

Imatge i postveritat

JORGE LUIS MARZO

El 1957, Roland Barthes va publicar *Mythologies*, un llibre que tenia com a objectiu principal desarmar les *doxes* o llocs comuns que sostenen els mites del capitalisme, mitjançant l'exploració de les associacions entre el llenguatge i l'engranatge de la vida quotidiana. Barthes analitzava la manera com els signes del llenguatge consolidaven determinats mites, fent-los semblar evidències de la veritat i, per tant, transmissors d'uns prejudicis pseudonatural. No crec que exageri si dic que el programa *Soy Cámara*, nascut el 2010, va sorgir amb la voluntat anàloga de desmuntar les construccions aparentment naturals que la semiocràcia (el govern i l'economia dels signes) imposa als imaginaris actuals. Des del començament, el programa establia uns modes i formats d'exploració i reflexió que, tot i que fossin variables i diferents els uns dels altres, sempre estaven encaminats a desconstruir l'ordre natural, el consens amb què el llenguatge productivista es presenta. Sempre he sabut que a *Soy Cámara* es declarava una mena de guerra al llenguatge com a forma d'enunciació d'allò donat, al llenguatge d'«el que hi ha és això», al llenguatge de l'ull.

El 2008, dos anys abans de l'aparició de *Soy Cámara*, a Barcelona havia sorgit una empresa de comunicació per a *millennials* anomenada Playground, l'èxit mundial de la qual es basava a convertir esdeveniments –com ara, posem per cas, la Guerra de Síria¹ en vídeos d'un minut i mig: aclaparadors, amb plans que no duren ni dos segons, amb textos sobreimpresos de lectura ràpida, és a dir, *trailers*, *teasers* de la realitat: la fórmula perfecta en la nova economia de l'atenció, addictiva, musical, karaokera. *Soy Cámara* es plantejava una tasca ben diferent, als antípodes: exposava els codis del llenguatge que feien possible una comprensió determinada dels fenòmens; revelava el règim del llenguatge que permet que els signes s'elevin a evidències del que transmeten, convertint-ho tot en un nom, en un *tag*: «qualsevol cosa és possible mentre no se li comencen a posar noms», va deixar escrit Agustín García Calvo. Atesa la tirada que algun dels fundadors del *Soy Cámara* té pel filòsof de Zamora, no es fa pas estrany que el programa assumís aviat un paper desemascarador d'una faceta central de la guerra que avui se'ns fa, la del llenguatge, la que ens diu que la llibertat ja no és la llibertat de tothom, sinó la de cadascú;





la que ens obliga a pensar la revolució no pas com un acte col·lectiu d'alliberament, sinó com un fenomen propi de les màquines; la que ens diu que consumir no és devorar o destruir sinó créixer;² la que ens obliga a saber qui som malgrat fins i tot nosaltres mateixos. *Soy Cámara* emplaçava el seu discurs en la guerra de la postveritat, abans i tot que el terme prengué cos.³

La primera (o segona) fotografia de la història era el teulat d'una casa, captat des d'una perspectiva renaixentista evident. Segur que la recordem. Era de Nicéphore Niépce i es va fer el 1826. El tècnic francès es feia hereu de la tradició amb un toc de l'impressionisme naixent: vet aquí el punt de fuga i la il·lusió. Amb tot, malgrat que en aquella primera imatge, aparentment ximple i casual, la voluntat de ser objectiu era evident, no aconsegueix amagar l'emplaçament enunciat del subjecte que mira.

La naturalesa de la primera fotografia digital sembla, tanmateix, una mica diferent. És de Russell Kirsch i es va aconseguir el 1957. La imatge, de 176 x 176 píxels, no es va captar amb una càmera

digital –ja que aquesta no es va inventar fins al 1975–, sinó que es va fer emprant un dispositiu que transformava les imatges en matrius de zeros i uns. Aquell protoescàner va prendre com a primer model una imatge del nadó de Kirsch, de tres mesos d'edat. La fotografia digital s'inaugurava aportant també una perspectiva, ja no d'un marc escollit de la realitat visual, sinó de la mateixa biografia del narrador. Certament, en la seva fotografia primigènia, Niépce també proclamava la seva posició, el seu ser allà i en aquell moment, però la imatge de Kirsch prou que sembla obrir-se com una seqüència infinita que fa propaganda del que som, un *biopic* permanent de tot allò que m'envolta i que produeixo⁴ i del qual difícilment podré ser iconoclasta.⁵ Mireu aquella mirada adulta en el nen: no hi ha sorpresa ni innocència de cap mena: no hi ha *punctum* barthesià. És la fotografia d'un *curriculum vitae*... el del pare i el del fill. No és casualitat, per tant, que la primera fotografia realment digital, feta per Steve Sasson el 1975, continués aquest camí fressat: el retrat del seu fill amb un gosset. Tampoc que la primera fotografia feta amb un mòbil, de Philippe Kahn, el 1997, fos la... del seu fill acabat de néixer.

La meua infantesa va transcórrer en una casa que encara era a anys llum de la tecnologia mòbil. Teníem un telèfon amb un cable connectat a la paret⁶ (imatge 1). Quan algú trucava, a ningú no se li acudia preguntar on era jo. Després, d'aquest telèfon, en va desaparèixer el cable, i ens vam poder moure per tota la casa amb l'aparell a l'orella. Fins que un dia vam poder moure'ns pel carrer amb un telèfon més petit i sense cap cable. Em va semblar un canvi espectacular, no pel fet que l'absència del cable em permetés portar el telèfon sempre a sobre, sinó perquè la gent em començava a preguntar: on ets? Vaig descobrir de seguida que la comunicació mòbil promovia la biografització, m'exposava,⁷ m'obligava a explicar coses de mi, de la meua localització, de les raons de ser en aquell lloc, de les causes de no poder o no voler respondre. Em semblava, i em passa encara ara, que d'alguna manera perdia les regnes de les coses a dir al meu interlocutor, que hi havia una mena d'informació implícita que ja no podia controlar.

Després de Niépce, van sorgir tota una col·lecció de tècniques fotogràfiques encaminades a estudiar el moviment dels cossos,



Soy Cámara, programa It's a Phone, 9 de desembre del 2016



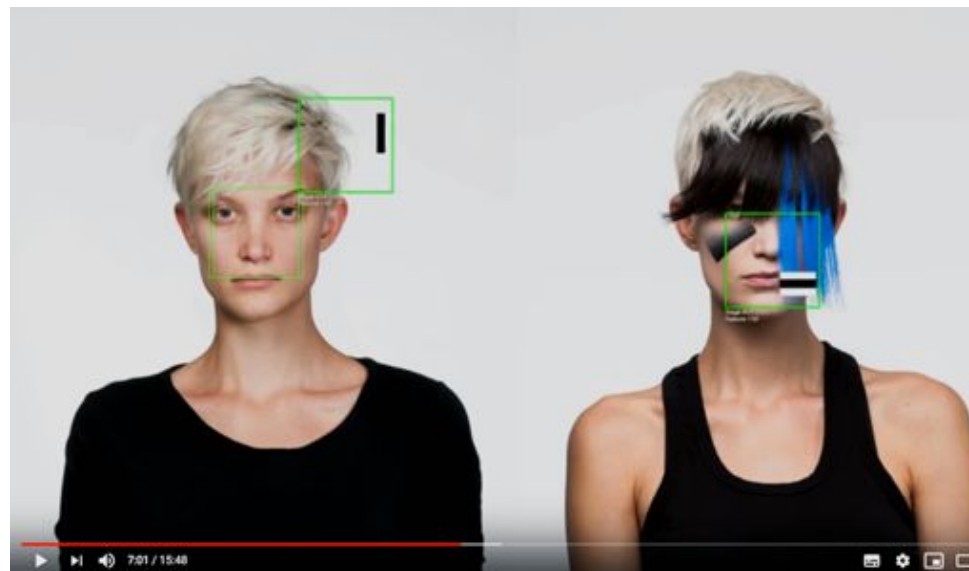
a aconseguir extreure'n patrons que fessin possible establir teories sobre la naturalesa humana i la vida en general. Vet aquí Eadweard Muybridge i Étienne-Jules Marey,⁸ amb els seus estudis cronofotogràfics sobre la motricitat de persones i animals; també tenim Cesare Lombroso i Jean-Martin Charcot,⁹ pseudoantropòlegs, entusiastes del mitjà fotogràfic a l'hora de fixar equivalències entre el volum dels cranis, les formes facials i els patrons del llenguatge corporal amb la criminalitat i les patologies psiquiàtriques. Wilhelm Röntgen, el descobridor dels raigs X el 1895, també forma part d'aquest club amorf que donarà peu a una idea singular: la representació de la vida en imatges diu més que la vida mateixa. Les imatges del cos, sovint impossibles de percebre per mitjà del cos mateix, per mitjà dels sentits, són enormement més productives que ell, donen més informació que la que el cos vol o pot donar.¹⁰ Segons Röntgen, que hi va posar la X perquè no tenia ni idea de què eren aquells raigs, la tècnica radiogràfica aconseguia reduir el grau d'invasió clínica en el cos humà, detectant els problemes «a simple vista». Ara bé, es tractava més aviat de tot el contrari: la tecnologia

envaïa el cos sense remei i en feia una cosa completament obsoleta, improductiva, inútil. Només les imatges del cos produïen sentit, valor, plusvàlua.¹¹

La primera modernitat, per tant, va crear una nova valència a la imatge: la suposada capacitat que tenia de dir la veritat, fins i tot malgrat nosaltres mateixos. I la tardomodernitat (i empro aquest terme per fer comprensible una certa genealogia) li va afegir un plus: dir la nostra veritat, també malgrat nosaltres mateixos.¹² Totes dues potències són les arrels últimes del debat actual sobre la postveritat. La tecnologia, per una banda, fa possible un nou règim d'objectivitats, mentre que, de l'altra, transforma el sistema de subjectivitats.¹³ Avui, els algorismes de la Intel·ligència Artificial, convertint-ho tot en informació quantificable, productiva, enllaçada, interdependent, convertint la biologia de les dades en una litúrgia de la predicció, prometen una radiografia radical de la vida humana.¹⁴ Alhora, l'espai comunicatiu és avui un altaveu iconogràfic dels nostres avatars, formes sintètiques que expressen el que volem, el que voldrem.¹⁵ És el domini en què les nostres vides es presenten mentre esperen ser declarades aptes (imatge 2).

Aquest és el territori on té lloc la mutació. Així s'acaba el vell contracte en virtut del qual les coses objectives i les subjectives havien de viure separades, diferenciades. Ara han de compartir la mateixa carretera i regir-se per codis comuns.

La postveritat és, efectivament, una de les condicions del règim iconogràfic actual. El 1996, un estudiant preuniversitari de divuit anys tenia un domini lexicogràfic d'unes mil cinc-cents paraules. Avui amb prou feines arriba a les cinc-cents. Són més rucs? No. Han aconseguit les mateixes competències, o més (faig servir el llenguatge productivista de la pedagogia actual), però no ja amb paraules sinó amb imatges. Les imatges s'han convertit en el nou lèxic, en l'alfabet bàsic de la comunicació. Ja no són il·lustracions ni certificacions, ja no es divideixen entre la ficció i l'enciclopèdia: són màquines lingüístiques a les quals cal adaptar-se per poder parlar. Les imatges mecanitzades consoliden un règim discursiu de plena competència pública, vinculant i executiva. En convertir-se en interfícies que sempre porten a altres llocs, que obren sempre nous sentits i funcions en mans d'uns i altres, la funció de les imatges com a llenguatge es fa invisible per saturació.



Soy Cámara, programa Rostro y código, 9 de setembre del 2016

**Les imatges s'han
convertit en el nou
lèxic: són màquines
lingüístiques a les
quals cal adaptar-se
per poder parlar**



En el moment en què es tornen aparells gestors del rendiment miner de la identitat, el treball i l'oci, amb codis definits i anàlegs fàcils de manejar, la gran majoria de les imatges es presenten neutres, icòniques, simplificant admirablement les formes polítiques i socials del diàleg, però accelerant-ne la producció, i confirmant així l'èxit del llenguatge humà a l'hora d'adaptar-se a la velocitat. En la celeritat, el que és vertader i el que és fals es fa difícil de polsar, tot és postvertader, tot es fa plausible.¹⁶

Apellar a l'economia de l'atenció aquí es fa peremptori. A dia d'avui, el nombre d'imatges que es pugen diàriament a Instagram és d'uns vuitanta milions. L'any 2000, l'empresa Kodak va calcular que el nombre de fotografies físiques (revelades) que s'havien fet al llarg del segle xx era de vuitanta-cinc bilions. Facebook, companyia sorgida l'any 2005, té emmagatzemats dos-cents cinquanta bilions d'imatges. El 2018, una persona urbana rebia una mitjana de cinc mil anuncis al dia, de manera directa i indirecta, mentre que un càlcul recent indica que rebem diàriament unes disset mil imatges. I avui sabem la capacitat que té l'ull humà per copsar ràpidament una imatge: només necessita

13 mil·lisegons.¹⁷ Com es pot processar i discriminar un volum tal d'informació? El 2017, un estudi de la Universitat de Warwick va establir que només la meitat de les persones poden percebre la diferència entre una foto real i una de tractada amb Photoshop. Un altre estudi de la Universitat d'Stanford establí el 2016 que el 80 % de la gent no és capaç de percebre una notícia falsa. Davant d'un règim informacional com aquest, la majoria de persones opten per prendre dues direccions: s'envolten de mitjans i fonts afins als seus gustos i sensibilitats, i es deixen seduir més per sinceritats i confiança que per veritats. I una altra cosa: la gratuïtat aparent de bona part del sistema comunicacional no fa tan sols que els usuaris (que ja no públics)¹⁸ paguin amb les seves dades d'una manera tan transparent com invisible (tots dos termes defineixen la mateixa condició),¹⁹ sinó que també rebaixa intensament la consciència crítica dels usuaris mateixos sobre el que veuen i reben. La gratuïtat proposa un canvi de paradigma sobre la veritat del que s'anuncia, atès que trasllada de l'emissor al receptor la responsabilitat d'establir si és cert o no el que veu i sent. No en va una bona part dels nous mitjans periodístics, que es diuen verços i independents en

**En la celeritat, el
que és vertader i
el que és fals es fa
difícil de polsar, tot
és postvertader,
tot es fa plausible**

contrast amb els grans imperis de notícies, es promouen apellant a la subscripció de pagament: «El periodisme independent necessita lectors compromesos», diu l'eslògan d'un d'aquests mitjans, perquè «la llibertat, la veritat i el compromís recuperin la seva plena vigència», remata un altre.

Això no obstant, en el món de la veritat la independència és un factor molt més complex del que sembla. D'entrada, la història de la veritat és sempre individual, és la del deambular d'illuminats a la percaça de la llum. Per contra, la història de la falsedat i la impostura (que no de la mentida) és col·lectiva, requereix aliances constants i comunitats a la percaça de la foscor,²⁰ del fum que camufla (imatge 3).²¹ *Soy Cámara* sempre ha parat una atenció enorme a aquest factor central (i eludit) de la cultura i del sentit constructivament social que té: la desaparició i la invisibilitat com a tàctiques i estratègies que permeten una vida una mica més indetectable, una mica menys nominada;²² l'alteritat a la normativitat, al que està regulat com a canònic que el feminisme a poc a poc s'encarrega de trastocar;²³ el vagar i la deriva com a formes poètiques i polítiques d'eludir les *doxes*, els llocs comuns i assumits;²⁴ el *fake* com a dispositiu



Soy Cámara, programa *El humo del siglo xx*, 22 de setembre del 2017



per exposar la impostura política.²⁵

Els programes del *Soy Cámara* són una invitació constant a posar en dubte el règim de credibilitats i sospites que el nou llenguatge productiu ha implantat al cos i la ment social. Cada capítol forma part d'una *querelle* substantiva davant del que es declara real, però també davant de la indexació dels substituïts declarats aptes, els desitjos. Si la postveritat és, en el fons, un assumpte relacionat amb la substitució del que és real pels desitjos, també ens hem de preguntar com aquests s'armen i es basteixen sota un règim operatiu programat (soc una càmera) a l'encalç de la productivitat i la lògica poc piadosa d'una màquina mitològica que anomenem ull.

**Els programes
del Soy Cámara
són una invitació
constant a posar
en dubte el règim
de credibilitats
i sospites que el
nou llenguatge
productiu ha
implantat al cos
i la ment social**





Referències

¹ Com a contrast dels vídeos de Playground, vegeu el programa *The Great War*, del 10 de juny del 2016: <https://youtu.be/F8PA5kz5keU>.

² Vegeu els programes *Cómete el mundo*, del 25 de maig del 2018: <https://youtu.be/L3AXNYeellw> i *La vida de los juguetes* del 19 de gener del 2018: <https://youtu.be/bizfiCB8glw>.

³ Sobre la guerra de les imatges, vegeu el programa *La elección del terror: una guerra de imágenes* del 2 de març del 2018: <https://youtu.be/a-AQ7aqfkAc>.

⁴ Vegeu el programa *Asuntos domésticos* del 12 d'abril del 2013: <http://www.rtve.es/alacarta/videos/soy-camara/soy-camara-programa-cccb-asuntos-domesticos/1762849/>.

⁵ Vegeu el programa *¿Por qué me rompes?*, del 2 de febrer del 2018: <https://youtu.be/6qtySEtqiyQ>.

⁶ Vegeu el programa *It's a Phone*, del 9 de desembre del 2016: https://youtu.be/9MOtJ8_HTHM.

⁷ Vegeu el programa *Influencers: intimidación en venta*, del 13 d'abril del 2018: https://youtu.be/r_Olx6a9VLk.

⁸ Vegeu el programa *Foto Fija – Film Stills*, del 9 de febrer del 2018: <https://youtu.be/ubHuljPqgrE>.

⁹ Vegeu el programa *Rostro y código* del 9 de setembre del 2016: <https://youtu.be/ZrSijbukONw>.

¹⁰ Vegeu el programa *El sueño de la visión produce Cronoendoscopias*, del 16 del setembre del 2016: <https://youtu.be/C92z004LptU>.

¹¹ Per cert, Jara Rocha i Femke Snelting s'estan ocupant brillantment d'aquesta ideologia de la productivitat visual: <https://possiblebodies.constantvzw.org/inventory/>. Vegeu també el programa *Canibales del tiempo: Antes / Después*, del 23 de desembre del 2016: <https://youtu.be/MDVKxlywdx0>.

¹² Vegeu el programa *En mi habitación*, del 10 de maig del 2013: <http://www.rtve.es/alacarta/videos/soy-camara/soy-camara-programa-del-cccb-habitacion/1813610/>.

¹³ Vegeu el programe *Querida (vida) diària*, del 18 de novembre del 2018: <https://youtu.be/YD0721UX8a8>.

¹⁴ Vegeu el programa *Somos mundos, somos vidas, somos datos, somos votos*, del 14 de juny del 2013: <https://vimeo.com/68370774>.

¹⁵ Vegeu el programa *El recuerdo del rostro*, del 16 de novembre del 2018: <https://youtu.be/gR2LtmZelHs>.

¹⁶ Vegeu el programa *Televisión y medios*, del 7 de maig del 2011: <http://www.rtve.es/alacarta/videos/soy-camara/soy-camara-programa-del-cccb-television-medios/1094145/#>.

¹⁷ Vegeu el programa *Malditos*, del 16 de febrer del 2018: <https://youtu.be/YKq-SNnR3Ws>.

¹⁸ Sobre els públics, vegeu els programes *Nuevos públicos*, del 27 de maig del 2016: <https://youtu.be/QR6diHidFNw> i *No tocar, por favor: el museo como incidente* del 19 d'octubre del 2013: <http://www.rtve.es/alacarta/videos/la-sala/soy-camara-programa-del-cccb-19-10-13/2081650/>.

¹⁹ Vegeu el programa *El secreto (desmontable)*, del 20 de gener del 2017: <https://youtu.be/Xcl0UTniezc>.

²⁰ Vegeu el programa *El sueño de la razón*, del 18 d'octubre del 2018: <https://youtu.be/4ACUzVqEpbl>.

²¹ Vegeu el programa *El humo del siglo xx*, del 22 de setembre del 2017: <https://youtu.be/52prGcTiCvg>.

²² Vegeu els programes *Tras la pantalla: 10 años de Influencers*, del 27 d'octubre del 2017: https://youtu.be/Do_s4nxCbbM; i *Cómo desaparecer* del 20 de juliol del 2018: <https://youtu.be/PJeHI7FwAuM>.

²³ Hi ha nombrosos programes dedicats a aquesta qüestió.

²⁴ Vegeu els programes *Ciudad*, del 5 d'octubre del 2018: <https://youtu.be/ywwTv1RmJxc> i *Corre, brilla, luz, luz*, del 20 de desembre del 2018: <https://youtu.be/5Wchzi3oNUc>.

²⁵ Vegeu el programa *Videocracia: ficción y política*, del 18 de gener del 2013: <http://www.rtve.es/alacarta/videos/soy-camara/soy-camara-programa-del-cccb-videocracia-ficcion-politica/1670168/#>.



THE INFLUENCERS





deepdonald5-100610945-primary.idge

m-five