

El precario estatuto de las imágenes en la era digital *The uncertain status of Images in Digital Age*

Julián Echazarreta Carrión
Valencia (España)

RESUMEN

La mayoría de las investigaciones sobre la publicidad de la televisión en el aula provienen del área de la lengua, de la plástica y de las ciencias sociales. Por ejemplo, son muy numerosos los estudios críticos de la imagen que la publicidad ofrece de la mujer. Sin embargo, son muy escasos los estudios que ponen en relación la publicidad televisiva con los hábitos de movilidad de la población. La publicidad de las empresas en la televisión muestra y promueve una forma de vida que, en la mayoría de los casos, es poco sostenible desde el punto de vista socio-ambiental. Dado el elevado consumo social de televisión, ésta se convierte en un agente educativo informal de gran relevancia.

Mientras que las Administraciones Públicas destinan cada vez más recursos a promover cambios de hábitos sociales para hacer frente a los grandes problemas ambientales generados por un modelo de movilidad dominado por el vehículo motorizado privado, la dependencia y el deseo de posesión de este objeto se potencian incesantemente en la televisión, especialmente a través de la publicidad. Miles de millones de euros se destinan anualmente, en toda Europa, a la promoción del uso del coche, generando un imaginario donde éste pasa a representar ciertos valores simbólicos y expresivos, como la identidad, la imagen o el prestigio social del usuario.

El Observatorio de la Publicidad de la Movilidad Sostenible es una iniciativa que se propone como canal de comunicación, elemento de intervención y foro de debate y reflexión sobre los contenidos de la publicidad de la televisión que hacen referencia, de una u otra manera, a los diferentes aspectos sociales, educativos, ambientales, culturales, económicos, etc., de la movilidad. Del análisis realizado de los anuncios televisivos los valores que se promueven en relación con la movilidad son: a) Valores y comportamientos irrespetuosos con los espacios destinados a peatones y ciclistas, potenciando un uso abusivo y poco racional del vehículo privado motorizado; b) Modalidades de conducción peligrosas; c) Falta de respeto hacia los usuarios del transporte público; d) Indiferencia ante los recursos limitados de la naturaleza; e) Falta de respeto ante la invasión por el vehículo motorizado privado de espacios naturales protegidos, promocionando en muchos casos la circulación por los mismos; f) Valores de insolidaridad al potenciar un sentimiento de superioridad respecto de usuarios que no utilizan los vehículos a motor privados.

De la misma manera que existen ya Observatorios de la Publicidad relacionados con temas de Género o de Inmigración, creemos que un tema de tanta trascendencia para la calidad de vida de la población y para la preservación del medio ambiente urbano y natural, como es el de la Movilidad, necesita un Observatorio específico. La función del Observatorio es la de hacer un seguimiento de la televisión, realizando grabaciones periódicas: Recogida en horario prime time de los anuncios donde se hace referencia a los diferentes medios de transporte, especialmente a los vehículos privados motorizados. Se presentan resultados sobre frecuencias relativas y absolutas: a) Aparición de anuncios relacionados con el transporte motorizado; b) Taxonomía de valores y contravalores relacionados con la movilidad sostenible; c) Escenarios dominantes: urbano, carretera, naturaleza, cascos históricos; d) Presencia de personas, sexo, etc.

ABSTRACT

The Digital Age has arrived and that supposes that we are living a very important revolution in our societies. Since XIX Century, the photographic image has had an important value as a proof of the reality. We have always believed the veracity of what those pictures represented (of course, being aware of the possibility of be manipulated in some specific circumstances), but with digital technology this manipulation has become quite easier, as the same system facilitates this manipulation. This supposes that all of us as spectators must be very suspicious of the digital images.

DESCRIPTORES/KEYWORDS

Televisión, publicidad, movilidad sostenible, observatorio.
Television, advertising, mobility, observatory.

1. La paradoja de Corbis Lo analógico tiene su entierro y lo digital baila sobre su tumba

Antes de nada vamos a servirnos de un ejemplo extraído de una noticia de prensa aparecido en el New York Times, EL 15 de Abril de 2001.

«El archivo Bettmann se compone de dos baúles repletos de fotografías que Otto Bettmann sacó de Alemania en 1935, en plena época nazi. El archivo lo componen 17 millones de fotografías y es uno de los legados visuales más importantes del siglo XX.

En 1995 la compañía Corbis lo adquirió en su totalidad. Se da la circunstancia que Corbis es una filial de Microsoft, que como todos sabemos está presidida por Bill Gates.

El archivo Bettmann es desplazado de la ciudad de Nueva York a un extraño submundo. El proyecto de Corbis de arrendar 10.000 pies cuadrados en una mina que una vez perteneció a los Estados Unidos. Allí Corbis creará áreas de almacenamiento bajas en humedad, a salvo de terremotos, huracanes, tornados, vándalos, explosiones nucleares y de los estragos del tiempo.

Pero la conservación en congelador presenta un problema. La nueva dirección es altamente inaccesible. Historiadores, investigadores y editores acostumbrados a hojear los archivos fotográficos tendrán que usar el archivo digital de Corbis, que tiene sólo 225.000 imágenes, menos del 2% del total de la colección.

A alguien le preocupa que la colección esté siendo guardada en una tumba: otros creen que Mr. Gates está salvando un legado «pictórico» que está en mortal peligro...

Cuando se haga el traslado, la oficina de Corbis en Nueva York no contendrá más que gente y sus ordenadores, conectados al archivo digital. Sin copias fotográficas, sin negativos, sin prueba física alguna de este archivo».

En cierto sentido podemos tomar esta noticia como una metáfora de lo que ha sido la imagen en el siglo XX y lo que parece que va a ser en el XXI. El soporte digital va a sustituir a la imagental y como la

concebimos hoy en día (fotografía, cine, vídeo). En un futuro, en la realidad puede pasar exactamente lo mismo que en el archivo Bettmann, las imágenes tomadas por métodos tradicionales serán guardadas en un lugar seguro, mientras a las que vamos a tener acceso como usuarios van a ser su réplicas digitalizadas, previo escaneo, o bien las imágenes captadas directamente con sistemas digitales.

Esto puede tener no pocas consecuencias tal y como iremos comentando a lo largo de esta comunicación: la facilidad de la manipulación, el desconocimiento de si existe una imagen original, la sustitución de un soporte físico por uno mucho más intangible...

En definitiva, la imagen digital establece dudas que nos hacen replantear su estatuto dentro del sistema icónico. Muchos son los autores que se han cuestionado la capacidad de la imagen como vehículo transmisor de la verdad en los últimos tiempos: Ramonet, Baudrillard, Débray, entre otros, esta incredulidad no va a verse sino acrecentada con la imposición de la imagen digital sobre la analógica.

Según Quéau (1995:11) «las imágenes digitales plantean de una manera nueva las antiquísimas cuestiones sobre la naturaleza, de nuestra relación con lo real. Nos incitan a agudizar la atención, a tener una imagen más penetrante. Nos hacen pensar que el mundo real bien pudiera ser una especie de imagen, cuya idea ignoráramos”.

En efecto, las imágenes digitales son cada vez más capaces de borrar las fronteras entre lo que habíamos convenido en llamar «realidad» y lo que no forma parte de ella.

2. Imagen y realidad

Si tenemos en cuenta la historia de la representación, particularmente en el mundo occidental en la pintura, la fotografía o el cine... la imagen es para nosotros ante todo un reflejo de lo real¹. La pintura siempre ha ansiado el realismo buscando aquellas fórmulas que le permitieran acercarse más a un resultado realista. Sin ir más lejos, la perspectiva renacentista no es sino un artificio, en el que a través de unas determinadas técnicas pictóricas y de composición de la imagen, se intenta crear un efecto de tridimensionalidad en un lienzo que, en realidad, tan sólo está compuesto por las dos dimensiones que tiene cualquier superficie plana.

La fotografía nació como un método eficaz de «atrapar la realidad», de reproducir en papel un instante de esa realidad. Tanto es así que, desde el momento en que empezó a proliferar la fotografía a partir de 1840, la pintura tuvo que adaptarse a su nueva condición y apostar por otros caminos que se alejaban del realismo pictórico, dando a lugar primero al impresionismo y después a las vanguardias ya en el siglo XX.

El cine no es sino la fotografía animada, con una cadencia de 24 imágenes por segundo, la suficiente para que el ojo humano vea como un *continuum* lo que en realidad es una sucesión de imágenes estáticas. Esta apariencia de movimiento es posible gracias a un fenómeno de la vista llamado persistencia retiniana. «El cine es la verdad a 24 fotogramas por segundo» según sostenía el cineasta Jean Luc Godard.

Que en la historia de la representación de la cultura occidental se haya buscado reproducir la realidad no quiere decir que no haya habido parte de falsedad, engaño y manipulación², de hecho se puede constatar que la tentación de falsear la realidad es directamente proporcional a la capacidad tecnológica de reproducirla, «cuanto más realista es un sistema de representación mayor es la tentación de mentir con él, «corrigiendo», manipulando o recreando cuanto muestra la imagen» (Hispano, A. 2001:110).

Es significativo en este sentido que, cuando se inventó la fotografía en 1839 las primeras falsificaciones apenas tardaron unos meses en salir a la luz. Fue antes incluso de la aparición de los primeros fotomontajes: Hippolyte Bayard inventó uno de los primeros métodos que existían para imprimir positivos sobre el papel, sin embargo no consiguió ningún reconocimiento por su trabajo, ya que el gobierno francés adjudicó todo el mérito del descubrimiento de la fotografía a Daguerre, mientras que a Bayard se le compensó con una simple bonificación económica. Su venganza personal fue fotografiarse a sí mismo como si estuviera muerto, el título no ocultaba el engaño *Autorretrato con hombre ahogado* (1840) y es la primera fotografía *falsa* de la que se tiene conciencia.



Este fue el inicio de una larga serie de intentos de falsificar la realidad a través de un medio aparentemente fiable como era el fotográfico. La tentación era doble: por un lado, el recurso de la puesta en escena, haciendo pasar por real lo que no lo era; y una segunda variante, ya más sofisticada, en la que la imagen se manipularía a posteriori intencionadamente para crear un determinado efecto. Este sería el caso de las fotografías retocadas por el Régimen Comunista de la URSS cuando Stalin quiso hacer desaparecer de la historia algunos antiguos camaradas. Las fotos eran retocadas manualmente y el engaño era evidente a poco que se prestara un poco de atención a la imagen.

Volviendo a la primera variedad la encontramos en numerosas guerras, empezando por la de Cuba entre España y Estados Unidos, cuando, a partir de una noticia falsa se desencadenó un conflicto, que no sería sino el primero de los muchos en los que Estados Unidos se vería involucrado con similares antecedentes (4).

Famosa es la frase, apócrifa según algunos, que le espetó el empresario William Randolph Hearst a su corresponsal destacado en La Habana cuando este le comunicó que, aparentemente, todo estaba tranquilo, que no había indicio alguno de guerra y que se volvía a los Estados Unidos: «Usted déme las imágenes y yo le daré la guerra».

En realidad, ni siquiera fueron necesarias estas imágenes, los informativos de la época que eran miniespacios de actualidad que se emitían en los cines antes de la película, optaron por la recreación de las batallas a través de maquetas de barcos rodadas en estudios de cine de Massachussets.

El motivo es muy sencillo, la realidad no suele ser todo lo verosímil que exigen los medios de comunicación que dependen de las imágenes para ilustrar algunos acontecimientos. Hoy ocurre, pero entonces con mucho más motivo: raramente un camarógrafo iría a la guerra y captaría una serie de imágenes suficientemente explicativas de lo que estaba ocurriendo. De hecho los que fueron no las consiguieron y se optó por la opción más fácil: la puesta en escena. Si la realidad no mostraba imágenes suficientemente verosímiles, se recreaban para buscar esa verosimilitud a través de la puesta en escena. Para tener imágenes verosímiles había que recurrir al engaño. Una paradoja que desde entonces siempre ha acompañado a la ilustración con imágenes de noticias, muy significativamente en las guerras.

La tentación de falsificar la realidad con un artilugio tan joven como el cinematógrafo volvió a ocurrir muy tempranamente, como ya ocurriera con la fotografía. Una vez más se demuestra que no es suficiente con cambiar la tecnología, también es necesario un cambio similar en la mentalidad de los ciudadanos, especialmente de aquellos que se encuentran con la posibilidad de controlar de estos medios (5).

Si hablamos de las posibilidades de manipulación que existen con la imagen analógica, estas son ciertamente cuantiosas, pero debemos tener en cuenta que en los casos citados y en tanto otros, no se trata de una manipulación de la imagen como tal, sino del sentido. Es decir, en ambos casos la manipulación venía dirigida por el contexto, por el medio donde se consumían esas imágenes. En la recreación de la batalla de Cuba se jugaba con la posible manipulación del sentido que se dota a esas imágenes: el espectador creía ver una batalla real de la guerra, cosa que no era cierto; pero lo que sí era cierto es que se rodó una puesta en escena de esa batalla. Si estas imágenes se hubieran vendido como una ficción no podríamos hablar de falsedad alguna. Es decir, las imágenes en sí eran verdaderas, sólo si eran consumidas como un presunto documental o como una ficción se puede hablar de posible manipulación o de una puesta en escena perfectamente legítima.

3. El cambio de paradigma: la imagen digital

Lo primero que debemos destacar de la imagen digital es su propia génesis, que está en la base de toda teorización que podamos establecer sobre el universo digital. La diferencia fundamental, el escalón tecnológico al que nos enfrentamos, viene dado por la misma naturaleza de esta tecnología.

Mientras las imágenes que conocíamos hasta ahora se basaban en la analogía, no sólo de la apariencia, también del mecanismo en el que se captaba la imagen, (por ejemplo con la fotografía se imprimía la imagen sobre una superficie fotosensible compuesta por haluros de plata) con las técnicas digitales no se genera una imagen latente como ocurre con la película tradicional, sino que en el sensor digital (llamado CCD en todo tipo de cámaras) la luz incidente produce una determinada carga eléctrica proporcional al nivel de intensidad lumínica que recibe. Esta señal eléctrica, todavía analógica, es convertida en un código binario, a través de un conversor de analógico a digital y cada píxel se le otorga un valor formado por ceros y unos. Esta sucesión de números es lo que formará la imagen.

El píxel (acrónimo de picture elements) es el elemento más pequeño que forma la imagen. En realidad son unos cuadrados de un tamaño muy pequeño. A menor tamaño, mayor será la calidad de la imagen, puesto que se hará menos palpable el pixelado, es decir, la verificación de que esta está compuesta en realidad por una cantidad variable de celdas, cuya unión forman una imagen de aspecto más o menos análogo con la imagen real (dependiendo de muchos factores: el número de píxels, la óptica, el tamaño de los CCD...).

El símil que mejor se corresponde con esta imagen digital sería un mosaico compuesto por pequeñas teselas. El dispositivo es exactamente el mismo, sólo que mientras en las primeras sí se observa la discontinuidad que suponen las celdas, no ocurre lo mismo con una imagen digital, a no ser que nos acerquemos mucho a la imagen o mejor aún, la ampliamos lo suficiente para que los píxels que forman la imagen sean apreciables.

La imagen digital codificada se presenta como una matriz de números (en filas y en columnas) contenida en la memoria de un ordenador, que no tiene una estructura isomorfa (analógica) con respecto a la imagen (real), y en cuya memoria los píxels pueden ser manipulados o alterados individualmente o en grupos. La imagen infográfica está basada, por lo tanto, en una técnica analítica que transforma la discontinuidad de los píxels en una forma visual analógica, continua y compacta.

La imagen digital pura, es decir, la sintética (los gráficos hechos por ordenador o infografía) no tiene por qué tener en cuenta el referente de la realidad y sin embargo puede representar ideas, conceptos que hasta ahora no eran representables icónicamente, se puede crear lo imposible, lo inexistente.

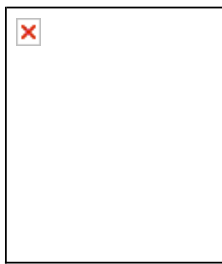
Estas imágenes puramente digitales son mucho más manipulables, pues al corresponderse con un código numérico, las posibilidades de tratamiento son casi infinitas. Desde cambiar el color, la exposición, el contraste, hasta borrar o añadir elementos que no están en la imagen original. Todo ello con la mayor sutura,

sin ninguna evidencia por parte del espectador de que esa imagen haya podido ser retocada o manipulada. A diferencia de lo que pudiera ocurrir con la imagen tradicional, las huellas del retoque quedan borradas por la perfección de la misma tecnología.

Según Gómez Isla (1998:7) «en el fotomontaje clásico no importaba en absoluto que se vieran las costuras en la imagen final (el recorte descarado de tijeras) y la falta de integración visual entre los diversos elementos que componían la imagen» mientras que, el fotomontaje digital, además de que es infinitamente más sencillo de hacer (cualquier usuario con unos mínimos conocimientos y con una herramienta de retoque fotográfico es capaz), la sutura es mucho más perfecta; la huella de ese retoque, siempre que sea hecho correctamente, desaparece. Incluso en el mismo momento de captación de la imagen podemos recurrir a una manipulación instantánea de la imagen (poniendo uno de los múltiples efectos que disponen estas cámaras), de manera que lo que la cámara nos muestra en la pantalla puede tener poco que ver con esa realidad que yace al otro lado del objetivo.

«La tecnología digital despoja a la fotografía de su legado de verdad y rompe definitivamente esa conexión existencial hasta ahora indisoluble con su referente. Muchos estudiosos vaticinan la muerte de la fotografía tal y como la conocemos hoy en día para dar paso a una era pos-fotográfica, en la que la imagen se vuelve cada vez más maleable y manipulable, una era donde lo real y lo irreal comienzan a mezclarse indisolublemente (...) la propia realidad ha comenzado a ser reemplazada por el mundo de simulación digital» (GÓMEZ ISLA, 1998:1).

3.1 *Fictitious Portraits* de Cottingham: imágenes sin referente



Buena prueba de ello lo tendríamos en las fotografías de Keith Cottingham, el fotógrafo nacido en San Francisco se aprovecha de las posibilidades de las técnicas digitales para llevar al extremo los postulados de la simulación digital. En la serie *Fictitious Portraits* un espectador medio verá una serie de jóvenes bastante parecidos entre sí posando ante el fotógrafo. Aparentemente son una serie de fotografías tomadas con total normalidad. En realidad no es así: los cuerpos de estas imágenes son simples figuras de cera que son escaneadas y a los que posteriormente se añaden los rostros que en realidad son del propio autor «I use anatomical drawings, wax sculpture, and digital montage to hybridize myself to others. By creating multiple personae of myself, I expose that identity is like a mobius strip upon which internal and external social realities write the body. Flesh and soul are not dictomized essentials, but two sides of a coin that has circulated for so long that its humanly fabricated nature has been all but forgotten»(6).

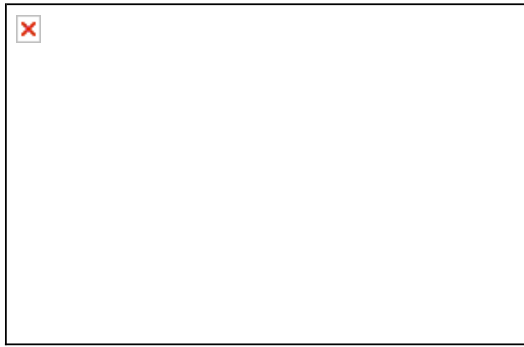
Nos encontramos ante un caso especialmente relevante dentro del universo digital: una imagen sin referente, que sólo existe en el ordenador, pero que puede ser consumida por el espectador como una imagen *real* más. No existe una realidad de esos modelos que podamos ver en las fotografías, son imágenes totalmente virtuales por mucha apariencia *verídica* que tengan. Toda su existencia se agota en la misma imagen que vemos, no hay nada más allá y esto es un hecho que debe empezar a inquietarnos como espectadores de imágenes acostumbrados leer las imágenes de una determinada manera: «la percepción no puede separarse de la comprensión: todo acto de ver implica un querer saber lo que se ve ¿qué estoy viendo?» (...) Una fotografía no es una ilusión total porque el observador puede levantar la vista y compararla con el mundo no fotográfico» (Vilches, 1987:97).

Aquí es donde empiezan a saltar todas las alarmas del estatuto de credibilidad del que gozaba la imagen durante buena parte de nuestra historia, especialmente si estas imágenes sin referentes son utilizadas para otros fines que los puramente artísticos o provocativos.

En este sentido, conocer las capacidades creativas y manipulativas de la imagen digital, nos debe proporcionar la capacidad de *poner en duda* la credibilidad de cualquier tipo de imagen. Conviene tener siempre una mirada crítica y desconfiar de cualquier imagen que nos sea presentada como cualquier otra cosa más allá de lo que es (es decir, una imagen). Esto puede parecer una tautología pero lo que se trataría es desposeer a la imagen de un estatus que en pleno siglo XXI no parece corresponderle, habida cuenta de las citadas características de la imagen digital y de los ejemplos que nos quedan por ver.

3.2. Imágenes virtuales, guerras reales

El cinco de febrero de 2003 Colin Powell, a la sazón secretario de Estado de los Estados Unidos se presentó en el Consejo de Seguridad de la ONU con las que iban a ser las pruebas «irrefutables» de que Irak tenía armas químicas y de destrucción masiva. Se trataba de un conjunto de ocho imágenes, algunas aparentemente realizadas desde un satélite espía, mientras que otras eran puras recreaciones virtuales de una supuesta realidad que ni remotamente quedaba reflejada en las fotos. Se da la circunstancia que incluso las fotos *reales* estaban completadas con multitud de rótulos digitales que servían como acotaciones a algo, que para nada parecían representar las imágenes, como un edificio aparentemente normal con un texto al lado que explicaba: «Bunker de municiones químicas». Las recreaciones virtuales todavía iban más allá y mostraban camiones aparentemente normales que dentro tenían una suerte de laboratorios químicos móviles. En este caso estamos hablando de imágenes puramente sintéticas, realizadas a través de un ordenador y por tanto sin ningún referente en la realidad.



En definitiva era una serie de imágenes que más bien parecían pertenecer a una exposición como las que se pueda hacer un conferenciante con el *powerpoint*, que no como prueba legitimadora de una invasión en una institución como la ONU. (7) En esta ocasión, como podemos ver el retoque y manipulación de las imágenes sirven como excusa para la invasión de un país. Pero es que se da la circunstancia de que algunas de estas imágenes utilizadas por Powell como pruebas son recreaciones digitales, a efectos legales pueden tener la misma validez testimonial que un dibujo hecho a lápiz.

La imagen nos está sirviendo de coartada para la toma de una serie de decisiones al más alto nivel. Si las imágenes de las que disponemos no son suficientemente explicativas no hay problema: se pueden recrear a través del ordenador, ya que «hay muchas cosas que no son visibles, por ejemplo los conceptos. No se puede obtener la foto de un concepto. Pues bien, ahora se puede representar un concepto como podría hacerlo un diseñador o un dibujante, se puede crear lo imposible, lo inexistente, con imágenes virtuales, porque basta para ello con poner a punto fórmulas matemáticas que permitan tener un equivalente en imagen. Y eso cambia el mundo, esto cambia incluso la lógica de la representación» (Ramonet 2002:10).

Las fotos que Powell exhibió en el Consejo de Seguridad de la ONU fueron al día siguiente portada de casi todos los periódicos. Los medios oscilaban entre la credulidad y el escepticismo, porque ya llovía sobre mojado. En cualquier caso, como es sabido la decisión de invadir Irak se tomó, entre otras causas porque ya se había decidido antes, mucho antes incluso de tener estas fotos que como ya digo no eran una causa sino una excusa.

Apenas dos meses después en un reportaje emitido en una televisión alemana dos inspectores de la ONU reconocían la falsedad de las imágenes y que todos los atributos que Powell les había dado a estas no tenían fundamento alguno. Una vez más todo había sido una invención, una estrategia para ganar tiempo y posibles adeptos para una causa que por momentos se les escapaba de las manos: en aquellos momentos la gran mayoría de los países del Consejo de Seguridad no veían justificada una intervención militar contra Irak. Las imágenes de Powell tampoco les hicieron cambiar de opinión, si bien la historia siguió su curso.

4. Las guerras virtuales: la Guerra del Golfo

Si hablamos de manipulación y de medios de comunicación a todos les vendrá con suma facilidad un único medio que es el que parece haberse ganado merecidamente la fama en los últimos años. La televisión hoy por hoy sigue siendo el medio más poderoso que existe, a pesar de los muchos peros que se puedan objetar a esto (fragmentación de la audiencia por la diversidad de canales, eclosión de Internet...). Esta sospecha que no hace sino consolidarse en los últimos años tiene en lo que se llamó *La guerra del Golfo*, uno de sus jalones más significativos. Nos estamos refiriendo a la Guerra de 1991 y no a esta última a la que aludíamos precisamente con las fotografías (8). *La guerra del Golfo* iniciaría una serie de los podríamos llamar *guerras virtuales*, todas ellas contemporáneas a unos sofisticados medios tecnológicos que consiguen cubrir grandes acontecimientos, sin mostrar prácticamente nada reconocible o identificable. De esta primera guerra recordamos las imágenes verdosas de los bombardeos nocturnos emitidas por aquel entonces en exclusiva por la CNN y retransmitidas a todo el planeta en tiempo real (estas imágenes han tenido su continuidad en las sucesivas intervenciones de los Estados Unidos: Afganistán y nuevamente Irak); imágenes tomadas desde aviones con una calidad también bastante deficiente en las que los misiles lanzados desde los mismo aviones que grababan alcanzaban los objetivos con una calidad milimétrica. La guerra en primera persona. La guerra sin imágenes, por lo menos lo que entendemos nosotros por imágenes de guerra.

«Desde el inicio de la guerra del Golfo, los telespectadores sintieron una gran insatisfacción ante las imágenes del conflicto ofrecidas por las cadenas de televisión. Faltaba algo fundamental, la propia guerra, convertida, paradójicamente en invisible. Reemplazada por toda una serie de sustitutos decepcionantes, de mediocres sucedáneos: documentos de archivo, maquetas, mapas, narraciones de expertos militares,

debates, testimonios telefónicos... en resumen, todo salvo las imágenes de la propia guerra, punto ciego de un gigantesco dispositivo puesto en marcha precisamente para filmarla en primer plano...» (Ramonet 2002: 124).

Estamos en el terreno de las imágenes autosuficientes, sin necesidad de referente (como ocurría en las fotos de Cottingham) en las que se combinaron imágenes inidentificables con otras reales pero utilizadas con una intención manipuladora: justo antes de empezar la guerra fueron mostradas unas imágenes de un cormorán lleno de petróleo, en realidad no pertenecía a Irak sino al Reino Unido; asimismo una noticia sobre unos supuestos robos de recién nacidos kuwaitíes por parte de soldados iraquíes resultó ser falsa. Ambas noticias fueron ideadas por un gabinete de relaciones públicas contratado por la Casablanca con el fin de crear en los espectadores un estado de opinión favorable a la intervención en Irak. El engaño no se supo hasta meses después del conflicto y sólo parcialmente.

Baudrillard, quien tiene un libro con el equívoco título de *La guerra del Golfo no ha tenido lugar*, aborda el papel y funcionamiento de las imágenes dentro de la concepción de la sociedad de hoy, como un mundo de simulaciones. En este trabajo trata de analizar «la perversidad de la relación que se establece entre la imagen y su referente, lo supuestamente real, la confusión virtual en el ámbito de las imágenes y en el de la realidad cuya naturaleza somos cada vez menos capaces de aprehender».

Aunque se piense todavía que la inmensa mayoría de las imágenes fotográficas, cinematográficas y televisivas dan testimonio hoy en día con ingenua fidelidad, las propias imágenes de los medios audiovisuales modernos están llevando a cabo la desaparición del significado y su representación.

Lo real y el principio de realidad resultan hoy en día negados o confundidos por las imágenes del mismo sistema.

Según la tesis del pensador francés mientras antaño se consideraban que las representaciones de los medios audiovisuales (incluidas las imágenes) se referían a una realidad objetiva, hoy, a medida que va creciendo su proliferación tecnológica, su reproductividad, su movilidad y sus capacidades de imitar la realidad, llegan a competir con esta misma realidad, a confundirse con ella, incluso a volatizarla, sustituyéndola (a esta realidad) por un nuevo modo de experiencia que el denomina hiperrealidad (lo más real que lo real).

Es evidente que la televisión digital no hace sino allanar el terreno a este discurso. Como ya hemos visto, la reproductividad, la movilidad y la capacidad de imitar la realidad son características perfectamente aplicables a todo lo digital.

Se produce una desaparición del espacio y de la distancia que existía antes entre el mundo real y el mundo representado. Los medios de comunicación de masas y más específicamente la televisión está provocando que la relación del individuo con la realidad se transforme completamente «la sola presencia de la TV transforma nuestro habitat en una especie de celda arcaica y cerrada», el individuo se retira a un mundo privado cada vez más aislado y aislante donde todo ya es visible, un mundo al que tenemos un acceso ilimitado a través de nuestras pantallas y mediante las redes a las que estas están conectadas.

Como consecuencia de ello se da una disolución de la distinción entre sujeto y objeto. La frontera entre ambos cada vez se vuelve más borrosa y confusa y va siendo sustituida por esta hiperrealidad causada por los media.

«significado y referente han quedado abolidos en beneficio del juego de significantes, de una formalización general en la que el código ya no se refiere a cualquier *realidad* objetiva o subjetiva, sino a su propia lógica» (Baudrillard, 1996: 127).

El término más importante que el teórico francés ha acuñado para definir los medios de comunicación es el de *simulacro*(9). Término que concluye toda una evolución a lo largo de la historia en la concepción de los signos: en un principio el símbolo se limitaba a reproducir una realidad básica, en una segunda etapa el símbolo enmascara y pervierte la realidad básica, y en esta tercera el símbolo ya no posee relación alguna con la realidad sino que es un simple *simulacro* de ésta. Las condiciones que rigen lo que podríamos llamar la *cultura del simulacro* se pueden aplicar hoy en día sobre todo a la televisión, un discurso mediático que prescinde en gran parte de la realidad (exterior), encontrando la legitimidad necesaria en la coherencia interna de su propio discurso. Muchas noticias pueden no ser verdaderas, pero sí ser entendidas como tal gracias al medio, haciendo así bueno el famoso aforismo de McLuhan.

En *La guerra del Golfo* se dio un interesante ejemplo de esto, cuando se nos vendió como noticia lo que en realidad era una flagrante puesta en escena. Las noticias no eran reales, pero sí tenían el efecto de verdad, por lo que fueron asumidas como tales. Las imágenes que se vieron eran totalmente virtuales, como sacadas de un videojuego, ya que perfectamente podían haber estado grabadas en otro país que no fuera Irak, era prácticamente imposible que el espectador identificara nada a través de ellas, sin embargo no tenía ninguna duda de que esas noticias eran *verdaderas* precisamente porque las estaba viendo en un informativo.

Lo que sí se pretendía imponer era la imagen de una operación militar que estaba saliendo según lo previsto y de unas brillantes y limpias misiones que cumplían sus objetivos.

La Guerra del Golfo según Baudrillard entraría dentro de esta categoría de *simulacros*, ya que no habría sido una guerra real, sino un conflicto cuya existencia encontraba su significación para y por los medios de comunicación a los que estaba destinado, más exactamente la televisión. Esta guerra sólo tuvo lugar como espectáculo televisivo: imágenes espectaculares, a menudo poco comprensibles, estética de videojuegos... todo a mayor gloria de una única cadena que se llevó los honores de liderar la cobertura informativa. Claro que esta es la guerra que vimos, la verdadera guerra sería necesario haber estado allí para vivirla, y tan sólo meses después se empezó a saber otra verdad bien diferente a la versión oficial.

5. Conclusión

Aquí nos encontramos con el peligro que supone la televisión actual usada desde un enfoque ideológico: el efecto de engaño (sobre población y gobiernos) puede ser absoluto. Quizá una película como *Cortina de Humo* (*Wag the Dog*, 1997) sea más ilustrativa del posible poder de la televisión con la actual tecnología digital, que todo lo que podamos decir aquí. Este filme en realidad es una crítica/parodia de lo que ocurrió en *la Guerra del Golfo*, en una secuencia se nos muestra como un director de Hollywood organiza una escena en un plató con un fondo verde en la que una actriz corre asustada con una bolsa de papas en la mano. Tras el correspondiente retoque digital (que en esta película está un tanto exagerado) el resultado final será una chica albanesa que huye de las bombas entre las casas de un pueblecito, con su gato entre las manos. Como ocurriera en la realidad, estas imágenes son difundidas mundialmente y reproducidas por diferentes medios sin que nadie se plantee su veracidad. El efecto de verdad triunfa sobre la realidad y el gobierno de los Estados Unidos ya tiene la excusa perfecta para iniciar una intervención armada en otro país, con la connivencia de los medios de comunicación.

«Por supuesto, con estas herramientas, podemos esperar la aparición y desarrollo de nuevas formas de manipulación. Las técnicas militares de «engaño» o de «seducción», comúnmente empleadas hoy en día en la guerra electrónica, ilustran perfectamente cómo se puede falsear, manipular, desviar, captar y procesar estas señales informáticas para engañar mejor (...). Las técnicas de digitalización colocan en el mismo plano toda la información, sea cual sea su grado de abstracción» (Quéau 1995: 38).

Tal y como afirma el mismo Quéau, al socaire de las nuevas tecnologías están surgiendo en televisión toda una serie de *falsos programas verídicos*, *reality shows* y otros programas similares salpicados de dramatizaciones, donde se recrea una determinada puesta en escena de un hecho a través de imágenes preparadas, que vienen a sustituir las imágenes reales.

«Con mucha razón cabe pensar que el dominio absoluto de la imagen, hasta el último píxel, que brinda lo digital, sabrá encontrar aplicaciones temibles. Es urgente y necesario que se desarrolle una conciencia de estos problemas, que mejore la formación del público, que se instalen cuanto antes los medios de una nueva forma de «alfabetización». La imagen convertida en un medio de escritura ubicuo, no debe considerarse ya como evidente ni verse de paso, sino que debe leerse con cuidado, analizarse, cotejarse con su contexto (...) cuanto más inmersos estemos en la imagen, más tendremos que aprender a mantener las distancias respecto a esta» (Quéau 1995: 39).

Referencias

- AGUADED, J.I.; COREA, R.I. y TIRADO, R. (2002): «El fundamentalismo de la imagen en la sociedad de espectáculo», en *Investigaciones de la comunicación* nº14, vol I. Caracas.
- BAUDRILLARD, J. (1987): *The Evil Demon of Images*. Sydney, Power Institution Publications.
- BAUDRILLARD, J. (1991): *La guerra del Golfo no ha tenido lugar*. Barcelona, Anagrama.
- BAUDRILLARD, J. (1996): *El espejo de la producción: o la ilusión crítica del materialismo histórico*. Barcelona, Gedisa.
- DARLEY, A. (2002): *Cultura visual digital*. Barcelona, Paidós.
- GÓMEZ ISLA, J. (1998): «Imagen digital: lecturas híbridas», en *Universo fotográfico* nº1 por el Seminario de Fotografía de la Facultad de Bellas Artes de la UCM en Estampa 98.
- GUBERN, R. (1987): *El simio informatizado*. Madrid, Los libros de Fundesco.
- HISPANO, A. (2001): «Lo falso, lo parecido, lo hiperreal. Breve aventura virtual del siglo XIX» en SÁNCHEZ-NAVARRO, J. e HISPANO, A. (eds.): *Imágenes para la sospecha*. Barcelona, Glénat.
- QUÉAU P. (2002): *Lo virtual*. Barcelona, Paidós.
- RAMONET, I. (Ed.) (2002): *La postelevisión. Multimedia, internet y globalización económica*. Barcelona, Icaria.
- RAMONET, I. (2002): *La tiranía de la comunicación. El papel actual de la comunicación*. Barcelona, Debolsillo.
- VÁZQUEZ MEDEL, M.A. (1991): «La guerra del golfo: realidad y construcción informativa», en *Cuadernos de Comunicación* 56.
- VILCHES, L. (1988): *La lectura de la imagen. Prensa, cine, televisión*. Barcelona, Paidós.

1 Evidentemente no todo el mundo está de acuerdo con esta afirmación. Por citar tan sólo un ejemplo: Vilches afirma «una fotografía, un filme, un programa de televisión no son ningún espejo de la realidad. Aunque Bazin compara la pantalla de cine con una «ventana abierta al mundo», ninguna imagen es, en todo caso, un espejo virgen porque se halla en él previamente la imagen del espectador» en VILCHES, L. (1987: 9).

2 El cine es en realidad pura falsedad: partiendo de que se crea una idea homogénea de lo que en realidad es heterogéneo, rodado en varios días, con decorados que simulan lugares, actores que simulan ser personajes...

3 HISPANO, A. (2001:110).

4 Este sería el primero de los numerosos casos en los que los medios de comunicación tuvieron un papel fundamental como detonante de un conflicto bélico protagonizado por los Estados Unidos.

5 Los aquí expuestos supondrían dos casos significativos, aunque la lista desde luego podría ser mucho más extensa, si bien no es nuestro cometido dar cuenta de todos ellos aquí.

6 Texto del propio Keith Cottingham en http://www.kcott.com/art/art_pages/92/92b.html

7 A pesar de lo insostenible de estas imágenes como prueba «de algo», no faltó quien las encontró convincentes, como ocurrió con las representaciones británica y española, por supuesto fieles aliadas de los postulados estadounidenses.

8 Lo ocurrido en esta última contienda también sería digno de análisis aunque en otro lugar.

9 Dentro de *The precisión of simulacre*. Véase una interesante readaptación del tema en TALENS, J. (1994): *Escritura contra el simulacro*. Valencia, Eutopías nº 56.

Julián Echazarreta Carrión es profesor de Comunicación Audiovisual en la Universidad de Valencia (España). También trabaja en la televisión autonómica valenciana desde 1999 (julian.echazarreta@uv.es).