

# Llegir críticament la imatge en l'era de les tecnologies de la informació i la comunicació

Anna Pujadas\*

## Resum

Amb les tecnologies digitals, les imatges han canviat d'estatus: són col·lectives, actives, interactives, úniques, situades (dependents del context espai i temporal), impossibles de registrar, seguir o detectar. Possiblement, aquest canvi no sigui només funcional sinó també ontològic: les imatges ja no són imatges. Les noves generacions, anomenades *bit* o *zapping*, no «veuen» imatges sinó que interactuen amb realitats. La imatge ja no és la rèplica visual d'alguna cosa sinó que és una cosa en si mateixa. L'article reflexiona sobre aquest nou estatus del que és visual i sobre la cultura i la comunitat que es construeix com a conseqüència, les quals el sistema educatiu ha d'ajudar a modelar.

## Paraules clau

imatge, digital, TIC, art

Recepció original: 27 de novembre de 2007

Acceptació: 7 de febrer de 2008

## Els estudis visuals

Com a disciplina clàssica en l'estudi de la imatge, la Història de l'Art s'ha interessat tradicionalment pels productes artístics de l'anomenada *high culture* (*Hochkultur*) i ha exclòs l'anomenada cultura de masses o cultura «pop». Però amb l'arribada dels nous corrents dels estudis visuals, ha entrat en una situació crítica.

L'estudi històric de la imatge s'ha desenvolupat durant els darrers quatre segles: des de les descripcions de l'últim Renaixement, passant per l'emergència de la història de l'art acadèmica al començament del segle xx, fins a les consideracions recents d'una *Bildwissenschaft* o d'uns *Visual Studies* (*estudis visuals*, en català). Els estudis visuals són un camp d'investigació que generalment inclou alguna combinació d'estudis culturals, història de l'art i antropologia, centrant-se en els aspectes que depenen de les imatges visuals. Els teòrics dels estudis visuals solen treballar el cinema i la televisió, encara que també poden incloure recerques sobre el videojoc, el còmic, la publicitat, Internet i qualsevol altre medi que tingui un component visual crucial. Treballs clàssics de cultura visual han estat realitzats per John Berger (*Ways of Seeing*, 1972) o per W. J. T. Mitchell (particularment en els seus llibres *Iconology*, 1986, i *Picture Theory*, 1994), i més recentment Nicholas Mirzoeff (*Una introducció a la cultura visual*, 2003) o Margarita Dikovitskaya (*Visual Culture*, 2005).

---

(\*) Professora lectora dels estudis d'Humanitats de la Universitat Pompeu Fabra (UPF) i de l'Escola de Disseny i Art EINA, de Barcelona. Fa una assignatura universitària Intercampus (en línia), Com mirar una fotografia, i és professora del Interdisciplinary Master in Cognitive Systems and Interactive Media, dels estudis de Comunicació Audiovisual de la UPF. Adreça electrònica: anna.pujadas@upf.edu

En el focus de l'interès d'uns estudis visuals interdisciplinaris hi ha no tan sols les imatges individuals o les obres d'art, sinó també la capacitat humana de produir imatges de forma expressa com a mitjà de comunicació, la manera com es perceben i com s'utilitzen. Així, hom estudia els mètodes de realització, distribució i comunicació de les imatges, el que Régis Debray ha batejat com a *mediologia* (Debray, 2000).

Els estudis visuals investiguen els efectes que tenen la producció i l'ús dels mitjans visuals en la persona, el seu comportament i la seva cultura. Per això tenen un concepte ampliat de la imatge, incloent-hi tots els tipus d'imatges i els seus diversos contextos d'utilització (com ara publicitat, art, pel·lícula). L'objecte d'investigació «imatge» supera així els gèneres o modes artístics més tradicionals de tipus material (escultura i pintura) i abasta també productes difosos anàlogament i virtualment (pel·lícula, Internet), o fins i tot representacions mentals d'ordre visual (records figuratius, somnis, estereotips, prejudicis). En aquest darrer sentit l'antropologia visual ha tingut un rol important estudiant el que podríem anomenar «imatges interiors» (vivències, imaginacions, il·lusions, escrúpols, tabús). El que mirem és afectat pel que sabem, de manera que mai no mirem l'objecte per si mateix, sinó que la nostra mirada està filtrada per les representacions mentals que l'educació i la societat, la cultura en general, ens han transmès, com també tamisada per les representacions mentals que s'han conformat al llarg de les nostres vivències.

Malgrat que l'antropologia visual va néixer com a mètode o component de l'antropologia social, que es basava en l'ús de mitjans visuals (fotografia, cinema) com a instruments adequats per a l'observació, descripció i anàlisi de la realitat humana, darrerament ha desembocat en una disciplina autònoma. Si bé originalment s'aplicava en sentit estricte al mètode científic, ara i en un sentit més general, l'antropologia visual designa una preocupació important de l'ésser humà: la de comprendre la seva pròpia representació per la imatge. Autors com Belting (2004) són els fundadors d'aquesta nova orientació.

Els estudis visuals s'estan constituint en part com a complement, però en part també com a competència de les mateixes disciplines que els conformen: la història de l'art, la filosofia, la psicologia, la semiòtica, l'etnologia, la sociologia, els mitjans audiovisuals, la comunicació o el cinema. La legitimació dels enfocaments teòrics i pràctics de les disciplines científiques implicades en la construcció d'uns estudis visuals concebuts interdisciplinàriament es discuteix avui de forma intensa i molt controvertida. La història de l'art ja no s'entén com la intèrpret vertadera (i professionalment, única o legítima) de la imatge. En la investigació i avaluació d'una obra d'art no n'hi ha prou amb els punts de vista estilístics i històrics. En aquest context molts crítics expressen l'esperança que els estudis visuals facin en el futur encara més forta la història de l'art.

D'altra manera la història de l'art perdria el seu paper destacat davant d'altres ciències de la imatge. La investigació històrica de les arts dels mitjans moderns (els audiovisuals) és un gran desafiament. Si no vol quedar definitivament desbancada, la història de l'art s'haurà d'obrir tant metòdicament com teòricament a d'altres disciplines per donar raó i justificació d'aquestes noves formes d'art (Broeckmann, 2006, p. 193).

Endemés, estan entrant en escena nous enfocaments vinguts de les ciències *per excel·lència*, de la biologia, la física, la medicina i la informàtica, particularment la

*Computervisualistik* o *Computational Visualistics*. Aquesta darrera estudia, a part de la gràfica per ordinador i la imatge logarítmica, les tasques de visualització de la informació (representació gràfica de dades, de quantitats, etc.), els equivalents informàtics de la ciència de la imatge. La *Computational Visualistics* reflecteix aspectes molt importants dels estudis visuals, fent aportacions molt rellevants.

Per ara, s'havien estudiat per separat en el camp de la informàtica aspectes com els gràfics informàtics, el processament de la imatge, la visualització d'informació i la visió computacional. En efecte, vist globalment, rere d'aquests estudis es constitueix un domini coherent de recerca, que l'informàtic Jörg R. J. Schirra fonamenta investigant l'estructura de dades que serveix com a medidora entre l'usuari i l'ordinador: l'estructura de dades «imatge» (Schirra, 2005). L'obertura de l'horitzó científic apunta a un canvi fort envers la interdisciplinarietat i es dirigeix a qüestions diferents i a nous mètodes que poden reforçar el caràcter sistemàtic d'uns estudis visuals. Alhora les tecnologies de la informació erosionen la comprensió tradicional de la imatge.

En definitiva, la noció d'«imatge» està patint una refundació a la llum de les condicions de la seva producció, distribució i exhibició en la cultura digital. La migració de la imatge al camp de les TIC està comportant un replantejament de la ciència que vol donar-ne compte.

## La mort de la imatge

«Em pregunta què penso de l'iconoclasme i la iconofília? Qui creu que sóc? Un d'aquests antics artistes dels segle xx?». Són mots de l'artista francès Michel Jaffrenou (2002, p. 479). El segle xx queda tan lluny per a ell com el *Quattrocento* o les pintures rupestres per a Lascaux. L'estatus de les imatges s'ha modificat totalment. Ja no es poden estripar, vilipendiar, adorar o venerar, perquè no existeixen, o s'han transformat, mudat, metamorfosat de manera irreconeixible.

*Primer.* La imatge actual, la digital, és una imatge numèrica, o sigui, construïda a partir d'unitats d'informació o *bitmaps*. Un *bitmap* és un arxiu que conté dades per representar els valors de cada punt que conforma una imatge. Cada punt és representat per combinacions de quantitats per a color vermell (*red*), verd (*green*) i blau (*blue*) o RGB. Quan baixem una imatge al nostre ordinador els *bitmaps* la conformen a la pantalla a manera de punts lluminosos. Així, la imatge no existeix fins que és «presentada» a l'ordinador i, quan s'encarna en la pantalla, és un altre original. La «imatge original», la primera, no és una «imatge» sinó un conjunt d'arxius d'informació que possibilitaran l'aparició de diverses imatges, cada cop que arribin a una pantalla. Aquesta naturalesa de la imatge digital fa que qualsevol persona que tingui un programari d'edició d'imatges (*Paint*, *Adobe Photoshop*, *CorelDraw*, etc.) la pugui modificar generant efectes d'una elevadíssima creativitat i professionalitat. Aquests programes ens fan competents creativament a tots nosaltres, siguem o no artistes.

*Segon.* Al final de la recepció, cada internauta que vulgui veure una imatge en tindrà una de diferent, depenent del seu laboratori local de fabricació d'imatges (o sigui, depenent del seu ordinador). Abans, per veure una obra d'art es necessitava estar proveït mentalment i visualment: anar al museu, a la biblioteca a veure àlbums, al cinema, etc. Ara les imatges arriben a l'ordinador de casa, però cal descarregar-se

els *plug-ins*, les aplicacions informàtiques que aporten noves funcionalitats o utilitats als programaris que tenim, i que n'amplien així les possibilitats. Depenent de si l'internauta els té o no, i de quins en té, la imatge rebuda serà diferent: unes parts s'emascararan o seran invisibles o es destruiran, els matisos de colors seran diferents, la brillantor, la intensitat, tot serà particular. De manera que en l'extrem de la recepció, cada imatge serà un original. Així, paradoxalment, aquesta imatge que no té cap autor i que es fa de miques i bits, acabarà tenint una aura única segons l'equip informàtic del receptor.

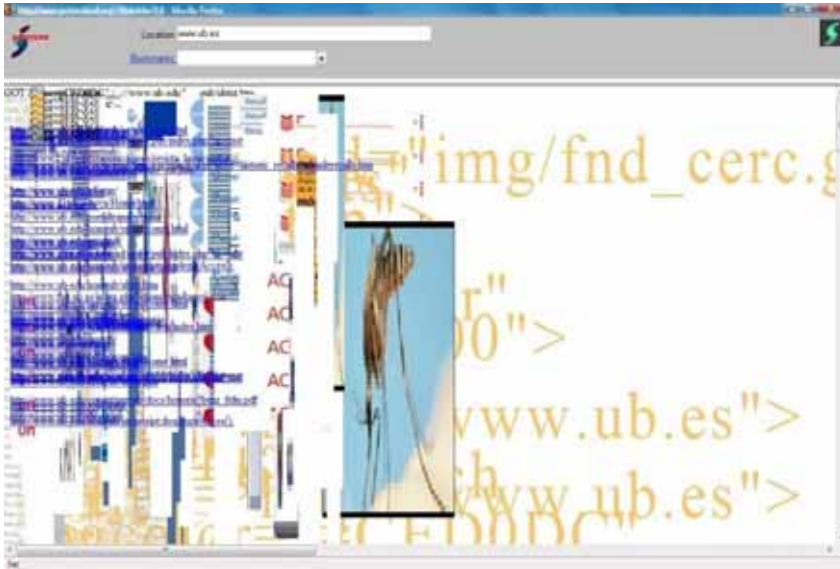
*Tercer.* Abans es considerava que hi havia moltes maneres de mirar una obra d'art perquè el punt de vista era sempre diferent. Tanmateix, la imatge era estàtica i invariable, penjada a la paret o enfilada en un pedestal, capturada en un llibre de paper, per ser vista en la totalitat, per ser palpada. Avui la imatge pot canviar tantes vegades com es vulgui, cada cop que «viatja» a la cerca de receptors nous. Amb l'ajuda de codis de programació es pot, per posar el cas, detectar l'ordinador d'un receptor (el codi IP), introduir-lo en el càlcul i produir una reacció diferent de la imatge segons qui l'estigui rebent. Encara més, es podria encriptar la imatge de manera que amagui qualsevol altre element (un virus o un troià, missatges terroristes, una cançó o una línia de programari); l'usuari no veuria res d'això quan aparegués la imatge per pantalla (Jaffrennou, 2002, p. 480).

Les pàgines web, per exemple, no són pas de paper. El nostre pensament les tracta com si fossin revistes, diaris, llibres, catàlegs; però no ho són. *The Shredder*<sup>1</sup> és un projecte de l'artista canadenc Mark Napier que ens fa comprendre aquesta diferència. Les web són imatges gràfiques que es creen quan el nostre navegador d'Internet interpreta les instruccions d'un llenguatge HTML. Mark Napier ha ideat un programa que interpreta de manera diferent aquest codi HTML i així la presentació de la web es transforma. És la mateixa pàgina desxifrada d'una altra manera, una altra possibilitat equivalent.

---

(1) *The Shredder*: <http://www.potatoland.org/shredder/> [accés: 31.1.2008]

**La pàgina inicial de la web de la Universitat de Barcelona  
interpretada pel programa 'The Shredder'**



Font: Mark Napier, *The Shredder*.

Les imatges han canviat d'estatus: són col·lectives, actives, interactives, úniques, situades en un context (dependents de l'espai i del temps de la recepció), difícils de registrar, seguir o detectar, impossibles de fixar o capturar. És ben possible que aquest canvi no sigui tan sols funcional sinó ontològic: les imatges ja no són imatges, segons el concepte tradicional d'«imatge».

Vegem els nens i nenes d'avui, infants criats amb una Nintendo o una GameBoy a les mans, que no saben que els ordinadors no existien fa 20 anys. Estan acostumats a connectar-se a *Disney.com* o a *DiscoveryKids.com* per indicació del televisor. Es troben després de classe en un entorn virtual de jocs per salvar el món, volant en una simulació realista del Mig21. Als 8 anys ja tenen mòbil i envien missatges de text mentre xategen connectats al Messenger, de Hotmail. Aquestes noves generacions, anomenades *bit* i *zapping*, no «veuen» imatges sinó que interactuen amb «realitats virtuals».

No oblidem que les imatges digitals tenen una característica fonamental que les distingeix de les analògiques: són el resultat d'un càlcul automàtic fet per un ordinador (són numèriques). Ja no hi ha cap contacte amb les coses materials (el que anomenem «realitat»). Així, els processos de fabricació d'imatge no són físics sinó «virtuals». També, les imatges digitals són interactives, és a dir, poden establir un diàleg amb els que les creen o els que les miren. Fins al punt que les imatges digitals interactives existeixen només si l'espectador (i el seu creador primer) hi interacciona.

El càlcul i la interactivitat doten les imatges digitals de facultats tècniques que cap imatge no havia posseït mai abans. L'ordinador automàticament crea les formes, els colors, els moviments de la imatge o, més acuradament, dels objectes virtuals que la imatge simula i dels quals és inseparable: la imatge digital que es mostra en una pantalla no està només en una superfície lluminosa que els ulls veuen, sinó que és

també el producte d'un càlcul, un programa i una màquina. Els ordinadors controlen els modes de circulació i recepció d'imatges, o sigui, la seva socialització (des del multimèdia fins a Internet). Els ordinadors tracten més i més amb operacions que abans eren realitzades només per humans, i cada pas en el progrés tècnic empeny l'automatització de processos figuratius una mica més lluny. El desenvolupament de tècniques de modelatge mostra això clarament (Couchot, 2006, p. 181).

Les primeres eines gràfiques feien un número d'operacions limitat i només processaven imatges bidimensionals. Però aviat es van combinar amb d'altres eines que estaven dissenyades per processar imatges tridimensionals, més i més realistes, que es posaven en moviment. No obstant això, els objectes visuals tridimensionals romanien rudimentaris i del tot dependents del programador. Gràcies a la recerca continuada, en particular sobre la vida i la intel·ligència artificial, aquests objectes es van anar dotant progressivament de la facultat de percebre certes característiques específiques d'altres objectes virtuals (com ara formes, colors, posicions, velocitats, trajectòries), i participar cada vegada més en relacions complexes entre si o amb l'espectador. Així, eren capaços de comportar-se com a éssers sensibles, «intel·ligents» i vivament autònoms. Entenguem per «autònom» ser capaç de crear els seus propis comportaments.

Actualment els enginyers i els dissenyadors animen la realitat virtual i la doten de la capacitat d'evolucionar i transformar-se per si sola. Això és molt clar en la configuració de caràcters. Bruce Blumberg, per exemple, ha dissenyat a Max T. Mouse, un ratolí antropomòrfic animat que és capaç d'observar les accions que el seu company Morris Mouse està realitzant, comparar-les amb les accions que ell sap fer i d'aquí generar altres comportaments. Es tracta de construir caràcters que tinguin sentit comú, l'habilitat d'aprendre i el sentit d'empatia que hom troba en els animals i en els humans<sup>2</sup>.

Max T. Mouse ens arriba visualment a través d'una pantalla d'ordinador, ha nascut en aquesta pantalla i per a ella. Malgrat tot, no diríem que Max T. Mouse és una imatge, sinó un caràcter –quasi ésser– amb qui interactuem –convivim, experimentem–, i que reacciona a nosaltres com nosaltres a ell, i que es desenvolupa amb nosaltres com nosaltres amb ell. Max T. Mouse és una entitat visual que no ha estat generada analògicament («*analogon*», còpia del món), que no té una funció de signe i que, molt al contrari, es comporta com a presència.

---

(2) «Synthetic Characters Group»: <http://tmt.media.mit.edu/research/imitation.html> [accés: 31.1.2008]

**Max T. Mouse (a l'esquerra) i Morris Mouse (a la dreta).  
Caràcters del projecte 'Imitation and Social Learning For Synthetic Characters', de Bruce  
Blumberg i el seu equip.**



Font: «Imitation and Social Learning For Synthetic Characters»,  
[http://alumni.media.mit.edu/~daphna/social\\_learning](http://alumni.media.mit.edu/~daphna/social_learning) [accés: 28.10.2007]

Derrida explica a *Marges de la filosofia* que un signe és quelcom que es posa en el lloc de la cosa i representa el que és present en la seva absència (Derrida, 1972, p. 9). Aquest esquema interpretatiu es pot aplicar a la realitat virtual sempre que l'entenguem com a signe. De fet, així ha estat en la més recent teoria de l'art que ha ubicat les imatges de generació digital en una anàlisi de codi lingüístic. La teoria de l'art distingeix dos tipus de codis: *al·logràfics* i *autogràfics*. Un codi és al·logràfic quan els seus signes representen alguna cosa distinta a si mateixos (com el cinema i tots els codis vídeo i àudio). Un codi és *autogràfic* quan els seus signes es representen només, o principalment, a si mateixos (com la pintura i l'escultura). Ambdós codis tenen la propietat específica de representar. Tracten d'imitar (en el sentit de la mimesi dels antics) i de mostrar-li a l'observador uns objectes externs, és a dir, tracten de formar anàlegs de les coses.

No importa que aquestes coses siguin «de veritat» o que tan sols siguin representacions en la ment de l'autor. La música, per exemple, no representa objectes visuals, sinó que evoca emocions i associacions tot partint de representacions internes de l'autor. Per tant, també la música es fonamenta en «coses». Però, i això és el més

important, les coses que l'ordinador fa veure i escoltar no són representacions, i no es comporten com a tals. El més subversiu de la «fecundació» digital és que la imatge sorgint no és l'equivalent visual d'una presència absent, sinó que és una presència en si mateixa. La tendència a la dissolució de l'objecte, el procés que s'anomena de «desrealització», de les arts i les representacions visuals del segle xx, ha estat duta al seu cim per la cultura digital (Simone, 2001, p. 96).

«Fins ara has vist l'espectacle, sigue's ara l'espectacle» és l'eslògan del vídeo promocional de *Second Life*<sup>3</sup>, un dels mons virtuals més intensos actualment. *World of Warcraft* o *Second Life* són alguns dels jocs massius de multijugadors en línia (MMO), que et permeten amb un esforç molt baix crear les realitats virtuals que desitgis. Són mons paral·lels, amb altres jugadors, amb qui comparteixes terrenys, serveis, perills, vicis, invents i tota la fantasia que desitgis. Per viure en aquest món has de fer transaccions amb la moneda oficial, els *Dòlars Linden*. Aquesta moneda «fantàstica» té una equivalència al món real, i és 300 a 1, el que vol dir que un vestit de 1500 Linden, en realitat costaria uns 5 dòlars americans reals. Perquè un jugador obtingui un bé o un servei en el joc, pot desenvolupar habilitats jugant moltes hores, temps invertit en tasques per aconseguir pujar nivells. Però també pot buscar objectes valuosos, que pel seu mateix valor són intercanviables per habilitats o per Lindens que després serviran per comprar altres coses. Per exemple, jo podria passar una setmana jugant diverses hores diàries per aconseguir l'espasa màgica que em permetria matar un drac, per poder prendre-li l'or i després bescanviar-lo per poders especials que em permetrien aconseguir pujar de nivell, o podria en qüestió de minuts, sortir-me del joc, anar a Ebay.com i comprar trossos d'or amb dòlars reals, que el venedor em lliuraria dins del joc en forma virtual. Un cop he sortit del joc i he anat a comprar a Ebay.com, tota aquesta fantasia, ja no és tan «irreal».

Hi ha persones que tenen molt de temps per dedicar-se a jugar en línia i buscar aquest or per després vendre-se'l per dòlars de la vida real a altres jugadors amb menys temps i paciència, però amb alguns dòlars de sobres. De fet el tema s'ha fet tan complex, que ara a la Xina hi ha empreses que s'encarreguen de contractar joves que han de jugar 12 hores diàries buscant or per vendre'l a Ebay.com. Venent aquestes pedretes d'or virtual, algunes empreses aconsegueixen facturar diàriament centenars de dòlars reals. Avui dia, al món més de 10 milions de persones paguen uns 15\$ mensuals per poder jugar a aquests jocs de realitats immersives, i es calcula que uns altres 20 milions es connecten de tant en tant per participar en aquestes aventures<sup>4</sup>.

(3) *Second Life*: <http://www.secondlife.com/> [accés: 28.10.2007]

(4) Podeu consultar aquesta informació a Cartay, X. «Reflexiones sobre el futuro (desde mi hamaca)» <http://cartay.blogspot.com/2006/05/entre-avatares-te-veas.html>. [accés: 28.10.2007].



## Anunci de 'Second Life'



Font: *Second Life*: <http://www.secondlife.com/> [accés: 28.10.2007]

Jorge Luís Borges, al conte «Les ruïnes circulars», parla d'un home que somnia amb un altre home i s'adona que ell mateix podria ser el somni d'una altra persona, que el món real podria ser el món virtual d'un altre món i deixar així de tenir el caràcter de nucli de tots els mons possibles. La conclusió del conte és que la realitat virtual és igual de real que la real i, més enllà, que pot «virtualitzar» aquesta darrera. Heus aquí l'altra cara de la moneda tan subversiva com la primera: la imatge virtual és cosa i, sent així, provoca que les coses siguin interpretades a manera de imatges virtuals, simulacions. L'experiència del món ha esdevingut una realitat mixta on tot és igualment fantàstic.

Aquesta capacitat és el centre de la teoria del «simulacre» de Baudrillard. Que les imatges de generació digital hagin esdevingut presències ha provocat la percepció de tota presència visual com a imatge. I com que la imatge fins ara era un «analogon», per extensió, tot el que en el món es presenta visualment ha perdut el seu estatus d'objecte per adquirir el de representació. Com diu Baudrillard, el real ha esdevingut simulacre (Baudrillard, 1981, p. 181).

És un fet que massa imatges maten la *imatge*. Àlbums, desplegable, revistes, cartells, rètols i pantalles ens bombardegen amb incitacions visuals, fins a esborrar les diferències entre obres i productes; fet i fet, tots perden intensitat. La nostra mirada rellisca sobre quadres i fotos igual que sobre la primera plana del diari o el cartell del metro; veiem una pel·lícula com si fos un anunci publicitari; i els casos que vivim com el que surt per televisió. De la mateixa manera que el «tot és art» indica un món en el qual l'art està en declivi, el «tot a la vista» marca tant el triomf de la mirada com la seva agonia (Debray, 1994, p. 277).

## Llegir críticament el visual

La tecnologia digital no es limita a representar coses, sinó que crea objectes, ja sigui a través de la manipulació de representacions de coses existents, o mitjançant la creació de representacions de coses inexistents. Aquestes noves entitats virtuals ja no competeixen amb les imatges analògiques, sinó amb les coses en si mateixes. Perquè, a més a més de presentar-se visualment, ens arriben a través d'altres canals sensorials. Per primera vegada en la història, s'integren en el mateix sistema les modalitats escrita, oral i audiovisual. El sorgiment d'un nou sistema de comunicació electrònic, el multimèdia, caracteritzat pel seu abast global, la seva integració de tots els mitjans de comunicació i la seva antireactivitat potencial, està canviant la nostra cultura i ho farà per sempre (Castells, 1998, p. 361).

El multimèdia indueix a la integració dels diversos missatges en un model cognitiu comú. El mateix mitjà (TV, ràdio, diari) pot suportar modes diferents (escrit, oral, vídeo) provocant la confusió dels codis. També a l'inrevés, diferents mitjans (TV, ràdio, diari) poden suportar el mateix mode (escrit, oral o vídeo) generant equivalències de codis. Els programes educatius interactius semblen videojocs; les notícies es construeixen com a espectacles audiovisuals; els processos judicials s'emeten com a serials; les competicions esportives són «coreografiades» per als espectadors a distància; els missatges es tornen cada vegada menys distingibles de les pel·lícules d'acció, i altres coses per l'estil. Els missatges desdibuixen els seus codis i creen un context semàntic multifacètic, compost per una barreja aleatòria de diversos mitjans i modes, que creen significats complexos. Tota expressió cultural, de la pitjor a la millor, de la més elitista a la més popular, es reuneix en aquest univers digital, que connecta en un supertext històric i gegantesc les manifestacions passades, presents i futures de la ment comunicativa. En fer-ho, construeix un nou entorn simbòlic que fa de la virtualitat la nostra realitat (Castells, 1998, pp. 404-405).

La integració de text, imatge i so en el mateix sistema, interactuant des de punts múltiples, en un temps escollit (real o retardat) al llarg d'una xarxa global, com un accés obert i assequible, canvia de manera fonamental el caràcter de la comunicació. I aquesta determina decisivament la cultura. Per a uns, la societat que s'està formant és cínica i fluida en correspondència amb la fluïdesa cínica de les imatges de TV. Esperits alògics i sense vincles, curts de vista, a imatge dels programes-mosaic, sense cap ni peus. Per contra, d'altres s'alegren d'haver nascut en un món inventiu, que fusiona iniciatives i punts de vista, en el qual tot pot ocórrer, un món ric en associacions lliures i evocacions poètiques, on els valors emocionals de context, de simpatia i de participació física vénen a salvar-nos del fàstic i del fred cinisme de les abstraccions lògiques.

En el mateix sentit d'aquestes dues interpretacions contraposades de l'actual cultura digital, Régis Debray estableix quatre deficiències de la imatge que per transferència estructuraven la nostra cultura visual digital i que no tenen només efectes positius en la formació dels individus, sinó, també, és clar, perniciosos. Aquestes quatre deficiències són fets objectius, no judicis de valor, i tota lectura crítica del que és visual hauria de «girar-los» (Debray, 1994 pp. 277). La cultura actual, eminentment visual, forma determinades qualitats positives en els individus que no cal educar, donat que ella mateixa les instaura. D'altra banda, el que sí cal compensar, neutralitzar o «girar» és el revers d'aquestes qualitats.

### Ineptitud per a la negació

Cultura visual digital	Ve donat, no cal potenciar	Revers a «girar» o compensar per l'educador cultivant l'aptitud
La imatge física ignora l'enunciat negatiu. Un <i>no-arbre</i> , una <i>no-arribada</i> , una absència es pot dir, però no mostrar. Una prohibició, una possibilitat, un programa o un objecte (tot el que nega o depassa el real col·lectiu) no passen a la imatge. Una figuració és per definició plena i positiva. Si les imatges del món transformen el món en una imatge, aquest món serà autosuficient i complet, una seqüència d'afirmacions.	La ineptitud per a la negació formarà esperits positius, oberts al costat bo de les coses, prenent el món per mitjà del cos, sense les vanes negativitats d'altres temps. Atents a l'entorn immediat, atents a l'equilibri privat.	La ineptitud per a la negació formarà també esperits conservadors, no tan disposats a canviar el món com a llaurar-s'hi un lloc, duts a un escepticisme com Déu mana per un «fet i fet, tot ve a ser el mateix». La falta de valors d'oposició o de superació produeix l'equivalència generalitzada de les realitats exhibides, cadascuna acorralant les altres i totes igualment vàlides.

### Ineptitud per a la generalitat

Cultura visual digital	Ve donat, no cal potenciar	Revers a «girar» compensar per l'educador cultivant l'aptitud
La imatge només pot mostrar individus concrets en contextos concrets, no categories o tipus. La imatge ignora l'universal. Produïx un nominalisme més que no pas un realisme: només és real l'individu, la resta no existeix. El que s'ha dit és encara més vàlid referit a la imatge de televisió, condemnada al primer pla. La generalitat i la impersonalitat d'un enunciat de dret fan impossible la traducció en imatges de categories jurídiques (com <i>ciudadà</i> o <i>propietari</i> ). El Dret no té dret a la imatge.	La ineptitud per a la generalitat formarà individus atents als individus, atents a la singularitat dels éssers i de les situacions, més donats a la caritat concreta que a una justícia abstracta. Persones més obertes, disponibles i que s'atreueixen a dir <i>jo</i> (en la televisió és adequat emprar la primera persona del singular: <i>el nosaltres</i> i <i>ells</i> no funcionen).	La ineptitud per a la generalitat formarà també individus més vulnerables i influïbles, ja que actuen per sí mateixos, sense lligams ni referències simbòliques. Fascinats per l'èxit individual, arribistes i cínic, incapaces de sacrificis, no creuran en no-res que no sigui els diners, i sobretot no creuran en la llei, expressió de la voluntat general. Un sol evangeli: l'ego. Egoïstes de bon cor.

### Ineptitud per a l'ordre

Cultura visual digital	Ve donat, no cal potenciar	Revers a «girar» o compensar per l'educador cultivant l'aptitud
La imatge ignora els operadors sintàctics de la disjunció ( <i>o això o allò</i> ) i de la hipòtesi ( <i>si, llavors</i> ); les subordinacions, les relacions de causa a efecte, com les de contradicció. Els continguts d'una negociació social o diplomàtica són, per a la imatge, abstraccions. No ho són en canvi el rostre dels negociadors, els seus figurants. La intriga no explica tant com l'actor. La imatge només pot procedir per juxtaposició i addició, sense un sol pla de realitat, sense possibilitat de introduir un metanivell lògic. El pensament per imatge no és il·lògic sinó alògic. Té forma de mosaic, sense el relleu multiestratificat d'una sintaxi.	La ineptitud per a l'ordre donarà lloc a éssers conscients de l'ambigüïtat del real que prefereixen l'eclecticisme a l'esperit de sistema, que maniobren hàbilment en situacions fluides, lliures de les paraules buides que tant mal ens han fet (Revolució, Nació, Proletariat, República, etc.), disposats a construir imatges del món no <i>veritables</i> sinó <i>viables</i> .	La ineptitud per a l'ordre donarà lloc a esperits desestructurats, desproveïts d'esperit crític, crèduls, dòcils i passius, sense exigència ni rigor.

### Ineptitud per a la flexió temporal

Cultura visual digital	Ve donat, no cal potenciar	Revers a «girar» o compensar per l'educador cultivant l'aptitud
La imatge ignora els marcadors de temps. Només es pot ser contemporani. Ni avançar-se ni endarrerir-se. La duració? Una successió lineal de moments presents equivalents uns a altres. El durador ( <i>Durant molt temps, me n'he anat al llit d'hora</i> ), l'optatiu ( <i>Aixequen-vos de pressa, tempestes desitjades...</i> ), el freqüentatiu ( <i>Sovint m'ocorre que...</i> ), el futur anterior o el passat compost no tenen equivalent visual directe (almenys sense l'ajuda d'una veu en «off»).	La ineptitud per a la flexió temporal formarà éssers immersos en el seu temps, que viuen intensament l'instant, distesos, que valoren millor l'efímer, sensibles als valors locals i la proximitat, apegats al <i>micro</i> i al <i>concret</i> , aptes per als compromisos ràpids.	La ineptitud per a la flexió temporal formarà éssers sense memòria ni reserva interior enfront de l'esdeveniment, tan poc inclinats al respecte de la paraula donada ahir com a la preparació meticulosa dels compromisos de matí. Que ho volen tot i al moment. I per als quals una moral que ensenya a esperar i a actuar pacientment serà una moral rebutjada.

Com avança Manuel Castells, en el món multimèdia les diferències culturals i educatives seran cada cop més decisives per utilitzar la interacció en profit de cada usuari. La informació sobre què buscar i el coneixement sobre com utilitzar el missatge seran essencials per experimentar veritablement un sistema diferent dels mitjans de comunicació de masses estàndard personalitzats. El món multimèdia serà habitat per dues poblacions molt distintes: els «interactuants» i els «interactuats», és a dir, aquells capaços de seleccionar els circuits de comunicació multidireccionals que els interessin i aquells als quals se'ls proporcionarà un nombre limitat d'opcions preempaquetades (Castells, 1998, p. 404). Ser o no ciutadà «interactuante» dependrà de la possibilitat de «girar» els efectes perniciosos de la visualitat i cultivar una capacitat de pensar conceptual, deductiva i seqüencial; una elevada valoració de la raó i l'ordre; una aversió cap a la contradicció; una gran capacitat de distanciament i objectivitat; i la tolerància cap a una resposta postergada (Castells, 1998, p. 364).

### Referències

- Baudrillard, J. (1981) *Simulacres et simulation*. París, Galilée.
- Belting, H. (2004) *Pour une anthropologie des images*. París, Gallimard.
- Broeckmann, A. (2006) «Image, Process, Performance, Machine: Aspects of an Aesthetics of the Machine», a Grau, O. et al. *Media Art Histories*. Cambridge, The MIT Press, pp. 193-205.
- Castells, M. (1998) *La era de la informació*. Madrid, Alianza. Vols I, II i III.
- Couchot, E. (2006) «The Automatization of Figurative Techniques: Toward the Autonomous Image», a Grau, O. et al. *Media Art Histories*. Cambridge, The MIT Press, pp. 181-192.
- Debray R. (1994) *Vida y muerte de la imagen. Historia de la mirada en occidente*. Barcelona, Paidós.
- (2000) *Introduction à la médiologie*. París, Presses Universitaires de France.
- (2002) *Vida y muerte de la imagen*. Barcelona, Paidós.
- Derrida, J. (1972) *Marges de la philosophie*. París, Les Éditions de Minuit.

- Druckrey, T. et al. (1999) *Net-Condition, Art and Global Media*. Cambridge, The MIT Press.
- Jaffrennou, M. (2002) «Ceci est une image», a Weibel, P. et al. *Iconoclash*. Cambridge, The MIT Press, pp. 479-480.
- Manovich, L. (2005) *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación*. Barcelona, Paidós.
- Negroponte, N. (1995) *Being Digital*. New York, Vintage Books.
- Schirra J. (2005) *Foundation of Computational Visualistics*.
- Simone, R. (2001) *La Tercera fase: formas de saber que estamos perdiendo*. Madrid, Santillana.
- Sultan, J. (1998) «L'Oeuvre en réseau du Dragon Jaffrennou: le signifiant métamorphique». *Champs Visuels, revue interdisciplinaire de recherche sur l'image* (Paris),10, pp. 61-87.

## *Leer críticamente la imagen en la era de las tecnologías de la información y la comunicación*

*Resumen:* Con las tecnologías digitales, las imágenes han cambiado de estatus: son colectivas, activas, interactivas, únicas, situadas (dependientes del contexto espaciotemporal), imposibles de registrar, seguir o detectar. Posiblemente, este cambio no sea tan solo funcional sino también ontológico: las imágenes ya no son imágenes. Las nuevas generaciones, llamadas «bit» o «zapping», no «ven» imágenes sino que interactúan con realidades. La imagen ya no es la réplica visual de algo sino que es una cosa en sí misma. El artículo reflexiona sobre este nuevo estatus de lo que es visual y sobre la cultura y la comunidad que se construye como consecuencia, que el sistema educativo tiene que ayudar a modelar.

*Palabras clave:* imagen, digital, TIC, arte

## *Lire l'image de manière critique à l'ère des technologies de l'information et de la communication*

*Résumé :* Avec les technologies digitales, les images ont changé de statut : elles sont collectives, actives, interactives, uniques, situées (dépendant du contexte spatial et temporel), impossibles à enregistrer, à suivre ou à détecter. Ce changement n'est peut-être pas seulement fonctionnel mais aussi ontologique : les images ne sont déjà plus que des images. Les nouvelles générations, appelées *bit* ou *zapping*, ne « voient » pas des images sinon qu'elles interagissent avec des réalités. L'image n'est déjà plus la réplique visuelle de quelque chose sinon qu'elle est une chose en elle-même. L'article réfléchit quant à ce nouveau statut de ce qui est visuel ainsi qu'au rapport entre la culture et la communauté qui se construit comme conséquence, et que le système éducatif doit aider à modeler.

*Mots clé :* image, digital, TIC, art

## *Critical Literacy Images in the Era of Information and Communication Technologies*

*Abstract:* With digital technologies, the very nature of images has changed: they are collective, active, interactive, unique, situated (depending on the contexts of space and time), and impossible to copyright, trace or verify. The change may be not only functional but also ontological: images are no longer images. Today's internet-surfing generation does not "see" images but rather interacts with realities. The image is not a visual copy of anything but rather stands as a thing in its own right. The article considers the new nature of what is visual and on the culture and community being built as a result, a culture and community that the educational system needs to help shape.

*Key words:* image, digital, ICT, art