

Reconstruyendo las ruinas del futuro: dogmas e interrogaciones de la imagen digital

Santos Zunzunegui Díez
Catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad
Universidad del País Vasco

Palabras clave

Imagen digital, cinematografía, *bricolage*, ordenador, semiótica, historia

Resumen

La irrupción de lo digital plantea nuevos retos y proporciona nuevas posibilidades creativas al cinematógrafo. Esto sucede en el momento en que se están modificando, de forma sustancial, las formas de recepción de los filmes y se están borrando las fronteras que hasta ahora venían definiendo las formas de almacenamiento, difusión y gestión de las nuevas imágenes. Imágenes que ya no pueden ser descritas bajo la obsoleta denominación de *audiovisual*. Esta revolución permite constatar, de una vez por todas, que la fuerza de la imagen está menos en su cualidad de revelar un visible preexistente que en su capacidad para crear su propio referente mediante una operación de designación del mismo: la imagen como aquello que apunta (señalándolo, creándolo) hacia algo exterior a ella. En medio de este complejo territorio de mutaciones algunos cineastas sacan partido de esta neo-imagen para explorar nuevos terrenos creativos.

Rebuilding the ruins of the future: dogmas and questions of the digital image

Keywords

digital image, filmmaking, bricolage, computer, semiotics, history

Abstract

The arrival of digital make cinematographic world aware of new challenges and affords to it with new possibilities of creativity. This happens in a moment when the whole ways of filmic reception they are changing and the borders which defined the different types of storing, diffusion and management of new images. Images that can not be yet described through the old word old of audiovisual. This revolution allows us to take in consideration that the strength of the image lie less in its possibility of revealing a pre-existent visible world than in creating it. Working inside this complex space of permanent mutations a small group of filmmakers are exploring new creative paths.

Autor

Santos Zunzunegui Díez [santos.zunzunegui@ehu.es] es catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad (Universidad del País Vasco). Semiólogo. Analista e historiador cinematográfico. Ha sido profesor invitado en las universidades de Girona, Sorbonne Nouvelle (Paris III), École Normale Supérieure (París), Buenos Aires (Argentina), Louis Lumière-Lyon 2, Université de Genève (Suiza) y University of Idaho (USA). Entre sus principales libros se cuentan: *El cine el País Vasco* (1985); *Pensar la imagen* (1989); *Robert Bresson* (2001); *Metamorfosis de la mirada. Museo y semiótica* (2003); *Orson Welles* (2005); *La mirada plural* (Premio “Francisco Ayala” de Comunicación Audiovisual”, 2008).

Reconstruyendo las ruinas del futuro: dogmas e interrogaciones de la imagen digital

Son bastantes los autores que sostienen que el cinematógrafo, producto esencial de la modernidad tecnológica, fue el primer arte en interrogarse sobre su propia existencia. En el mismo sentido suele afirmarse que su irrupción en la historia de la comunicación se llevó a cabo bajo el paradigma de la «explosión» —por utilizar la expresión cara a Yuri M. Lotman (1999)—, haciendo su entrada en escena de manera inesperada.

Es difícil mantener estas dos ideas en la medida en que la primera queda desmentida de manera radical porque ya en el relato fundador de la aparición de esa forma de representar el mundo que denominamos pintura encontramos, a través de la aparición de ese doble que supone la sombra, una reflexión *de facto* sobre los límites y alcance de la imagen¹. Otro tanto sucede con relación a la *forma de aparición* del cine en la historia: no es descabellado situar como sus antecedentes a toda esa serie de *philosophical toys* que combinaban juego y pensamiento, mediante la integración de la curiosidad producida por los efectos ópticos que ponían en escena y la indagación fisiológica acerca del funcionamiento de la visión. Por supuesto, autores como Marey y Muybridge testifican de la genealogía inmediata de una imagen cinematográfica que no es sino un desarrollo de otro avatar anterior que le sirve de fundamento: la fotografía².

Tampoco es de recibo seguir manteniendo discursos como los que sostienen que el largometraje de ficción venía a constituir el punto de llegada de la evolución de técnicas narrativas que con él alcanzaban su cenit. Como supo ver muy bien unos de los *padres fundadores* (D. W. Griffith) poco fue lo que el cine inventó en este terreno. Lo que hizo fue trasponer al campo de la imagen las técnicas narrativas que la gran novela clásica del siglo XIX había puesto a punto con gran refinamiento y que el cinematógrafo tuvo la capacidad de aclimatar con éxito haciéndolo patrimonio de amplias masas iletradas que se agolpaban en los suburbios industriales de las grandes urbes.

Más sensato es sostener que el cine se integra con naturalidad en un *continuum* de formas de representación y que, lejos de ser una categoría privilegiada de visión, debe ser tomada como un avatar entre otros de esa serie de técnicas que el ser humano ha ido construyendo, de manera progresiva, para reproducir las apariencias del mundo. Por tanto su aparición tiene menos de ruptura que de reorganización del paradigma comunicativo. El cine no canceló las formas alternativas de representación visual, pero sí recolocó las piezas del mapa mediático en un diseño nuevo que modificaba la influencia de cada una de las piezas que se movían sobre aquél a la hora de configurar el imaginario colectivo. Corresponde a Walter Benjamin (2008: 77-78), en un texto convertido en un clásico de la

¹ Sobre este tema son de lectura obligada los textos de Victor Stoichita (1999) y el catálogo (VV. AA., 2009) de la exposición sobre dicho tema realizada en el Museo Thyssen-Bornemisza de Madrid.

² Sobre este tema véase el libro de David Oubiña (2009).

reflexión sobre la comunicación en el siglo XX, el haber formulado el alcance de esta mutación a la hora de proponernos una visión del mundo y de las cosas:

«Si, con primeros planos de su inventario, con el subrayado de detalles escondidos en nuestros enseres corrientes, con la investigación de unos ambientes banales bajo la guía genial del objetivo, aumenta por una parte la comprensión de las constricciones que rigen nuestra existencia, ¡por otra el cine viene a asegurarnos un campo de acción inesperado y enorme! Las calles y tabernas de nuestras grandes ciudades, las oficinas y habitaciones amuebladas, las estaciones y fábricas de nuestro entorno parecían aprisionarnos sin abrigar esperanzas. Entonces llegó el cine, y con la dinamita de sus décimas de segundo hizo saltar por los aires ese mundo carcelario, con lo que ahora podemos emprender mil viajes de aventuras entre sus escombros dispersos: con el primer plano se ensancha el espacio, con el ralentí el movimiento (...) Se hace entonces patente que es otra naturaleza la que habla a la cámara que la que le habla al ojo. (...) Y aquí entra la cámara junto con sus medios auxiliares: su subir y bajar, su interrumpir y su aislar, su dilatar y acelerar su decurso, su agrandar y su empequeñecer. Sólo gracias a ella sabemos algo del inconsciente óptico, lo mismo que del inconsciente pulsional gracias al psicoanálisis».

Este mapa, que veía con la llegada del cinematógrafo modificados sus contornos, se ha visto alterado, siquiera de forma parcial, cada vez que el cine ha ido incorporando a su parafernalia tecnológica toda una serie de elementos que, como decía André Bazin, le iban convirtiendo en una asíntota creciente de la realidad (sonido, color, pantallas anchas, el 3D clásico de los años cincuenta del pasado siglo). Y vio cuestionado su reinado por la progresiva aparición de nuevas formas de la imagen en las que se mezclaban la novedad tecnológica con la impugnación de las formas de consumo que el cinematógrafo había construido a partir de la hegemonía del modelo Lumière. Por supuesto estoy pensando en la televisión que supuso no solo la irrupción de una nueva dimensión tecnológica sino, sobre todo, una alteración radical de las formas de recepción y consumo de las imágenes. Detrás de esta modificación se encuentra la emergencia de ese magma que solemos denominar *el audiovisual* y que muchos viven como la liquidación, por inmersión, del viejo mundo del cine, ahora relegado a uno de los rincones del espacio icónico.

Cabe preguntarse si la irrupción de lo digital supone un cambio tan trascendental como alguno de los anteriores que se han venido dando en el campo de la imagen (la irrupción de la fotografía, la llegada de la televisión, por citar los dos que me parecen más pregnantes). Antes de responder a esta pregunta conviene hacer una referencia a la prehistoria de lo digital, con la entrada en escena de la imagen electrónica (de carácter analógico) basada en la producción de una serie de puntos alineados en forma de rejilla, recorridos de manera progresiva por un haz luminoso que se desplaza de un lado a otro de la pantalla. Esta tecnología (que en un momento dado sirvió de fundamento la televisión y que durante una época ha servido de soporte al casi olvidado videoarte) se ha visto reemplazada por la propiamente digital mediante un mosaico de imágenes que forman un tejido tan tupido que producen la ilusión de una superficie homogénea. No son pocos los estudiosos que han señalado que esta tecnología se ha abierto paso en el mundo del cinema mediante su utilización en el área específica de los efectos

especiales para convertirse, de forma progresiva, en un instrumento de fabricación y manipulación de la imagen en su conjunto.

Hoy en día coexisten varias maneras alternativas de construir imágenes en movimiento. Recurriendo a la terminología con la que cualquier usuario de *compact disc* está familiarizado, hablaremos de films AAD, cuando el rodaje se efectúa con la vieja película fotoquímica, se proceda al convencional montaje mediante las técnicas analógicas de las que la clásica moviola sigue siendo el paradigma pero el material de exhibición sea de carácter digital (como sucede en tantos y tanto films que pasan directamente al mercado del DVD a partir de su almacenamiento en betacam u otros estándares digitales sin conocer copias de exhibición en celuloide). Más habitual en los últimos tiempos es el caso de los productos ADA, en los que la segunda fase convierte los elementos obtenidos en la filmación tradicional en información numérica con la finalidad de obtener una matriz digital que viene a equivaler al tradicional internegativo, a partir de la cual se producen las copias convencionales en celuloide. Por supuesto, existen las películas (pero este nombre ya no es el más conveniente para designar este tipo de productos) ADD (las dos fases finales son plenamente digitales) y, cada vez más habitual, DDD, en la que todo su proceso de producción, desde las cámaras grabadoras hasta la manipulación final, se lleva a cabo en tecnología digital.

Con todo, la pregunta fundamental que uno puede plantearse ante la implantación de esta nueva tecnología no es otra que la obvia: ¿Estas modificaciones tienen alguna influencia *significativa* sobre la manera en la que podemos pensar los objetos audiovisuales de nueva generación? Formulada en otros términos esta interrogación tendría que ver con la posible pervivencia de la tradición del viejo cinematógrafo en un momento en que se hace patente la obsolescencia del film tanto en términos de tecnología como en cuanto a los mecanismos que han venido asegurando hasta ahora su fruición colectiva. Conviene tener en cuenta que no se trata de un solo problema sino de dos interrelacionados. El primero responde sobre todo (pero no solo) a criterios económicos que tienden a sustituir unos mecanismos de producción icónica por otros más rentables (y, conviene no olvidarlo, más maleables y cargados de potencialidades estéticas por explorar). El segundo tiene que ver con los cambios que afectan a las formas de consumo icónico, cambios que hacen dudar, por ejemplo, de la pertinencia de continuar manteniendo la expresión de *audiovisual* para nombrar esa neo-imagen³ que hoy tiende a ser la dominante y que se caracteriza por tratarse de un producto no solo dotado de ubicuidad (Internet es su espacio natural de despliegue y alcanza un número cada vez más amplio de terminales) sino sobre todo de un evidente *sincretismo*. Sincretismo que, por citar solo una de sus determinaciones más obvias, devuelve todo su protagonismo icónico a la tipografía que, cada vez más, deja de ser un asunto meramente decorativo que no tiene otro destino que el

³ Esta denominación alude a un campo de problemas que otros autores han englobado bajo el apelativo de *hiperimagen* propuesto por Román Gubern (1996) y reutilizado por Josep Maria Català (2005). Por su parte Gilles Lipovetsky y Jean Serroy han utilizado la expresión *imagen-exceso* (2009).

acoger un sentido que se encuentra más allá de unos trazos gráficos que, en la práctica, no vemos (hacemos *tabula rasa* de la elección tipográfica), para constituirse en parte integrante de un complejo sintagma visual en que hasta las *formas del texto* (y su diálogo con la parte de la imagen que, convencionalmente, venimos denominando icónica) se vuelven relevantes.

En realidad puede decirse que el cambio sustancial que estamos viviendo se sitúa en otra parte. En concreto en la mutación que supone pasar de contar con una serie de sistemas diversos de gestión de la memoria a otro unificado bajo la potencia de lo numérico digital tal y como lo hace posible el ordenador. Las bibliotecas, los museos o las filmotecas (con su convencional división del trabajo de almacenamiento del patrimonio) están a punto de dejar paso a un único sistema unificado mediante el algoritmo de la presencia o la ausencia y cuyas expresiones perceptibles pueden ser indistintamente icónicas o textuales o, como decíamos más arriba, crecientemente híbridas. La imagen contemporánea (pero no solo ella) es claramente dependiente e inseparable del ordenador, en la medida en que este aparato permite cuantificar el mundo como meras series numéricas. Esta circunstancia, unida al hecho de que las nuevas tecnologías de captación de la realidad perceptible se estén haciendo cada vez más manejables y ubicuas (véase el uso del teléfono móvil o de la *webcam* como instrumentos privilegiados de producción de imágenes) nos conduce en la dirección de que el mundo actual está convirtiéndose, de manera acelerada, en una serie de imágenes que reposan sobre un sistema numérico digital.

A este problema hace referencia uno de los autores que entonan el himno épico de los nuevos tiempos, David N. Rodowick (2007):

«Cuantitativamente el número de imágenes digitales producidas, literalmente en cualquier lugar del globo ha aumentado exponencialmente. En este sentido, funcionan ininterrumpidamente como cartografía proliferante de nuestro presente, cuyas dimensiones y proporciones están en fuerte expansión. Es como si cada individuo del planeta participara colectivamente en un proyecto de documentación visiva de nuestro presente inmediato. Estamos inmersos en este presente como parte de una comunidad global, serializada, en la que el individuo fotógrafo es uno de los muchos inputs que contribuyen a alargar un proceso colectivo más amplio de levantamiento de un mapa espacial y temporal de la vida cotidiana».

Dos problemas distintos se abordan en este párrafo. El primero, explícito, tiene que ver con el hecho de que los medios audiovisuales (ya he insistido arriba en que esta denominación cada vez es menos adecuada para describir el mundo de la neo-imagen) se hallan inmersos en un programa que no parece muy diferente al que Borges (1989: 225) recogió en su conocido texto titulado *Del rigor en la ciencia*, en el que se describe el intento de cartografiar a tamaño natural el Mapa del Imperio. Mapa del que, con el tiempo, solo sobreviven despedazados fragmentos habitados por animales y mendigos. Precisamente esta parte final del brevísimo apólogo borgiano permite entender la parte implícita del texto de Rodowick, la que hace referencia al fenómeno YouTube en donde tiende a almacenarse de manera fragmentada e inconexa toda la memoria audiovisual del mundo. Si Google Earth da cuerpo a la versión utópica que imagina un mundo

absolutamente replicado en sus apariencias externas y globalmente explorable hasta en sus más íntimos recovecos en la medida en que la totalidad del espacio se presenta como disponible en un presente permanente, YouTube, por el contrario, no se limita a poner en cuestión la distinción clásica entre imagen *profesional* y *amateur* sino que hace visible la cara distópica de esta duplicación del mundo, solo posible a condición de que sus usuarios desplacen su centro de interés desde la obra global en dirección al fragmento. A diferencia de lo que venía sucediendo hasta hace muy poco cuando el *detalle* se presentaba como una forma de remitir a una totalidad presupuesta, en los tiempos actuales reina el *fragmento* entendiendo por tal esa parte de una obra original que ha perdido cualquier posible contacto con ésta y que ya no se ofrece como territorio de una recomposición, difícil pero posible, de una globalidad soñada. YouTube es (igual que como Twitter se presenta como una parodia del aforismo clásico) un sí(g)no de los tiempos que corren en su apología de un mundo que ha perdido el centro. No en vano, como recuerda Calabrese (1987: 73-95), la etimología de fragmento proviene en línea recta del latín *frangere* que significa romper. Por lo tanto, se relaciona con las ideas de «fracción» y «fractura» y «por esta razón (...) el discurso mediante fragmentos o sobre el fragmento no expresa un sujeto, un tiempo, un espacio de la enunciación (a diferencia de lo que acontece con el detalle). (...) El fragmento no presupone nada fuera de sí mismo, remite a su propia fenomenología».

Es en este contexto en el que conviene volver a hacerse la vieja pregunta de André Bazin, ¿qué es el cine?, no para dar una respuesta ontológica alternativa a la misma sino para, de forma más modesta pero no menos urgente, reformularla de inmediato una vez que no podemos dejar de constatar que lo que está emergiendo ante nuestros ojos es, quizás, una forma nueva que engloba la fotografía, el cine, la televisión, el vídeo, pero también la radio, el periodismo y el arte. Lo que obliga a cambiar el énfasis de la pregunta en la dirección de ¿qué parte de del cine tal y como lo hemos conocido es susceptible de emigrar y aclimatarse en la *web*? Y ¿a qué precio? Si ya en su día cuando la televisión comenzó a fagocitar sin descanso a la producción cinematográfica como una forma más de llenar sus parrillas de programación, Jean-Luc Godard nos advirtió que ver un film en televisión no era propiamente ver una película sino una *reproducción* de una película, ¿qué es lo que sucede hoy en día? En el marco de una nueva y radical reordenación del conjunto de las formas de producción de imágenes el cine se ve profundamente afectado por este proceso de «remediación» (Bolter y Grusin, 2000).

Lo primero es constatar que el cine como industria juega un papel cada vez más secundario en la economía del ocio. De la misma manera que hay que admitir que su antigua hegemonía a la hora de conformar el imaginario social hace tiempo que entró en crisis, primero a causa de la televisión y más recientemente debido al auge de los videojuegos y, sobre todo, de Internet que cada vez más se configura como el espacio dominante donde se juegan las nuevas formas de

control social. Por si esto fuera poco, asistimos en nuestros días a la venganza de aquel Edison que había sido derrotado por los hermanos Lumière a la hora de dar forma a la manera de fruición dominante durante más de un siglo del espectáculo cinematográfico. Si en su momento el modelo de la sala oscura donde un colectivo de espectadores podía fantasmear una cierta solidaridad social ganó la partida al visionado individual, en la actualidad asistimos al imparable triunfo de las formas de consumo más variopintas de tal manera que el consumo cinematográfico tiende a diseminarse sobre un número creciente de «ventanas» de exhibición casi todas ellas caracterizadas por su dimensión individual (del ordenador al iPod, del teléfono portátil a la tableta) y en las que parece revivir el viejo kinetoscopio. A la obsolescencia tecnológica (el «film» parece estar a punto de caducar en provecho de lo «digital») le corresponde la crisis galopante de las formas tradicionales de exhibición. En este último campo conocemos cuáles parecen ser los límites de algunas de las estrategias recientes destinadas a mantener un modelo de exhibición lo más parecido (aunque con modificaciones relevantes) al actual. Si el «cine de arte» busca sus salidas explorando esos nuevos territorios que son el *cine expandido*, que otros denominan *post-cine* (donde el cine tendería a confundirse con esas Bellas Artes de las que siempre le mantuvo separado su obvia dimensión industrial), insertándose el espacio del museo⁴, el cine de consumo sigue aferrado a fórmulas sobre todo tecnológicas (en la medida en que se veda a sí mismo cualquier experimentación en el campo de la narrativa) como testimonio el 3D. Pero puede pensarse en la próxima caducidad de este tipo de novedades demasiado dependientes de la tecnología en la medida en que esas mismas novedades acaban de inmediato desbordándose sobre todas las ventanas de exhibición: de hecho el 3D ya se ha hecho presente en las consolas de videojuegos y llama ya a la puerta del ordenador.

Por tanto, conviene repetir algunas verdades evidentes sin dejar de intentar acotar su complejo campo de maniobras. En primer lugar es una verdad de Perogrullo sostener que, como señala Holy Willis (2005), lo digital está convirtiéndose en un sistema de metasignificación omnicompreensivo asentado sobre el algoritmo presencia / ausencia (0 / 1). Lo que quiere decir que estamos ante una técnica de codificación que no remite tanto a un tipo de soporte (aunque hace posible su proliferación) ni mucho menos a una técnica de creación (aunque la facilite⁵) sino a la mera recomposición de los sistemas de almacenamiento de la información, ahora organizados en términos binarios. Por eso autores como Laurent Jullier (1997, 2004) plantean que la buena pregunta que debemos hacernos en nuestros días (y nuestra adecuada comprensión del mundo que nos rodea depende de que seamos capaces de plantearle las «buenas preguntas») no es tanto la que se formula con el convencional «¿qué es lo digital?», sino esa

⁴ Para un primer acercamiento a este tema véase Santos Zunzunegui (2010: 75-88).

⁵ En una entrevista que concedió hace ya unos años a *Cahiers du Cinéma*, Jean-Luc Godard era preguntado por la gran democratización de la imagen que venía de la mano de la jibarización de las cámaras filmadoras y del uso masivo del soporte digital. Ante la afirmación de sus entrevistadores de que ahora cualquiera podría realizar películas, el viejo cineasta respondía con un irónico «que las hagan».

otra más modesta pero más cargada de sentido utilitario que sería «¿cómo se utiliza lo digital?».

Si seguimos esta línea de exploración no podemos dejar de constatar que *lo digital* ha influido de manera notable en la implantación de un nuevo paradigma con relación al tipo de imagen que las *audiencias* (este concepto describe mejor que el tradicional de *público*, el tipo de consumo que se le propone al nuevo espectador) está dispuesta a *mirar*, a aceptar como válida. De nuevo YouTube nos ofrece un ejemplo en dos campos importantes. La frecuentación de este *canal* está produciendo un tipo de usuario de las imágenes muy diferente no solo del ya caduco espectador de cine sino también del más actualizado telespectador. Basta pensar en como nos ha hecho extraordinariamente tolerantes con la calidad de la imagen a la que ahora ya no se le exige ni nitidez ni definición, parámetros que hasta ahora se pensaban como irrenunciables. O como ha dinamitado cualquier referencia a la coherencia narrativa de los bloques audiovisuales que ahí se incrustan (esta me parece la mejor forma de decirlo) bajo el principio antes señalado del fragmento.

Pero lo que realmente ha hecho posible lo digital (y es la *web* el lugar privilegiado en el que esto se hace patente de manera definitiva) es la creación de una nueva imagen (esa neo-imagen a la que antes me he referido y en la que la unidad significativa ha dejado de ser el fotograma o el plano para dejar paso a la página *web*) que se presenta como un lenguaje sincrético, para cuyo análisis ya no valen las fórmulas parciales que hasta ahora veníamos utilizando para controlar el uso y el sentido de los diversos sistemas de significación (fotografía, cine, TV, pintura, etc...) sino que hace gala de una combinación tanto de materiales como de formas mixtas en una hibridación que tiene el fenómeno del *bricolage* audiovisual como fórmula constitutiva. Es el momento de recordar las cualidades que Claude Lévi-Strauss asignaba a esta «forma de pensamiento» que es el bricolaje⁶: El *bricoleur* no moviliza materias primas sino obras terminadas, productos de la historia, que son desviadas de sus fines iniciales y muchas veces desmontadas para reutilizar sus diferentes piezas con vistas a la producción de un nuevo objeto de sentido. El nuevo espécimen constituye, por tanto, una obra nueva en todas las acepciones de la expresión sin por eso dejar de «guardar memoria» de las obras anteriores que han sido reutilizadas. El trabajo resultante de la operación de *bricolage* puede y debe ser considerado como la producción de un objeto signifiante dotado de su propia coherencia y clausura. El *bricoleur* dispone de una manera nueva los materiales y las figuras que le ofrecen los signos que ha recogido aquí y allá haciendo «nuevo con lo viejo» y «se dirige a una colección de residuos de obras humanas, es decir, a un sub-conjunto de la cultura». Como en el caso del caleidoscopio, los fragmentos manejados por el *bricoleur* provienen de un proceso de «rompimiento y destrucción» que los convierte en «escombros indefinibles» de un discurso anterior pero disponibles para «participar útilmente en la formación de un ser de una nueva clase»,

⁶ Para la teoría del *bricolage* véase Lévi-Strauss (1964: 35-55).

consistente en ciertos ordenamientos posibles (existentes en número limitado) susceptibles de expresar un nuevo modelo tanto de uso como de inteligibilidad. El *bricoleur* debe, además, arreglárselas con lo que tenga a mano. Su universo instrumental es limitado, formado por un número de elementos a la vez heteróclitos y finitos. En cierto sentido (en un sentido cierto), su trabajo depende menos de un proyecto que del resultado contingente producido por las diversas oportunidades que se le han ido ofreciendo de enriquecer los materiales de los que puede disponer.

Pero hay más. Se ha solido predicar de la creación digital que se llevaba a cabo en ausencia del referente proflmico que ha venido fundando nuestra fe en la imagen. Y que, de la misma, nos instalábamos en el reino de la simulación y la mentira. En el fondo las imágenes digitales vienen a dar la razón a todos los que, colocándose en el punto de vista del espectador (punto de vista terminal e inevitable), han venido sosteniendo que la fuerza de la imagen está menos en su cualidad de revelar un visible preexistente que en su capacidad para crear su propio referente mediante una operación de designación del mismo: la imagen como aquello que apunta (señalándolo, creándolo) hacia algo exterior a ella. Por eso no es de extrañar que muy a menudo se insista en el hecho de que la inmensa mayoría de las veces no se capta la diferencia entre una imagen construida sobre los principios de la analogía y otra fabricada mediante computación. La revolución digital solo puede aceptarse como tal revolución cognitiva si ignoramos algo que la semiótica estructural ha venido predicando en medio de la jungla de los lugares comunes: que la noción de icono tal y como la formula Peirce debe ser repensada a partir de la impertinencia de la noción de referente y que eso que denominamos «ilusión referencial» no es, en palabras de Paolo Fabbri (1991: 205-220), sino el

«final de procedimientos de referencialización articulados en dos momentos: figurativización, propiamente dicha e iconización. La imagen debe ser entendida, por tanto como el constructo de estrategias discursivas que programan al espectador para que crea en ella: la modalice como verdadera, cierta y la asuma (...) La imagen no se confronta con las cosas, sino con su poder de *trompe-l'oeil*: la alta definición icónica es cuestión de oportunidad táctica».

Por tanto la desmaterialización de la imagen digital no solo tiene efectos en la medida en que emancipa el flujo de los datos de la dependencia del soporte al tiempo que multiplica la capacidad de transmisión de aquellos. Lo más importante estaría del lado de acabar, de una vez por todas, con la fe que hemos depositado en la imagen como réplica del mundo para verla no como aquello que es una emanación de un referente (en el discurso tradicional sobre los dispositivos analógicos) sino como un mecanismo privilegiado de producción de realidad, es decir, de sentido.

Precisamente esta dimensión que podemos predicar de la imagen digital en el doble sentido (Jullier) de que en ella nada es real (en el exterior de la ficción fílmica) en la misma medida en que todo lo que muestra está únicamente presente en la pantalla, nos conduce en línea recta en dirección de los problemas de la

estética digital. Aparcados los debates ontológicos podemos comenzar a pensar los relacionados con el uso estético de lo digital.

Aunque estemos todavía lejos de poder trazar un cuadro comprensivo y coherente de este tipo de usos en el universo cinematográfico, podríamos señalar dos trabajos ejemplares en la misma medida en que apuntan hacia los dos extremos de la gama de utilización. De un lado estaría el cine de un autor como Michael Mann para el que no se trata solo de utilizar las cámaras de alta definición en la fase del rodaje (*shooting*) sino, sobre todo, de abundar en la posibilidad que la tecnología digital ofrece de manipular píxel a píxel la imagen obtenida mediante el uso indiscriminado del *capturing* (véase, sobre todo, el caso de *Miami Vice*, con sus cielos rosados). Que esta nueva estética que compone la imagen no ya cuadro a cuadro sino píxel a píxel se vea acompañada de un obvio adelgazamiento de la dimensión narrativo-psicológica del film quizás no sea debida al azar. En el otro lado del espectro tenemos la opción manifestada por David Lynch. Su *Inland Empire* también está rodada y manipulada en digital, pero en lugar de recurrir a las videocámaras HD ha preferido utilizar una sencilla cámara de mini DV apostando, de manera abierta, por la baja definición de la imagen obtenida. No hace falta insistir, me parece, en la coherencia que rige esa opción por una imagen sucia con la negrura de un universo en el que los personajes parecen moverse tanteando en una oscuridad que alcanza tanto al mundo exterior como al interior⁷.

En ambos casos nos encontramos de frente a dos cineastas que han decidido aparcar los debates de la ontología de la imagen para abismarse, cada uno a su manera, en el cuerpo a cuerpo con las posibilidades que les ofrecen las nuevas tecnologías. Parafraseando a Walter Benjamin, podríamos decir que este nuevo mundo digital no le hace ascos ni a las cosas finas y espirituales ni a las ásperas y materiales.

Referencias

Benjamin, Walter (2008, edición original 1936). La obra de arte en la época de la reproductibilidad técnica (tercera redacción). En *Obras*, libro I / vol. 2. Madrid: Abada Editores. 49-85.

Bolter, J. D. y Grusin, R. (2000). *Understanding New Media*. Cambridge (Mass.): The MIT Press.

Borges, Jorge Luís (1989). Del rigor en la ciencia. En: *El hacedor* (1960), *Obras completas*, vol. II (1952-1972). Barcelona: Emecé Editores.

Calabrese, Omar (1987). *L'età neobarroca*. Roma-Bari: Laterza, 1987 (edición española con el título de *La era neobarroca*. Madrid: Cátedra, 1989).

⁷ Sobre estos films véase Resmini (2008: 23-25) y Quintana (2008).

- Català, Josep Maria (2005). *La imagen compleja*. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Fabbri, Paolo (1991). Un diccionario sin términos medios. En *ERA*, nº 1. Bilbao: Asociación Vasca de Semiótica. 205-220.
- Gubern, Román (1996). *Del bisonte a la realidad virtual: La escena y el laberinto*. Barcelona: Anagrama.
- Jullier, Laurent (1997). *L'écran post-moderne: un cinéma de l'allusion et du feu d'artifice*. París: L'Harmattan.
- Jullier, Laurent (2004). *La imagen digital: de la tecnología a la estética*. Buenos Aires: La Marca.
- Lévi-Strauss, Claude (1964). *El pensamiento salvaje*. México: Fondo de Cultura Económica [Edición original 1962].
- Lipovetsky, Gilles y Serroy, Jean (2009). *La pantalla global. Cultura mediática y cine en la era hipermoderna*. Barcelona: Anagrama.
- Lotman, Yuri M (1999). *Cultura y explosión*, Barcelona: Gedisa.
- Oubiña, David (2009). *Una juguetería filosófica. Cine, cronofotografía y arte digital*, Buenos Aires: Manantial.
- Quintana, Àngel (2008). *Virtuel?* París: Cahiers du Cinéma.
- Resmini, Mario (2008). Scritture digitali. *Segnocinema*, nº 154, 23-25.
- Rodowick, David N. (2007). *The Virtual Life of Film*. Cambridge (Mass.): Harvard University Press.
- Stoichita, Victor (1999). *Breve historia de la sombra*. Madrid: Siruela.
- VV. AA (2009). *La sombra*. Madrid: Museo Thyssen-Bornemisza / Fundación Caja Madrid.
- Willis, Holly (2005). *New Digital Cinema*. Londres: Wallflower.
- Zunzunegui, Santos (2010). Alianza y condena. El cine y el museo. *Secuencias*, nº 32, 75-88.

Referencia de este artículo

Zunzunegui, Santos (2011). Reconstruyendo las ruinas del futuro: dogmas e interrogaciones de la imagen digital. En: *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, nº 2. Castellón: Asociación para el Desarrollo de la Comunicación adComunica, Universidad Complutense de Madrid y Universitat Jaume I, 107-118.