El nacimiento de una nueva narratividad

POR **JESÚS GARCÍA JIMÉNEZ**

LA IMAGEN COMO MÍMESIS EN LA REALIDAD VIRTUAL

ACEPCIONES DE LA VIRTUALIDAD NARRATOLÓGICA

Imágenes de síntesis, realidades virtuales, hipernovelas, videojuegos …: la representación icónica, la narratividad y la producción y consumo de ficción están cambiando profundamente. Un salto cualitativo que obliga a la reconsideración de conceptos y teorías.
La era informática constituye un punto de inflexión en las reflexiones sobre la naturaleza y función de las representaciones en la construcción del discurso narrativo y en las condiciones de la producción y del consumo ficcionales. El paso de los universos representados por la imagen analógica a los mundos de la realidad virtual (RV), creados por la imagen sintético-digital y tridimensional, generada por ordenador, es un salto cualitativo. Obliga a una reflexión sobre la imagen nuevamente considerada como signo, ahora invasor de nuevos ámbitos extraterritoriales.
En este salto cualitativo se ven comprometidos viejos conceptos como la analogía y la mímesis y modos antiguos de entender la articulación del texto y el contexto. La informatización ha facultado para una formalización innovadora y creativa de los modelos narrativos y la técnica de la digitalización, la simulación y la interactividad de imágenes 3D permite el diseño de nuevas estrategias discursivas, que confieren nuevos e insospechados niveles de complicidad lectora en el pacto de verosimilitud de los relatos audiovisuales.
Al hilván del controvertido concepto de la realidad virtual también se han visto alterados los elementos que constituyen la forma del contenido de la historia narrativa (el sentido de los personajes, de la acción y de los escenarios) y, sobre todo, se ha innovado el conjunto de normas y criterios que había configurado hasta ahora la pragmática de la imagen narrativa, tanto en lo concerniente a sus condiciones de producción, distribución y consumo,como a su valor de síntoma y símbolo de una ideología y de una cultura.

ILUSIÓN, DOBLE Y SIMULACRO

La imagen puede crear ilusión, al menos parcial, sin ser réplica exacta del objeto y sin constituir su doble. El doble perfecto no existe en el mundo físico,ni siquiera en nuestra época de reproducciones automáticas generalizadas. No se trata de crear un objeto que duplique a otro,

Fundación Telefónica
Telefónica

sino de un objeto (la imagen) que duplique las apariencias del primero. El simulacro no provoca en principio una ilusión total, sino parcial, pero lo bastante fuerte como para resultar funcional. El simulacro es un objeto artificial que apunta a ser tomado por otro en un cierto uso, sin parecerse a él completamente (pero casi). En un simulador de vuelo la imagen no es ilusionista (nadie la confundiría con la realidad) pero es perfectamente funcional para su uso: el aprendizaje y, en nuestro caso, la función narrativa.

LO ARBITRARIO, LO ANALÓGICO, LO DIGITAL Y LO VIRTUAL

La imagen en el discurso audiovisual incluye cuatro tipos de relación:
a) Una relación analógica en la medida en que la imagen tecnológica que configura el discurso narrativo mantiene vínculos de semejanza, no con respecto al mundo natural, cuyos objetos representa, sino con respecto a las imágenes retinianas y especulares que son las huellas de lo real.
b) Una relación arbitraria porque en su percepción y lectura intervienen códigos del reconocimiento subjetivos y culturales. Los dos elementos responsables de la arbitrariedad de la imagen son el percepto y el contexto. Gracias a ellos el campo visible queda erigido en espacio inteligible.
c) Una relación digital: la imagen sintética generada por ordenador viene a dar definitiva consistencia a ese espacio de arbitrariedad, que contiene la analogía icónica.
d) Una relación virtual: la imagen (objeto de la mirada intencional) se convierte en formulación plástica del comportamiento y del concepto gestualizado. Esto supone de hecho una ruptura con todos los anteriores y frecuentes enfoques ontologistas en el estudio de la imagen.
En una esquina de la planta baja del Museo Estatal de Ciencias Naturales de Connecticut, en la Universidad del Estado ubicada en la pequeña ciudad norteamericana de Storss (Nueva Inglaterra) ya pueden experimentarse los efectos de la presencia de las personas cuando se introducen en un Espacio Virtual integrado en el ordenador. Es la demostración práctica de la real posibilidad de crear ecosistemas de realidad virtual sin necesidad de acudir a guantes, cascos o escafandras. La sola presencia del ser humano con sus gestos y movimientos intencionales determina un modo nuevo de acción/reacción con el ambiente circundante.

LA IMAGEN COMO MÍMESIS EN LA REALIDAD VIRTUAL

El término mímesis (imitación) se encuentra en los filósofos griegos en dos contextos diversos:
a) Un contexto narratológico (Platón): se refiere con la mímesis a un tipo particular de relato oral en el cual el recitante imita a los personajes, adoptando su lenguaje y su modo de pensar. La imagen narrativa tiene capacidad de configuración discursiva (diégesis) precisamente por su capacidad de imitar la realidad a la que se refiere (mímesis).
b) Un contexto representacional (Aristóteles): tanto él como, y sobre todo, Filóstrato, designan con la mímesis a la imitación representativa; equivale, por tanto, a la analogía. El telling de la imagen es siempre showing. Si es posible captar el sentido (historia narrativa) de esa representación, es porque ésta se rige en última instancia por los códigos de reconocimiento del mundo natural.
La imagen sintética 3D introduce la idea de un tercer contexto:
c) Un contexto virtual: en la imagen digital la mímesis ya no responde al dictado de la percepción del mundo natural sino a los postulados abstractivos, discursivos y libres de la

Fundación Telefónica
Telefónica

mente. La imagen se ha convertido en entidad discreta y alternante, que goza de la omnímoda arbitrariedad del signo gráfico. Se desentiende con toda facilidad de la literalidad referencial y no habita espacios estancos, sino que los crea en el juego de sus evoluciones. Es una victoria definitiva sobre la imagen-movimiento y la imagen-tiempo, tal como se habían comportado, una y otra, en el discurso audiovisual conocido. Ahora lo que se descompone y recompone ya no es el objeto, sino, como dice Deleuze, el movimiento mismo.

TEXTO, CONTEXTO E INTRATEXTO

En su dimensión pragmática, la imagen digital supone la dimisión de todos sus compromisos con el contexto y con la ideología. Es, ante todo, intratexto. Lo que fue discurso es ahora capricho combinatorio, degradación formal e interpolación desafiante. La imagen digital en los umbrales mismos de los computadores fotónicos goza ya mirándose al ombligo y destrozando sus últimos restos de integración formal y de identidad significativa. De su mano nos introducimos en un nuevo universo de percepción y conocimiento, que no supone para la humanidad, ni mucho menos, el final de la fabulación; antes al contrario, su época de mayor esplendor: asistimos a la transformación del relato ficcional en juego interactivo y en hipertexto y a los inicios del relato virtual.

COMPUTERIZACIÓN Y MODELO NARRATIVO

El modelo es una representación simplificada de algunos o de todos los aspectos de una realidad. En cuanto representación simplificada tiene por objeto un fenómeno complejo (el narrativo, desde luego, lo es) y exige antes de su aplicación una determinación y definición de los objetivos, variables e interrelaciones.
El modelo informático del videojuego es de carácter descriptivo, sintético, predictivo, normativo y evaluativo. Por un lado describe, en efecto, el fenómeno narrativo sometido a tratamiento y reducido a la mínima expresión de unas pocas acciones y situaciones antonomásicas del género y, por otro lado y al mismo tiempo, enfatiza la utilidad de un conjunto de normas y principios.
Por todo ello, el sistema y el proceso narrativos se hacen mucho más predecibles, al tiempo que, asistido por un repertorio de reglas de uso y un conjunto de criterios normativos para su participación y complicidad (nuevo contrato de verosimilitud), se da al jugador la posibilidad adicional de evaluar fácilmente la eficacia del resultado de sus decisiones.

LA INFORMATIZACIÓN Y LA FORMALIZACIÓN DE LOS MODELOS NARRATIVOS

Los modelos narrativos se valen de distintos códigos de formalización, que hacen patente y operativa su construcción. En atención a la naturaleza de esos factores y códigos de formalización puede hablarse de modelos verbales (por ejemplo, el fenomenológico), de modelos de flujos lógicos (por ejemplo, el sintáctico-gramatical) y de modelos matemáticos. Estos últimos admiten dos variantes de eficacia desigual:
a) Los modelos matemáticos deterministas: se basan en ecuaciones matemáticas, que permiten de suyo resoluciones analíticas, con independencia del grado de dificultad que éstas entrañen.
b) Modelos informáticamente simulados: se basan en los principios de la lógica formal, los

Fundación Telefónica
Telefónica

procesos estocásticos y el lenguaje digital, disponibles y accesibles mediante el uso de los ordenadores.
Los modelos simulados incluyen el concepto de probabilidad, es decir, se basan en la creación de una serie de procesos probabilísticos en alguna de las variables semióticamente pertinentes del modelo narrativo (la acción, resolutiva, el espacio escenográfico, el rol del personaje, etc.). El lector dispone de la posibilidad de diseñar y evaluar varias estrategias opcionales (dentro de ciertos límites, todavía restringidos, impuestos por un conjunto de criterios) para la operación del sistema.

ESPACIO, TIEMPO Y PERSPECTIVA EN LA IMAGEN DIGITAL

La imagen sintética transforma el espacio visible y destruye el primado cultural del concepto de perspectiva entronizado en el Renacimiento. También determina una modificación del tiempo, como categoría de la imagen en movimiento. Según las reglas de la perspectiva sólo podemos percibir cada vez una parte del objeto. La percepción de la totalidad se halla obligatoriamente fragmentada en el tiempo.
La focalización es la esencia misma del fenómeno narrativo porque supone a la vez punto de vista y espacio temporalizado. El lenguaje de ordenador, en cambio, ha consagrado definitivamente y ha ampliado indefinidamente aquel criterio adoptado por el cubismo, que consistía en introducir, junto a la instantaneidad de la visión, la propuesta de innumerables puntos de vista sobre el objeto.
Desde el punto de vista de la función narrativa de la imagen, para que este modo de percibir y, percibiendo, hacer percibir la percepción, fuera la visión de un dios (y, por consiguiente, la anulación del relato) haría falta que esa percepción tuviera dos condiciones: se extendiera a todos los puntos de vista posibles y fuera simultánea. No hay panegírico posible del hecho informático que se atreva todavía a reconocerle y atribuirle estas dos capacidades. Así que la narratividad del lenguaje informático estriba, por tanto, en sus propias limitaciones.

ACEPCIONES DE LA VIRTUALIDAD NARRATOLÓGICA

En la historia del pensamiento occidental la reflexión sobre la virtualidad debe sus precisiones más agudas a la Metafísica del ser. En ella lo virtual se ha opuesto a dos conceptos de suyo diferentes: el concepto de lo formal y el concepto de lo actual.
Para distinguir adecuadamente estos conceptos aplicados al fenómeno narrativo, hay que ampliar la distinción de Percy Lubbock entre el telling y el showing y añadir un doble living (formal y virtual).
La realidad virtual, creada por la imagen sintética al servicio de un fenómeno narrativo, a diferencia de la realidad formal, no consiste solamente en que el telling de la imagen es un showing, como acontece con la imagen analógica. Consiste, además, en el hecho de poder vivir la historia (living) de un modo muy particular: no en su pura forma o estructura esencial (los escolásticos lo llamarían la realidad formal de la historia en sí), sino en la virtud o potencia activa que tiene la imagen 3D computerizada para hacernos vivirla (realidad virtual de la historia). En el caso de la imagen sintético-digital no hablamos de una potencialidad o posibilidad puras, sino de una facultad funcional (el hacer-ser de la potencia operativa) que la caracteriza y la ordena de por sí a producir estos determinados efectos.
En la obra de Krueger sobre Realidades Artificiales se demuestra que la imagen computerizada

Fundación Telefónica
Telefónica

está brindando ya formas de exteriorizar la actividad dinámica que desarrolla el cerebro en el transcurso del proceso intelectual.
La realidad virtual, a diferencia de la realidad actual de la historia, consiste, no en vivir el devenir de los acontecimientos narrativos en sí mismos considerados, sino en vivirlos en la imagen sintética y tridimensional (virtual) de tal modo que permanecen sus virtudes y propiedades. En el Centro Nacional para la Investigación en Robótica Avanzada, de Gran Bretaña, Robert Stone ha presentado el Proyecto VERDEX (Virtual Environment Remote Driving Experiment), que lleva a cabo estudios experimentales sobre el comportamiento humano antes, durante y después de la inmersión en entornos virtuales.

Las realidades virtuales han comenzado a competir con las realidades físicas. Esto puede afectar hasta a la estructura del mundo, tal como hoy es percibido y vivido. La tecnología ha instaurado desde sus orígenes mismos un nuevo modo de relación entre el hombre, la máquina y el mundo y por eso ha constituido un nuevo savoir faire-savoir penser, pero es ahora cuando estamos en condiciones de apreciar como nunca la profundidad de esta inflexión cualitativa. Conocíamos el mundo natural, el mundo interno y el mundo artificial. El artificio ha sido capaz de alterar la estructura y las leyes, aparentemente inmutables, del mundo natural. La estructura del conocimiento y de la cultura dependía en occidente del hecho de que el mundo sensible en su dimensión natural y artificial, venía representando, desde Platón y Aristóteles, un universo distante y alternativo del mundo inteligible. La tecnología informática avanzada en la última década del siglo XX está pugnando por diluir los residuos de esa frontera. Su proyecto consiste, en efecto,en dotar al mundo interior e inteligible de cualidades sensorialmente concretas. Con ello la tecnología de la realidad virtual está tratando de invadir los dominios de la filosofía del conocimiento.

IMAGEN NARRATIVA, REALIDAD VIRTUAL Y MODALIDADES DE LA ACCIÓN

Desde el punto de vista narratológico la imagen sintético-digital no difiere de la imagen analógica por ser aquella una imagen en movimiento (que también lo es) sino por ser una verdadera imagen o grafía del movimiento mismo. Es la cinematografía (kinemátos-grafía) en su más etimológica y originaria acepción. La acción narrativa en su representación es siempre uno de los múltiples significados del movimiento. Es el significado más pertinente, no tanto de la representación de un movimiento (aunque se haya entendido así con frecuencia en el caso del mal llamado cine de acción) cuanto de una mutación.

CUATRO MODALIDADES DE LA ACCION

A partir de las dos matrices heurísticas del espacio, a las que se ha referido Abraham Moles, cabe distinguir en la acción de la imagen un espacio del sujeto y un espacio del espectáculo. La acción, en cuanto representada o convertida en verbo visible del discurso, permite distinguir en la imagen analógica en movimiento, tal como interviene en el discurso audiovisual, tres modalidades: activa (se mueve el espacio del sujeto), pasiva (se mueve el espacio del espectáculo) y deponente (por moverse los dos espacios, se neutraliza el movimiento). La imagen sintética 3D introduce una cuarta modalidad cualitativa de la acción. El lenguaje de la vieja filosofía ya se había referido a ella, despojándola, eso sí, de toda contaminación icónica. Es la acción formaliter immanens, virtualiter transiens. Vuelve a aparecer la distinción entre lo

Fundación Telefónica
Telefónica

formal y lo virtual. La acción virtual sería la acción que resulta del traspaso de la eficacia operativa de la imagen en un entorno artificial.

LA ACCIÓN Y LA IMAGEN EN LA PERSPECTIVA INTERDISCIPLINARIA DE LA REALIDAD VIRTUAL

Presencia, realidad e imagen virtuales son conceptos de honda raigambre en la historia y en la tradición del pensamiento occidental. La Física ha asociado los conceptos de movimiento y velocidad virtuales al de imagen virtual. El modo de presencia virtual remite en este caso, como expresó Leibnitz, a la particular imagen que nos formamos de los elementos físicos como réplica a las ideas innatas de la aritmética y de la geometría. Pero el innatismo no ha despejado suficientemente si en este caso se trata de una imagen virtual, formal, o más bien habitual (ad modum habitus).
En ocasiones lo virtual es un reducto conceptualmente difuso en el que se cobija el segmento díscolo de toda analogía. Así, la distinción entre los atributos divinos ha sido considerada tradicionalmente por la teología como virtual en cuanto significa en Dios una presencia real, nueva y eminente (sin más precisión) de todas aquellas perfecciones que son distintas en el ser finito. Igualmente se ha referido a las verdades virtualmente reveladas para significar las verdades prácticamente reveladas, sin serlo propia y directamente, por el hecho de ser deducibles de éstas.
Lo virtual ha llegado a fundar toda una teoría de la reflexión, como acontece en el caso de la filosofía de la virtualidad de C. Mazzantini. La virtualidad es la presencia del otro en el sí mismo de todos y de cualquiera de los seres. Mazzantini se apoya en una reflexión de Platón en El Sofista, cuando se refiere a la «presencia del héteron en el tautón». En cada uno de los seres, concluye Mazzantini, formalidad y virtualidad son dos aspectos diferentes, pero al mismo tiempo inseparables de su realidad. Por consiguiente el ser en sí es pura y simplemente virtualidad sin otro.
La realidad virtual operada por la imagen sintética se entiende mejor, aunque sea analógicamente, a partir de la explicación de Mazzantini sobre el salto cualitativo que se da en el paso de los seres físicos a los seres inteligibles en virtud de la operación congnoscitiva. En este caso lo otro (la realidad formal) puede estar presente incluso en cuanto tal, gracias a la imagen o representación. La alta tecnología de la computación (digitalización, operatividad de los sistemas multimedia, simulación e interactividad) está directamente interesada en acabar con el carácter meramente simbólico hasta erigirlos en objetos sensoriales.

LA VIRTUALIDAD EN LA SEMIÓTICA NARRATIVA

Greimas, en la explicación de su modelo, mal llamado actancial, término tomado de Ternière, distingue en la narrativa dos tipos de predicados: del ser (o de estado) y del hacer (transformaciones narrativas). Hay modalidad cuando dos predicados del ser o del hacer tienen entre sí una relación tal que el uno es modificado por el otro. Estos predicados elementales pueden combinarse, dando orígen a otros del tipo hacer-ser, hacer-hacer, poder-hacer,hacer-poder, etc. Modalidad es, pues, lo que modifica a un predicado. La modalidad viene a introducir un apreciable grado de complejidad sintáctica y semántica en los enunciados narrativos.
En la semiótica narrativa la virtualidad en los modos de la existencia semiótica corresponde a los tres estados narrativos del sujeto y del objeto: sujeto virtual (el sujeto se caracteriza por un

Fundación Telefónica
Telefónica

estado anterior a la adquisición de la competencia narrativa), sujeto actualizado (el sujeto se caracteriza por el estado narrativo que resulta de la adquisición de esa competencia) y sujeto realizado (el sujeto se caracteriza por el estado en el que el sujeto ha producido el acto que le vincula con el objeto de valor y así lleva a cabo (realiza) su proyecto narrativo.
Estos tres modos de existencia afectan y califican igualmente a la comparecencia del objeto en el texto narrativo: el objeto virtual tiene por estatuto modal el de ser querido y en su vínculo con el sujeto aparece como una proyección del querer-ser de éste. El objeto actualizado tiene por estatuto modal el de hacer-poder y en su vínculo con el sujeto aparece como una proyección del poder-poder del sujeto narrativo. El objeto realizado, en fin, tiene por estatuto modal el de ser tenido como objeto de valor y en su vínculo con el sujeto narrativo aparece como una proyección del ser/tener/valer de éste.
En los enunciados narrativos virtualidad es la capacidad de una operación disyuntiva entre sujeto y objeto y valor virtual es un valor cualquiera atribuido a un objeto en cuanto separado del sujeto. La realización, en cambio, es la transformación que establece la conjunción entre el sujeto y el objeto. El valor que se atribuye al objeto en el momento en que y precisamente por encontrarse en conjunción con el sujeto es, por fin, un valor realizado.

PEDRO ARJONA

.

EL ESPACIO SINTÉTICO

El espacio narrativo tenía hasta ahora cuatro acepciones: estético/plástica (= decorado), dramática (espacio para la acción = escenario), semiótica (espacio del discurso) y meta/física (espacio de los conceptos = ámbito).
En el Proyecto Eureka-283 Synthetic TV, la tecnología desarrolla un sistema que permite producir secuencias, que integran imágenes 3D sintetizadas por ordenador con imágenes analógicas captadas por las cámaras. Unas y otras confluyen a la creación de un único espacio perceptivo (analógico/virtual) en virtud de la aplicación del principio de la doble coherencia (geométrica y de visualización o render). Buena prueba de la eficacia y verosimilitud de su resultado en el cine son, por ejemplo, los efectos especiales de Abyss o de Terminator II.
Los entornos virtuales permiten un nuevo tipo de impostación o registro de la percepción

Fundación Telefónica
Telefónica

espacial. Del espacio de la mirada es posible pasar a un espacio del comportamiento interactivo y de la comprensión omnisensitiva (que asocia vista, oído, olfato, gusto y tacto) entre sujetos separados por la distancia física. El espacio meta/físico o ámbito ya no es el análisis del discurso narrativo audiovisual. Es sobre todo un tipo hasta ahora desconocido de telepresencia comportamental y compartida entre los sujetos, inmersos en entornos de simulación e interactividad.

LA IMAGEN Y LA REALIDAD VIRTUAL

La imagen sintética supone una experiencia perceptiva consciente radicalmente nueva. Nueva por consciente, porque con anterioridad sólo se daba en el sueño. Es la posibilidad de vivir de modo directo los resultados de una experiencia, que, sin embargo, no está ligada a la acción en escenarios del mundo natural. Si la función del narrador consiste, como dice Coppola, en un remedo de los dioses con la creación de universos alternativos, las máquinas virtuality (de la realidad virtual) constituyen para él un aliado natural. No se trata de ciencia-ficción. En el momento en que se escriben estas páginas las máquinas virtuality ya están instaladas en muchos pubs londinenses y lo serán muy pronto en los españoles.

EL LECTOR-CIBERNAUTA

El lector del relato audiovisual con sus gafas tridimensionales de cristal líquido (eye-phones) se convierte en cibernauta. A diferencia de la experiencia fílmica (equiparada por la escuela de A. Gemelli al proceso onírico) y de la atención difusa que exige la televisión, el cibernauta se aísla de toda referencia del mundo natural. Su mano se cubre con un guante computerizado (dataglove), repleto de sensores y cables de fibra óptica que traducen cada leve movimiento en un mandato para el ordenador. El visor tridimensional, en lugar de proyectar una sola imagen, como es habitual en la pantalla de los ordenadores, proyecta dos, que han de coordinarse según los movimientos de cabeza del usuario para dar una sensación de realidad. Para crear un ambiente virtual verosímil, las imágenes han de pasar a razón de 30 por segundo. El datasuit (una especie de teletraje informático) va a ampliar extraordinariamente las prestaciones y funciones del dataglove.
El equipamiento personal en los Espacios Virtuales será perfeccionado muy pronto. Los aparatosos guantes fabricados en 1976 están a punto de convertirse en una fina película que recubre la mano y las gafas tridimensionales van a transformarse en finas lentillas de contacto, de modo que van a llegar a mezclarse y confundirse las imágenes de la realidad natural y de la realidad virtual.

DE RAYUELA AL HIPERTEXTO NARRATIVO

En Rayuela de Cortázar un personaje camina por París, pero, al doblar una esquina, se encuentra en Londres. La novela no impone a su lector una identidad, ni lo constriñe a un lugar específico; es más, el autor insinúa de pronto que no importa el dónde. Rayuela sugiere distintos modos de ser abordada por el lector. Aunque se abre con un tablero de dirección, el autor trata con ello de despistar a su cliente. La realidad es que puede leerla como la venga en gana. Es un libro de libros, al que los devotos de Cortázar pueden acudir, como se acude a la Biblia, en busca de inspiración y de consuelo literarios. El relato, que tiene la estructura de un

Fundación Telefónica
Telefónica

acertijo, incluye las pistas, a veces deliberadamente falsas, para resolverlo.

Rayuela nos ofrece la posibilidad de varias estrategias de lectura. A partir del conocimiento de las HyperCards, de Aple y de las ViewCards, de Rank Xerox, podemos afirmar que la novela interactiva y multidimensional, basada en el concepto de lectura no lineal, se subleva contra el puro soporte gráfico y consagra la aplicación indefinida de este principio de libertad. El lector se convierte en explorador o navegante que elige sus propias rutas y obtiene grados crecientes de profundidad en el conocimiento del hipertexto narrativo. El discurso se ha enriquecido con una pluralidad de sustancias significantes que van de la escritura a la imagen analógica (gráfica, pictográfica, fotográfica, fotogramática o videográfica), de ésta, a la imagen sintética generada por ordenador y de los sonidos, a la música.
La hipernovela es un infosoporte que reúne todas las técnicas de almacenamiento de datos que venían utilizándose hasta ahora de manera independiente. Es un nuevo modo de acceder a una información multimedia y de organizarla, manipularla y combinarla a partir de una estructura de bucles interconectados. La libre elección de un camino determina una historia diferente que llega a utilizar todos sus elementos constitutivos en virtud de estrategias del espacio hodológico (hodologische Raum) como las hubiera denominado Kurt Lewin. El hiperlector de novelas interactivas es un cibernauta machadiano: «hace camino al andar». De este modo las nuevas tecnologías han desencadenado una verdadera revolución en la pragmática narrativa.

ESTÉTICA DE LA IMAGEN DIGITAL: DEL VIDEOJUEGO AL RELATO VIRTUAL

Algunos ingenieros virtuales, como Tom Furness, se han referido a los peligros sociales, que entraña la experiencia de la realidad virtual y Timothy Leary, investigador de Harvard, que popularizó el LSD en los años 60, ha afirmado que la realidad virtual es una droga electrónica y «se acerca cada vez más a la experiencia sicodélica». La realidad virtual creada por algunos técnicos como Jaron Lanier, extravagante y visionario, genial para otros, que se dio a conocer en 1983 como creador de juegos de ordenador, se basa en su descontento respecto al mundo real: «En los mundos virtuales, dice, se da una increíble sensación de libertad; te sientes infinito». En una visita a la empresa ATARI conoció a Tom Zimmerman, graduado del Instituto de Tecnología de Massachussets (MIT) y diseñador de un dataglove. Los dos fundaron VPL en 1985 y Lanier creó un programa virtual para interpretar a la guitarra los solos de su adorado Jimi Hendrix.

PRESENTE Y FUTURO DE LOS VIDEOJUEGOS

Los videojuegos han experimentado un crecimiento exponencial en los últimos años. Nintendo, con su sólida posición en la Bolsa de Tokio, ha alcanzado durante el último ejercicio fiscal (abril de 1991 a marzo de 1992) unas ventas por valor de 567.000 millones de yenes (unos 523.000 millones de pesetas) y unos beneficios antes de impuestos de 162.000 yenes (unos 150.000 millones de pesetas). Sega, por su parte, ha alcanzado en el mismo periodo 250.000 millones de yenes (unos 230.000 millones de pesetas) en todo el mundo. De ellos, 124.000 millones de pesetas corresponden a ventas de consolas y videojuegos domésticos. Sabido es que Nintendo y Sega representan el 90 por ciento del mercado mundial de los videojuegos.
El crecimiento se ha caracterizado por una mayor complejidad de sus argumentos, un

Fundación Telefónica
Telefónica

barroquismo estético de las imágenes y la explotación del peligro de muerte con motivo narrativo. La respuesta en tiempo real supone por el momento una baja calidad de imágenes, que será subsanada a medida que aumente la capacidad de memoria de los ordenadores personales. De cada tres hogares norteamericanos, uno tiene consola de videojuegos. Desde 1987 la industria del software entrega sus oscar a las mejores aventuras informáticas y la creación Super Mario Brothers III ha recaudado cuatrocientos millones de dólares, cantidad sólo superada hasta el momento por la producción cinematográfica ET.
A lo largo de los últimos tres años (1990 a 1993) se han vendido en España más de medio millón de juegos de rol. Son textos con argumentos y reglas para crear aventuras, basadas por lo general en obras literarias (la narrativa de terror de H.P. Lovecraft, J.R. Tolkien, etc.). En el próximo futuro los videojuegos, cuyo éxito rotundo ha atraído ya la atención de grandes editoriales españolas, van a exigir una innovación de las condiciones de producción, distribución y consumo de los productos ficcionales.
El nuevo mercado pasa por un sistema CD-ROM capaz de almacenar 520 discos blandos y a un precio asequible. Acoplado a los receptores de televisión convencionales, va a convertir el videojuego en el mayor producto de masas de entretenimiento interactivo. El coste para desarrollar el CD-ROM va a ser altísimo, pero no insoportable para un mercado de masas, que ya merece la atención de grandes compañías japonesas y americanas de la industria informática y del espectáculo.

IDENTIDAD DEL SOPORTE INFORMÁTICO

La imagen digital asume de modo creciente y progresivo funciones narrativas. Sus personajes, como el monstruo Mot, de A. Azpiri, han saltado de la historieta al videojuego y de éste al dibujo animado. Esta migración de un soporte a otro es un indicio claro de la consistencia e identidad del soporte informático. El fontanero Supermario ha saltado del ordenador a los cómics y a la televisión y próximamente va a hacerlo al cine. Pero lo más significativo y original de la aportación del soporte informático es que consuma la versatilidad y extraterritorialidad de los signos. La imagen se convierte en objeto de una función lingüística, pero el lenguaje de ordenador no tiene ninguna relación de sentido con la imagen. La articulación de imágenes analógicas del mundo natural con imágenes fotogramáticas (universo cinematográfico) o imágenes sintéticas de realidad virtual, sólo depende de un acto de computación.

DOS TIPOS DE IMAGENES DIGITALES

Las imágenes digitales son de dos tipos: tratamiento digital de imágenes general pero no necesariamente analógicas (tratamiento de formas) y la generación de imágenes nuevas por ordenador a partir de las instrucciones codificadas que introduce el programador (creación de imagen sintética).
Los videojuegos han incluido el tratamiento de imágenes animadas, como las de la última aventura de Indiana Jones, producida por la Lucasfilm Games,de George Lucas, director de War Star (La guerra de las galaxias). Han incluido también imágenes cinematográficas, como las de El corazón de China,videojuego creado por Jeff Tunnell. En su digitalización han intervenido 41 programadores y el final presenta ocho opciones alternativas para el jugador.

IMAGEN DIGITAL Y PRAGMÁTICA NARRATIVA

Fundación Telefónica
Telefónica

La imagen digital ha introducido factores de innovación en el paradigma de la comunicabilidad. El hecho de que los medios y soportes de la imagen analógica hayan demostrado su plena capacidad para transmitir mensajes ha determinado que se haya llegado a confundir mensajes y lenguajes. La comunicabilidad como nuevo paradigma aplicable a la investigación del comportamiento lingüístico, tal como proponía Wittgenstein en sus Investigaciones filosóficas, encuentra en la imagen digital un grado de pertinencia que nunca alcanzó en sus aplicaciones a la imagen analógica. Esa diferencia se constata sobre todo en el grado diverso en que el discurso digital se despoja de sus pretensiones de ser un mero instrumento de representación del mundo visible para ampliar el margen de tolerancia del pacto de verosimilitud y asumir la libertad funcional de las estrategias de juego.

EL PLANO SEMIODISCURSIVO

La reflexión pragmática se centra en dos planos: el semiodiscursivo y el sociocultural. En el plano semiodiscursivo la Pragmática se interesa por dos objetos de reflexión: la complicidad constructiva y el problema de los géneros. La indagación pragmática aplicada a la observación de la complicidad constructiva toma como referencia los resultados logrados por la imagen digital en la producción de textos narrativos, en la medida en que éstos inciden en el ámbito social e ideológico (efectos perlocutorios). Resulta característico de la imagen digital el hecho de que el relato no es entregado al espectador como un objeto acabado, sino como un objeto-propuesta que admite completar su construcción y su sentido mediante la complicidad de diferentes lecturas.
Por lo que se refiere a los géneros, la innovación que supone la imagen digital no afecta a su función cognitiva (los géneros como sistemas de reconocimiento de relatos), ni a su función poética (identificación de factores específicos y diferenciales que se erigen en criterios constructivos de los textos de género), ni a sus funciones sistémica y hermenéutica (conjunto de regularidades que hacen previsible al sistema narrativo y legible y comprensible a la historia). Los relatos construidos (= propuestos) con imágenes digitales se atienen en cuanto a estas funciones a los patrones de los géneros clásicos del cine de Hollywood. Donde se percibe la innovación es en las funciones iconológica e ideológica de los géneros. Los relatos digitales subrayan, en efecto, el compromiso de los textos con un nuevo contexto, es decir, asumen el papel de síntomas y de símbolos de una nueva cultura (función iconológica) y, en este sentido, se convierten a la vez en indicios de una particular visión del mundo (función ideológica).

EL PLANO SOCIOCULTURAL

Por lo que se refiere a la reflexión pragmática en el plano sociocultural, la imagen digital define una nueva situación comunicacional, que incluye innovaciones características en las condiciones de producción, de difusión y de consumo de los productos ficcionales. Por un lado se ha ampliado y despersonalizado la acción de los supranarradores. En el relato analógico filtros, consignas, tabúes y dictados denunciaban la presencia del supranarrador oculto tras las cortinillas de los órganos de poder. En el relato digital esa presencia sigue siendo ineludible, pero está mejor disimulada por el hecho de que en la difusión y consumo predomina una sedicente libertad individual. El efecto sociocultural de los videojuegos estriba en el hecho de que responden a una concepción genéricamente social de determinados valores culturales que

Fundación Telefónica
Telefónica

aduce más las actitudes básicas que la intervención mediadora de las instituciones, como acontece en el caso de los medios (cine, radio o televisión).
BATICLE, Y.: Clés et codes de l'image, Magnard, París, 1985.
DELEUZE, G.: L'image-mouvement, Ed. de Minuit, París, 1983. Hay versión española en Paidós, Barcelona, 1984.
DELEUZE, G.: L'image-temps, Ed. de Minuit, París, 1985. Hay versión española en Paidós, Barcelona, 1987.
FREEMAN, N.H.: Strategies of representation in your children, Academic Press, Londres, 1980.
HOLTZ-BONNEAU, F.: L'image et l'ordinateur, Editions Aubier-Montaigne, París, 1986. Hay versión castellana en Fundesco, Madrid, 1986.
METZ, Ch.: «Au delà de l'analogie, l'image», en Communications, 15, incluido posteriormente en Essais sur la signification au cinéma, 2, Klincksieck, París, 1972. Hay versión castellana.
MOLES, A.: L'image, communication fonctionelle, Casterman, Tournai (Bélgica), 1981.
MORVAN, P. y C.: Images et ordinateur. Introduction a l'infographie interactive, Larousse, París, 1976.
TIKHOMIROV, O.K.: «The psychological structure of the man-computer dialogue», en: Psikhologiya, 2 (1984), 17 ss

Fundación Telefónica
Telefónica