i ficció. I, sense pretendre-ho, ens recorda oportunament com fóra d'important implantar des de l'escola primària l'ensenyament de la imatge, per ensenyar els nens a llegir críticament les representacions icòniques, defensar-se de la seva manipulació i dotar-los de les bases elementals per a la producció icònica a la nostra civilització de la imatge.

