

LA REVOLUCIÓ SILENCIOSA DE LES IMATGES

Rubén Rubio Barrera

Enginyer informàtic i graduat en filosofia. Professor associat UAB.

Les imatges són l'esperit del nostre temps. A poc a poc i silenciosament, les imatges han canviat com coneixem el món, com ens relacionem i, tot i que no ho sembli, han modificat també el teixit de les nostres ciutats. Per això, no sembla desgavellat parlar de revolució quan pensem en les imatges i com han modificat, a l'ombra, la nostra existència.

Intentem posar-nos en la pell d'una persona que visqués fa 1.000 anys a les nostres contrades: quantes imatges veia al llarg de la seva vida? Segurament, només veia les de la seva església o les dels escuts d'armes dels senyors. ¿Potser en veia quatre o cinc en total? ¿10, com a molt? En canvi, avui en dia, veiem en un minut moltíssimes més imatges que una persona de l'Edat Mitjana en tota la seva vida.

És indubtable, doncs, que les imatges han augmentat la seva importància social, de manera pràcticament imperceptible. Un bon exemple d'això el trobem al vídeo que l'artista/programador Josh Begley va publicar el 2017, en què es veuen totes les portades del «The New York Times» des de 1852 a l'actualitat (Begley, 2017). Es pot veure com al principi pràcticament cap portada contenia cap imatge i, amb el pas dels anys, cada cop en comencen a haver més, en blanc i negre, fins que arriba un moment en què no hi ha cap portada que no contingui imatges en color.

Les imatges, per exemple, tenen una importància central al coneixement més cert i fiable que tenim avui en dia, el científic: hi ha imatges de l'espai —de forats negres, per exemple— o del cos —radiografies, ecografies...—, imatges com a base de representacions de teories i conceptes científics... La ciència, sense les imatges, no seria res.

Però les imatges també tenen un poder polític i social enorme, amb el seu domini de la publicitat o les xarxes socials. La nostra relació amb les imatges no és innocent i superficial, cada cop juguen un paper més important a tots els àmbits.

El problema de les imatges, com el del llenguatge, és el de la interpretació, hem de saber-les llegir adequadament. Així doncs, hem de repensar la nostra relació amb les imatges, i per fer-ho, ens basarem en el llibre «La societat de l'espectacle», publicat per Guy Debord el 1967 (Debord, 2015).

Guy Debord explica que el poder de les imatges sobre els individus és el gran poder estranyat actual. És una adaptació nova

del capital. Al conjunt de les imatges les anomena espectacle, i explica que som, aleshores, a la «societat de l'espectacle». El que importa a la societat actual és l'acumulació d'imatges, d'espectacle. La vida es desplaça cap a les imatges —televisió, xarxes socials...—, i el que compta, el que té importància, és l'irreal —la imatge—, de manera que la vida és alienada.

Antigament, la imatge i la representació anaven de la mà: una imatge sempre representava una cosa. Això no obstant, en l'actualitat les imatges guanyen autonomia i són les que manen, podent no representar res real. No és difícil que ens vingui al cap la sèrie de quadres de René Magritte anomenada «La traïció de les imatges», pintada entre els anys 1928 i 1929 i famosa per la inscripció «Ceci n'est pas un pipe»¹. El pintor posa en dubte, entre altres coses, que hagi tingut al davant una pipa a l'hora de pintar el quadre. Però podem pensar també en moltes altres imatges que no tinguin un referent: les imatges generades per ordinador, els anuncis de televisió...



Guy Debord explica que «El espectáculo no es un conjunto de imágenes, sino una relación social entre las personas mediada por la imagen» (Debord, 2015 pàg. 38). L'autor fa aquí una analogia de les imatges amb els diners, que no tenen un valor intrínsec, sinó en tant que se li reconeix aquest valor socialment. Una imatge, com passa amb els diners, no té cap valor per ella mateixa mentre que, en canvi, una barra de pa, per exemple, sí que en té.

L'autor explica que acabem considerant real tot el que és imatge. Pensem, per exemple, en un partit de futbol: segurament, la idea que ens vingui a la ment és la d'una imatge vista per televisió, no la de la nostra estança a un camp o estadi,

¹ En català, «això no és una pipa».

que és el real. El que és veritablement real, l'estança al camp de futbol, és només un moment del fals, de la imatge.

Debord explica que hi ha hagut un nou desplaçament sobre tot al segle XX: originalment, aquest desplaçament es produïa de «ser» a «tenir»: hom era valorat socialment en funció de les seves possessions materials. En canvi, avui en dia, el nou desplaçament és de «tenir» a «semblar»: hom és en tant que sembla. Molta gent, per exemple, desitja fer-se fotografies a llocs emblemàtics per mostrar que hi ha estat; sense la fotografia, expliquen, és com si mai no hi haguessin anat.

Guy Debord també explica que l'espectador, com més contempla, menys viu, menys comprèn la seva existència i el seu propi desig, els seus gestos deixen de ser els seus. Tothom vol actuar com a les pel·lícules o les sèries de televisió, volent ser, a més a més, el protagonista. Això ens fa perdre en nosaltres mateixos, perquè no trobem mai el nostre lloc. L'espectacle ens treu constantment de casa, perquè ho inunda tot: la televisió, les xarxes socials, la publicitat... es troben arreu de la nostra vida. I ja no trobem la nostra llar, perquè l'espectacle ens fa considerar la nostra existència com una cosa grisa, deslluïda, poc interessant.

Però per a Guy Debord l'espectacle no és només una qüestió epistemològica, sinó que va més enllà i té afectació sobre el territori.

L'autor explica que el capitalisme homogeneïtza l'espai: el món es converteix només en un lloc per a viatjar, uniforme. I, per tant, tot es converteix en banal, perquè tot esdevé igual: les ciutats es converteixen en enormes decorats —imatges— per atreure turistes, amb els mateixos comerços. Tots els centres històrics europeus tenen les mateixes botigues de les grans marques de roba, de menjar ràpid, de tecnologia. Tant és viatjar a París, Barcelona o Berlín, perquè tot s'ha homogeneïtzat. El capitalisme ha tret la realitat de l'espai als viatges.

La imatge genera voluntats de viatjar per visitar els llocs que hem contemplat a l'espectacle i, per tant, trobo interessant en aquest punt interrogar-nos sobre el turisme, tan estès en l'actualitat. Per fer-ho, ens basarem en un capítol del llibre «Ciutat Princesa» de la Marina Garcés, en què s'explica el fenomen del turisme a Barcelona (Garcés, 2018 pàgs. 171-177).

És evident que ha crescut el malestar cap al turisme darrerament. Però no hem de caure en la trampa pensant que abans tot era més autèntic i millor, menys encara en una ciutat portuària com Barcelona i en una societat tan acollidora de diferents cultures com la catalana.

Què ha canviat, doncs? La Marina Garcés fa una analogia amb la colonització dels imperis i explica que el turisme ha esdevingut extractivista: veu el territori com una font de recursos i res més. L'autora fa una caracterització del turisme extracti-

vista en sis punts:

1. Produeix una dependència econòmica: concentra tota l'activitat en una única font d'ingressos i destrueix qualsevol altra activitat existent o que es pogués desenvolupar.
2. Suposa un «efecte voracitat»: l'activitat econòmica es destrueix a si mateixa, perquè esgota molt ràpidament els recursos.
3. Genera una riquesa empobridora: hi ha un aparent augment del rèdit que oculta la distribució desigual i tot el que s'ha destruït.
4. Provoca una erosió del teixit econòmic divers i distribuït: la població esdevé passiva i rendista, dominada per actituds clientelars respecte al seu propi lloc de vida.
5. Suposa una tendència a l'autoritarisme polític: es prenen decisions opaques d'acord amb els inversors.
6. Es creen zones d'excepció jurídiques i urbanes a favor dels beneficis que suposarà el turisme. Això impedeix la participació local i ciutadana.

La justificació de la creació de llocs de feina —que sempre són precaris— no té cap pes davant d'aquests arguments. Tots podem pensar en efectes del turisme devastador: les costes superpoblades de la península Ibèrica, la devastació dels boscos per part dels boletaires, la toxicitat dels creuers que no més aporten compradors de souvenirs, els joves que salten pels balcons les nits de festa, les artesanies locals fabricades a la Xina, la gentrificació, els tours per l'Àrtic aprofitant el canvi climàtic...

El turisme no és la democratització del viatge i del coneixement recíproc de mons, cultures i persones; és més aviat la fi del món, o la fi d'un món.

En conclusió, sembla adient parlar de revolució a l'hora de referir-nos a l'efecte que han tingut les imatges com a espectacle sobre la nostra vida. No només han modificat i trasbalsat la manera com coneixem i ens relacionem, sinó que han suposat també una afectació al territori en la forma del turisme que ha esdevingut extractiu, destruint i precaritzant les formes de vida existents.

Bibliografia

- BEGLEY, J. (2017). Every NYT Front Page Since 1852. Disponible a: <https://vimeo.com/204951759> [Accedit: 21/04/2019].
- DEBORD, G. (2015). *La sociedad del espectáculo*. Valencia: Pre-Textos.
- GARCÉS, M. (2018). *Ciutat Princesa*. Barcelona: Galaxia.