



La complejidad de la interpretación en la era de la imagen digital

Martha Gutiérrez Miranda

Resumen

La imagen ha variado a lo largo del tiempo y en todo momento su influencia ha sido determinante en nuestra manera de conocer o de percibir el mundo. Hoy se puede hablar de una evolución de la imagen, pues hoy más que nunca ha permitido construir la memoria visual de la Humanidad, en todas y cada una de sus manifestaciones. En la denominada "cultura digital", la imagen ocupa el lugar más importante de la comunicación y se convierte en factor de una revolución cultural. Como protagonista, se concibe como un elemento mediador de la realidad y se ha convertido en uno de los temas favoritos de la sociedad digital. Su presencia está cada vez más extendida en todos los ámbitos de nuestra sociedad. Es un fenómeno que se ha complejizado y dinamizado debido al desarrollo de la tecnología. Ha dado lugar a estudios interdisciplinarios y multidisciplinarios, orientados a plantear su singularidad, sus generalidades, expresividades y expresiones.

La presente reflexión es una aproximación, somera, hacia algunos argumentos en torno a la interpretación de la imagen. Particularmente la digital, en el contexto cultural actual. Así, se parte de muy diversas perspectivas que van desde el hecho de que una imagen puede, entonces, ser una simple representación de la realidad, o una de tantas posibilidades para interpretarla, o bien ser una total y absoluta irrealidad.

Palabras clave: *imagen, digital, cultura, significaciones, interpretación.*

Introducción

Las imágenes digitales -consideradas informáticas, artificiales, o simplemente “nuevas” imágenes- oscilan entre la realidad y la hiperrealidad, pues van desde la reproducción o simulación de objetos reales hasta objetos irreales, con alto grado de semejanza, e inclusive mayor que los reales, aun siendo inexistentes. Todo gracias a la tecnología de las computadoras y los dispositivos.

Esta condición ha colocado a las ciencias de la computación, a la informática y a los artefactos tecnológicos, en el centro de un nuevo proceso de la cultura digital. Como refiere Vilches (2001), se habla de una auténtica revolución en el campo de la imagen, pues ha cambiado nuestra relación con lo visible, así como la forma y el contenido de los objetos que observamos o producimos.

Como lo plantea Tatiana Merlo (2010), “la imagen atraviesa a la persona, a la sociedad y a la cultura como forma imperante de comunicación, produciendo modificaciones que son esenciales, desde lo biológico hasta lo cultural”. Se puede afirmar que en la hoy denominada cultura digital, la imagen, por sí misma, al ocupar el lugar más importante de la comunicación, se convierte en factor de una revolución cultural, sobre todo en Occidente. De este modo el *status* de la imagen ha variado a lo largo del tiempo, y en todo momento su influencia ha sido determinante. Irrumpe de una manera tan definitiva en nuestra manera de conocer o de percibir el mundo -cercana o remota-, que bien puede hablarse de una evolución de la imagen que permite construir la memoria visual de la Humanidad, de todas y cada una de sus manifestaciones.

La imagen como la gran protagonista de la cultura digital

Según Lorenzo Vilches (2001), probablemente el advenimiento más espectacular de la migración digital tenga a la imagen como protagonista, pues la relación imagen- realidad es, desde Platón, una preocupación constante de la cultura, y se ha convertido en uno de los temas favoritos de la sociedad digital.

Si se compara esta revolución provocada por las Tecnologías de la Comunicación y la Información con otro momento histórico crucial donde la imagen fue gran protagonista, inminentemente tendríamos que hacerlo con el Renacimiento y la imprenta. Es cierto que el humanismo del Renacimiento cambió la manera de percibir el mundo a nivel visual y conceptual, pero esa circunstancia no se hubiese producido tan rápido

si la imprenta no hubiese transmitido aquel pensamiento humanista. Con este ejemplo, puede decirse que una tecnología (como la imprenta) ayudó a producir un nuevo tipo de representación visual y, por ende, a proyectar nuevas tecnologías, órdenes sociales y visuales alternativos (la pintura en perspectiva, la cámara oscura, el pantógrafo, etcétera).

Si la tecnología produce cambios es porque sus avances son inminentemente sensibles al discurrir social. Una época determinada potencia más a una tecnología que haya sido alentada o recompensada por la sociedad, para satisfacer sus necesidades y demandas. Como afirma Heilbroner (1996), “el cambio tecnológico deber ser compatible con las condiciones existentes, (...) la tecnología no sólo influye sobre la sociedad, sino también es influida por ella” (Heilbroner 1996:79).

Si además de analizar los cambios de paradigmas provocados por las innovaciones tecnológicas, también se evidencian los nuevos tipos de lenguajes que éstas son capaces de generar, nos enfrentamos -particularmente en los últimos años del siglo XX y lo que va del XXI- al hecho de que los nuevos dispositivos audiovisuales han logrado generar su propia especificidad discursiva. Por ello, muchos autores que analizan la cultura digital están convencidos de que estamos ante el nacimiento de un nuevo lenguaje digital.

José Luis Brea (2002) afirma:

Vincularé siempre el desarrollo de un dispositivo técnico con el de un problema específico de emergencia de lenguajes. No tanto porque considere que la tecnología es destino, cuanto porque, más bien, considero que ella, la tecnología, es lenguaje. O más precisamente por cuanto estoy convencido de que una historia de las formas sería inabordable sin la consideración de los dispositivos tecnológicos que articulan la relación de la producción simbólica con el mundo, con lo real (Brea, 2002:26).

A esta irrupción de la tecnología digital en el universo simbólico de la representación, Brea (2010) la bautizó como la “era postmedia”, pues, según él, es una época en la que los medios clásicos de comunicación -como son cine, radio, fotografía y televisión-, que tuvieron su auge en el siglo XX, tendrían que redefinirse tanto en su forma lingüística o su lenguaje, como en su funcionamiento social.

Entonces, de lo que se trata es de identificar cómo en la era digital el paradigma lingüístico-visual de los tradicionales *mass media* -también llamados medios analógicos- se ha modificado por otro nuevo, donde

se vuelve a hacer alusión a la sintaxis visual pero con un nuevo ordenamiento y otras circunstancias.

Ante este panorama, bien vale la pena replantear el concepto de “lenguaje visual”, puesto que su estructura comunicativa no soporta la comparación con el lenguaje escrito. Joan Costa (2003), por ejemplo, sugiere que hay determinados efectos fotográficos, ruidos e incluso interferencias o errores y accidentes, producidos exclusivamente por la tecnología utilizada, que pueden convertirse en recursos visuales que modifican el modo de comunicarse. Según Costa, en el lenguaje fotográfico un determinado número de “ruidos” puede ser convertido en “signos visuales” gracias a la intencionalidad de quien construye el mensaje; es decir, el fotógrafo. O efectos como el enfoque, desenfoque, deformaciones, barridos, etc., han instaurado una manera específica de contar y estructurar el mundo que se captura a través de una cámara, y que es muy distinto a cualquier otro sistema de representación visual.

De tal suerte puede decirse que la tecnología digital aumente la dificultad para configurar una sintaxis visual propia, porque implica un alto grado de complejidad, añadido simplemente por la naturaleza de los medios considerados “nuevos medios” o “digitales”, y a los que se suman *software* y *hardware* diseñados para la generación y tratamiento de imágenes que han permitido construir imágenes complejas y mensajes aún más polisémicos que los tradicionales, o producidos por medios análogos. A lo anterior se añade que los posibles “signos y símbolos digitales” no sólo son producidos o generados a través de una cámara (digital), sino mediante una serie de posibilidades infinitas que implican procesos como la digitalización, el procesamiento, la edición, la manipulación y combinación de imágenes reales, construidas, modeladas, editadas, o bien retocadas, a través de uno o varios sistemas.

De la naturaleza de la imagen a la interpretación de la imagen

En la actualidad, la imagen difícilmente es una simple captura de la realidad. Con la tecnología digital es resultado de la concurrencia de filtros, capas, pinceles, etc., que incorporan todo tipo de efectos visuales y transforman sustancialmente esa realidad. Sin embargo, ha de recordarse que la capacidad narrativa de la imagen -atributo que no se debe en absoluto al poder que otorgan aquellas tecnologías- más bien reside en la intención o intencionalidad de quien busca confeccionar un relato visual, aunque para ello los medios empleados no sean siempre los más adecuados.

Lo que sí vale la pena resaltar es que tales artefactos de retoque, edición, o tratamiento, son capaces de recrear y reactualizar de modo cada vez más vívido y realista. Como refiere Nelson Goodman (1990): (...) una imagen es una imagen realista en la medida en que es correcta según el sistema normal de representación [propio de una determinada época o cultura] (...)

Dada la naturaleza de la imagen digital y de su elaborada y enorme capacidad de simulación -tal y como menciona Gómez Isla (2015)-, la tecnología digital es capaz de emular alternativamente varios lenguajes y códigos visuales pertenecientes a otros tantos medios. Por ello, más que la configuración de un lenguaje visual inédito, en la actualidad el universo de lo digital responde a una especie de miscelánea insólita de códigos procedentes de otros medios, o de la concurrencia de todos los medios.

Hoy se habla de alfabetización digital como un proceso que no sólo depende del aprendizaje de una serie de códigos, sino de la capacidad para emitir mensajes y retroalimentar con respuestas los mensajes enviados por otros. Lo que nos permite entender el mundo y aproximarnos de manera distinta a la realidad, con todo lo que la realidad actual implica. En este sentido, son muy precisas las aseveraciones de Snyder cuando afirma:

En un mundo electrónicamente mediatizado, estar alfabetizado tiene que ver con la comprensión de cómo se combinan las diferentes modalidades en formas muy complejas, para crear significado. La gente tiene que aprender a encontrarle sentido a los sistemas icónicos evidentes en los despliegues por ordenador, en los que intervienen todas las combinaciones de signos, símbolos, imágenes, palabras y sonidos. El lenguaje ha dejado de ser exclusivamente gramática, léxico y semántica, y ha pasado a abarcar también una amplia gama de sistemas semióticos en los que intervienen la lectura, la escritura, el visionado y el habla (2004).

La clave, entonces, tiene que ver con una serie de nuevos alfabetismos que requieren los individuos para acceder, interpretar, codificar y participar de todas estas nuevas formas emergentes de la cultura y la sociedad. Lo que a su vez implica una multiplicidad de competencias y habilidades para acceder, interactuar y construir un nuevo terreno semiótico. Esto ya fue planteado por Gutiérrez Martín, cuando declaraba que la alfabetización digital multimedia comprendía los diversos contenidos (conceptuales, procedimentales y actitudinales) que se consideran como

básicos e imprescindibles para la comunicación, expresión y representación, empleando distintos lenguajes y medios: “Como objetivo prioritario de la alfabetización digital podemos señalar la capacitación para transformar la información en conocimiento y hacer del conocimiento un elemento de colaboración y transformación de la sociedad” (2003).

Actualmente se consumen imágenes en forma indiscriminada, sin una reflexión profunda y crítica respecto a la calidad, formato, contenido, información, o intención. Darley (2002) dice que en la cultura visual digital las imágenes “no exigen espectadores inclinados a la interpretación, o que buscan evocaciones semánticas”. Las imágenes pueden representar tanto a las cosas que existen en la realidad, como a las que nunca han existido. Inclusive, la realidad es modificada por su creador como resultado de la técnica, del uso en mayor o menor medida de herramientas, o bien por el punto de vista de quien la observa.

Por tanto, la creación de una imagen reconsidera muchos cuestionamientos: desde cómo y quién la realiza, hasta la manera en que determinado recurso o herramienta le confiere atributos particulares, al grado de deformar, distorsionar, o inclusive re-concebir la realidad. Una imagen puede, entonces, ser una simple representación de la realidad, o una de tantas posibilidades de interpretación de ella, o bien, de una total y absoluta irrealidad.

Abraham Moles decía que “el concepto de iconicidad se refiere al hecho de que una imagen es la imagen de un objeto real. Un símbolo es un signo que retiene en muy poca medida el objeto que designa; se le parece poco”. Una imagen es más icónica que otra, en la medida en que tenga más propiedades comunes con el esquema perceptivo del propio objeto. Empero, hoy los elementos que aparecen en una imagen no tienen -en algunos casos- semejanza con la realidad, y en otros, como dice Jullier (2004), “son una perspectiva inversa a la de a abstracción”, pues incluso pueden añadir un poco más de realismo, como es el caso de la realidad aumentada. Y a medida que la imagen deja de parecerse al objeto representado, devienen dificultades en su decodificación. Si hoy pensamos en una imagen sintética, su papel como representación de la realidad cambia, sobre todo desde un punto de vista conceptual. Pues -como explica Manovich (2005)- se transforma en una construcción “ilusionista abierta a un universo de ficción”.

Las imágenes digitales son engañosas, ya que han llegado a confundir a los espectadores con lo que en semiótica y sintaxis visual se llama “grado de iconicidad”, pues el grado de parecido con una imagen real no siempre puede precisarse. Igualmente, las imágenes abren un

abánico muy amplio de significados, pero no dejan de ser referentes y símbolos del momento histórico que se vive.

A pesar de que el contexto, la creación, la lectura y la interpretación de las imágenes cambia según el marco espacial y temporal en el que se desarrollan -según cada época, sociedad y cultura-, desde finales del siglo XX y lo que va del actual el registro de la imagen ha pasado de un proceso destinado a unos cuantos, hacia un proceso global, en el que cualquier persona no sólo las consume, también las puede producir, manipular, tratar, distribuir, etc., con un numeroso conjunto de poderosas herramientas e instrumentos a fin de llenar al mundo virtual y real de una serie de mensajes polisémicos, sean reales o no. Tal cual lo dijo en su momento Barthes:

Toda imagen es polisémica, toda imagen implica, subyacente a sus significantes, una cadena flotante de significados, de la que el lector permite seleccionar unos determinados e ignorar todos los demás. La polisemia provoca una interrogación sobre el sentido (1986).

En la recepción de los mensajes, el espectador está influenciado por un contexto personal y social que añade matices al significado original, provocando diferentes sentidos incluso para imágenes idénticas; es decir, la real y la digital. Las imágenes han cumplido diferentes funciones a lo largo de la historia y cada época se ha caracterizado por utilizarlas para expresar justo ese momento histórico, y constituirse como referentes de un tiempo, de un espacio o de una sociedad, hasta llegar a expresar valores culturales, ideas y creencias propios de cada época.

En un mundo como el actual, con una sobreabundancia de imágenes de toda clase, las digitales se imponen como representación de un contexto espacio-temporal y, como siempre, aspiran a ser la representación icónica de la realidad. En esta lucha, los avances y tecnologías juegan un papel determinante. La imagen digital se captura en el instante mismo y puede ser visualizada y distribuida a escala mundial, por medio de la red. Los avances técnicos permiten que la imagen pueda alterarse, manipularse, y estar a la mano de cualquier persona, dando origen a la realidad alterada.

Así como lo dice Juan Soto (2012), tales procesos siempre están determinados en el tiempo y en el espacio social. Su significado es el resultado de múltiples relaciones (sociales, ideológicas, políticas, morales, religiosas, etc.) que se establecen entre sí. Es decir, que generalmente existen elementos que están más allá de la imagen y que determinan su

significado. El cómo se significa una imagen depende de las relaciones que se establecen con ella, en un tiempo histórico y en un espacio social y culturalmente determinado. Y para descifrar sus significados, primero es preciso conocer la vida simbólica de las sociedades donde surgen.

Crear una imagen, hoy, es una actividad relativamente sencilla y al alcance de prácticamente cualquier persona. Gracias al desarrollo industrial y los avances tecnológicos, el registro del paso del tiempo se ha multiplicado y abierto nuevos canales de comunicación, conectando al mundo entero. Ante esto, vale la pena la reflexión que hace Soto:

Vivimos en una era caracterizada, entre muchas otras cosas, por el frenesí del registro-acumulación y la circulación-significación de las imágenes que nos hablan precisamente de otros modos y medios de producción, circulación y recepción de las imágenes en comparación con la era analógica. En nuestros tiempos se le rinde una especie de extraño 'culto' a la imagen. De acuerdo con Umberto Eco (2006-2007, p. 107), vivimos en un tiempo donde abundan los casos de renuncia gozosa a la privacidad (2012).

Por tanto, y en un nivel más complejo, las imágenes no pueden ser entendidas sólo como simples reproducciones, sino como representaciones icónicas que contienen "una serie de convenciones de tal manera que no la podemos relacionar directamente con el término realismo, en el sentido perceptivo" (Selva y Solá, 2004).

Entonces vale la pena detenernos a reflexionar sobre si una imagen es un registro fiel de la realidad externa, o un medio de expresión de una subjetividad interior. Debemos entonces preguntarnos si la fotografía, el cine, el video o la imagen digital, introducen una forma distinta de conocer, de aproximarnos a los fenómenos sociales, o si son capaces de modificar nuestra mirada. Ardévol y Muntañola nos presentan una interesante respuesta a estos posibles cuestionamientos:

[...] las imágenes configuran nuestro entorno, tienen efectos reales sobre la conciencia y sobre la acción humana, sobre nuestras relaciones sociales y con el medio natural, sobre nuestra percepción de los otros pueblos y de nuestra identidad. [...] Las imágenes nunca están solas, el proceso de significación de categorización de las mismas responde a un conjunto de criterios que tienen relación con la época en la que circulan (2004).

Soto Ramírez (2012) afirma que las imágenes siempre aparecen contenidas en marcos de tiempo y espacio. Y dichos marcos son los que se vuelven invisibles, e incluso ajenos, a la relación que establecen las imágenes y la sociedad. Es ahí donde radican las claves del desciframiento de las imágenes y no en las imágenes mismas.

Una imagen es una visión que ha sido recreada o reproducida. Es una apariencia, o conjunto de apariencias, que ha sido separada del lugar y el instante en que apareció por primera vez, y preservada por unos momentos o unos siglos. Toda imagen encarna un modo de ver (Berger, 1972-2007, pp. 15 y 16).

En efecto, las imágenes están cargadas de símbolos que pueden ser reconocidos por los espectadores en tanto que dichos símbolos puedan formar parte de la cultura de una época y ésta sea perfectamente identificable para el espectador.

Como apunta Berger (1972-2007), “toda imagen encarna un modo de ver”, de modo que guardan relaciones estrechas con los marcos sociales y temporales donde aparecen y nunca son independientes de los observadores, pues establecen con ellos una relación espacio-temporal.

Conclusiones

A pesar de que una o varias personas se encuentren ante la misma imagen -sea de la realidad, tomada por una cámara, vista en la red, o como escena de una película-, no la aprecian o interpretan de la misma manera. Es decir, la valoración de las imágenes es distinta. Parafraseando a Berger, no miramos igual y nunca miramos sólo una cosa; siempre miramos la relación entre las cosas y nosotros mismos. De forma más coloquial, esto se refiere a que la interpretación y significación de la imagen parten de nuestra visión y están en continua actividad, en continuo movimiento, y se modifican de persona a persona y de tiempo en tiempo. Lo que sí es determinante es que la imagen tiene un papel fundamental en la configuración de la cultura y puede ser concebida como un puente entre la percepción e interpretación de un tiempo y un espacio.

A pesar de que todas estas imágenes de nueva y poderosa visibilidad nos rodean y son parte de nuestra vida cotidiana, y nos hacen sentir ciudadanos pertenecientes a una sociedad vanguardista, son sólo transformación, adaptación, o mutación de la realidad. Generalmente

se configuran a partir de herramientas y tecnologías que imponen lenguajes que evolucionan y se constituyen como referentes de una cultura, hoy denominada "cultura digital". Han llegado para insertarse como parte de nuestra dinámica social y cultural, con el propósito de expresar mejor, con mayor eficacia comunicacional y poder de seducción, la representación, en términos visuales, de los paradigmas de nuestra época.

Hoy nos enfrentamos a imágenes polisémicas, con diferentes niveles de codificación, en las que se movilizan diversos códigos. Algunos con carácter universal o casi universal (como los que dependen de la percepción), y otros particulares que se construyen y formalizan socialmente y quedan totalmente determinados por el contexto, permitiendo evidenciar los distintos niveles desde la mirada, para hacer evidente los procesos desiguales de codificación según los sujetos, la situación histórica y las interpretaciones resultantes.

Es decir, todos los elementos de la imagen son simbólicos y se integran como elementos reveladores de una época, un estilo y un contexto, aun con toda su gama de posibilidades interpretativas.

Bibliografía

- Ardévol, E. y Muntañola, N. (2004). "Visualidad y mirada. El análisis cultural de la imagen". En Elisenda Ardévol y Nora Muntañola (Coords.), *Representación y cultura audiovisual en la sociedad contemporánea* (pp. 17-46). Barcelona: UOC.
- Barthes, R. (1986). *Retórica de la imagen. Lo obvio y lo obtuso*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Berger, J. (1972/2007). *Modos de ver*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Brea, J. L. (2002). *La era postmedia*. Salamanca: Centro de arte Salamanca.
- _____(2004). "El Tercer Umbral. Estatuto de las prácticas artísticas en la era del capitalismo cultural". Murcia. Cendea C., Ad Hoc, Ensayo.
- _____(2010). *Las tres eras de la imagen. Imagen-Materia, Film, E-Image*. Barcelona. Akal. Col. Estudios Visuales.
- Costa, J. (2003). *Diseñar para los ojos*, Bolivia: Grupo Editorial Design.
- Eco, U. (2006/2007). *A paso de cangrejo*. México: Debate

- Gómez, I. J. (2015). *Digitosfera y cultura visual. Tras el Ensayo Digital. Una aproximación Interdisciplinar a la Sociedad de la Información*, Chile: Universidad Austral de Chile.
- Gombrich, E. (1999/2003). *Los usos de las imágenes*, México: FCE.
- Goodman, N. (1986). *Los lenguajes del arte. Aproximación a la teoría de los símbolos*. Barcelona: Editorial Seix Barral.
- Heilbroner, R. (1996). *Naturaleza y lógica del capitalismo*, México: Siglo XXI Editores.
- Klinkenberg, J. M. (2005). "La semiótica visual: grandes paradigmas y tendencias de línea dura". En Luisa Ruiz Moreno (Ed.), *Semiótica de lo visual, Seminario de Estudios de la Significación* (pp. 19-47). Puebla: BUAP.
- Jullier, L. (2004). *La imagen digital. De la tecnología a la estética*, España: Editorial La Marca.
- Manovich, L. (2005). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación. La imagen en la era digital*, México: Paidós Comunicación.
- Selva, M. y Solá, A. (2004). "Modos de representación. Sujeto y tecnologías de la imagen". En Elisenda Ardévol y Nora Muntañola (Coords.), *Representación y cultura audiovisual en la sociedad contemporánea* (pp. 175-233). Barcelona:UOC.
- Soto, R. J. (2012). *Las imágenes y la sociedad (o las imágenes, la sociedad y su desciframiento)*, *Athenea Digital*, 12, noviembre 2012, Ensayos. Disponible en: <file:///Users/martha/Downloads-DialnetLasImagenesYLaSociedadOLasImagenesLaSociedadYSuDes-4154814.pdf>
- Vilches, L. (2001). *La migración digital*, Barcelona: Gedisa.
- Merlo Flores, T. (2002) *La imagen como nuevo símbolo cultural.*, Instituto de Investigación en Medios de Buenos Aires, Argentina. Disponible en <http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/3458/b15760224.pdf?sequence=1>