

IMAGEN DIGITAL: parte 2

FOTOGRAFIA DIGITAL Y NUEVOS LENGUAJES

12.06.01

Por Doifel Videla

A menudo visualizamos el universo digital como una serie de nuevos soportes: disquetes, boletos de metro, CDs, DVD, tarjetas de memoria, tarjetas de crédito, etc. pensando que el gran aporte de lo digital es su miniaturización, es decir su gran capacidad de almacenar información en un pequeño espacio. Sin embargo la tendencia a la miniaturización no es mas que una consecuencia, la punta del iceberg, de la naturaleza particular de lo digital. Negroponte en su libro “el hombre digital”, centra su exposición en este cambio al que se refiere como a la transición **del mundo atómico al mundo de bits**. El paso, por ejemplo, de bibliotecas llenas de libros de papel — léase atómicos— a gigantescas bases de datos alojadas en servidores, atendiendo simultáneamente a miles de personas en diferentes lugares del planeta y los cambios culturales que tal transformación involucra.

El paso al mundo digital, que consiste en la transformación de un elemento análogo continuo, por tanto infinito, como el sonido o la imagen, en una sucesión enorme, pero **finita**, de “unos” y “ceros”—, permite que estos, en tanto formulación matemática, puedan ser **manipulados** con otras formulas matemáticas (algoritmos, por ejemplo), **reproducidos** infinitas veces, o **eliminados**, sin dejar trazas. Por su naturaleza matemática, estos elementos, ya no son solidarios de su soporte y podemos hacerlos viajar de un soporte a otro sin perder nada en el camino.

Usuarios y propietarios

El mundo digital nos está conduciendo gradualmente a una manera diferente de ver las cosas, donde los **conceptos** van ganando terreno sobre los objetos, empleando a fondo el argumento de eficiencia y multiplicidad. Un ejemplo común podría ser el dinero electrónico. Un universo donde los **servicios** van reemplazando a la propiedad, pues en el mundo digital el acento esta puesto en el **uso** y no en la posesión, en la **función** mas que en el **objeto**. Podríamos ilustrarlo con algunas tendencias, como la de alquilar autos en lugar de comprarlos. En este caso,

aunque se trate de objetos materiales, la motivación del usuario es diferente. No se está atando a un auto por años —en las buenas y en las malas— sino a un servicio que le proporcionará un transporte libre de mecánicos, funcionarios municipales, vendedores de seguros, alquiler de un parking, largos períodos de inmovilidad, etc. Está, en otros términos, asociándose a un concepto; al concepto de **usuario** y no de propietario. El objeto —en este caso el auto— pasa a ser el factor **variable** y el servicio el factor **permanente**. Otro caso típico es el del teléfono celular, que se recibe en forma gratuita o casi gratuita a cambio de un contrato de uso por una cierta cantidad de tiempo. Igualmente podríamos mencionar las casas a tiempo compartido que nos “pertenecen” durante unos días, durante 99 años y que podemos trocar por otras en otros lugares. En todos estos casos la propiedad se encuentra en un segundo plano en relación al servicio. Todos estos ejemplos, que no se originaron en un universo digital, encuentran sin embargo su pleno rendimiento en él, fundamentalmente gracias al dinero electrónico y las redes. El hecho que la tarjeta de crédito sea de naturaleza digital, le permite estar conectada a una red y a una base de datos en tiempo real, lo que automatiza su tratamiento, los planes de crédito y disposición equivalente en cualquier moneda. La tarjeta de crédito es la piedra angular del mundo digital pues nos hace miembros de una red planetaria, ofreciéndonos el primer servicio digital por excelencia: una identidad y la autorización para comprar.

Otra particularidad esencial del mundo digital es lo que actualmente se denomina la “**convergencia** digital”. Dicho en palabras de Lev Manovich, es que todo aquello que pueda ser digitalizado: “será digitalizado”. Textos, imágenes, sonidos, animaciones, datos, formulas, scripts de programas etc. van a parar a la fila de unos y ceros y por ende al computador. Tendencia que no deja de crecer y engullir toda la historia de la humanidad hasta ahora repartida en todo tipo de soportes.

La revolución digital entonces, es mucho más que un soporte pequeño con gran cantidad de datos, es más que los 34 tomos de la Enciclopedia Británica en un CD Rom, es un cambio total de mentalidades, usos y costumbres, de expectativas frente a lo tecnológico, de relaciones sociales, de revisión de conceptos como el comercio, la información sexual, los estudios, el trueque, la familia, la privacidad, la entretención, etc.

En lo que se refiere a la fotografía, obviamente esto no podría ser diferente. El cambio a lo digital, no implica únicamente el ahorro de película y de laboratorio. Evidentemente es eso y mucho más.

La cámara digital

Quizás el hecho mas relevante para el usuario es que por fin se ha inventado un soporte universal. Para la maquina de escribir, la ampliadora, el televisor y la consola de juegos tenemos un reemplazante: el ordenador. Este aparato no solo **archiva** cualquiera de estas “medias”, también las **crea** a partir de cero, las **presenta**, aloja programas que permiten **modificarlas** y funciona como centro de **distribución**, a la manera de un correo. Cinco acciones en una, que antes estaban absolutamente separadas en términos de trabajo y concepto y requerían de un pequeño ejercito de especialistas y funcionarios junto a sus especificas infraestructuras. Otro aspecto decisivo, es que al estar el ordenador conectado a la red planetaria —léase Internet—, puede entrar en interacción con cualquier otro miembro de esta, participar en foros, exposiciones, concursos, etc. Asegurada su **membrecía** permanente a través de su “sitio web” y haber adquirido, posiblemente a través de un huésped gratuito, un nombre, localización y espacio, tal usuario ha comenzado a existir en una dimensión particular a la que antes no pertenecía. Ahora es un ser **conectado**.

La dimensión que se abre a un usuario con cámara digital, es mayúscula. Especialmente si ha debido equiparse recientemente de una computadora para poder disfrutar de su cámara. Como veíamos anteriormente el usuario realiza todos los pasos en el proceso de creación de imágenes de manera personal. En primer lugar, la transición a la cámara digital en términos de toma, es asombrosamente rápida. Estas trabajan en **tiempo-real**, es decir que uno esta constantemente **monitoreando** la imagen con ayuda de un pequeña pantalla LCD, la cual, por nuestra larga asociación con los televisores, nos es absolutamente familiar. El resultado de la toma se puede ver inmediatamente y puede ser **compartido** con los sujetos, si se trata de una toma de personajes, obteniendo una reacción de su parte. Si el resultado no nos convence, podemos hacer una serie de tomas, sin pensar en el costo, hasta que —“revisándolas”— lleguemos a una que nos parezca adecuada. El resto las podemos borrar o guardar si ese es nuestro deseo.

Con la mayoría de estas cámaras, podemos definir **formatos** en tamaño: para impresión o para el web. Podemos decidir del grado de **compresión** para ahorro de espacio en la tarjeta de memoria y también decidir con que capacidad de memoria trabajaremos, llegando a capacidades de mas de un gigabyte (Microdrive de IBM). Podemos escoger el modo de trabajo: **color**, sepia, blanco y negro o efecto “posterizado”. El **balance** de los blancos no debe preocuparnos pues en general se hace automáticamente, así sea luz de día, tungsteno, fluorescente

o sodio. Igualmente podemos elegir la **sensibilidad** del captor CCD, con equivalencias de 100, 200, 400 y 800 ASA o dejar esta opción en modo automático. Generalmente tales aparatos permiten además grabar algunos segundos de sonido para, por ejemplo, describir la toma. Finalmente la mayoría permite realizar un vídeo digital de algunos segundos o minutos, a veces con toma de sonido incluida. Describos someramente las características típicas de una cámara digital, podemos resumirlo a un aspecto: la **flexibilidad**.

Para muchos el argumento en contra del uso intensivo de tales cámaras, aparte del muy comprensible aspecto económico, radica en su resolución. Tal parece ser que este es bajo. Sin embargo hay en ello bastante de mito. Las cámaras actuales, “bajo de gama”, es decir con solo 1,4 millones de pixeles, permiten copias correctas en el formato estándar 10 x 15 cm. Las de 2,1 millones de pixeles, permiten copias de 18 x 24 cm, las de 3,4 millones de pixeles, copias de 24 x 30 cm y las de cuatro y cinco millones de pixeles en formato 30 x 40. Sin que, en ninguno de estos casos, se vean los “temidos” pixeles. Ante este temor, habría que preguntarse, cuantos usuarios efectivamente amplían sus negativos mas allá de estos formatos y si el temor a los pixeles es mas justificado que el temor al grano (lo que hace unos 30 o 40 años atrás era la pesadilla de los fotógrafos aficionados y que luego algunos fotógrafos pondrían de moda). ¿No habrá lugar acaso para que los pixeles se pongan de moda?. Yo apuesto a que si. Sin embargo este es el argumento mas débil de los detractores de las cámaras digitales, pues ya han comenzado a aparecer las primeras cámaras con captores de 6 millones de pixeles y los nuevos tri-CCD que captan separadamente los tres colores. Con ello quedará saldada la cuenta con las cámaras 35 mm. Pues la diferencia jugará muy a favor de lo digital en una ampliación de 30 x 40 cm que es el formato límite del 35 mm. antes de que el grano se haga demasiado evidente.

Lo que si es muy real y constituye un “handicap” de las cámaras digitales es su lentitud de reacción, incluso en las cámaras digitales de alto rango. Igualmente, hacer una toma en formato TIF no comprimido, puede tomar varios segundos de escritura aún con las cámaras mas sofisticadas.

Sin embargo el objeto de este articulo no es ni mucho menos un estudio técnico comparativo entre cámaras tradicionales y cámaras digitales. Este apunta mas bien, al impacto que conlleva la adopción de tales cámaras en el proceso creativo de las imágenes.

Nuevas técnicas, nuevos lenguajes

Un servicio que desde hace tiempo ha estado disponible en los teléfonos celulares es el de mensajes SMS (short message service). Aunque ahora popular, tardó un buen tiempo (el tiempo en que los celulares llegaron a manos de los adolescentes) para que este servicio comenzara a ser usado masivamente. Ahora cuando paseamos por plazas y paseos peatonales, en países donde los adolescentes tienen acceso a tales juguetes, los vemos inclinados tecleando con ahínco sobre ellos. En España por ejemplo, el número de mensajes SMS aumenta cada día, sobrepasando las estimaciones mas optimistas, llegando a mas de cinco millones el número de estos que se intercambian por día. Y nuestros futurólogos deben aceptar que hubiera sido muy difícil haber previsto el fenómeno hace algunos años. Por la simplicidad y limitaciones del sistema y los apenas ciento sesenta caracteres escritos letra a letra, no era como para entusiasmarse en demasía. ¿En que se basa tal fenómeno? Simplemente en que los jóvenes han encontrado el método de estar conectados al pensamiento colectivo de su grupo en permanencia. Pero, para que esto haya comenzado a preocupar a profesores, sociólogos y a la prensa, no es solo eso lo que ocurre, es la velocidad con la que estos jóvenes están deformando el lenguaje hasta el punto de olvidar como se escribía antes de la escritura SMS.

¿Qué está pasando y por qué? (¿Que está pasando y por qué?). El xq es muy simple, la velocidad, la economía y la **compresión del lenguaje para privilegiar el mensaje**. Todos elementos propios del mundo digital. Reducir todo a su mínima expresión sin perder el contenido. El resultado es un nuevo lenguaje, directo, codificado, sin formas verbales otras que el presente y algo de futuro. No olvidemos que si estamos conectados en permanencia, no tiene sentido, ni hay tiempo, para hablar de lo que ya pasó.

En el reino de la imagen algo parecido ocurre. En teoría la imagen digital se deja copiar sin modificaciones, sin embargo la tendencia apunta mas bien a comprimirla lo mas que se pueda —a cuenta de la pérdida de bits, de rango de colores, de resolución y de limpieza— para facilitar su transmisión. La compresión degrada y esto es casi una ley. Y si este cambio en la sintaxis de la imagen no es un cambio en el lenguaje, dejemos expresarlo mas claramente: Internet hace circular trillones de imágenes en permanencia, la gran mayoría de ellas pornográficas. Son imágenes de consumo rápido, imágenes que con un clic incluimos en nuestro propio disco duro; una forma de circulación, aunque no sea ese el objetivo real. Tales imágenes vienen comprimidas y por su reducido tamaño generalmente no son aptas para ser impresas. Es tal el éxito de tales bancos de imágenes, que la oferta es cuantiosa y el negocio multimil-

lonario. Estando asegurado el anonimato y el traspaso, tales empresas venden el servicio por una tarifa mensual. El usuario ve todas las imágenes que puede y copia todo aquello que quiere, creando fantásticas bibliotecas de imágenes porno. Otros sitios dan el servicio de enviar imágenes diarias a una casilla e-mail u otras venden un software destinado a obtenerlas de manera automática. En todo caso, lo que importa es que las imágenes abundan, son baratas, se pueden copiar, son crudas, directas y documentan hasta los actos más inimaginables del ser humano. Gracias a las dificultades en la localización, muchos de estos sitios infringen las normas legales exponiendo menores y violencia, pero otros simplemente simulan tales hechos. Por ejemplo escriben textos tales como: “mi padre violándonos a mi y a una compañera de curso de 10 años”. Pero una advertencia, en la misma página nos indica que los textos no son más que fantasía y que todos los modelos tienen más de 18 años. Es decir el usuario se deja timar a sabiendas, pues el objetivo consiste en inflamar su fantasía y no necesariamente en cometer actos ilegales.

¿A que llegamos con este comentario? A que, en términos de cantidad, las imágenes digitales que más circulan son imágenes altamente comprimidas, explícitas, sin historia, a menudo traficadas con editores fotográficos como Photoshop, que no constituyen necesariamente un documento veraz, que solo buscan asegurar que su mensaje produzca el resultado deseado y que para ello cuentan con el apoyo y venia de los usuarios, quienes además terminan a veces abriendo su propio sitio gracias al banco de imágenes que se han constituido al apropiarse las imágenes de otros sitios. En suma, el equivalente, en versión adulta, de los SMS de los adolescentes. Mensajes cortos, explícitos, sin historia y con una sintaxis visual degradada.

Obviamente que ni los SMS van a radicalmente cambiar la literatura, ni los sitios pornos la historia de la fotografía, pero tienen un peso que se va dejando notar. Si recorremos las calles de París, por ejemplo, viniendo de otra ciudad más circunspecta, nos podrá llamar la atención el osado erotismo de los carteles publicitarios. Igualmente los notamos en las revistas de moda más alternativas e incluso en las no tanto como Vogue. A este estilo de presentación se le llama en París: la tendencia “porno chic”. Recientemente, se inauguró en una galería alemana el trabajo de un conocido fotógrafo alemán: Thomas Ruff. ¿Su obra? Fotos porno recuperadas de Internet y retrabajadas con Photoshop. Obviamente el trabajo de modificación y reinterpretación es lo importante, pero el sustrato está allí y la referencia no está escondida. Es obvio que un fenómeno masivo, como el de millones y millones de imágenes pornográficas circulando por Internet, no pueden dejar impávido a un artista atento a los cambios sociales.

Tal como ocurre con las imágenes fijas ocurre con el vídeo, aunque los niveles de compresión sean aún mas brutales dado el gran peso de tales archivos. Sin embargo, pese a que las imágenes son a veces casi irreconocibles, el mensaje esta allí y el negocio funciona viento en popa.

A estas alturas del artículo podemos preguntarnos lo siguiente: ¿Que es lo que podrá cambiar en la fotografía con el traspaso a modo digital? Y ¿Porque la opinión de que va a transformarse en el próximo estándar?.

La tendencia a la velocidad, al consumo masivo de bienes desechables, el cambio constante de trabajo y domicilio, la adopción del monitor como la ventana “hazlo todo”, la sobrevaloración de las apariencias por encima de la “autenticidad”, la presencia de bases de datos con casi infinitos registros de imágenes y por tanto infinitas adquisiciones, imponen nuevos modos de vida. Estilos de vida que nos llevan a adoptar aquello que refuerza tal estilo. Aquello que se presenta en esta línea y que está teniendo un alto grado de aceptación se reconoce por ser de consumo rápido, barato, abundante, se puede compartir y no exige ningún apego. Por decirlo de algún modo, **solo existe e importa en el momento en que está siendo consumido**. La música en formato MP3 (formato de compresión para música) conseguidas gratuitamente, las imágenes pornográficas “robadas” de sitios especializados y los mensajes electrónicos (e-mail, chat, SMS), podrían represntar la vanguardia de este estilo de vida.

Podríamos entonces apuntar a ciertos cambios en el lenguaje visual que involucren lo siguiente:

Abundancia, No estamos hablando de la copia única, cara y difícil de encontrar, sino de un producto profuso, barato (ojalá gratuito) y disponible en permanencia.

Narrativa mínima, El mundo digital es nuevo, por lo tanto su historia esta de cierto modo cancelada, la gigantesca producción diaria hace que cada trabajo se esté realizando casi en tiempo real, por lo tanto también casi siempre inconcluso. Mas que narración tienden a presentarse como una larga lista de documentos que se van ordenando de manera accidental (randomized).

Rapidez de circulación, Dada la velocidad con la que se suceden los autores y la abundancia de ellos, es básico que den a conocer sus producciones lo antes posible para que sus trabajos no queden desahuciados antes de hacerse públicos.

Disponibilidad para ser compartida, Uno de los fundamentos que sostiene la actividad en

Internet es la posibilidad de apropiarse de copias y la posibilidad de alterar dichas copias con los programas de edición gráfica, de sonido, o de vídeo. Sin tal disponibilidad no existirían los DJ ni la música electrónica actual. El remix (mezcla de sonidos preexistentes) no solo está presente en la música, también y hace mucho tiempo en la imagen.

Sugerente, No es necesario intentar entregar un mensaje acabado, so pena de pasar por pedante. En un mundo donde la apariencia prima sobre una dudosa autenticidad, mas se valora la capacidad de manipular y de mostrar, que la de pretender poseer alguna inalterable y pura verdad. Siendo en general todas las obras un producto de manipulación, reciclaje, mixing y alteración de tonos y valores, la apreciación se traslada al efecto obtenido y al mensaje, independientemente de su autenticidad ontológica.

En resumen, en mi opinión, la tendencia general, válida tanto para la música como para la imagen es la del trabajo en **tiempo real**, el **remix** y la **participación de los usuarios**.

Los trabajos fotográficos recientes que he tenido oportunidad de ver, no han sido todos realizados con cámaras digitales, sin embargo, el tono sí. Es decir simulan el efecto digital pues es éste el que está a la moda. Los libros muestran una cantidad enorme de tomas que parecen anónimas, muy "casual" y ordenadas sin narrativa aparente, dicho simplemente, sin principio ni fin. No hay héroes, ni malvados, no hay bellezas permanentes, ni lugares idílicos perfectos. Todo parece provenir de una indiferente cámara de vigilancia o de un niño manejando una cámara que nadie toma muy en serio. Las escenas no dramatizan nada y sin embargo hay siempre una lectura secundaria subyacente que da un cierto temor. Todas ellas son en color, como la realidad, y no parecen dar mucha importancia a la resolución, al enfoque, ni al punto de vista, aumentando la sensación de velocidad, intercambiabilidad, y desechabilidad.

El discurso está claro, es un reflejo de nuestra sociedad contemporánea y los autores están extrayendo los puntos esenciales de ello, donde forma y contenido están íntimamente enlazados para crear el discurso de la vida humana en el siglo XXI.