

LA DESACRALIZACIÓN DE LA VANGUARDIA EXPERIMENTAL EN LA ERA DIGITAL

CÉSAR USTARROZ

Siguiendo las precisas coordenadas con las que Lev Manovich trazó su referencial obra *El Lenguaje de los nuevos medios de comunicación*, nos encontramos con el argumento en el que afirmaba (pretérito impuesto por la velocidad con que se imponen los cambios en el siglo XXI) que aquellas innovaciones que nos brinda la irrupción de la digitalización no parecen suficientes como para evidenciar y bautizar la existencia de nuevos lenguajes en los nuevos medios de comunicación. Tales postulados continuaban una corriente teórica que reflexionaba sobre las transformaciones en el lenguaje del cine; no olvidemos que Pierre Lèvy, en *L'art de la Cyberculture*, ya defendía en el ocaso del siglo XX, la no desaparición del cinematógrafo como medio, o su sustitución por la llegada de un competidor.

Un efecto general de la revolución digital es que las estrategias de la estética de vanguardia pasaron a ser incluidas en los comandos y las metáforas de interfaz de los programas de ordenador. En definitiva, la vanguardia acabó materializándose en el ordenador. La tecnología del cine digital es un ejemplo claro. La estrategia vanguardista del collage resurgió como el comando de “cortar y pegar”, la más básica de las operaciones que uno puede efectuar con los datos digitales. La idea de pintar sobre la película la pasó a estar incluida en las funciones de pintura de los programas de edición cinematográfica. El paso que dio la vanguardia de combinar la animación, los textos impresos y el metraje de acción real se repite en la convergencia de sistemas de animación, titulación, pintura, composición y edición en los paquetes de todo en uno.¹

Sobre la apropiación y absorción de técnicas originadas en el seno de las vanguardias por los nuevos medios audiovisuales, el teórico norteamericano constataba que la construcción de imágenes con tecnología digital reproduce el regreso a los orígenes del cine, recordándonos cómo, a principios del siglo

XX, las imágenes se animaban manualmente. Tales técnicas de intervención llegaron a definirse como un medio de registro *per se* que convivía simbióticamente con la cámara cinematográfica. Posteriormente, con la digitalización de las herramientas de creación audiovisual, Manovich declaraba que con la automatización de estas acciones se redefinía nuevamente el cine como medio de expresión artística y como industria del entretenimiento. En el cine acabarán confluyendo por lo tanto los nuevos medios audiovisuales como lo hicieron el resto de disciplinas artísticas durante el siglo XX (la música, la pintura, el teatro, la arquitectura, la danza,...); constituyendo el destino común en el que se dan cita la hibridación técnica, la intermedialidad y la intertextualidad (no confundir conceptos). Junto a estos procesos, atestiguamos una constante incorporación de elementos retóricos y estéticos procedentes de las vanguardias experimentales. Toma forma de esta manera un cine en el que los principios de mutabilidad y adaptabilidad constituyen fenómenos propios de un organismo vivo en el arte de representar o imitar la realidad a través de imágenes en movimiento.

Con el desarrollo de las cada vez más perfeccionadas herramientas digitales (técnicas como “Motion Graphics” o animación gráfica digital multimedia) el diseño gráfico traza un nuevo mapa en la producción cinematográfica, un cambio sustancial que reestructura los modos de producción audiovisual. Estos nuevos recursos tecnológicos aplicados al lenguaje cinematográfico no son neutrales. Implican cambios culturales, estéticos, formales, iconográficos y simbólicos. La imagen digital potencia el realismo concibiendo una imagen hiperreal. Por ejemplo, la combinación de estas técnicas de animación (composición digital, la animación en 3D por ordenador, la pintura digital, los platós virtuales, la captura de movimientos virtuales, la creación de gráficos en movimiento,...) con metraje de acción real, obliga a una degradación de la imagen creada por computadoras con desenfoces o degradados con la finalidad de conseguir la imperfección de lo real y recrear la profundidad de campo.

La inmediatez con la que estas transformaciones son asimiladas por el cine plantea de nuevo la revisión de las relaciones entre vanguardia experimental

y los modelos más ortodoxos de representación fílmica. Es en este punto del recorrido analítico que formulamos en el presente texto en el que acotamos nuestro campo de acción. Históricamente, y simplificando mucho las cosas, el carácter fundacional de las vanguardias (entre otros como advertimos) se ha distinguido (de ahí su significado, heredado del contexto militar) por una renovación del lenguaje artístico a todos los niveles; por ir un paso adelante, por descubrir, inventar o explorar nuevos caminos de expresión a través del arte, ofreciendo una batería de elementos estéticos y retóricos de los que ulteriormente se nutren los productos culturales de masas.

...todo film que contribuyó al descubrimiento y perfeccionamiento de un lenguaje, en busca de sus medios expresivos, puede considerarse como experimental, aunque no hayan llegado al estatus de obra de arte.²

Jean Mitry, en *Historia del cine experimental*, describe los alcances del cine experimental limitando sus significados al campo de la innovación sin querer inscribirlo en una corriente cinematográfica sólo por la naturaleza de su intencionalidad. En este sentido, la cita que incorporamos de Mitry nos proporciona el punto de partida: queremos dirigir nuestra mirada analítica al diálogo que se establece en la postmodernidad entre vanguardia experimental (enraizada en la digitalización) o vanguardia tecnológica y el cine como espectáculo cinematográfico, entendido como práctica discursiva institucionalmente diferenciada. De estas interrelaciones se derivan lógicas de consumo y procesos de aprendizaje en los que se asimilan innovaciones tecnológicas gestadas en un contexto digital (en una vanguardia tecnológica), ubicadas en los diferentes dispositivos o medios audiovisuales. Los contenidos que se distribuyen a través de los nuevos canales de comunicación a su vez experimentan cambios en su sintaxis o gramática audiovisual, adaptada a los nuevos modelos reticulares de pantalla, a las nuevas formas de representación y visualización de la imagen.

Nuestra aproximación pretende una metodología de carácter perceptivo y cognitivo. Observando los cambios producidos en el proceso de alfabetización audiovisual del público a través de la aprehensión de nuevos significados podemos establecer nexos entre productos audiovisuales *mass*

media y aportaciones de la vanguardia experimental, conjunciones por otro lado muy ligadas a los cambios que se perciben en una sociedad inscrita en lo que José Luis Brea define como Era Postmedia. Desde una teoría de la cultura, en la *Era Postmedial*, la evolución del cine afronta una aceleración en sus diferentes metamorfosis proyectando una imagen-reflejo de una sociedad afectada directamente por la digitalización de los medios audiovisuales.

Puede existir un producto high brow digno de consideración por su cualidad de "vanguardia" y que exige, para ser degustado, una cierta preparación cultural (o una propensión a lo sofisticado), y que sin embargo, precisamente en el ámbito de valoraciones propias de aquel nivel, debe ser considerado "feo" (sin que por ello sea low brow). Y pueden darse productos low brow, destinados a ser apreciados por un vastísimo público, que presentan características de originalidad estructural, capacidad de superar los límites impuestos por el circuito de producción y consumo en que están inmersos, que nos permiten juzgarlos como obras de arte dotadas de absoluta validez.³

Umberto Eco en *Apocalípticos integrados*, a mediados de los años sesenta, rompía una lanza a favor del público defendiendo la atracción que éste siente hacia productos culturales considerados "de nulo valor estético", por obras de arte o bienes culturales que fluyen por circuitos masivos de consumo. En la era digital, observando la asimilación del aparato conceptual que despliega el cine, podemos advertir un cambio de paradigma del que se derivan niveles de comprensión que, por primera vez, se formalizan a un ritmo tan frenético que acaba por "deslegitimizar" la condición experimental de muchos de los elementos que se incorporan al lenguaje audiovisual. Y entendemos aquí lenguaje audiovisual como aquel que comprende el lenguaje cinematográfico o lenguaje de la imagen en movimiento en el sentido estricto del término. Las vanguardias ya nos son único reducto de una élite intelectual capaz de interpretarla e identificarse con sus atributos más representativos.

A pesar de los casi cuarenta años que separan ambos ensayos, nos resulta especialmente interesante la conexión entre la obra de Umberto Eco y el teórico de los nuevos medios Lev Manovich. Eco, en sus investigaciones sobre la cultura popular desde la semiótica, disecciona el movimiento *Kitsch*

examinando los procesos de ósmosis que aparecen en su vínculo con las vanguardias, los cuales, nuevamente se reproducen 40 años después:

No solamente surge la vanguardia como reacción a la difusión del Kitsch, sino que el Kitsch se renueva y prospera aprovechando continuamente los descubrimientos de la vanguardia.⁴

Los nuevos medios de comunicación audiovisual (al igual que acontece con el cine) poseen un comportamiento similar, toman prestado parte del innovador corpus estético y retórico que conquista la vanguardia para, finalmente, hacerlo comprensible, descodificando sus encriptados signos y reciclando el mensaje dándole un uso y dominio popular.

Desde prácticas artísticas como el videoarte o la videoinstalación se desprenden conceptos como la participación y la interactividad en el discurso comunicacional que se establece entre público y objeto artístico. Estas categorías adquiridas se convierten en constantes en el *modus operandi* de los nuevos medios audiovisuales. Con los videojuegos y las diferentes tecnologías que los accionan, las plataformas de comunicación como los teléfonos móviles e Internet, las computadoras y demás sistemas multisoporte, se han superado estas premisas a través de la transmedialidad reordenando las relaciones entre sujeto, objeto y representación visual. Incluso la realidad aumentada otorga un valor añadido a la interactividad, permitiendo al individuo una progresiva familiarización con los nuevos códigos y signos que despliegan las vanguardias. Estos procesos acaban completando su círculo con el consumo de una cultura audiovisual cada vez más informatizada y participativa, al interpretarse y descodificarse las nuevas singularidades y la particular idiosincrasia del lenguaje audiovisual en los nuevos medios.

Debido a su diverso origen, apoyado en diferentes medios, la transmedialidad o intermedialidad mediatiza no sólo la producción del mensaje, sino su recepción o percepción. El significante presenta componentes transculturales e intertextuales que respiran en muchos de los filmes en la postmodernidad. El público rápidamente encuentra respuestas, descifra puestas en escena o composiciones visuales que recrean elementos o acciones propias de

mundos virtuales, representaciones culturales que suponen réplicas de universos digitales.

La aplicación de métodos psicofísicos permite ejercitar patrones de medida para encontrar así magnitudes en el continuo psíquico. Expongamos un caso concreto, con la introducción de tecnología 3D en el cine, se exige al espectador una inmersión en las especificidades de la imagen digital estereoscópica asimilando sus imperativos tecnológicos. Si intentamos establecer las relaciones figura/fondo, el límite definido para interpretar la profundidad de campo, la percepción visual de estructuras complejas como el reconocimiento de objetos en representación 3D, el contraste de borde de las formas (mucho más si es imagen en movimiento), la forma y sombreado de superficies visibles, la percepción de texturas, los efectos de adaptación e ilusiones visuales,... observaremos que no siempre se alcanza el dramatismo visual al que se puede llegar con sistemas visuales bidimensionales. El drama visual, entendiéndolo como el conflicto provocado por dos o más elementos de diferente naturaleza que coinciden en un mismo plano, depende también de una correcta estructuración o construcción del objeto fílmico no sólo a nivel compositivo, sino cromático y lumínico.



Still Image from *Avatar* (2009), James Cameron

En *Avatar*, el sistema estereoscópico desarrollado por James Cameron, no consigue aumentar el dramatismo visual sólo con la adición que supone la tercera dimensión. He ahí uno de los fiascos de una cinta sin entrar en cuestiones de carácter argumental cuando encontramos que todos los esfuerzos se han dirigido al diseño de elementos tridimensionales. Sin embargo, la película nos ofrece un claro paradigma del objeto fílmico en el que se activa la transmedialidad, en una acumulación de elementos de distinto signo medial (imagen real e imagen sintética conviven en el mismo mensaje) entre los que destaca la construcción de la tercera dimensión. La tecnología 3D invita al espectador a interactuar prácticamente con la imagen aumentando su grado de inmersión en la contemplación de la imagen cinematográfica.

La instalación de tecnología 3D en la producción audiovisual se extiende en diversos medios y plataformas mediales. La televisión y los videojuegos se han apropiado de su sinergia para ofrecer al mercado un nuevo producto. La tercera dimensión consigue incrementar los niveles de hiperrealidad y espectacularidad (supeditada en muchos casos a la progresión narrativa y dramática) en la representación visual de contenidos en los que se persigue conmover y emocionar al espectador a través de una implicación directa en la audiovisualización. La sensación de ubicuidad o inmersión subjetiva aumenta desde el punto de vista perceptivo en la recepción del mensaje. Se activan así los procesos y elementos expresivos que hemos mencionado con la interacción entre sujeto-objeto representado.



Still image from *Final Fantasy VII: Advent Children* (2005), Tetsuya Nomura, Takeshi Nozue.

Final Fantasy VII: Advent Children, constituye un perfecto ejemplo de la integración de la cultura del *Video Game* en el cinematógrafo. Este filme de animación, construido íntegramente por ordenador, presenta un diseño de interfaz en el que se activan una serie de patrones iconográficos que pertenecen al imaginario mundo virtual que cobra vida en distintas plataformas de entretenimiento. Las cotas de hiperrealidad de la imagen sintética alcanzan asombrosos resultados gracias al desarrollo de una perfecta mimesis con la realidad. La cinta consigue desplegar elementos expresivos que generan continuamente guiños a un espectador habituado a la inmersión psicológica de los videojuegos. Las acciones y el movimiento de los personajes, las roturas de *raccord* y cambios de perspectivas espaciales (de poco valor narrativo pero gran espectacularidad visual), el dinamismo y nueva funcionalidad de los objetos, la arquitectura de los espacios y el diseño del atrezzo,... habilitan una serie de citas visuales que exigen un rápida interpretación y comprensión por parte del espectador en la lectura de cada

uno de los encuadres que propone la película sin que el hilo argumental o desarrollo narrativo se vea entorpecido.

La reestructuración y disposición de la información en la composición de la imagen fílmica en la era digital demanda una audiencia “enseñada”. La media de la duración de los planos en el cine contemporáneo se limita apenas a 2 segundos como apunta David Bordwell en sus investigaciones sobre la evolución del lenguaje cinematográfico en la postmodernidad; en consecuencia, nos encontramos ante una alteración del tiempo fílmico. Los productos audiovisuales adquieren un tiempo acelerado, además de un formato reducido con miras a su representatividad en entornos digitales, incorporando nuevos elementos y recursos al lenguaje cinematográfico, y por lo tanto, reivindicando un proceso de decodificación adaptado a la naturaleza del nuevo discurso informativo en el que la tecnología digital mediatiza el mensaje como nunca antes lo había hecho la técnica. Como anécdota, mencionamos los cambios de conducta observados en los hábitos de lectura de los usuarios de Internet. Una lectura “a saltos” que permite discriminar y procesar dicha condensación de información a un diferente ritmo y que, sin duda, constituye una característica reveladora de los reajustes que los procesos cognitivos del ser humano.

En definitiva, podemos hablar de un desarrollo del lenguaje cinematográfico en aquellos objetos audiovisuales que se manifiestan tanto en los nuevos como en los clásicos medios de comunicación. La vanguardia experimental o vanguardia tecnológica genera o modifica las estructuras de producción, distribución y exhibición (sobre todo estas últimas) de los medios de comunicación, estos cambios tienen una respuesta prácticamente inmediata en la experiencia del público. En menos de una década hemos asistido a la implantación de nuevas plataformas y soportes de audiovisualización en los que advertimos una convergencia medial dirigida a una audiencia cada vez más amplia. Las lógicas de la globalización determinan nuevas identidades culturales que se adhieren al aparato conceptual con el que se externaliza el mensaje audiovisual generado con la digitalización. El carácter demiúrgico de Internet ha difundido la palabra a cientos de millones de personas que acceden a diario a millares de nuevos contenidos multimediáticos ya no como

espectadores, sino como usuarios que multiplican un consumo individualizado de imágenes. El “insomnio febril” provocado por el futurista discurso de Marinetti nos hostiga ahora bajo la apariencia de una imagen sintética que se renueva constantemente; una imagen digital en la que se alojan nuevos símbolos, códigos y signos que se originan en el marco de la postmodernidad.

CITAS BIBLIOGRÁFICAS:

1 MANOVICH, LEV. *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación*. 2006. Paidós Comunicación, pp.15.

2 MITRY, JEAN. *Historia del cine experimental*. (1974) Valencia. Editorial Fernando Torres.

3 y 4 ECO, UMBERTO. *Apocalípticos e integrados*. (1968) Editorial Lumen. P. 65 y P. 92.

OTRAS FUENTES CITADAS:

BREA, J. L. *La era postmedia. Acción comunicativa, prácticas (post)artísticas y dispositivos neomediales*. (2002) Editado en formato PDF.

BORDWELL, DAVID. THOMPSON, KRISTIN. *El arte cinematográfico* (1993) Barcelona. Editorial Paidós.

LEVY, PIERRE. *L'art de la cyberculture*. Extraits de *Cyberculture, rapport au Conseil de l'Europe de Pierre Lévy*. Paris. Odile Jacob. <<http://www.archipress.org>>

CÉSAR USTARROZ es Licenciado en Historia por la Universidad de Zaragoza y Diplomado en Dirección Cinematográfica en el Centro de Estudios Cinematográficos de Cataluña (CECC). Ha realizado estudios de Antropología Social y Cultural por la Universitat de Barcelona y estudios de doctorado de Comunicación Audiovisual y Periodismo por la Universidad Autónoma de Barcelona.