

Nicholas Mirzoeff
**Una introducción a
la cultura visual**





Nicholas Mirzoeff
Una introducción a la cultura visual

Este libro analiza paso a paso la historia y las teorías de la cultura visual, desde la pintura hasta Internet, y plantea cómo y por qué los medios visuales de comunicación se han convertido en algo tan importante en la vida cotidiana contemporánea. Nicholas Mirzoeff sugiere que, en la actualidad, nuestra principal vía de comprensión del mundo es visual y no textual.

Para llegar a estas conclusiones, Mirzoeff examina los siguientes puntos:

- ¿Qué es la cultura visual?
- Los elementos de lo visual, incluyendo la perspectiva, el color, la línea y la visión.
- Un amplio abanico de formas visuales, que incluye la pintura, la escultura, la fotografía, la televisión, el cine, la realidad virtual e Internet.
- La importancia de la "raza" y el origen étnico, el género, la sexualidad y el cuerpo en la cultura visual.
- Las distintas formas de espectáculo que generó en los medios de comunicación la muerte de la princesa Diana de Gales, sin duda el acontecimiento que supuso el inicio de la era de la cultura visual global.

Nicholas Mirzoeff es profesor de Arte en la Universidad Estatal Stony Brook de Nueva York. Es autor de *Bodyscape: Art, Modernity and the Ideal Figure* (1995) y compilador de *The Visual Culture Reader* (1998) y *Diaspora and Visual Culture: Representing Africans and Jews* (1999).

Diseño: Mario Eskenazi

ISBN 84-493-1390-2



9 788449 313905

Arte y Educación

Colección dirigida por Roser Juanola

Títulos publicados:

1. A. D. Efland - *Una historia de la educación del arte*
2. J. Matthews - *El arte de la infancia y la adolescencia*
3. P. Parini - *Los recorridos de la mirada*
4. M. J. Parsons - *Cómo entendemos el arte*
6. N. Mirzoeff - *Una introducción a la cultura visual*

Nicholas Mirzoeff Una introducción a la cultura visual



PAIDÓS

Barcelona · Buenos Aires · México

Título original: *An introduction to visual culture*
Originalmente publicado en inglés, en 1999, por Routledge, Londres

Authorised translation from English language edition published by Routledge,
a member of the Taylor & Francis Group

Traducción de Paula García Segura

Cubierta de Mario Eskenazi

Quedan rigurosamente prohibidas, sin la autorización escrita de los titulares del *copyright*,
bajo las sanciones establecidas en las leyes, la reproducción total o parcial de esta obra por
cualquier medio o procedimiento, comprendidos la reprografía y el tratamiento informático,
y la distribución de ejemplares de ella mediante alquiler o préstamo públicos.

© 1999 Nicholas Mirzoeff
© 2003 de la traducción, Paula García Segura
© 2003 de todas las ediciones en castellano,
Ediciones Paidós Ibérica, S.A.,
Mariano Cubí, 92 - 08021 Barcelona,
y Editorial Paidós, SAICF,
Defensa, 599 - Buenos Aires
<http://www.paidos.com>

ISBN: 84-493-1390-2
Depósito legal: B-5.430/2003

Impreso en Gràfiques 92, S.A.
Avda. Can Sucarrats, 91 - 08191 Rubí (Barcelona)

Impreso en España - Printed in Spain

Sumario

<i>Ilustraciones</i>	11
<i>Agradecimientos</i>	15
INTRODUCCIÓN. ¿QUÉ ES LA CULTURA VISUAL?	17
Visualizando	22
Poder visual, placer visual	28
Mundo visual	33
Cultura	46
Vida cotidiana	52

PRIMERA PARTE

MUNDO VISUAL

CAPÍTULO 1. DEFINICIÓN DE LA IMAGEN: LÍNEA, COLOR, VISIÓN	65
Perspectivas	66
Disciplina y color	83
Normalización del color: daltonismo	86
Luz sobre color	89
El blanco	92
Coda	96
CAPÍTULO 2. LA ERA DE LA FOTOGRAFÍA (1839-1982)	101
La muerte de la pintura	102

El nacimiento de la imagen democrática	109
Muerte y fotografía	112
De la foto negra a la posfotografía	119
La muerte de la fotografía	130

CAPÍTULO 3. VIRTUALIDAD: DE LA ANTIGÜEDAD VIRTUAL

A LA ZONA PÍXEL	135
Interacciones con la virtualidad	136
La virtualidad se convierte en algo global	141
Telesublimación	146
Realidad virtual	149
Realidad virtual y vida cotidiana	153
Identidad virtual	156
Vida en la red	162
¿Alguien da más píxeles?	166
Cuerpos virtuales	170

SEGUNDA PARTE CULTURA

CAPÍTULO 4. TRANSCULTURA: DE KONGO AL CONGO	185
Inventando el corazón de las tinieblas	189
Resistencia a través del ritual	208
Memoria cultural	214
Nuevas visiones desde el Congo	218

CAPÍTULO 5. OBSERVANDO EL SEXO	227
El fetichismo de la mirada	228
De la inversión a los opuestos y la ambigüedad	233
Observando el sexo femenino	238
Mezclando la política cultural sobre la raza y la reproducción	243
Una mirada distinta: los ojos de Roger Casement	255

CAPÍTULO 6. PRIMER CONTACTO: DESDE EL DÍA DE LA INDEPENDENCIA HASTA 1492 Y EL MILENIO	267
--	-----

Presentar a los extraterrestres	269
El retorno del imperio	279
Los alienígenas son el mal	285
El universo <i>Star Trek</i>	291
La televisión del pasado y del presente	306

TERCERA PARTE GLOBAL/LOCAL

CAPÍTULO 7. LA MUERTE DE DIANA: GÉNERO, FOTOGRAFÍA

Y LA INAUGURACIÓN DE LA CULTURA VISUAL GLOBAL	315
Popularidad y estudios culturales	316
La fotografía y la princesa	320
Imágenes en la India	323
El <i>punctum</i> de celebridad	327
Banderas y protocolo: el diablo en los detalles	332
La muerte y la doncella: el símbolo de la nueva Gran Bretaña	336
Planeta pixel	338

CODA: FUEGO	347
-----------------------	-----

<i>Índice analítico y de nombres</i>	355
--	-----

Ilustraciones

Todas las ilustraciones son del autor a excepción de las siguientes. Estamos en deuda con las personas y archivos citados a continuación por habernos permitido reproducir estas fotografías. Hemos puesto todo nuestro empeño en enumerar a los titulares del *copyright*, aunque en algunos casos no nos ha sido posible. En próximas ediciones evitaremos cualquier omisión sobre la que tengamos conocimiento.

Intro.1 James Bulger, fotograma de un vídeo de la policía. Cortesía de PA News.	18
Intro. 2 Erica Kane de <i>All My Children</i> (ABC TV)	40
1.1 Sala de los espejos, Versalles. Cortesía de Alinari/ Art Resource, Nueva York.	76
1.2 Jacques du Brueil, de <i>La Perspective Pratique</i> , París, 1642. Fotografía: Biblioteca Nacional, París.	78
1.3 Gaultier de Marignanes, <i>Nouvelle et Briève Perspective</i> , París, 1648. Fotografía: Biblioteca Nacional, París.	79
1.4 Jacques-Louis David, <i>El juramento de los Horacios</i> , 1785. Musée du Louvre. Cortesía de Art Resource, Nueva York.	80
1.5 Los mármoles del Partenón: frontón este del Partenón. © The British Museum.	93
2.1 Antoine Samuel Adam-Salomon, <i>Retrato de Alphonse Karr</i> . Cortesía de George Eastman House, Nueva York.	105
2.2 Eugène Atget, <i>En el tambor, Paseo de la Tournelle</i> , 63, 1908. Copy print © 1999 The Museum of Modern Art,	

Nueva York.	117
2.3 Robert Capa, <i>Cerca de Cerro Muriano (frente de Córdoba), 5 de septiembre de 1936</i> . Cortesía de George Eastman House.	118
2.4 Weegee, <i>Amantes en el cine</i> , 1940. Cortesía de International Center for Photography, Nueva York.	121
2.5 Nan Goldin, <i>Ivy con Marilyn</i> , Boston, 1973.	125
2.6 Nan Goldin, <i>Siobhan con un cigarrillo</i> , 1994.	126
2.7 Nan Goldin, <i>Autorretrato de una madre un mes después de ser golpeada</i> , 1984.	127
3.1 Anon, <i>Plaza de la Concordia, París</i> , 1863, tarjeta estereoscópica.	139
3.2 Imagen de Tokio a través de la cámara web.	150
3.3 Imagen del sitio web NetNoir.	154
3.4 Fotograma de <i>Acoso</i> (1994). Cortesía de Warner and The Kobal Collection.	160
3.5 Imagen del sitio web Bodies©INCorportated.	165
3.6 Imagen de Orlan a través de la Red.	172
3.7 Sitio web del Renaissance Facial Cosmetic Surgery.	173
3.8 Imagen de Stelarc a través de la Red.	175
4.1 Camille Coquilhat, «Mapa del río Congo» de <i>Sur le Haut Congo</i> , París, 1888.	194
4.2 Herbert Lang, «Bandadas de pájaros en el río Congo», hacia 1910. American Museum of Natural History.	195
4.3 Albert Lloyd, «Llegada del vapor», de <i>In Dwarf Land and Cannibal Country</i> , Londres, 1899.	199
4.4 Adolphus Frederick, «Pueblo-posada en el Congo», de <i>In the Heart of Africa</i> , Londres, 1910.	200
4.5 Adolphus Frederick, «Un claro en la selva virgen», de <i>In the Heart of Africa</i> , Londres, 1910.	201
4.6 Marguerite Roby, «Dejando Elizabethville», de <i>My Adventures in the Congo</i> , Londres, 1910.	202
4.7 Herbert Lang, <i>Danga, un destacado jefe mangbetu</i> , 1910-1914. American Museum of Natural History.	205
4.8 Herbert Lang, <i>Jefe Okondo en traje de baile</i> , 1910. American Museum of Natural History.	207

4.9 Yombe, <i>Poderosa figura nkisi</i> , hacia 1910, Tervuren, Musée du Congo Belge.	209
4.10 Yombe, <i>Nkisi Kozo</i> , hacia 1910, Tervuren, Musée du Congo Belge.	211
4.11 Artistas congoleños desconocidos, <i>Figuras europeas</i> , hacia 1900, Tervuren: Musée du Congo Belge.	213
4.12 Trigo Piula, <i>Ta Tele</i> , Colección del artista, 1988.	220
5.1 Fotograma de <i>Scream</i> (1996). Cortesía de Miramax y The Kobal Collection.	230
5.2 Thomas Eakins, <i>La clase práctica de Gross</i> . Cortesía de la librería de arte Bridgeman.	236
5.3 M. H. Kimball, <i>Carte-de-Visite</i> (Tarjeta de presentación de esclavos emancipados traídos de Louisiana por el coronel H. Hanks, 1863). The New York Historical Society.	249
5.4 Albert Lloyd, «El obispo Tucker y una señora pigmeo», de <i>In Dwarf Land and Cannibal Country</i> , Londres, 1899.	252
5.5 Herbert Lang, <i>Una «parisiense» de la tribu de los Mangbetu</i> , 1910-1914. American Museum of Natural History.	253
5.6 Samuel Fosso, <i>Sin título</i> , 1977.	261
5.7 Rotimi Fani-Kayode, <i>Pies blancos</i> , 1989. Cortesía del patrimonio de Rotimi Fani-Kayode y autografía, Londres.	262
6.1 Fotograma de <i>La cosa</i> (1982). Cortesía de Universal y The Kobal Collection.	274
6.2 Fotograma de <i>Alien</i> (1979). Cortesía de Twentieth Century Fox y The Kobal Collection.	275
6.3 Fotograma de <i>Blade Runner</i> (1982). Cortesía de Warner Bros y The Kobal Collection.	276
6.4 Fotograma de 1492: <i>La conquista del paraíso</i> (1992). Cortesía de Guild y The Kobal Collection.	280
6.5 Coco Fusco y Guillermo Gómez-Peña, <i>Dos amerindios sin descubrir visitan Buenos Aires</i> , 1994. Cortesía de Coco Fusco.	284
6.6 Fotograma de <i>Independence Day</i> (1996). Cortesía de Twentieth Century Fox y The Kobal Collection.	286

6.7 Fotograma de <i>Star Trek: The Next Generation</i> (1996). Paramount Television, cortesía de The Kobal Collection.	298
6.8 Fotograma de <i>Star Trek: First Contact</i> (1996). Cortesía de The Ronald Grant Archive	303
6.9 Fotograma de <i>Expediente X</i> . Cortesía de Twentieth Century Fox Television y The Kobal Collection	308
7.1 La princesa Diana en el Taj Mahal, 1992. Cortesía de PA News.	325
7.2 Portadas de los periódicos en las que se polemiza sobre el tema de la bandera. Portadas de <i>The Express</i> , <i>The Daily Mail</i> , <i>The Mirror</i> y <i>The Sun</i> ; 4 de septiembre de 1997	335
7.3 Coco Fusco, <i>Mejor muertas</i> , Toronto, 2 de abril de 1997. Cortesía de Coco Fusco. Fotografía © Pete Dako.	339
7.4 Funeral de la princesa Diana. Cortesía de PA News.	342

Agradecimientos

Agradezco a la University of Wisconsin Graduate School y al Humanities Institute at SUNY Stony Brook el hecho de que lograran que la redacción de este libro no fuera un mero proyecto. Quiero dar las gracias a todos los que participaron en los seminarios de cultura visual en Stony Brook y Madison y a mis estudiantes universitarios del curso académico 1997-1998, por haber constituido un público fundamental y elaborar una primera crítica de mis ideas. Gracias a Lisa Parks por sus aportaciones en el campo de la ciencia-ficción. También fueron de gran ayuda las sugerencias que los lectores aportaron a Routledge, tanto a la propuesta inicial como al manuscrito final. Mi especial agradecimiento a Rebecca Barden por ser una editora que realmente sabe hacer su trabajo y mucho más. Gracias también a Chris Cudmore, Alistair Daniel, Katherine Hodgkinson, Matt Papa y a todo el personal de Routledge. Kathleen Wilson ha sido, como siempre, el crítico indispensable, el corrector, el compañero y muchísimo más. Este libro es para Hannah en su segundo cumpleaños.

Introducción

¿Qué es la cultura visual?

La vida moderna se desarrolla en la pantalla. En los países industrializados, la vida es presa de una progresiva y constante vigilancia visual: cámaras ubicadas en autobuses, centros comerciales, autopistas, puentes y cajeros automáticos. Cada vez son más numerosas las personas que miran atrás utilizando aparatos que van desde las tradicionales cámaras fotográficas hasta las videocámaras y *webcams* o cámaras *web*. Al mismo tiempo, el trabajo y el tiempo libre están centrándose progresivamente en los medios visuales de comunicación, que abarcan desde los ordenadores hasta los DVD (Digital Video Disk). Ahora la experiencia humana es más visual y está más visualizada que antes: disponemos de imágenes vía satélite y también de imágenes médicas del interior del cuerpo humano. Nuestro punto de vista en la era de la pantalla visual es crucial. La mayoría de la población de Estados Unidos sigue la vida a través de la televisión y una cantidad mucho menor lo hace a través del cine. El norteamericano medio mayor de dieciocho años ve tan sólo ocho películas al año, mientras que se pasa cuatro horas diarias frente al televisor. Estas formas de visualización se enfrentan ahora al desafío de los medios visuales de comunicación interactivos como Internet y las aplicaciones de la realidad virtual. En 1998, había treinta y tres millones de norteamericanos conectados a la Red y en la actualidad son muchos más. En esta espiral de imaginiería, ver es más importante que creer. No es una mera parte de la vida cotidiana, sino la vida cotidiana en sí misma.

Observemos algunos ejemplos de la constante espiral en la que está inmersa la aldea global. El secuestro del pequeño Jamie Bulger en un



Figura 1. James Bulger, fotograma de un vídeo de la policía. Cortesía de PA News.

centro comercial de Liverpool fue captado de forma impersonal por una videocámara de vigilancia, lo cual constituye una escalofriante prueba de la facilidad con que el delito fue tanto cometido como detectado. Al mismo tiempo, y a pesar de la teoría de que la vigilancia constante aumenta la seguridad, eso no sirvió para evitar que el niño fuera raptado y, finalmente, asesinado. El atentado en los Juegos Olímpicos de Atlanta del año 1996, fue captado por la repetición continua de la interacción azarosa de la tecnología visual de un videoaficionado y un canal de televisión por cable alemán que entrevistaba a la nadadora norteamericana Janet Evans. Casi siempre hay alguien observando y grabando. Hasta la fecha no se ha perseguido a nadie por ello. La visualización de la vida cotidiana no significa que necesariamente conozcamos lo que observamos. Cuando el vuelo ochocientos de la TWA se estrelló en Long Island, Nueva York, en julio de 1996, fueron muchas las personas que presenciaron el acontecimiento. Sus testimonios

sobre el mismo fueron tan diferentes que el FBI acabó dando crédito sólo a los menos sensacionalistas y adornados. En 1997, el FBI hizo pública una reconstrucción por ordenador del accidente, utilizando materiales que iban desde el radar hasta las imágenes por satélite. Se pudo demostrar todo menos la verdadera causa del accidente, es decir: el motivo por el que explotó el depósito de combustible. Sin esta respuesta, la reproducción visual era prácticamente inútil. Todavía resulta más sorprendente lo que el mundo presenció en 1991, al observar cómo las fuerzas armadas estadounidenses emitían una y otra vez las imágenes de sus bombas «inteligentes» alcanzando sus objetivos durante la Guerra del Golfo. Las grabaciones parecían mostrar lo que Paul Virilio denominó la «automatización de la percepción», máquinas que pueden «ver» el camino hacia su destino (Virilio, 1994, pág. 59). Pero cinco años después salió a la luz que a pesar de que las armas realmente «veían» algo, a la hora de alcanzar los objetivos marcados, no eran más precisas que las tradicionales. En septiembre de 1996, los misiles de crucero norteamericanos alcanzaron las defensas antiaéreas iraquíes dos veces en dos días; los aviones estadounidenses fueron atacados por los iraquíes varios días después. ¿Acaso, como afirmaba de forma provocadora Jean Baudrillard, la Guerra del Golfo jamás debería haberse desencadenado? ¿Qué debemos creer si ver ya no significa creer?

La distancia entre la riqueza de la experiencia visual en la cultura posmoderna y la habilidad para analizar esta observación crea la oportunidad y la necesidad de convertir la cultura visual en un campo de estudio. Aunque, normalmente, los diferentes medios visuales de comunicación se han estudiado de forma independiente, ahora surge la necesidad de interpretar la globalización posmoderna de lo visual como parte de la vida cotidiana. Los críticos en disciplinas tan diferentes como la historia del arte, el cine, el periodismo y la sociología han comenzado a describir este campo emergente como cultura visual. La cultura visual se interesa por los acontecimientos visuales en los que el consumidor busca la información, el significado o el placer conectados con la tecnología visual. Entiendo por tecnología visual cualquier forma de aparato diseñado ya sea para ser observado o para aumentar la visión natural, desde la pintura al óleo hasta la televisión e Internet. La pos-

modernidad se define con frecuencia como la crisis de la modernidad. En este sentido, quiere decir que lo posmoderno es la crisis provocada por la modernidad y la cultura moderna al enfrentarse al fracaso de su propia estrategia de la visualización. En otras palabras: la crisis visual de la cultura es lo que crea la posmodernidad y no su contenido textual. Aunque es cierto que la cultura impresa no va a desaparecer, la fascinación por lo visual y sus efectos que marcaron la modernidad ha engendrado una cultura posmoderna que lo es más aun cuando es visual. Esta proliferación de lo visual ha convertido al cine y la televisión estadounidenses en el segundo mayor campo de exportación, después de la industria aeroespacial, facturando a Europa tres con siete millares de millones de dólares, sólo en el año 1992 (Barber, 1995, pág. 90). Evidentemente, la posmodernidad no es sólo una experiencia visual. En lo que Arjun Appadurai denominó el «complejo, disyuntivo e imbricado orden» de la posmodernidad, no debe esperarse la prolijidad (Appadurai, 1990, pág. 328). Tampoco podemos encontrarla en épocas anteriores, ya sea remontándonos a la cultura pública de los cafés del siglo XVIII ensalzada por Jürgen Habermas, o al capitalismo impreso de la prensa y el mundo editorial del siglo XIX, descrito por Benedict Anderson. Del mismo modo en que estos autores convirtieron una característica particular de un período en el medio para analizarla, a pesar de las múltiples alternativas que tenían, la cultura visual es una táctica para estudiar la genealogía, la definición y las funciones de la vida cotidiana posmoderna desde la perspectiva del consumidor, más que de la del productor. Al igual que el siglo XIX quedó representado a través de la prensa y la novela, la cultura fragmentada que denominamos posmoderna se entiende e imagina mejor a través de lo visual.

Sin embargo, esto no quiere decir que se pueda trazar una simple línea divisoria entre el pasado (lo moderno) y el presente (lo posmoderno). Como dijo Geoffrey Batchen: «La amenazada disolución de los límites y las contraposiciones [lo posmoderno] que se intenta describir, no es algo propio de una determinada tecnología o del discurso posmoderno, sino más bien una de las condiciones fundamentales de la modernidad en sí misma» (Batchen, 1996, pág. 28). Desde este punto de vista, la cultura visual tiene una genealogía que necesita ser estudiada y definida tanto en el período moderno como en el posmoderno (Fou-

cault, 1998). Algunos críticos piensan que la cultura visual es simplemente «la historia de las imágenes» manejada con un concepto semiótico de la representación (Bryson y otros, 1994, pág. xvi). Esta definición crea una materia de estudio tan extensa que ninguna persona o incluso ningún grupo podría cubrirla por completo. Otros consideran que es una forma de crear una sociología de la cultura visual que establecería una «teoría social de lo visual» (Jenks, 1995, pág. 1). Este enfoque parece fomentar la idea de que lo visual ofrece una independencia artificial de los demás sentidos, que apenas tiene relación con la experiencia real. En este libro, la cultura visual se trata desde un punto de vista mucho más activo y se basa en el papel determinante que desempeña la cultura visual en la cultura más amplia a la que pertenece. Esta historia de la cultura visual realizaría aquellos momentos en los que lo visual se pone en entredicho, se debate y se transforma como un lugar siempre desafiante de interacción social y definición en términos de clase, género e identidad sexual y racial. Según el sentido que Roland Barthes da al término, es un tema decididamente interdisciplinario: «Para realizar un trabajo interdisciplinario, no basta con escoger un tema y enfocarlo bajo dos o tres perspectivas o ciencias diferentes. El estudio interdisciplinario consiste en crear un nuevo objeto que no pertenece a nadie». Como argumentaba recientemente un crítico en estudios de las comunicaciones: Este trabajo conlleva «los más altos niveles de incertidumbre, riesgo y arbitrariedad» utilizados hasta hoy con tanta frecuencia (McNair, 1995, pág. xi). De poco serviría romper las viejas barreras disciplinarias si el objetivo fuera colocar en su lugar unas nuevas.

Algunos pueden pensar que la cultura visual necesita abarcar demasiado y que ese alcance excesivo no puede ser de uso práctico. Ciertamente es que la cultura visual no se establecería de forma confortable en unas estructuras universitarias ya existentes. Ello se debe en parte a la existencia de un cuerpo emergente de conductas académicas interdisciplinarias que abarca estudios culturales, estudios de *gays* y lesbianas, estudios de afroamericanos y muchos más, cuyos temas principales van más allá de los límites de las disciplinas académicas tradicionales. En este sentido, la cultura visual es una disciplina táctica y no académica. Es una estructura interpretativa fluida, centrada en la comprensión de la respuesta de los individuos y los grupos a los medios visuales de co-

municación. Esta definición procede de las cuestiones que plantea y de los temas que busca para desarrollarse. Al igual que otros enfoques mencionados más arriba, su objetivo es ir más allá de los confines tradicionales de la universidad, con el fin de interactuar con la vida cotidiana de los individuos.

Visualizando

Uno de los rasgos más chocantes de la nueva cultura visual es el aumento de la tendencia a visualizar las cosas que no son visuales en sí mismas. Este movimiento intelectual cuenta con la inestimable ayuda del desarrollo de la capacidad tecnológica, que hace visibles cosas que nuestros ojos no podrían ver sin su ayuda: desde el descubrimiento accidental de los rayos X, en 1895, por parte de Roentgen, hasta las «imágenes» telescópicas de las distantes galaxias, que debemos a Hubble y que son transposiciones de frecuencias que nuestros ojos no pueden detectar. Una de las primeras personas que destacó estos descubrimientos fue el filósofo alemán Martin Heidegger, quien los denominó el crecimiento de la imagen del mundo. Declaró que «una imagen del mundo [...] no consiste en una fotografía del mundo, sino en el mundo concebido y captado como una imagen [...] La imagen del mundo no cambia por haber dejado de ser medieval y haberse convertido en moderna, sino porque el mundo se ha convertido por completo en una imagen y eso es lo que hace que la esencia de la edad moderna sea diferente» (Heidegger, 1977, pág. 130). Imaginemos a un conductor en una típica autopista norteamericana. El progreso del vehículo depende de una serie de juicios visuales que realiza el conductor teniendo en cuenta la velocidad relativa de otros vehículos y todas las maniobras necesarias para llevar a cabo el viaje. Al mismo tiempo, el conductor es bombardeado con otra información: semáforos, señales de tráfico, intermitentes, vallas publicitarias, anuncios sobre el precio de la gasolina o sobre tiendas, la hora local y la temperatura, y muchas cosas más. Aun así, la mayoría de las personas considera el proceso tan rutinario que pone música para no aburrirse. Hasta los vídeos musicales, que saturan el campo visual con distracciones y van acompañados de banda sonora, tienen que

aderezarse con mensajes de texto móviles. Esta importante habilidad para absorber e interpretar la información visual es la base de la sociedad industrial, y en la era de la información está adquiriendo aún una mayor importancia. No es una cualidad propia del ser humano, sino una capacidad aprendida relativamente nueva. El filósofo medieval santo Tomás de Aquino opinaba que no se debía confiar sólo en la vista para elaborar juicios perceptivos: «Así, la vista se demostraría falible cuando alguien intentara juzgar mediante ella que una cosa era coloreada o en qué lugar se encontraba» (Aquino, 1951, pág. 275). De acuerdo con una valoración reciente, la retina contiene cien millones de células nerviosas que son capaces de realizar cerca de diez mil millones de operaciones de procesamiento por segundo. El hiperestímulo de la cultura visual moderna, desde el siglo XIX hasta nuestros días, se ha dedicado a intentar saturar el campo visual. Este proceso fracasa constantemente, ya que cada vez aprendemos a ver y a conectar de forma más rápida.

Dicho de otro modo: la cultura visual no depende de las imágenes en sí mismas, sino de la tendencia moderna a plasmar en imágenes o visualizar la existencia. Esta visualización hace que la época actual sea radicalmente diferente a los mundos antiguo y medieval. A pesar de que dicha visualización ha sido algo normal en la era moderna, ahora se ha convertido en una obligación total. Podríamos decir que esta historia comenzó con la visualización de la economía que llevó a cabo François Quesnay en el siglo XVIII, quien dijo de su «imagen económica» de la sociedad que «pone ante nuestros ojos determinadas ideas inextricablemente entrelazadas, que el intelecto en solitario tendría gran dificultad en comprender, aclarar y conciliar mediante el método del discurso» (Buck-Morss, 1989, pág. 116). De hecho, Quesnay expresa el principio de la visualización en términos generales; no sustituye al discurso pero lo hace más comprensible, rápido y efectivo. Los efectos más espectaculares de la visualización han tenido lugar en la medicina, ya que a través de una tecnología compleja, la tecnología visual lo ha transformado todo: desde la actividad cerebral hasta el latido, en un modelo visual. Más recientemente, la visualización del medio informático ha dado lugar a unas nuevas y excitantes expectativas sobre las posibilidades de lo visual. Sin embargo, los ordenadores no son herramientas visuales por naturaleza. Procesan la información utilizando un sistema binario de

unos y ceros, y el *software* o conjunto de programas que contienen, hace que los resultados sean comprensibles para el usuario. Los primeros lenguajes de programación como ASCII y Pascal eran completamente textuales y contaban con órdenes que no eran intuitivas, sino que tenían que aprenderse. El sistema operativo desarrollado por Microsoft, más conocido como MS-DOS, conservó estos rasgos tecnócratas hasta que fue desafiado por el *point-and-click* o «señalar y clicar» de Apple. Este sistema, basado en iconos y menús «desplegables», se convirtió en el estándar junto a la conversión de Microsoft al entorno Windows. Con el desarrollo de Internet, el lenguaje Java permite que el usuario no instruido pueda acceder a gráficos que anteriormente fueron del dominio exclusivo de instituciones de élite como el MIT Media Lab (Laboratorio de Medios de Comunicación del Instituto de Tecnología de Massachusetts). Como el precio de la memoria de los ordenadores ha bajado mucho y con la llegada de programas como RealPlayer y Shockwave, que suelen poder conseguirse de forma gratuita en la red, los ordenadores personales pueden reproducir vídeos en tiempo real con gráficos a todo color. Es importante recordar que estos cambios fueron dirigidos tanto al consumidor como a la tecnología. Exceptuando que en la actualidad los individuos prefieren la interrelación visual, no existe una razón inherente para que los ordenadores la utilicen de forma predominante.

La cultura visual es nueva precisamente por centrarse en lo visual como un lugar en el que se crean y discuten los significados. La cultura occidental ha privilegiado al mundo hablado de forma sistemática, considerándolo la más alta forma de práctica intelectual y calificando de ilustraciones de ideas de segundo orden a las representaciones visuales. La aparición de la cultura visual da lugar a lo que W. J. T. Mitchell denominó «teoría de la imagen», según la cual algunos aspectos de la ciencia y la filosofía occidental han adoptado una visión del mundo más gráfica y menos textual. Si esto es así, supone un importante desafío a la noción del mundo como un texto escrito que dominaba con gran fuerza el debate intelectual tras los movimientos lingüísticos como el estructuralismo y el post-estructuralismo. En opinión de Mitchell, la teoría de la imagen es producto de «la comprensión de que los elementos que forman parte de la condición de espectador (la mirada, la mirada

fija, el vistazo, las prácticas de observación, la vigilancia, y el placer visual) pueden ser un problema tan profundo como las diversas formas de lectura (el acto de descifrar, la decodificación, la interpretación, etc.) y esta «experiencia visual» o «alfabetismo visual» no se puede explicar por completo mediante el modelo textual» (Mitchell, 1994, pág. 16). A pesar de que quienes trabajan en los medios visuales de comunicación pueden opinar que estas observaciones son bastante condescendientes, cierto es que constituyen una medida según la cual incluso los estudios literarios se han visto obligados a asumir que el mundo como texto ha sido sustituido por el mundo como imagen. Tales imágenes del mundo no pueden ser puramente visuales pero, de igual modo, lo visual perturba el desarrollo y desafía cualquier intento de definir la cultura en términos estrictamente lingüísticos.

Una de las principales labores de la cultura visual consiste en comprender de qué modo pueden asociarse estas complejas imágenes que, al contrario de lo que sostendrían las exactas divisiones académicas, no han sido creadas en un medio o en un lugar. La cultura visual aleja nuestra atención de los escenarios de observación estructurados y formales, como el cine y los museos, y la centra en la experiencia visual de la vida cotidiana. En la actualidad, los diferentes conceptos sobre la observación y la condición de espectador están vigentes en y entre todas las diferentes subdisciplinas visuales. Por supuesto, conviene diferenciarlas. Nuestras actitudes cambian en función de si vamos al cine a ver una película, vemos la televisión o acudimos a una exposición artística. Sin embargo, la mayor parte de nuestra experiencia visual tiene lugar fuera de estos momentos de observación formalmente estructurados. Podemos encontrar una ilustración o dibujo en la portada de un libro o en un anuncio; sin embargo, la televisión se consume como una parte de la vida cotidiana, en lugar de como la única actividad del espectador, y las películas pueden verse en vídeo, en un avión, por cable o de forma tradicional a través del cine. Del mismo modo en que los estudios culturales han tratado de comprender de qué manera los individuos buscan el sentido al consumo de la cultura de masas, la cultura visual da prioridad a la experiencia cotidiana de lo visual, desde la instantánea hasta el vídeo e incluso la exposición de obras de arte de éxito. Si los estudios culturales deben tener un futuro como estrategia

intelectual, habrán de dar el giro visual que ya ha experimentado la vida cotidiana.

El primer paso hacia los estudios sobre la cultura visual consiste en reconocer que la imagen visual no es estable, sino que cambia su relación con la realidad externa en los determinados momentos de la modernidad. El filósofo Jean-François Lyotard argumentó: «La modernidad, aparezca donde aparezca, no tiene lugar sin que la fe o aquello en lo que se cree experimente una cierta destrucción, sin el descubrimiento de la *carencia de realidad* en la realidad; un descubrimiento ligado a la invención de otras realidades» (Lyotard, 1993, pág. 9). A medida que una determinada forma de representar la realidad va perdiendo terreno, otra va ocupando su lugar sin que la primera desaparezca. En la primera parte de este libro, se muestra que la lógica formal de la imagen del *ancien régime* (1560-1820) dio paso, en primer lugar, a una lógica dialéctica de la imagen en la época moderna (1820-1975). Por su parte y durante los últimos veinte años, esta imagen dialéctica ha sido desafiada por la imagen paradójica o virtual (Virilio, 1994, pág. 63). La imagen tradicional seguía sus propias reglas que eran independientes de la realidad exterior. El sistema de la perspectiva, por ejemplo, cuenta con que el observador examine la imagen sólo desde un determinado punto y utilizando un solo ojo. En realidad, nadie hace eso pero la imagen es internamente coherente y, por tanto, creíble. Como la perspectiva afirmaba que la realidad era un terreno perdido, el cine y la fotografía crearon una nueva y directa relación con la realidad consistente en aceptar la «realidad» de lo que vemos en la imagen. Un fotógrafo nos muestra necesariamente algo que, en cierto modo, era real ante la lente de la cámara. Esta imagen es dialéctica porque establece una relación entre el observador y el momento de espacio o tiempo pasado y presente que representa.

Sin embargo, no es dialéctica en el sentido hegeliano del término, según el cual la tesis de la imagen formal, ha sido contrarrestada en primer lugar por la antítesis de la fotografía y luego se ha descompuesto en una síntesis. Las imágenes con perspectiva buscaban hacer el mundo comprensible a la poderosa figura que permanecía en pie en el único punto desde el que era dibujada. Los fotógrafos ofrecían un mapa visual del mundo mucho más democrático. Actualmente, la imagen fil-

mada o fotografiada ya no incluye la realidad en su índice porque todos sabemos que puede ser manipulada por ordenador de forma imperceptible. Como muestra el ejemplo de las bombas «inteligentes», la paradójica imagen virtual «emerge cuando la imagen en tiempo real domina la cosa representada, el tiempo real prevalece, por consiguiente, sobre el espacio real, lo virtual domina lo vigente y pone el concepto de realidad patas arriba» (Virilio, 1994, pág. 63). La conversión virtual de la imagen posmoderna parece eludir nuestra comprensión de forma constante y crea una crisis de lo visual que es mucho más que un simple problema local. Por otro lado, la posmodernidad marca la época en la que las imágenes visuales y la visualización de las cosas que no son necesariamente visuales han avanzado de forma tan espectacular que la circulación global de las imágenes se ha convertido en un fin en sí misma, tomando posiciones a gran velocidad a través de la Red.

El concepto de imagen del mundo ya no resulta adecuado para analizar esta cambiada y cambiante situación. La extraordinaria proliferación de imágenes no se puede concentrar en una sola imagen que contemple lo intelectual. En este sentido, la cultura visual es la crisis de información y sobrecarga visual en lo cotidiano. Intenta buscar formas para trabajar dentro de esta nueva (virtual) realidad. Adaptando la descripción de Michel de Certeau sobre la vida cotidiana, la cultura visual es una táctica y «la táctica no tiene más lugar que el del otro» (de Certeau, 1984, pág. xix). La táctica es una maniobra que se lleva a cabo a la vista del enemigo, de la sociedad controladora en la que vivimos (de Certeau, 1984, pág. 37). Aunque algunos consideren desagradables las alusiones militares a la táctica, también se puede argumentar que las tácticas son necesarias para evitar la derrota en las guerras culturales en curso. De igual manera en que las primeras investigaciones sobre lo cotidiano intentaban dar prioridad a las distintas formas en que los consumidores creaban para sí mismos diferentes significados desde la cultura de masas, la cultura visual explorará las ambivalencias, intersticios y lugares de resistencia en la vida cotidiana posmoderna, desde el punto de vista del consumidor.

Poder visual, placer visual

La mayoría de los teóricos de la posmodernidad coinciden en que uno de sus rasgos distintivos es el dominio de la imagen. Esta tendencia parece continuar con el crecimiento en Occidente de la realidad virtual e Internet, combinado con la popularidad global de la televisión, el vídeo y el cine. Sin embargo, esta teoría alcanza una peculiar dimensión, según la cual se asume automáticamente que una cultura en la que domina lo visual es mediocre. Este acto casi reflejo parece poner de manifiesto una duda más amplia sobre la cultura popular en sí misma. Esta actitud crítica cuenta con una larga historia, ya que el pensamiento occidental siempre ha sido hostil a la cultura visual, que tiene sus orígenes en la filosofía de Platón. Platón creía que los objetos que encontramos en la vida cotidiana, incluyendo las personas, son sencillamente malas copias del perfecto ideal de dichos objetos. Comparaba esta reproducción con las sombras que un fuego proyectaba sobre la pared de una cueva: podemos ver a quién o qué refleja la sombra, pero la imagen es una inevitable distorsión de la apariencia original. En otras palabras: todo lo que vemos en el mundo «real» es ya una copia. Si un artista realiza una representación de lo que ve, llevará a cabo una copia de una copia, aumentando así la posibilidad de distorsión. Es más, el estado ideal que imaginaba Platón necesitaba individuos duros y disciplinados, pero las artes despiertan nuestras emociones y deseos. Por tanto, en su República no había lugar para las artes visuales: «La pintura y en general todo arte mimético realiza su obra lejos de la verdad, y que se asocia con aquella parte de nosotros que está lejos de la sabiduría y que es su querida y amiga sin apuntar a nada sano ni verdadero» (Platón, 1991, pág. 286). Esta hostilidad hacia la imagen ha tenido una influencia en el pensamiento occidental que ha perdurado hasta nuestros días. Algunas imágenes han sido juzgadas como demasiado peligrosas para existir, llevando a los iconoclastas a buscar su destrucción o eliminación de la vista pública. En tales campañas, el indignado no ha tenido en cuenta las distinciones entre el *high art* o de élite o arte con mayúsculas y la cultura popular o *low art* o arte con minúsculas. Según palabras de un coetáneo, el monje del siglo xv Savonarola quemó en Florencia «numero-

sas pinturas y esculturas profanas, muchas de las cuales pertenecían a grandes maestros, junto con libros, láudes y colecciones de canciones de amor» (Freedberg, 1989, pág. 348). De modo similar, el senador Jesse Helms y sus colegas en el Senado de los Estados Unidos de América, se mostraron igual de impacientes tanto a la hora de limitar la pornografía en Internet, como a la de recortar el presupuesto destinado a la Dotación Nacional para las Artes y utilizarlo para patrocinar el trabajo del fotógrafo Robert Mapplethorpe. Por tanto, en algunas críticas contemporáneas, la hostilidad contemporánea hacia lo visual tiene unas raíces profundas.

Toda esta crítica comparte la asunción de que una cultura en la que domina lo visual tiene que estar empobrecida o incluso ser esquizofrénica. A pesar de que la televisión, por ejemplo, ha obtenido un lugar académico en el mundo, en los círculos intelectuales sigue existiendo una gran desconfianza hacia el placer visual. La televisión suele describirse, según palabras de David Morley, como una «radio con imágenes», como si las imágenes no fuesen más que una mera decoración. Esta concentración en la dimensión textual de la televisión puede ser adecuada para los informativos y *talking head* o formatos en los que aparece una persona hablando directamente a cámara, pero no tiene nada que ver con los formatos propios de la televisión como las telenovelas, los concursos, los programas sobre naturaleza y los que cubren el deporte. Cabe destacar el hecho de que el mando a distancia siempre lleva un botón con la palabra «mute» para eliminar el sonido, mientras que no cuenta con ninguno que suprima la imagen. Los programas se pueden seguir fácilmente sin sonido, un dispositivo doméstico habitual que permite que la televisión sea parte de la actividad del hogar, en lugar de ser su centro. Vemos la televisión, no la escuchamos.

Este simple hecho hace que muchos intelectuales pierdan la paciencia. Algunos de ellos, como el sociólogo Pierre Bourdieu, han unido sus fuerzas a grupos que hacen campaña, como el británico *White Dot*, y a una serie de profesores de universidad, para protestar diciendo que la televisión ha enmudecido a la sociedad occidental. Se muestran particularmente indignados con las universidades que han rechazado el estudio de algo que se conoce como Great Books, colección que recoge una importante recopilación de autores clásicos, y se han inclinado por

la televisión y otros medios visuales de comunicación. Aparentemente, esta crítica no es consciente de la respuesta hostil que la Ilustración tuvo hacia las propias novelas, pues acusaba a las formas literarias de la misma influencia corrupta, sobre los principios morales y la inteligencia, que se le reprocha a la televisión. Hasta Michel de Certeau habló de «un crecimiento cancerígeno de la visión» (de Certeau, 1984, pág. xxi). Fredric Jameson da rienda suelta a su hostilidad sin límites:

Lo visual es *básicamente* pornográfico, lo que equivale a decir que tiene su fin en una fascinación ciega y completa; pensar en sus características se convierte en un complemento de esto, si no existe disposición a traicionar su objetivo. Las películas más austeras sacan necesariamente su energía del intento de reprimir su propio exceso (más que del esfuerzo desagradecido de disciplinar al observador). En consecuencia, las películas pornográficas no son más que el efecto potenciado de las películas en general, que nos piden que miremos fijamente al mundo como si fuera un cuerpo desnudo...

Lo misterioso interpreta [se convierte en] un poder algo supersticioso y adulto que el arte más popular considera incomprensible, del mismo modo en que los animales pueden soñar con lo extraño del pensamiento humano.

(Jameson, 1990, págs. 1-2)

La singularidad de esta postura reside en que convierte al destacado crítico marxista norteamericano en un acérrimo defensor de lo burgués, algo que ya había expresado a través de su novela. Tales arquetipos narrativos como la historia de la mayoría de edad, la *Bildungsroman* o novela de aprendizaje y el elemento básico del siglo xx para escribir una novela, expresan la importancia de la literatura en la formación de lo burgués, de lo individual. Observar imágenes visuales es, por el contrario, una experiencia a menudo colectiva, como sucede en el cine. Hoy en día, la tecnología informática permite que alguien visite una página web a la vez que quizá cientos o miles de individuos, como es el caso de los foros de debate o de los tableros de anuncios, para interactuar con ellos. Más aún: la inherente multiplicidad de los posibles puntos de vista para interpretar cualquier imagen visual, la convierten en un medio potencialmente mucho más democrático que el texto escrito. En

opinión de Jameson, quienes tienen la temeridad de disfrutar del placer visual más que de la disciplina de la lectura son, como mínimo, pornógrafos, probablemente animales. Según Jameson, la parte física de lo visual lo convierte en una actividad degradante, mientras que la lectura está, en cierto modo, divorciada de los procesos físicos de percepción. Su postura deriva de la teoría del cine de Christian Metz y otros teóricos del cine de la década de los setenta, que veían el cine como un aparato para diseminar la ideología, en el que el espectador se convertía en un consumidor totalmente pasivo. Sin embargo, Jameson va más allá de esta teoría intelectual calificando al espectador cinematográfico de ser inferior, más parecido a los animales que a los intelectuales serios como él. Los sin duda involuntarios ecos del pensamiento racista que aparecen en su descripción son desagradables pero insinúan, de forma inevitable, su necesidad colonial de dominar lo visual mediante la escritura.¹ Además, la antipatía generalizada de los intelectuales por las representaciones visuales populares puede ser una hostilidad desplazada hacia quienes participan y disfrutan de la cultura de masas. En el siglo xviii, esta hostilidad estuvo centrada en el teatro. Ahora va dirigida al cine, la televisión y, cada vez más, a Internet. En cada caso, la fuente de hostilidad es la audiencia masiva, popular, y no el medio en sí mismo. Desde esta perspectiva, el medio no es el mensaje.

Por otra parte, los estudios culturales, que quieren dar una posición privilegiada a la cultura popular, cuentan con una incómoda laguna en lo que a lo visual se refiere, que conduce a la extraña situación en la que todo espectador de *Star Trek* puede definirse como «de la oposición», mientras que quien observa el arte es una víctima de las «clases dominantes». Emulando las palabras de Meaghan Morris: rechazar a alguien que siempre admira el arte es algo tan banal como celebrar la existencia del consumidor de la cultura de masas. Resumiendo: el «arte» se ha convertido en el Otro opresor para los estudios culturales que permite que la cultura popular se defina a sí misma como tal. La base empírica

1. Al asumir que la lectura era, en cierto modo, un estadio de evolución de la inteligencia humana más elevado que los formatos visuales, e ignorar la evidente naturaleza visual de la lectura, el comentario de Jameson también cae en lo que Eric Michaels denominaba «la falacia de la evolución unilineal de la cultura» (Michaels, 1994, págs. 82-83).

de la división ocasional de la cultura en dos, suele derivarse del estudio sociológico sobre los usos de la cultura que llevó a cabo Pierre Bourdieu en 1963 y 1967-1968. Analizando las respuestas de mil doscientos encuestados, Bourdieu argumentó que la clase social determinaba el modo en que un individuo podía responder a la producción cultural. Más que ver el gusto como una cualidad altamente individual, Bourdieu opinaba que era una consecuencia de la educación y el acceso, que generaba un «capital cultural» que reforzaba y fomentaba las distinciones económicas de clase. Su estudio fue una réplica importante a quienes creían que la apreciación de *high culture* no era más que un signo de calidad intelectual que servía para distinguir entre la élite intelectual y las masas. En opinión de Bourdieu, el arte era una de las divisiones más claras. Visitar los museos era casi terreno exclusivo de las clases media y alta (en el sentido europeo de las diferencias de clases), mientras que la clase trabajadora se mostraba casi unánime a la hora de desdeñar el valor del arte en general y del arte moderno en particular. Las preguntas planteadas a los encuestados parecían buscar tales respuestas, haciendo que, en general, resultara más fácil dar respuestas negativas al arte. Se les pidió que eligieran entre cinco frases, tres de las cuales ofrecían respuestas negativas al arte² y había dos casos específicos de aprobación.³ No podían responder que les gustaba el arte en general (Bourdieu, 1984, págs. 516-517). Los descubrimientos de Bourdieu sólo confirman los prejuicios que contenían sus preguntas y que sostenían que a «ellos» no les gustaría «nuestra» cultura de élite y deben ser estudiados como un fenómeno diferenciado: lo popular.

Además, tiene sentido preguntarse si un estudio basado en los acartonados y tradicionales museos franceses de la década de los sesenta debería seguir determinando nuestra actitud hacia la mucho más sociable y cercana cultura de museo de la década de los noventa. La investigación de Bourdieu se llevó a cabo antes de la llegada del gran éxito de las

2. Los cuadros no me interesan. Las galerías no son mi punto fuerte; no puedo apreciarlas. Las pinturas son bonitas pero difíciles; no tengo conocimientos suficientes para hablar acerca de ellas.

3. Me gustan los impresionistas. La pintura abstracta me interesa tanto como las escuelas clásicas.

exposiciones en los museos y antes del cambio que dedicó una mayor atención a las subvenciones y donaciones con el fin de diversificar el público de los mismos. Aunque no puede negarse que todavía queda un largo camino por recorrer, la situación no está cortada de un modo tan claro como podía parecerlo hace treinta años. Cuando un millón de personas visita una exposición de Monet en Chicago y cinco millones acuden anualmente al Metropolitan Museum de Nueva York, se puede decir que el arte y los museos forman, en cierto modo, parte de la cultura de masas en lugar de ser algo opuesto a ella. El informe de Bourdieu tampoco ha tenido peso histórico. A mediados del siglo XIX, la exposición parisina anual de pintura y escultura conocida como el Salón atraía una audiencia cifrada en un millón de espectadores y era un acontecimiento de lo más popular. Si llevamos la definición de arte más allá del terreno formal de las galerías de arte y los museos e incluimos prácticas tales como el carnaval, la fotografía y los medios de comunicación por ordenador, es evidente que la división neta entre «la cultura popular progresiva» y «el gran arte represivo» no tiene sentido. El papel que desempeñan todas las variedades culturales es demasiado complejo y demasiado importante para quedar reducido a estos términos. Esta historia intelectual crea un difícil legado para los estudios de la cultura visual. La cultura visual procura combinar la perspectiva histórica de la historia del arte y los estudios sobre cine con cada caso específico, con cada enfoque característico de los estudios culturales que encierre un compromiso intelectual. Al ser esta misma integración lo que muchos eruditos en estas materias han intentado evitar definiendo sus campos como opuestos, la cultura visual tiene que seguir adelante definiendo la genealogía de lo visual que intenta utilizar y su interpretación del complejo término «cultura».

Mundo visual

En lugar de dividir la cultura visual en dos partes opuestas, examinaré el modo en que lo visual ha llegado a desempeñar un papel primordial en la vida moderna. Al hacerlo, intentaré crear lo que Michel Foucault calificaba como una genealogía de la cultura visual, haciendo hincapié

en la amplia trayectoria que ha dado lugar a la aparición del mundo visual contemporáneo, sin pretender resaltar la riqueza del campo. Con ello quiero decir que la labor que corresponde desempeñar no consiste en una búsqueda fútil de los «orígenes» del mundo visual moderno en el pasado, sino en una reinterpretación estratégica de la historia de los modernos medios visuales de comunicación entendidos de forma colectiva y no fragmentada en unidades disciplinarias como el cine, la televisión, el arte y el vídeo. Dada la selección constantemente cambiante de los medios visuales de comunicación y sus usos, la cultura visual tiene que aceptar su estatus provisional y variable, en lugar de tener el objetivo tradicional del conocimiento enciclopédico.

Las partes constituyentes de la cultura visual no están, por tanto, definidas por el medio, sino por la interacción entre el espectador y lo que mira u observa, que puede definirse como acontecimiento visual. Cuando entramos en contacto con aparatos visuales, medios de comunicación y tecnología, experimentamos un acontecimiento visual. Por acontecimiento visual entiendo una interacción del signo visual, la tecnología que posibilita y sustenta dicho signo y el espectador. Al prestar atención a esta interacción múltiple, intento adelantar estrategias interpretativas más allá del ahora familiar uso de la terminología semiótica. La semiótica o ciencia de los signos es un sistema creado por los lingüistas para analizar la palabra oral y escrita. Divide el signo en dos partes: el significante —lo que se ve— y el significado —lo que significa—. Este sistema binario parecía ofrecer un gran potencial para explicar el más amplio fenómeno cultural. La semiótica obtenía su fuerza negando cualquier relación necesaria o causal entre las dos partes del signo. El dibujo de un árbol se hace para dar a entender lo que es un árbol, no porque en cierto modo sea realmente como un árbol, sino porque el público que lo observa lo acepta como la representación de un árbol. Por tanto, es posible que los modos de representación cambien con el tiempo o sean desafiados por otros medios de representación. En resumen: ver no es creer, sino interpretar. Las imágenes visuales tienen éxito o fracasan en la medida en que podamos interpretarlas satisfactoriamente. La idea de que la cultura se comprende a través de los signos ha formado parte de la filosofía europea desde el siglo xvii. En los últimos treinta años, ha acaparado tanta atención debido a que los lingüistas y an-

tropólogos han intentado utilizar la estructura del signo como un medio para interpretar las estructuras de la sociedad. No obstante, muchos críticos han querido utilizar el signo para muchas otras cosas. Entusiasmados con la semiótica, en un primer momento los teóricos creyeron que toda interpretación derivaba de la lectura, quizá porque como académicos mantenían un estrecho contacto con ella en su vida cotidiana. Como consecuencia, en la mayoría de los libros se intentaba describir la cultura visual como un «texto» o se procuraban «leer» las películas y otros medios visuales de comunicación. En este sentido, cualquier uso del signo es un ejemplo del sistema lingüístico total. Un signo es, por tanto, un acto individual de discurso que proviene del sistema lingüístico total que hace que dicho discurso sea posible. Los estructuralistas, como se les conoció, buscaban examinar los modos en que las personas utilizaban los signos individuales con el fin de comprender las «estructuras profundas» de la sociedad que generaban estos ejemplos individuales. Encabezados por el antropólogo Claude Lévi-Strauss, los estructuralistas esperaban descubrir las estructuras subyacentes en todas las sociedades y culturas. Lévi-Strauss argumentaba, por ejemplo, que el tabú del incesto y la distinción entre la comida cruda y la cocinada son dos estructuras fundamentales en todas las sociedades. Sin embargo, a efectos prácticos, tenemos que trabajar con el ejemplo individual y no con el sistema total. Tampoco podemos considerar cerrado ningún sistema de signos; los nuevos significados y las formas de crearlos siempre están a disposición de los usuarios del lenguaje. Si no puede conocerse el sistema total, no resultará muy útil insistir en que el ejemplo concreto es una manifestación de este sistema. El signo es, por tanto, altamente contingente y sólo puede comprenderse en el contexto histórico. No existe ni puede existir una teoría del signo «puro» que atravesase con éxito los límites del tiempo y del lugar. Al final, el estructuralismo no resultó productivo. Era posible reducir todos los textos a una serie de fórmulas, pero al hacerlo se elidían las principales diferencias entre textos. Al igual que cualquier otro medio para el análisis de los signos, la cultura visual debe estar en conexión con la investigación histórica.

En el campo visual, la naturaleza estructurada de la imagen era fundamental para la técnica radical del montaje en el cine y en la fotografía de los años veinte y treinta. El montaje era la coyuntura artificial de dos

puntos de vista para crear un nuevo todo a través del montaje en paralelo en el cine y de la combinación de dos o más imágenes en la fotografía. En la temprana Unión Soviética, el cineasta Sergei Eisenstein veía el montaje como un medio para expresar la experiencia radical de la Revolución bolchevique. Quizá su película más famosa describía el motín a bordo del acorazado Potemkin durante el fallido levantamiento de 1905 que anunció los acontecimientos de 1917. Un montaje particularmente espectacular combinaba fotos de los soldados zaristas acribillando a los rebeldes con un primer plano de la reacción de una madre desesperada que había recibido un disparo viéndose obligada a soltar el cochecito de su hijo. Los fotógrafos alemanes John Heartfield y Hannah Hoch aplicaron la técnica del montaje a una sola fotografía, combinando elementos de diferentes fotógrafos en una nueva imagen. Heartfield siguió utilizando el montaje de forma política, combinando citas de líderes del partido nazi con ilustraciones satíricas de lo que realmente podían significar. Para ilustrar la frase de Adolf Hitler que rezaba: «Toda Alemania está en pie tras nosotros», Heartfield mostraba al Führer de pie en su postura característica con un brazo levantado saludando y lo combinaba con una imagen de un rico industrial que le ofrecía un fajo de dinero. El resultado era que Hitler parecía coger el dinero y así se ilustraba de forma inconsciente la opinión de la izquierda de que el partido nazi era la herramienta de la rica empresa capitalista y no la representación del pueblo alemán que reivindicaba ser. Tanto en el cine como en la fotografía, el montaje se realizaba en una sala de edición o en un cuarto oscuro y no en el lugar de filmación o de toma de las instantáneas. La artificialidad de la técnica llevaba a los espectadores a cuestionarse qué era realmente lo que se les mostraba y a trasladar ese escepticismo a imágenes más «realistas». Sin embargo, a pesar de estos usos radicales, pronto quedó claro que la nueva técnica no encerraba nada *intrínsecamente* radical. El montaje en paralelo y el plano recortado se han convertido en los ingredientes básicos de Hollywood y las telenovelas, mientras que el montaje podría utilizarse para crear efectos que eran sencillamente absurdos o incluso para servir a la derecha política. En la década de los noventa, el montaje se convierte en una experiencia visual de la vida cotidiana en un mundo que cuenta con cincuenta canales «básicos» de televisión por cable en Estados Unidos. Ya

no resulta sorprendente prestar atención a la naturaleza construida del signo, cuando se puede ver a Fred Astaire utilizando una aspiradora Dirt Devil o una imagen del John Wayne de los últimos años vendiendo cerveza. Además, todos los vídeos de la MTV están saturados de montajes.

A pesar de que la crítica literaria avanzó partiendo del estructuralismo, continúa desempeñando un papel sorprendentemente importante en la crítica visual. Mieke Bal, una de las más sofisticadas semiólogas de la historia del arte en activo, llamó recientemente a esta práctica «arte de lectura». Su método comparte con los textos de lectura que «el resultado es *significativo*, que funciona a través de discretos elementos visibles llamados *signos* a los que se atribuyen significados; que dichas atribuciones de significado o *interpretaciones* están reguladas mediante reglas denominadas *códigos* y que el sujeto o agente de esta atribución, el lector o el espectador, es un elemento decisivo en el proceso» (Bal, 1996, pág. 26). Sin embargo, al analizar determinadas palabras, este enfoque no acaba de resultar convincente. Dado que si nos centramos únicamente en el significado lingüístico, tales lecturas niegan el mismo elemento que hace que las imágenes visuales de todos los tipos sean distintas a los textos, lo cual equivale a decir que es inmediatez sensual. Eso no es en absoluto lo mismo que la simplicidad, pero a primera vista existe un impacto innegable que no puede reproducir un texto escrito. Es el sentimiento que provocó la visión de la nave espacial llenando la pantalla en 2001: *Una odisea del espacio*, la caída del muro de Berlín retransmitida en directo por televisión o lo que supone toparse con los azules y verdes brillantes que contienen los paisajes de Cézanne. Este tono, este murmullo es lo que separa lo extraordinario de lo rutinario. Dicho excedente de experiencia hace que se relacionen mutuamente los diferentes componentes del signo visual o del circuito semiótico. Tales momentos de intenso y sorprendente poder visual suscitan, según palabras de David Freedberg, «admiración, sobrecogimiento, terror y deseo» (Freedber, 1989, pág. 433). Esta dimensión de la cultura visual es el centro de los acontecimientos visuales.

Proporcionemos un nombre a este sentimiento: lo sublime. Lo sublime es la experiencia placentera que representa lo que en realidad sería doloroso o aterrador y que conduce a la comprensión de los límites de lo humano y de los poderes de la naturaleza. Longino fue quien primero

elaboró una teoría de lo sublime en la antigüedad y describió divinamente como «nuestra alma es exaltada por la verdad sublime; realiza un vuelo altivo y se llena de alegría y orgullo, como si ella misma hubiera producido lo que ha sentido» (Bukatman, 1995, pág. 266). La estatua clásica conocida como *Laocoonte* es una representación típica del trabajo artístico sublime. Muestra al guerrero troyano y a sus hijos luchando contra una serpiente que pronto los mataría. Generaciones de espectadores consideran que esta lucha vana evoca lo sublime. El filósofo de la Ilustración Immanuel Kant, quien describió lo sublime como «una satisfacción mezclada con horror», le proporcionó una importancia renovada. Kant comparaba lo sublime con lo bello, viendo lo primero como una emoción más compleja y profunda que llevaba a quienes apreciaban lo sublime a «odiar todas las cadenas, desde la variedad dorada que se llevaba en la corte, hasta los hierros que arrastraban los esclavos de las galeras». Esta preferencia por lo ético sobre lo simplemente estético condujo a Lyotard a revivir lo sublime como un término clave para la crítica posmoderna. Lo ve como «una combinación de placer y dolor: placer en la razón que excede toda presentación, dolor en la imaginación y sensibilidad que demuestran que el concepto es inadecuado» (Lyotard, 1993, pág. 15). La labor de lo sublime consiste, por tanto, en «presentar lo impresentable», un papel apropiado para el implacable mundo visual de la era posmoderna. Además, dado que lo sublime se genera mediante el intento de presentar ideas que no tienen correspondencia en el mundo natural, por ejemplo: la paz, la igualdad, la libertad, «la experiencia del sentimiento sublime exige una sensibilidad por las ideas que no es algo natural, sino que se adquiere a través de la cultura» (Lyotard, 1993, pág. 71). A diferencia de lo hermoso, que puede experimentarse a través de la naturaleza o la cultura, lo sublime es la creación de la cultura y, por consiguiente, es fundamental para la cultura visual. Está claro que la representación de temas naturales puede ser sublime, como en el clásico ejemplo de un naufragio o una tormenta en el mar. Sin embargo, la experiencia directa de un naufragio no puede ser sublime ya que principalmente se experimentaría dolor y la dimensión (sublime) del placer habría desaparecido.

No obstante, no hay posibilidad de aprobar de forma general la adaptación que hace Lyotard del trabajo de Kant. Por una parte, Kant

rechazaba todo el arte y religiones africanos por considerarlos «insignificantes», tan alejados de lo sublime como podía imaginar. Para los ojos con menos prejuicios, las esculturas africanas como las poderosas figuras *minkisi* llenas de dureza (véase el capítulo 5) son importantes ejemplos de la combinación de placer y dolor que da lugar a lo sublime, y también del deseo de mostrar lo que no se puede ver. Lyotard no realiza comentarios directos sobre este eurocentrismo ingenuo, pero se hace eco del mismo en su aprobación de una cronología de vanguardia muy tradicional, en la que los impresionistas cedieron ante Cézanne que fue derribado por los cubistas, desafiados a su vez por Marcel Duchamp. Cualquier estudiante que hubiera asistido a una clase introductoria de historia del arte reconocería este patrón, que da una posición privilegiada al auge de lo abstracto calificándolo como la historia preeminente del arte moderno. Ya en la actualidad e incluso cuando Lyotard escribía en 1982, está claro que lo abstracto dejó de ser útil para la destrucción del sentido contemporáneo de la realidad. Además, se ha convertido en una parte trivial de esta realidad, expresada de forma más notable por la predilección de compradores empresariales y patrocinadores del arte abstracto. Cuando las grandes obras abstractas se encuentran cómodamente instaladas en la sala de juntas de una empresa, ¿pueden realmente seguir siendo un medio para enfrentarse a lo que Lyotard correctamente denomina la «victoria de la tecnociencia capitalista»? Cuando la empresa multinacional de tabaco Philip Morris disfruta patrocinando retrospectivas de arte moderno, como las de Picasso y Robert Rauschenberg en Nueva York, bajo el eslogan «El espíritu de la innovación» (sugiriendo, cómo no, que el verdadero innovador desafía lo convencional y fuma), la historia de la modernidad llega a repetirse como una farsa.

La destrucción (pos)moderna de la realidad se produce en el día a día y no en los estudios vanguardistas. Al igual que los situacionistas coleccionaban ejemplos de los extraños sucesos que en los periódicos pasaban por normales, nosotros podemos ver ahora el colapso de realidad en la vida cotidiana desde los medios visuales de comunicación. A principios de la década de los ochenta, fotógrafos posmodernos como Sherrie Levine y Richard Prince intentaban cuestionar la autenticidad de la fotografía apropiándose de la instantáneas tomadas por otras personas.

Actualmente, este rechazo a reivindicar la fotografía para representar la verdad es algo propio de la cultura popular. La historia de portada del *Weekly World News* del 25 de febrero de 1997, fue una continuación sobre su «historia» del año 1992 sobre el descubrimiento de los esqueletos de Adán y Eva en Denver, Colorado. Posteriores análisis del fotógrafo mostraron el esqueleto de una niña, revelando que la primera pareja de la humanidad tuvo una hija de la que se desconocía su existencia hasta la fecha. El subtítulo decía: «Los expertos en la Biblia se preguntan desconcertados: ¿tuvieron Caín y Abel una hermana pequeña?» La técnica de ampliar las fotografías para descubrir importantes detalles se utiliza de forma rutinaria en las operaciones de vigilancia y espionaje y ha sido un recurso habitual en películas como *Blade Runner* y *Sol naciente*, permitiendo a sus héroes realizar descubrimientos clave en sus casos. La parodia del *Weekly World News* constituye una divertida réplica a tal creencia en el poder de la fotografía para desvelar verdades ocultas. Al mismo tiempo, contribuye a crear un clima de sospecha en el que el abogado de O. J. Simpson puede desestimar de forma convincente la validez de una fotografía en la que se ve a su cliente luciendo los



Figura 2. Erica Kane de *All My Children* (ABC TV).

singulares zapatos Bruno Magli, y que sólo servirá de algo cuando salgan a la luz treinta fotos más.

De hecho, algunas de las series de televisión de más éxito desbaratan la realidad para transmitir a sus espectadores una sensación convincente sobre la experiencia de la vida cotidiana. Las telenovelas dejan a un lado los convencionalismos del dramatismo realista en cuanto a estilo, contenido y narrativa se refiere. El elemento clave que distingue a las telenovelas de otros dramas televisivos es su estilo abierto y seriado. Idóneamente, una telenovela debería funcionar durante años y años con numerosos episodios, al igual que la clásica diurna *All My Children*, que la ABC emitió cinco veces a la semana durante cerca de veinte años. Los telespectadores vieron como sus principales personajes, como Erica Kane, pasaban de la adolescencia a la madurez a través de extraordinarias aventuras. En ese largo y poco habitual período, el regreso de un hermano gemelo perdido hace mucho, apenas es motivo de comentario y la aparente muerte de un personaje no significa que no regrese más tarde. Normalmente, los personajes de *All My Children* mantienen conversaciones en las que ambas partes están de pie mirando a cámara. Para hacer que estas escenas resulten más fáciles, todas las actrices son una cabeza más bajas que los actores. Estos trucos son fundamentales porque la estructura de la telenovela gira esencialmente en torno a las conversaciones, sobre todo a la difusión de información como los cotilleos o los rumores y los consiguientes problemas provocados por tales conversaciones. Lejos de sentirse hastiados por lo artificial de las telenovelas, sus espectadores van adquiriendo una comprensión de las convenciones visuales y textuales de un determinado espectáculo y las consideran una parte del placer de mirar. En las páginas *web* tanto oficiales como no, no se pueden encontrar más comentarios o información. Del mismo modo en que un espectador no iniciado tardará años en comprender un programa de béisbol o de críquet, un verdadero espectador de telenovelas deberá formarse en años, no en semanas. Como dice Robert C. Allen: «Una vez negado que la posición omnipotente de la lectura se encuentra en formas narrativas más cerradas, se pide a los espectadores de telenovelas que se relacionen con las familias de sus series de ficción de la misma manera en que se espera que lo hagan consigo mismos. Deben practicar la paciencia y la tolerancia ante las inter-

minables tribulaciones, encontrando placer en el consuelo y la compasión, más que en cualquier expectativa de resolución definitiva» (Allen, 1995, pág. 7). En este sentido, la experiencia de la telenovela es, de hecho, más realista que el drama «serio» típico que ingeniosamente consigue atar todos sus cabos sueltos en una hora.

Los investigadores que han centrado su atención en la telenovela han descubierto que la compleja estructura narrativa de los seriales permite a los espectadores vivir una experiencia visual similar. Louise Spence argumenta que el lento desarrollo de las telenovelas significa que se experimentan en el presente y no en el tradicional tiempo pasado de la novela o la obra teatral. En esta refundición de la realidad de la telenovela y la del espectador, «los espectadores siempre aportan alguna idea de "realidad" al proceso de observación, evaluando la ficción en función de la "verosimilitud" y de acuerdo con los mundos que conocen (tanto el real como el ficticio), y añadiendo sus asociaciones privadas a los determinados sonidos e imágenes emitidos» (Spence, 1995, pág. 183). Al igual que las técnicas que defendían los cineastas de vanguardia, el hecho de que el espectador complete el texto parece algo fascinante. Charlotte Brunsdon expuso acertadamente: «Del mismo modo en que una película de [Jean-Luc] Godard necesita que su audiencia posea determinadas formas de capital cultural para "cobrar sentido" —una familiaridad extratextual con ciertos discursos artísticos, lingüísticos, políticos y cinematográficos— también sucede así con [...] la telenovela» (Brunsdon, 1997, pág. 17). Sin embargo, dado que tradicionalmente la telenovela ha sido consumida principalmente por mujeres, estas complejas capacidades de observación se han considerado menos importantes que las que requería el «serio» y masculino mundo del cine de vanguardia. Aún en la actualidad, cuando las telenovelas son vistas por hombres y mujeres e incluso cuentan con personajes homosexuales, siguen considerándose un medio «femenino» y trivial dada su gran popularidad (Huyssen, 1986).

En 1997, la ABC decidió que los espectadores de las telenovelas norteamericanas gozarían de un estilo visual más actualizado y de un escenario más realista. Trasladaron a la ciudad de Nueva York a un grupo de personajes pertenecientes a una telenovela que fracasaba titulada *Loving* y crearon una nueva serie a la que llamaron *The City*. La acción

tenía lugar en un escenario real en la calle Green del Soho, en el corazón del mundo del arte y de la moda de Nueva York. Para reforzar este ambiente contemporáneo se utilizaron técnicas de moda como el montaje rápido *fast-cutting* y las cámaras portátiles, originarias de la MTV y ahora importadas a los dramas vespertinos como *Policías de Nueva York*. Sin embargo, ni el lugar de filmación ni el estilo se adaptaron al carácter abierto de serie de la televisión diurna norteamericana. Los espectadores eran conscientes del paisaje urbano constantemente cambiante de Nueva York, lo cual debilitaba la verosimilitud de la continuidad, fundamental para el medio. Las técnicas visuales que tenían como fin acelerar la narración de un video musical de tres minutos o de un drama de cincuenta minutos, también iban en contra del ambiente cotidiano de la televisión diurna. La suspensión de la emisión del programa en 1997 no fue algo inesperado. En un contexto diferente al de la televisión británica, en la que se emiten relativamente pocas telenovelas, la BBC cosechó un gran éxito con *This Life*, utilizando exactamente las mismas técnicas de moda. No obstante, *This Life* contó con un espacio vespertino en la BBC2 como «serie por capítulos», en el que no necesitaba ceñirse a los convencionalismos de la televisión norteamericana diurna y, de hecho, la serie finalizó en agosto de 1997.

La telenovela es quizá el formato visual más internacional, contando con la atención nacional de países tan dispares como Rusia, México, Australia y Brasil. La telenovela crea su propia realidad hasta tal punto que las telenovelas mexicanas son los programas más vistos de la televisión rusa, en la que un culebrón titulado *Los ricos también lloran* obtuvo un setenta por ciento de audiencia en 1992. Estas exportaciones constituyen un asombroso éxito económico, que supone el dominio global del mercado de exportación televisivo por parte de compañías como Televisa o RedeGlobo. Al mismo tiempo, la emisión en Estados Unidos de telenovelas en lengua española ayuda a sus espectadores a adquirir una identidad latina (Barker, 1997, págs. 87-89). Entretanto, en Trinidad la vida se para a diario a la hora del culebrón estadounidense *The Young and the Restless*. A pesar de las obvias diferencias materiales entre los habitantes medios de Trinidad y la vida de fantasía de las telenovelas norteamericanas, un espectador expresó la creencia ampliamente extendida de que «las personas [en Trinidad] la miran por-

que para algunas de ellas es una experiencia cotidiana. Creo que la toman como modelo para sus vidas» (Miller, 1995, pág. 217). Más aún: los habitantes de Trinidad interpretan el programa a su manera, dándole un enfoque a la vida propio del carnaval isleño conocido como «bacchanal»* o bacanal y de la «commess»* o confusión que derivan del mismo. La telenovela no es sólo puro ocio, también puede tener una importancia política significativa. En 1998, se convirtió en una parte de la solución a la crisis bosnia. Tras el derrocamiento del gobierno extremista leal a quien fuera acusado como criminal de guerra, Radovan Karadzic, en la república serbia de Bosnia la televisión serbia respondió retirando de la circulación las copias pirata de la inmensamente popular telenovela venezolana *Casandra*. El gobierno estadounidense intervino para obtener copias legales del programa procedentes de los distribuidores norteamericanos allí establecidos, con el fin de evitar antipatías hacia el nuevo régimen (*New York Times*, 11 de febrero de 1998). La realidad se va reconfigurando diariamente en espacios de una hora de duración alrededor del globo.

La cultura visual popular también puede tratar los temas más serios con unos resultados que, en ocasiones, no consiguen los medios de comunicación tradicionales. Uno de los desafíos más profundos a los que se enfrenta todo artista contemporáneo es la cuestión sobre cómo representar el Holocausto nazi o si debe hacerlo. Cuando, tras el Holocausto, el filósofo Theodor Adorno rechazó cualquier tentativa de escribir poesía lírica calificando el hecho de «bárbaro», fueron muchos los que hicieron extensivos sus pensamientos a todas las representaciones de la Shoah, solidarizándose con los sentimientos de muchos supervivientes, pues ante tal atrocidad sólo cabía el silencio. Al mismo tiempo, otros piensan que es crucial volver a visitar y recordar estos terribles acontecimientos con la esperanza de hacer que en un futuro sea imposible repetirlos. En el momento de escribir estas líneas, surgieron controversias sobre la banca suiza durante la guerra y salieron a la luz nuevos relatos de culpabilidad de algunos alemanes de a pie, que volvieron a colocar el tema en portada. En su extraordinario cómic *Maus*,

* Los términos «bacchanal» y «commess» son propios del inglés que se habla en Trinidad. (N. de la t.)

Art Spiegelman ha tocado estos temas en un formato que suele estar dedicado a los superhéroes con capa. Spiegelman utilizaba un estilo gráfico deliberadamente sencillo, mostrando a los judíos como ratones y a los alemanes y polacos como perros o cerdos, del mismo modo en que lo hacía George Orwell en *Rebelión en la granja*. El estilo visual tan directo se combinaba con una sorprendente sofisticación narrativa en la que se utilizaba el formato *flashback* o de escenas retrospectivas para describir acontecimientos del Holocausto y al mismo tiempo contar su compleja relación con su padre y el modo en que influyó en su historia. Como resultado, Spiegelman pudo tratar algunas de las complejidades de su tema que otros relatos tuvieron que eludir. En la película de Steven Spielberg *La lista de Schindler* aparecen, por ejemplo, escenas en las que los judíos están maquinando con el fin de enriquecerse al principio de la guerra. Parece que se exageran los viejos estereotipos al tiempo que se celebra la especulación de Schindler. En comparación, el ratón de Spiegelman lamenta que la descripción de su padre Vladek pueda parecer «como una simple caricatura racista del mezquino y viejo judío». Su madrastra Mala contesta: «¡Puedes decirlo otra vez!» De este modo, Spiegelman permite que el lector vea la situación desde diferentes puntos de vista. La tendencia acaparadora de Vladek saca de quicio a su actual familia norteamericana. Por otro lado, esta misma característica resultó muy útil para ayudarlo a él y a su mujer a sobrevivir en los campos de concentración. Más importante aún: al permitir que los judíos realicen la crítica, muestra que el ahorro es una característica más bien personal que étnica. Estos matices se consiguen en algunos contextos, proporcionando el testimonio convincente del poder de los medios visuales de comunicación cuando se manejan bien con el fin de tratar hasta las más complejas cuestiones morales.

Llegado este punto, muchos lectores sentirán la tentación de utilizar la réplica del «sentido común». Esto quiere decir que el sentido común nos dice que no es necesario intelectualizar demasiado el momento en el que se mira u observa. Quién mira, quién es observado y porqué, son cosas completamente obvias. Sin embargo, determinadas reflexiones pueden llevarnos a la conclusión de que mirar no es una actividad tan directa como imaginamos. ¿Por qué, por ejemplo, el Tribunal Supremo de Estados Unidos no puede ofrecer una mejor definición de la

obsценidad que la de «cuando la veo, la reconozco»? El Supremo ha hecho una distinción entre lo «indecente», que es lícito, y lo «obsceno», que no lo es. No obstante, aunque todo el mundo comprende el concepto de pornografía, resulta muy difícil encontrar un número sustancial de personas que esté de acuerdo a la hora de señalar qué es lo obsceno y, por tanto, qué debe prohibirse. Cuando la ciudad de Cincinnati interpuso una acción judicial contra su propio museo por exponer fotografías de Mapplethorpe, la acusación opinó que la obscenidad del trabajo era tal que bastaba con mostrarla a un jurado para condenarlo. Tras escuchar a diferentes comisarios de museos y expertos en historia del arte, el jurado discrepó. Del mismo modo, el Tribunal de Apelaciones del Tercer Circuito de Estados Unidos revocó el Acta para la Decencia en las Comunicaciones (1996), cuyo fin era prohibir el material «indecente» en Internet, por considerar que la definición que tal Acta ofrecía sobre la indecencia era completamente vaga. El Acta decía que indecente era todo lo que: «Según el contexto, represente o describa, en términos patentemente ofensivos según los principios de la comunidad contemporánea, artículos y órganos sexuales o excretorios». La Presidenta del Tribunal Dolores K. Sloviter valoró la posibilidad de que estos términos generales se utilizaran para enjuiciar a los equivalentes contemporáneos de la novela *Ulises* de James Joyce, que cuando fue publicada se prohibió por obscena y ahora es considerada un clásico universal. Ni la verdad ni la obscenidad son fáciles de ver. Milos Forman hizo de su película *El escándalo de Larry Flint* una loa a la Primera Enmienda; sin embargo, muchas feministas consideraron que *Hustler* constituía un ensalzamiento de la degradación de la mujer. Esta crisis de la verdad, la realidad y el mundo visual en la vida cotidiana es el campo sobre el que intentan actuar los estudios culturales.

Cultura

Muchos críticos opinan que el problema de la cultura visual no radica en su insistencia en la importancia del mundo visual, sino en que utiliza un marco cultural para explicar la historia de lo visual. Un artículo de 1996 publicado en la revista de arte *October* parecía poner de manifies-

to un extendido nerviosismo entre los expertos en historia del arte, respecto a que un cambio cultural conduciría a relativizar todos los juicios críticos. El experto en historia del arte Thomas Crow, eminencia de la Yale University, opinaba que la cultura visual es a la historia del arte, lo que el misticismo del movimiento *New Age* es a la filosofía. Gritaba: «Entregar [la] disciplina a un impulso populista equivocado sería considerado universalmente como la abrogación de una responsabilidad fundamental» (*October*, 1996, pág. 35). Crow considera obvio que su condescendiente referencia a la «librería del mercado de masas» —su único argumento en cuanto a porqué sería «equivocado» dar un enfoque democrático a los medios visuales de comunicación— produciría un comprensivo estremecimiento de horror en sus lectores. Gran parte del resto del informe estaba dedicada a echar por tierra lo que Carol Armstrong denominaba la «predilección por la imagen incorpórea» que curiosamente se atribuye a la cultura visual (*October*, 1996, pág. 27). Puede parecer sorprendente que formalistas e historiadores se preocuparan tanto por estas supuestas prácticas pero, como subrayaba Tom Conley, están utilizando una fraudulenta táctica para asustar con el fin de restar atención al placer que supone ser consciente de que la cultura visual «no puede encontrar un lugar disciplinario» (*October*, 1996, pág. 32) y, por tanto, desafía la acogedora familiaridad de las tradicionales estructuras de poder universitarias.

El ímpetu por condenar la cultura como un marco de referencia para los estudios visuales se basa en ello, siendo posible distinguir entre productos culturales y artísticos. Sin embargo, cualquier estudio del término nos demuestra rápidamente que se trata de una falsa oposición. El arte es cultura tanto en el sentido de la *high culture* como en el sentido antropológico del artefacto humano. No hay nada exterior a la cultura. Más que disponer del término, necesitamos preguntar qué significa con el fin de dar una explicación a determinados tipos de cambio histórico en un marco cultural. ¿Cómo se relaciona la cultura visual con los demás usos del término cultura? Utilizar la cultura como término de referencia resulta problemático e inevitable. La cultura conlleva difíciles legados de raza y racismo que pueden evadirse sólo con argumentar que en la era (post)moderna ya no actuamos como nuestros predecesores intelectuales, pero seguimos utilizando su terminología. Tampoco es

posible que una declaración sobre la importancia del arte (ya sea pintura, cine de vanguardia o vídeo) escape al marco cultural.

Como tan acertadamente señaló Raymond Williams, cultura es «una de las dos o tres palabras más complicadas de la lengua inglesa». En el siglo XIX el término adquirió dos significados que todavía siguen formando parte de la comprensión popular y académica de lo cultural. En 1869, el erudito inglés Matthew Arnold publicó un influyente libro titulado *Culture and Anarchy* en el que representaba los dos términos como partes opuestas en conflicto. Arnold definió más tarde la cultura como el producto de las élites: «Lo mejor que se ha pensado y conocido». Muchos eruditos y consumidores de la literatura y de las artes en general consideran que este sentido de cultura como *high culture* sigue siendo el significado más importante del término. Fue adoptado por el crítico de arte Clement Greenberg en su famoso ensayo «Vanguardia y Kitsch» (1961), en el que defendía el proyecto vanguardista del *high art* moderno frente a las vulgaridades fabricadas en serie del *kitsch*. Sin embargo, la cultura también se usó en un sentido diferente, como parte de todo el entramado social de una sociedad particular. Para el antropólogo victoriano E. B. Tylor y muchos antropólogos posteriores, la cuestión fundamental no consistía en determinar cuáles eran los mejores productos intelectuales de un determinado tiempo y lugar, sino en comprender de qué modo la sociedad humana había llegado a construir un modo de vida artificial, no natural y, por lo tanto, cultural. Taylor introdujo el concepto en su libro *Primitive Culture* (1871): «Cultura o civilización, tomada en su sentido etnográfico más amplio, es este complejo todo que incluye el conocimiento, la fe, el arte, la moralidad, el derecho, la costumbre y todas las demás capacidades y hábitos adquiridos por el hombre como miembro de la sociedad» (Young, 1995, pág. 45). La antropología, por tanto, no sólo incluía las artes y oficios visuales, sino también todas las actividades humanas así como su campo de acción.

Está claro que los estudios culturales y la cultura visual poseen su significado de cultura como un marco interpretativo mucho más cercano a Tylor que a Arnold. Este legado no está libre de problemas. Tylor creía firmemente en la ciencia racial, argumentando que «una raza puede conservar sus caracteres especiales durante unos treinta siglos o du-

rante cientos de generaciones» (Young, 1995, pág. 140). Así, mientras en teoría la evolución de diferentes razas era posible, Tylor afirmaba que no había habido cambios importantes en la historia humana documentada, lo que situaba en niveles muy distintos los logros alcanzados por las diferentes razas. En otras palabras: las diferentes sociedades humanas mostraban distintas etapas de evolución humana, lo que permitía a los antropólogos interpretar la historia hacia atrás. El sentido antropológico de la cultura pasó a basarse en el contraste entre el presente moderno del antropólogo (blanco, occidental) y el pasado pre-moderno de su tema (no blanco, no occidental). Este modelo lineal de evolución resultó inteligible cuando se visualizó; un proceso al que el antropólogo Johannes Fabian llamó visualismo: «La capacidad de visualizar una cultura o sociedad casi significa lo mismo que comprenderla» (Fabian, 1983, pág. 106). Este visualismo es muy similar al deseo posmoderno de visualizar el conocimiento y nos obliga a estudiar si la cultura visual puede escapar a su herencia racial.

En su intento por buscar un camino alejado del laberinto cultural, la cultura visual desarrolla el concepto de cultura tal como lo expresaba Stuart Hall: «La práctica cultural se convierte entonces en un campo con el que nos comprometemos y elaboramos una política». El término política no hace referencia a los partidos políticos. Lo que quiere decir es que la cultura es el lugar en el que las personas definen su identidad y eso cambia de acuerdo con las necesidades que tienen los individuos y comunidades de expresar dicha identidad. Los enfoques transculturales serán una herramienta clave en la diáspora global del mundo moderno. Los modelos culturales antropológicos y artísticos se basan en poder hacer una distinción entre la cultura de una etnia, nación o persona y otra. Del mismo modo en que ha sido importante utilizar lo que Gayatri Spivak denominaba «esencialismo estratégico» para validar el estudio de la cultura visual no blanca y no occidental por derecho propio, ahora lo es realizar el duro trabajo de ir más allá de este esencialismo hacia una comprensión de las realidades plurales que coexisten y se enfrentan tanto en el presente como en el pasado. La forma errónea de hacerlo es algo ya evidente, como insistir en retornar a la alta tradición moderna. La cultura visual, por el contrario, debe describir lo que Martin J. Powers describía como «una red fractal, impregnada con modelos

del mundo entero». Existen diversas razones para convertir la cultura visual en fractal y no en lineal. Primera: descarta toda probabilidad de que cualquier narrativa tomada en conjunto pueda contener todas las posibilidades del nuevo sistema global/local, lo cual siempre puede ampliarse para los fractales. Segunda: una red fractal cuenta con puntos clave de interrelación e interacción que son de una importancia y complejidad fuera de lo común. Por ejemplo: el detalle de un diseño de Mandelbrot puede observarse cada vez más de cerca hasta que de repente se convierte en otra «interpretación» del diseño. Así, la parte de este libro dedicada a la cultura estudia varios ejemplos específicos de la intersección de la raza, la clase y el género en los medios visuales de comunicación, con el fin de esclarecer sus complejas operaciones. Dado que el modernismo puede haber lanzado estos diseños a una red disciplinaria, dicha red es ahora un modelo mucho más satisfactorio para la diseminación de la cultura visual. Powers no sólo aboga por una total World Wide Web de la imagen visual, sino que también da importancia a los diferenciales de poder alrededor de la red. En la actualidad, hay que reconocer que la cultura visual es un discurso de Occidente sobre Oriente, pero en este marco «el tema», como nos recuerda David Morley, «consiste en cómo pensar en la modernidad, no tanto como algo específicamente o *necesariamente* europeo [...] sino sólo como algo supeditado a ello» (Morley, 1996, pág. 350) —véanse los capítulos cuatro y seis—. Si miramos a lo largo de la historia, los euroamericanos (utilizando el término japonés) dominaron la modernidad durante un período relativamente corto que ahora bien puede darse por finalizado.

La cultura occidental ha intentado nacionalizar estas historias de poder. Quizá el ejemplo más claro de ello en los últimos tiempos fuera la exposición en el Museum of Modern Art de Nueva York realizada en 1984 y titulada «Primitivismo en el arte del siglo xx: Afinidades entre lo tribal y lo moderno». En ella, los trabajos encabezados por los modernos europeos como Picasso y Giacometti se expusieron junto a los trabajos artísticos de las culturas africanas y de Oceanía, como si la única función de estos objetos fuera la de servir de influencia formal a los artistas occidentales. Se suponía que las piezas expuestas no tenían valor o significado por sí solas, sino que eran fuente de inspiración para los superiores artistas modernos sobre los que la muestra deseaba centrar la atención. Una

década más tarde, el comisario William Rubin no encontraba error alguno en esta estrategia: «La modernidad es una moderna tradición occidental, no africana o polinesia. ¿Qué hay de malo en que el MoMA (Museum of Modern Art) muestre el arte tribal en el contexto de sus intereses?» (Grimes, 1996, pág. 39). El problema consiste en asumir que Occidente es una entidad cultural precintada herméticamente, cuyas patrullas de frontera pueden permitir entrar a otras culturas como fuentes de inspiración de ideas occidentales, pero nunca como entidades iguales e interactivas. Una labor básica a la hora de enfocar la cultura visual consiste en buscar medios de escritura y narración que permitan la permeabilidad transcultural de las culturas y la inestabilidad de la identidad. A pesar del reciente centralismo en la identidad como un medio para resolver dilemas culturales y políticos, cada vez está más claro que la identidad es tanto un problema como una solución para los que se encuentran entre culturas, lo que, en la diáspora global del momento actual, nos incluye a casi todos. El artista peruano Kukuli Verlade Barrineuvo ha expresado este dilema de forma elocuente:

Soy un individuo occidentalizado. No estoy diciendo que sea un individuo occidental; dado que no creé esa cultura, soy un producto de la colonización. [...] Tenemos que hacer frente a la realidad. Enfrentarme consiste en conocer mi raza mixta, saber que no soy indio y que no soy blanco. Eso no significa que tenga una ambigüedad, sino que tengo una nueva identidad: la identidad de un individuo colonizado. Me siento herido al ver lo que la colonización ha hecho a mis antepasados: los ha convertido en una raza mixta. No soy indio, cuento con ambas herencias.

(Miller, 1995, pág. 95)

Esta experiencia o dos o más herencias combinadas para formar una tercera y nueva forma es lo que, siguiendo a Fernando Ortiz, denominaré transcultura. La «cultura» en la cultura visual intentará ser este constante cambio dinámico de la transcultura y no el estático edificio de la cultura antropológica (véase el capítulo cuatro).

Vida cotidiana

La experiencia transcultural de lo visual en la vida cotidiana tiene lugar, por tanto, en el territorio de la cultura visual. ¿Cómo podemos determinar a qué deberíamos llamar «vida cotidiana»? En su influyente *Introduction to Everyday Life*, Henry Lefebvre decía que es un lugar clave de interacción entre lo cotidiano y lo moderno: «Dos fenómenos conectados, correlativos, que no son ni absolutos ni entidades. Vida cotidiana y modernidad: una coronando y disimulando, la otra desvelando y ocultando» (Lefebvre, 1971, pág. 24). En este sentido, la experiencia visual es un acontecimiento que resulta de la intersección entre lo cotidiano y lo moderno que tiene lugar a través de las «líneas tortuosas» marcadas por los consumidores que traspasan las redes de la modernidad (de Certeau, 1984, pág. xviii). En su análisis sobre *The Practice of Everyday Life*, apoyaba las pautas relativas a «la vivienda, las mudanzas, el diálogo, la lectura, las compras y la cocina», que parecían ofrecer al consumidor una serie de tácticas más allá del alcance de la vigilancia de la sociedad moderna (De Certeau, 1984, pág. 40).

El consumidor es el agente clave de la sociedad capitalista posmoderna. El capital comenzó como el dinero, siendo el medio de intercambio de artículos, y fue acumulándose con el comercio. Alcanzó la independencia en las primeras etapas de la cultura capitalista como capital de financiación, generando intereses en las inversiones y préstamos. Según el análisis marxista, el capitalismo crea beneficios explotando la diferencia entre los ingresos fruto del trabajo contratado y la cantidad que cuesta contratar dicho trabajo. Esta «plusvalía» fue la base de los economistas y políticos marxistas durante el siglo posterior a la publicación de *El capital* en 1867. Todavía sigue estando claro que el capital sigue generando beneficios muy superiores a cualquier plusvalía que pueda sacarse de los trabajadores individuales. El capital ha comercializado todos los aspectos de la vida cotidiana, incluyendo el cuerpo humano e incluso el mismo proceso de observar. En 1967, el crítico situacionista Guy Debord identificó lo que él llamaba la «sociedad del espectáculo», es decir, una cultura completamente dominada por la espectacular cultura de consumo «cuya función consiste en que la histo-

ria se olvide dentro de la cultura» (Debord, 1977, pág. 191). En la sociedad del espectáculo, los individuos deslumbrados por el espectáculo se sumergen en una existencia pasiva dentro de la cultura del consumo de masas, aspirando sólo a adquirir la mayor cantidad de productos. El aumento de una cultura dominada por la imagen se debe al hecho de que «el espectáculo es *capital* hasta tal punto de acumulación que se convierte en una imagen» (Debord, 1977, pág. 32). Uno de los ejemplos más impactantes de este proceso es la vida todo menos autónoma de determinados logotipos empresariales, como el logotipo *swosh* de Nike, que representa el ala de la diosa griega Nike, o los arcos amarillos de McDonald's que son inevitablemente legibles en cualquier contexto en el que los encontremos. La conexión entre el trabajo y el capital se pierde en el resplandor del espectáculo. En la sociedad espectacular, se nos convence con la imagen más que con el objeto.

Jonathan L. Beller denominó a este desarrollo la «teoría de atención del valor» (Beller, 1994, pág. 5). Los medios de comunicación intentan atraer nuestra atención y crear un beneficio al hacerlo. Así, las películas modernas cuestan una impresionante cantidad de dinero con el fin de captar nuestra hastiada atención y, consecuentemente, sacar un beneficio de su inversión. Sin embargo, dado que alrededor de las tres cuartas partes de las películas hechas en Hollywood fracasan, es una empresa de alto riesgo que sólo las compañías económicamente fuertes pueden financiar. De hecho, el cine es, según el análisis de Beller, el arquetipo de la empresa capitalista: «La producción en cadena, que implica el montaje y la edición del material/capital es un proceso protocinematográfico, mientras que la circulación de los productos era una forma de protocine, de imágenes extraídas del mundo humano y alejándose de nuestro alcance» (Beller, 1996, pág. 215). De este modo, como el capitalismo de consumo continuaba aumentando, pronto quedó bastante claro que la sociedad del espectáculo de Debord era en sí misma el producto del *boom* consumista de posguerra, más que una forma estable y reciente de la sociedad moderna. El filósofo francés Jean Baudrillard anunció el fin de la sociedad del espectáculo en 1983. En su lugar declaró la edad del «simulacro», es decir: una copia sin original. El simulacro fue la última etapa de la historia de la imagen, pasando de un estado en el que «enmascara la *ausencia* de la realidad básica» a una nueva

época en la que «no mantiene relación alguna con ninguna realidad: es su propio y puro simulacro» (Baudrillard, 1984, pág. 256). El ejemplo más famoso de Baudrillard era el parque temático de Disneylandia cuya existencia tenía como fin «ocultar el hecho de que es el "auténtico" país de la América "auténtica" que es Disneylandia» (Baudrillard, 1984, pág. 262). Tras este simulacro yace «la capacidad asesina de las imágenes, asesinas de lo auténtico». La nostalgia de Baudrillard por un pasado en el que por fin se pudiera experimentar una «realidad básica» es similar a la crítica marxista del crítico norteamericano Frederic Jameson sobre lo que él considera la imagen de la cultura del «capitalismo tardío» (Jameson, 1991). El modelo de modernidad descrito por Lefebvre y de Certeau ya no puede considerarse telón de fondo de la vida cotidiana. Lejos de ser desconocidos, los modelos de consumo están controlados con una remarcable precisión por los cajeros automáticos, las tarjetas de crédito y por los escáner de las cajas registradoras, mientras que el movimiento urbano es grabado por la policía y otros sistemas de seguridad.⁴ Existe un sentido generalizado de la crisis en la vida cotidiana y no hay soluciones claras disponibles.

En su análisis de la cultura global de la posmodernidad, Arjun Appadurai ha destacado diversos componentes nuevos de la vida contemporánea que nos llevan más allá de la celebración de Certeau de la resistencia local. En primer lugar, Appadurai nota una constante tensión entre lo local y lo global que ejercen una influencia mutua a la que denomina interacción entre la homogeneización y la heterogeneización (Appadurai, 1990, pág. 6). El resultado es que ya no tiene sentido localizar la actividad cultural únicamente en los límites nacionales o geográficos, como sucede con los términos cultura occidental, cine francés o música africana. Tomemos como último ejemplo que, en la actualidad, la mayor parte de la música africana se distribuye y produce en París y no en el propio continente. Esto no quiere decir que ya no es africana y se ha convertido en francesa, sino que la localización geográfica de la

4. Muchas de estas tecnologías se utilizaron en Estados Unidos a principios de la década de los ochenta, pero no llegaron a Europa hasta finales de la misma. Actualmente, Francia ha obtenido el consabido acceso a la tarjeta de crédito *Carte Bleu* y la red de cajeros automáticos, así como el sistema de información nacional Minitel.

práctica cultural no es la clave para su definición. El enfoque local y subcultural del trabajo sobre tantos estudios culturales se ha visto superado por las complejidades de la economía cultural global. Appadurai afirma que esta economía está dominada por

un nuevo rol de la imaginación en la vida social. Para captar dicho rol necesitamos unir el viejo concepto de las imágenes, especialmente las producidas de forma mecánica [...]; la idea de la comunidad imaginada (en el sentido que le daba Anderson), y la idea francesa de lo imaginario, como un paisaje construido de aspiraciones colectivas [...] La imagen, lo imaginado y lo imaginario son términos que nos conducen hacia algo importante y nuevo en los procesos culturales globales: *la imaginación como una práctica social*.

(Appadurai 1990, pág. 5)

Está en juego la relación entre la globalización de la cultura, las nuevas formas de modernidad y la migración de masas y diásporas que hacen que el momento actual sea diferente a los pasados.

Muchos experimentan como una crisis la dificultad de dar una imagen e imaginar esta situación constantemente cambiante. Al describir el caos de la vida cotidiana en Camerún, desvelado desde 1990, Achille Mbembe señala el fracaso del moderno *modus operandi*, como las normas de circulación, los rascacielos, la iluminación eléctrica y los automóviles. En este momento, «la parte física de la crisis sumerge a los individuos en una situación precaria que afecta al propio modo en que se definen a sí mismos». El repentino fracaso del *modus operandi* capitalista no sólo conduce a la pobreza, sino también a una situación en la que «la antigua capacidad de la sociedad camerunense para "imaginarse" a sí misma de un cierto modo —para crearlo mentalmente y luego instituirlo— ha sido contradicha y parece que es cuestionada» (Mbembe, 1995). Evidentemente, estos dilemas no se limitan a África Central, sino que se pueden aplicar igualmente a determinadas partes de Rusia, Italia y a ciudades norteamericanas como Washington D. C. Para que estas nuevas formas de práctica social sean comprensibles, hay que imaginárselas y darles una imagen (visualizarlas) que vaya más allá de la «comunidad imaginada» de la nación-estado o de la vida co-

tidiana imaginada por los individuos en el análisis de Certeau. Appadurai afirma que «El trabajo de la imaginación [...] no es ni puramente emancipador ni completamente disciplinado, sino que es un espacio de enfrentamiento en el que individuos y grupos buscan anexionar lo global a sus propias prácticas de lo moderno [...] El ciudadano de a pie ha comenzado a hacer uso de su imaginación en la práctica de la vida cotidiana» (Appadurai, 1997, págs. 4-5). Con esta nueva situación, los estudios culturales tendrán que modificar su tradicional preferencia por identificar y apoyar los lugares de resistencia en la vida cotidiana y rechazar algunos aspectos de lo cotidiano por banales o incluso reaccionarios. Los nuevos modelos de la imaginación han sido creados de un modo altamente impredecible. ¿Quién, por ejemplo, podría haber predicho que la muerte de una flamante princesa habría movilizado la imaginación global popular, como así sucedió en septiembre de 1997 (véase el capítulo 7)? Como dice Irit Rogoff, los individuos crean inesperadas narraciones visuales en la vida cotidiana partiendo de «el pedacito de una imagen que conecta con una secuencia de una película y con la esquina de una valla publicitaria o con el escaparate de una tienda por la que hemos pasado» (Rogoff, 1998). Esta experiencia visual cotidiana, que va desde Internet a la meteorología, sigue escapando a los gurús políticos, a los encuestadores y a otros demonios de la imaginación contemporánea.

Actualmente, resulta cada vez más claro que se está formando un nuevo modo pixelado de intervisualización global, que es diferente de la imagen de la cadena de montaje cinematográfica y del simulacro de la cultura posmoderna de la década de los ochenta. En el siglo XIX, la fotografía transformó la memoria humana en un archivo visual. A principios del siglo XX, Georges Duhamel lamentaba que: «Ya no puedo pensar lo que quiero pensar, mis propios pensamientos son sustituidos por las imágenes en movimiento». Enfrentado a la cuestión sobre si la fotografía era arte, Marcel Duchamp dijo que la esperada fotografía «haría que los individuos despreciasen profundamente la pintura, hasta que surgiese algo más que hiciera insoportable a la fotografía». La imagen pixelada ha hecho insoportable a la fotografía, tanto de una forma literaria, como atestigua la relación de la princesa Diana con los *paparazzi*, como metafórica. El trabajo de fotógrafos contemporáneos como

Cindy Sherman, David Wojnarowicz y Christian Boltanski, hace que la fotografía resulte insoportable porque es algo sublime.

La imagen pixelada es quizás un medio demasiado competitivo y contradictorio para ser sublime. Como medio de creación de imágenes, la pantalla pixelada se compone de señales electrónicas y espacio vacío. Un píxel, término derivado de la frase «elemento pictórico», compone la imagen electrónica de la televisión o de la pantalla del ordenador. Los píxeles no son sólo puntos de luz sino también unidades de memoria, y su número puede depender de la memoria del ordenador o de la amplitud de banda señalada. Hasta la pantalla más sofisticada cuenta con un determinado vacío. Aunque este espacio resulta invisible en medios de comunicación de gran amplitud de banda como la televisión, sí puede verse claramente en los medios de comunicación de baja resolución que se ven favorecidos por muchos productores de películas y vídeos, por no mencionar las pantallas de ordenador que usan la mayoría de las personas. A diferencia de la fotografía y el cine que evidencian la presencia necesaria de alguna realidad exterior, la imagen pixelada nos recuerda su necesaria artificialidad y ausencia. Está y no está al mismo tiempo. Es interactiva pero sigue unas directrices claramente marcadas por las empresas globales que fabrican el equipamiento televisivo e informático necesario. Las libertades globales de Internet sólo son posibles debido a la necesidad de la Guerra Fría de crear una red de comunicaciones indestructible. La vida en la zona píxel es necesariamente ambivalente, creando lo que puede denominarse «intervisualización».

Los proveedores —aquellos a los que se les suele llamar artistas, productores de vídeo y cine, encargados de programación en televisión, etc.— consideran que está en juego la difícil labor que la revista *Wired* de octubre de 1997 titulaba como «Capturing Eyeballs» (algo así como globos oculares captadores). Esta labor tiene tal peso para las nuevas formas de la economía capitalista que ha transformado el ocio en una nueva forma de trabajo. Este proceso ya se ha desarrollado por completo en la industria cinematográfica estadounidense. Durante los viernes por la noche correspondientes a las temporadas altas del verano y de las vacaciones de Navidad, pueden estrenarse más de una docena de películas importantes en los cines norteamericanos. El sábado por la noche, sus destinos quedarán determinados por los ingresos obtenidos

durante los dos primeros días. Las posteriores reservas de pantalla, la duración del estreno y la velocidad de descenso al infierno cinematográfico de los aviones y de la programación de vídeo, se han puesto en movimiento. Para el consumidor esto significa que ir a ver una película representa una elección estratégica en cuanto a su disponibilidad en cartelera en semanas posteriores y más tarde. Los grandes admiradores de Woody Allen o de las películas de *Star Trek* pueden elegir quedarse con lo que ellos consideran que es una versión inferior del género, sólo para asegurar el hecho de que se haga otra, esperanzadoramente mejor. Los muy comprometidos admiradores de *Titanic* volvieron a escribir las reglas sobre la reserva de localidades viendo la película una y otra vez. Como resultado, todos los medios de comunicación, desde el popular programa televisivo *Entertainment Tonight* hasta el austero periódico *New York Times*, hablan de los ingresos en taquilla; algo que anteriormente sólo se hubiese publicado en la revista *Variety*. Este compromiso visual no sólo se ha extendido a la programación individual en el cine, la televisión e Internet, sino también a los tipos de medios visuales de comunicación que continuarán estando disponibles. Todos formamos parte del negocio de la observación. Nuestros ojos se posan en diferentes lugares determinando qué es posible ver. Podemos elegir Netscape como servidor de Internet por el simple hecho de que algunos sitios son inaccesibles sin el explorador de Microsoft. Esta opción ayudará a determinar el futuro de Internet. El éxito de los formatos particulares, como el Digital Video Disk y la WebTV, tendrán éxito o no en función de su capacidad para atraer a nuevos usuarios. En esta compleja interrelación de lo real y lo virtual que comprende la intervisualización, ya no hay nada diario sobre la vida cotidiana. La cultura visual era considerada una distracción para salir de campos tan serios como los textos y la historia. Ahora se ha convertido en el emplazamiento de un cambio cultural e histórico.

Bibliografía

Allen, Robert C., *To Be Continued: soap operas around the world*, Londres, Routledge, 1995.

- Appadurai, Arjun, «Disjuncture and Difference in the Global Cultural Economy», *Public Culture*, vol. 2, n° 2, primavera de 1990.
- , *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*, Minneapolis, Minnesota University Press, 1997.
- Aquino, santo Tomás de, *Commentary on Aristotle's «De Anima»*, Londres, 1951.
- Bal, Mieke, «Reading Art», en Griselda Pollock (1996).
- Barber, Benjamin R., *Jihad vs. McWorld*, Nueva York, Times Books, 1995.
- Barker, Chris, *Global Television: An Introduction*, Oxford, Blackwell, 1997.
- Barthes, Roland, *Camera Lucida: Reflections on Photography*, Nueva York, Noonday, 1981 (trad. cast.: *La cámara lúcida*, Barcelona, Paidós, 1987).
- Batchen, Geoffrey, «Spectres of Cyberspace», *Artlink*, vol. 16, n° 2 y 3, invierno de 1996, págs. 25-28.
- Baudrillard, Jean, «The Precession of Simulacra», en Brian Wallis (comp.), *Art After Modernism: Rethinking Representation*, Nueva York, New Museum of Contemporary Art, 1984 (trad. cast.: *Arte después de la modernidad: nuevos planteamientos en torno a la representación*, Tres Cantos, Akal, 2001).
- Beller, Jonathan L., «Cinema, Capital of the Twentieth Century», *Postmodern Culture*, vol. 4, n° 3, mayo de 1994.
- , «Desiring the Involuntary», en Rob Wilson y Wimal Dissanayake (comps.), *Global/Local: Cultural Production and the Transnational Imaginary*, Durham, Carolina del Norte, Duke University Press, 1996.
- Bourdieu, Pierre, *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*, Cambridge, MA, Harvard University Press, 1984 (trad. cast.: *La distinción*, Madrid, Taurus, 1998).
- Bhabha, Homi, *The Location of Culture*, Londres, Routledge, 1994.
- Brewer, John y Ann Bermingham, *Consumption and Culture*, Londres, Routledge, 1995.
- Brunsdon, Charlotte, *Screen Tastes*, Londres, Routledge, 1997.
- Bryson, Norman, Michael Ann Holly y Keith Moxey, *Visual Culture: Images and Interpretations*, Hannover y Londres, Wesleyan University Press, 1994.
- Buck-Morss, Susan, *The Dialectics of Seeing: Walter Benjamin and the Arcades Project*, Cambridge, Massachusetts, MIT Press, 1989 (trad. cast.: *La dialéctica de la mirada*, Madrid, Visor, 1996).
- Bukatman, Scott, «The Artificial Infinite», en Lynne Cook y Peter Wollen, *Visual Display: Culture Beyond Appearances*, Seattle, Bay Press, 1995.

- Butler, Judith, *Gender Trouble*, Nueva York, Routledge, 1990.
- Debord, Guy, *The Society of the Spectacle*, Londres, Black and Red, 1977 (trad. cast.: *La sociedad del espectáculo*, Valencia, Pre-Textos, 2000).
- De Certeau, Michel, *The Practice of Everyday Life*, Berkeley y Los Angeles, University of California Press, 1984.
- Fabian, Johannes, *Time and the Other*, Nueva York, Columbia University Press, 1983.
- Foucault, Michel, «Nietzsche, Genealogy, History», en James D. Faubion (comp.), *Michel Foucault: Aesthetics, Method, Epistemology*, Nueva York, New Press, 1998.
- Freedberg, David, *The Power of Images: Studies in the History and Theory of Response*, Chicago, Illinois, Chicago University Press, 1989 (trad. cast.: *El poder de las imágenes*, Madrid, Cátedra, 1992).
- Greenberg, Clement, «Avant-garde and Kitsch», en *Art and Culture*, Boston, ALA, Beacon Press, 1961 (trad. cast.: *Arte y cultura: ensayos críticos*, Barcelona, Paidós, 2002).
- Grimes, William, «A Portrait of a Curator Amid Grand Finale of Picasos», *New York Times*, sección 2, 5 de mayo de 1996, págs. 1 y 39.
- Heidegger, Martin, «The Age of the World Picture», en William Levitt (trad.), *The Question Concerning Technology and Other Essays*, Nueva York y Londres, Garland, 1977.
- Huyssen, Andreas, *After the Great Divide: Modernism, Mass Culture, Postmodernism*, Bloomington, Indiana University Press, 1986.
- Jameson, Fredric, *Signatures of the Visible*, Nueva York, Routledge, 1990.
- , *Postmodernism*, Durham, NC, Duke University Press, 1991 (trad. cast.: *El posmodernismo o la lógica cultural del capitalismo avanzado*, Barcelona, Paidós, 1995).
- Jenks, Christopher, *Visual Culture*, Londres, Routledge, 1995.
- Kushner, David, «Networks Hatch Plans for Digital TV», *Wired News*, 14 de noviembre de 1997.
- Lefebvre, Henri, *Everyday Life In the Modern World*, Nueva York, Harper and Row, 1971 (trad. cast.: *La vida cotidiana en el mundo moderno*, Madrid, Alianza, 1984).
- Lyotard, Jean-François, *The Postmodern Explained*, Minneapolis, Minnesota University Press, 1993.
- Mbembe, Achille, con Janet Roitman, «Figures of the Subject in Times of Crisis», *Public Culture*, n° 7, 1995, págs. 323-352.

- McNair, Brian, *An Introduction to Political Communication*, Londres, Routledge, 1995.
- Miller, Daniel, «The Consumption of Soap Opera: "The Young and the Restless" and Mass Consumption in Trinidad», en Allen (1995).
- Miller, Ivor, «We the Colonized Ones: Kukuli Speaks», *Third Text*, n° 32, otoño de 1995, págs. 95-102.
- Mitchell, W. J. T., *Picture Theory*, Chicago, Illinois, Chicago University Press, 1994.
- Morley, David, «EurAm, modernity, reason and alterity: or, postmodernism, the highest stage of cultural imperialism», en David Morley and Kuan-Hsing Chen (comps.), *Stuart Hall: Critical Dialogues in Cultural Studies*, Londres, Routledge, 1996.
- October, «Questionnaire on Visual Culture», *October*, n° 77, verano de 1996, págs. 25-70.
- Platón, *Plato's Republic*, Nueva York, Basic Books, 1991 (trad. cast.: *La república, o El estado*, edición a cargo de Miguel Candel, Madrid, Espasa-Calpe, 2001).
- Pollock, Griselda, *Generations and Geographies in the Visual Arts: Feminist Readings*, Londres, Routledge, 1996.
- Rogoff, Irit, «Studying Visual Culture», en Nicholas Mirzoeff (comp.), *The Visual Culture Reader*, Londres, Routledge, 1998.
- Spence, Louise, «"They killed off Marlena, but she's on another show now": Fantasy, reality, and pleasure in watching daytime soap operas», en Allen (1995).
- Virilio, Paul, *The Vision Machine*, Londres, British Film Institute, 1994 (trad. cast.: *La máquina de visión*, Madrid, Cátedra, 1989).
- Young, Robert, *Colonial Desire*, Londres, Routledge, 1995.