

Los Estudios de Cultura Visual. La construcción permanente de un campo no disciplinar

FERNANDO HERNÁNDEZ

Profesor de Educación de las Artes Visuales y Cultura Visual en la Facultad de Bellas Artes de la Universidad de Barcelona. Es director del curso de maestrado «Estudios y proyectos de Cultura Visual» y coordinador del programa de doctorado «Artes Visuales y

Educación: un enfoque constructorista». Es autor u organizador, entre otros, de los siguientes libros: *Educación y Cultura Visual* (2000); *Social Geographies of Educational Change* (2004); *A formação do professor: e o ensino das artes visuais* (2005).

La emergencia de los Estudios de Cultura Visual

La aparición de una denominación que señala un nuevo campo de conocimientos no responde a un florecimiento espontáneo ni a una calculada estrategia. Por lo general, como si de un paradigma se tratara, suele responder a que los marcos existentes para el análisis y la investigación de una determinada parcela de conocimientos se han visto insuficientes ante nuevas emergencias teóricas, sociales o productivas (en el doble sentido de producción de objetos y de cambios en el sistema de producción).

En el caso específico que nos ocupa en este artículo, la emergencia de la noción de *cultura visual* y del campo de estudios que la aborda no responde a una intencionalidad, por decirlo de alguna manera, intrínseca o esencialista, de un movimiento que emerge de forma espontánea y que, al institucionalizarse, pretende legitimarse. Los Estudios de Cultura Visual son un reflejo de los cambios, de un devenir a lo largo

de los últimos treinta años¹ en las concepciones y las prácticas de diferentes disciplinas como la Historia del Arte, la Lingüística, la Antropología, la Sociología, el Psicoanálisis... Estos cambios introducen o reconceptualizan nociones como «historia», «cultura», «imagen», «representación», «discurso», «significación», «narración», «oculocentrismo», «régimen escópico»... e introduce importantes variaciones en las estrategias de interpretación –que no de lectura– de las imágenes (Rose, 2001).

Su origen se puede rastrear en los debates postestructuralistas y transita por el cuestionamiento cultural posmoderno, donde reciben un nuevo sentido al entrar en relación con situaciones sociales emergentes y con las tecnologías digitales de la visión y la representación. Todo ello unido a la relevancia que han cobrado los medios y las representaciones visuales en las sociedades de influencia occidental y su repercusión en las representaciones sociales, los valores, las identidades y las formas de subjetivización.

Desde este supuesto, al acercarnos a los Estudios de Cultura Visual, se hace necesario preservar, de entrada, su carácter transdisciplinar o, más propiamente, adisciplinar, teniendo en cuenta que toma referentes del arte, la arquitectura, la historia, la mediología, la semiótica, la psicología cultural, la antropología y los estudios culturales, de género, de medios, de cine... Un campo que no se organiza a partir de la clasificación de nombres de artefactos, hechos y sujetos, sino en relación con sus significados culturales. Esta amplitud de referentes, las señala Mitchell cuando sostiene que no pretende

(...) negar que la cultura visual no tenga una gran deuda con el feminismo, los estudios étnicos y de sexos, la teoría crítica, los estudios culturales y otros movimientos disciplinarios. Sin esos movimientos no existiría. Pero tampoco existiría sin el psicoanálisis, la se-

miótica, la lingüística, la teoría literaria, la fenomenología, la estética, la antropología, la historia del arte y los estudios de cine, disciplinas en un sentido estricto de la palabra, organizadas en torno a objetos teóricos más que movimientos sociales. (Mitchell, 2000:6).

Esta confluencia disciplinar no es, en modo alguno, sumatoria, ni pretende crear una omnicompreensión de reminiscencias kantianas. Resalta, por el contrario, que estamos ante «un espacio de convergencia y turbulencia» (Mitchell, 2000a:8), que es el resultado de un injerto

(...) de una idea prestada de la cultura (tomada de los estudios culturales o de cualquier otro lugar) en una idea prestada de 'lo visual' (tomada de la historia del arte, los estudios sobre cine o de cualquier otro lugar), que hace necesario que los términos «se interroguen los unos a los otros, en negociar los límites existentes entre ellos». (Mitchell, 2000a:9).

Esbozado el horizonte hacia el que nos dirigimos, invito al lector a la travesía que le propongo recorrer en este artículo con la finalidad de explorar algunos de los cambios que hacen posible la emergencia de los Estudios de Cultura Visual y la problemática de acotar su definición.

La importancia de la «visualidad» en la investigación contemporánea en Ciencias Sociales

Los Estudios de Cultura Visual aparecen en el horizonte de la segunda parte de la década de los años '80 acompañados de un cambio de punto de vista, aunque no es el debate que genera este cam-

¹ Hay un cierto consenso en señalar que fue en el libro de Svetlana Alpers (1987) *El arte de describir. El arte holandés en el siglo XVII*, Madrid, Hermann Blume, que fue publicado originariamente en 1983, donde aparece por vez primera la noción de cultura visual. Pero esta indicación sólo tiene un carácter de referencia, que no tiene sentido si no se vincula al cambio que se estaba produciendo en la manera de abordar la historia del arte.

bio el motor de nuestra historia. La preocupación central de la Historia del arte, por el proceso de producción de la obra, que se concretaba en el estudio del objeto y su autor, comienza a ser sustituida por un interés (derivado de los cambios en la epistemología de la historia y su consideración como relato basado en evidencias y la reivindicación del sujeto en el relato) por su proceso de distribución y recepción. Lo que significa comenzar a prestar atención a cómo esos objetos han sido vistos, a la historia de la mirada, a los discursos –como saberes, tecnologías y dispositivos que *fijan* formas de subjetividad– que han generado, a lo que muestran las obras junto a lo que excluyen. Lo que lleva a cambiar la pregunta tradicional de la Historia del arte y pasar de qué significan las imágenes a qué es lo que quieren las imágenes (Mitchell, 2000a). Pregunta que, en la actualidad, nos interroga desde un inquietante: ¿qué dicen sobre mí las representaciones visuales?

Este cambio que presta atención a lo visual más allá de la superficie de lo representado y de la búsqueda de la significación de las imágenes es explicado por Heywood y Sandwell (1999: 9-10) cuando señalan que

(...) el campo visual se ha comenzado a explorar con una minuciosidad y comprensión global única en la historia de la auto-reflexión humana. La reciente investigación sobre la actividad de ver, la visión, la percepción, y la cultura ha tomado de manera explícita direcciones históricas y hermenéuticas, sin «un primer principio generativo, un común denominador o una esencia inherente» (Jay, 1993:2).

Esta investigación se manifiesta en el interés que la sociología y la teoría social han proyectado en la reevaluación

de las metáforas visuales y las ideas² en torno a lo visual en la historia de Occidente y de otras culturas. A la luz de estos trabajos hemos comenzado a darnos cuenta que el proyecto de la modernidad ha estado saturado por la problemática de la visión y la visualización y por su obsesivo «oculocentrismo» (que acompaña al «logocentrismo» denunciado por Derrida) y hemos comenzado a reflexionar sobre las implicaciones discursivas de esta saturación.

Una primera observación que se deriva de esta constatación es que no se puede separar la historia social de la percepción de las artes visuales de las formas de observación y de las tecnologías de la cultura visual. De aquí que Heywood y Sandwell reclamen una hermenéutica de los regímenes escópicos de la cultura moderna europea que triangule estos tres temas y que invente nuevas formas de investigación interpretativa que contribuyan a avanzar nuestra comprensión no sólo sobre la constitución de la visión, sino sobre las maneras culturales de mirar –la visibilidad– y sus repercusiones sobre la constitución de las identidades y de la historia social, no sólo de las artes sino en otras manifestaciones culturales de carácter visual.

En esta misma línea, pero desvelando otro aspecto que explica el interés por lo visual y la visibilidad, Duncum (2001: 102) considera que el giro³ hacia la cultura visual ha tenido lugar por diferentes razones. Una de las más importantes es el reconocimiento de que las sociedades económicamente desarrolladas se ven cada vez más a sí mismas –y de manera naturalizada– como «sociedades del espectáculo» (Debord, 1999/1967) o como sociedades de vigilancia –y control– como las llama Foucault (1978). Pero también porque hay quienes piensan que el «giro cultural» del que hablaba Harvey (1989) a finales de los años '80 se ha trans-

² Heywood y Sandwell citan una serie de obras que son reflejo de este interés: Chris Jenck, *Visual Culture*, 1995; David Lowe, *History of Bourgeois Perception*, 1982; Elizabeth Chaplin, *Sociology and Visual Representation*, 1994; Paul Virilio, *Vision Machine*, 1994, así como otros textos importantes que exploran la «denigración de la visión» en el pensamiento social y que aparecen en Jay, *Downcast Eyes* 1993; Michael Levin, *Modernity and the Hegemony of Vision*, 1993; Stephen Melville y Bill Reading, *Vision and Textuality*, 1995.

³ En inglés hay dos verbos para expresar esta noción, *turny switch*. El primero supone un giro que no pierde la dirección. El segundo supone un cambio radical, como el que tiene lugar cuando se *apaga* la luz. El giro al que aquí me refiero es a este segundo.

formado en el «giro visual» (Jay, 1989:49) o «el giro pictórico» (Michell, 1994:13). Esta relevancia de lo visual la remarca Mirzoeff (1999a: 9-10) cuando señala que muchos teóricos de lo posmoderno están de acuerdo en que uno de los rasgos distintivos de la posmodernidad es el dominio de la imagen. Dominio que parece incrementarse en el mundo influenciado por la visión de Occidente sobre las representaciones de la realidad, por la relevancia que adquieren las representaciones virtuales, sobre todo en Internet, a lo que se une la dominante popularidad global de la televisión, el vídeo y el cine. Todo ello parece garantizar la continuación de esta tendencia que remarca el dominio de la imagen y de lo visual.

Como consecuencia de esta omnipresencia naturalizada de las representaciones visuales, las imágenes han adquirido un papel relevante en la creación de identidades o en el almacenamiento y distribución de conocimientos, hasta el punto que la versión de Heidegger (1977:133) sobre el mundo moderno considerado como una imagen (*world picture*) está teniendo su consecución en la actualidad. No hay más que observar el papel de la imagen como representación de una nueva realidad, como hiperrealidad diría Baudrillard, a raíz de los sucesos del 11 de septiembre en Nueva York. En esta ocasión el hecho tuvo un multiplicado impacto mediático en la medida en que se convirtió en imagen, con características de simultaneidad casi universal, hasta el punto de recibir su sentido no sólo porque ocurría y tenía lugar, sino porque podía ser globalmente mirada. La posterior decisión de los medios de comunicación –por las presiones de los políticos– de plantearse lo que podía o no ser mostrado (mirado) –al igual que ha sucedido con el 9/11 en Londres o en la guerra en Irak, donde nunca vemos a los muertos de Estados Unidos–, no sugiere que hoy, más que en otras épocas, la imagen ya no es una representación de la realidad, sino que se ha convertido en

la realidad misma y al producirse, reproducirse u ocultarse fija el propio sentido de lo que constituye la esfera de lo real.

Por otra parte, nunca como ahora el sentido estético de los productos ha sido tan intenso, la producción y distribución de imágenes ha sido tan obvia, y tan fácilmente manipulable por el uso de la tecnología. Además, nunca como ahora las imágenes han sido tan autoreferenciales y seductoras o la manipulación de la gente mediante las imágenes ha sido tan importante para las autoridades y las empresas de publicidad.

Como resultado de la irrupción y de los efectos de estas nuevas formas de representación, en la actualidad, las economías de los países desarrollados se fundamentan no sólo en la producción de bienes y servicios útiles, sino en la producción de imágenes y en la estetización de los objetos. Hoy, la realidad mediada por las imágenes opera en un mercado altamente competitivo, cada vez más concentrado en grandes fusiones de grupos multimedia que se extienden por todo el globo transmitiendo una determinada visión occidental de la realidad. Esta visión, como nos recuerda Postman (2000:57-58), se distribuye de manera que la sociedad⁴ se satura de información visual, mediante

(...) 260.000 vallas publicitarias, 17.000 periódicos, 12.000 revistas, 27.000 tiendas de alquiler de vídeos, 400 millones de televisores y más de 500 millones de aparatos de radio, sin contar con los de los automóviles. Cada año se publican 40.000 nuevos títulos literarios y cada día se toman 41 millones de fotografías (...) Gracias al ordenador, aterrizan cada año en nuestros buzones 60.000 millones de folletos publicitarios.

Esto nos lleva a caracterizar el sentido de nuestra vida diaria por nuestra capacidad para absorber e interpretar informa-

⁴ Se refiere a Estados Unidos, pero con variaciones se puede hacer extensivo a muchos otros lugares.

ción visual –y aural. Esto que era una característica de la sociedad industrial se ha convertido en algo esencial en la era de la información. Pero no podemos olvidar que esta característica no es natural, sino que ha sido una capacidad de aprendizaje relativamente reciente de los seres humanos. Recordemos que Tomás de Aquino decía que no podíamos fiarnos de lo que veíamos para establecer juicios sobre las cosas. Y que hasta hace muy poco tiempo –los años ‘40 del pasado siglo– y en feliz expresión de Raphael Samuel, los individuos eran «analfabetos visuales» pues «(...) un niño era y seguiría siendo ‘previsual’. Su educación en la escuela y en la universidad consistía en un adiestramiento en la lectura de textos» (Burke, 2005:12). A lo que hay que unir, para terminar de complicarlo –o de fascinarnos– que el hecho de ver es más complejo que lo que los esquemas del «árbol invertido» en el cerebro nos mostraba, pues hoy sabemos que la retina contiene 100 millones de células nerviosas capaces de realizar 10 millardos de operaciones de procesamiento de información por segundo.

El hiper-estímulo de la cultura visual moderna desde el siglo XIX hasta el presente se ha dedicado a tratar de saturar el campo visual, un proceso que continuamente falla en cuanto aprendemos a ver y conectar siempre más deprisa. En otras palabras, la cultura visual no depende, no se define en función de las imágenes mismas, sino de la tendencia moderna a «imaginar» o visualizar la existencia. Una visualización que en las sociedades contemporáneas, como señala Mirzoeff (1998:4), está unida a la fascinación moderna por lo visual y sus efectos han engendrado «una cultura posmoderna que es más posmoderna cuando es visual».

Esta cultura visual, no como universo de objetos que pueden ser vistos sino como espacio social de la mirada, ya era prefigurada por Debord en 1967, desde su posicionamiento situacionista, cuando señalaba que «todo lo que estaba vivo se ha transformado en una representación» (Debord, 1967:2).⁵ Esto significa que las imágenes, como señalaba más arriba, han llegado a ser tan comunes que no sólo se funden con la realidad sino que comienzan a ser realidad. Las imágenes, dice Debord, se refieren cada vez con más frecuencia a que cualquier cosa previamente pensada sea real. Argumenta que en las fases anteriores del capitalismo se produjo un giro del ser al tener, mientras que ahora, en la sociedad del espectáculo, el giro es de tener a aparecer.⁶ A esta realidad hay que añadir que en la época presente la vida actual tiene lugar en la pantalla. Desde las cámaras que nos observan en los puntos estratégicos de las ciudades o en los bancos, pasando por las nuevas cámaras digitales y las web cámaras.⁷ De esta manera la vida diaria se escenifica en una pantalla y la mirada adquiere un nuevo sentido cuando es proyectada a través de las tecnologías de la visión.⁸

Todo lo anterior conduce (y en cierta manera justifica) el giro actual hacia la cultura visual, en la medida en que representa el reconocimiento del cambio profundo que ha tenido lugar en las diferentes prácticas culturales donde se está produciendo una simbiosis entre las nuevas tecnologías, los planteamientos económicos y los cambios en las formaciones sociales. Cambios que son diferentes a los que tuvieron lugar en la modernidad, donde las clases sociales contribuyeron a reforzar la división entre las artes y el resto de la vida social.

⁵ De aquí la importancia de la noción de «representación» en los estudios de cultura visual.

⁶ El éxito de audiencia de programas como *Gran Hermano* u *Operación triunfo* son reflejo de esta tendencia al espectáculo, en la que a los 15 minutos de fama de los que hablaba Andy Warhol se añade la presencia mediática extensa que convierte a los protagonistas en una prolongación del propio espectáculo, hiperbolizando el consumo de los propios sujetos-espectáculo.

⁷ Hay más de 10.000 web cámaras repartidas por todo el mundo que distribuyen imágenes de la vida diaria de sus propietarios en tiempo real en Internet.

⁸ Comentaba con extrañeza el pintor Joan Hernández Pijoán sobre los visitantes que acuden a los museos con las cámaras de vídeo en la mano y van grabando todos los cuadros del museo para luego verlos en el televisor, en la tranquilidad y la comodidad de la casa.

Mientras, en la actualidad, con la reconfiguración de las clases sociales, la distinción entre arte y vida social tiende a diluirse. De la misma forma, la distinción que antes existía entre alta y baja cultura no tiene hoy la misma función separadora de grupos y clases sociales, en la medida en que los límites entre ambas se han ido diluyendo, y tanto los productores como las audiencias transitan entre fronteras diluidas de representaciones. Este fenómeno puede apreciarse, por ejemplo, en los museos, hasta fechas recientes templos de los valores de la alta cultura, donde en la actualidad se pone a la consideración del público exposiciones que ya no buscan educar en determinados criterios de gusto, sino en divulgar la cultura popular. Ejemplos de esta tendencia serían las exposiciones sobre las motos o la obra del modista Giorgio Armani presentadas en los museos Guggenheim de Nueva York y Bilbao. O la que el museo de Bellas Artes de Boston presentó sobre la guitarra.

En estos y en otros casos, la cultura no es vista como algo que es «alto y refinado», sino más bien, en los términos en los que la planteaba Williams (1981), como experiencia cotidiana. Esta cotidianidad hace afirmar a Mirzoeff (1998:125) que «(...) en la presente intensa época visual, la vida cotidiana es cultura visual». La cultura visual no es, por tanto, algo especial, sino algo que todos poseemos y practicamos en todo momento. Esto ha llevado en el terreno de la escuela a que, incluso los profesores cuya tarea prioritaria era facilitar la educación básica y para ello ponían el énfasis en la palabra, ahora comienzan a prestar atención a lo que podría considerarse como «multialfabetizaciones» donde el lenguaje de los textos hace referencia a lo audio, lo conductual y los modos visuales de dotar de sentido.

Todo ello hace que el estudio de la cultura visual se nos presente como un *campo móvil*, que tanto desde el punto de vis-

ta de las representaciones como de las *tecnologías de la información y la comunicación* van dejando obsoletas unas determinadas aproximaciones a lo visual, al tiempo que recubren y expanden el *contenido* de las diferentes producciones que cada día se incorporan al campo que denominamos como cultura visual. Una cultura visual que existe a la vez dentro y fuera de cada uno. De aquí que sea necesario, como nos recuerdan Walker y Chaplin (1997), acercarse a la *existencia material* de los objetos y a su *impacto y recepción* óptica, cognitiva y emocional. Además de tener en cuenta que en el estudio de la cultura visual el papel de *las instituciones* es fundamental porque son las que facilitan y controlan la cultura visual. Lo mismo que sucede con las *relaciones económicas* que se producen en torno a la cultura visual.

La extensión del campo de la cultura visual: ¿es todo cultura visual?

Planteada la relevancia de la cultura visual en las sociedades contemporáneas entramos en el terreno que ha de esbozar la delimitación del campo de los Estudios de Cultura Visual. Sobre todo, porque la primera impresión que emerge de las páginas anteriores es que todo, de alguna manera, puede ser objeto de estudio de la cultura visual, que todo es cultura visual. En la medida en que hoy casi todo es visual y visualizable. El universo visual es como el universo cósmico en expansión que cada vez más se extiende engullendo en su interior constelaciones y mundos. Estamos, pues, ante un universo de representaciones visuales que es el objeto de los estudios de la cultura visual tanto en lo que se refiere a los mecanismos de la visión –los fisiológicos y los tecnológicos– como a las maneras de mirar, mirarse y ser mirados,

en medio de límites difusos y posiciones intercambiables. Y algo que no tiene fronteras resulta difícil—cuando no imposible—llevarlo al campo de la investigación y de la acción contrahegemónica. Esta extensión casi ilimitada se ve acompañada por el amplio espectro de objetos y artefactos que pueden colocarse bajo el foco atento de esta perspectiva de estudio y de activismo. Sirva para ilustrar esta afirmación la lista de «lugares» objeto de la cultura visual que Duncum (2001:106) encuentra en Barnard (1998:108): moda, tejidos, cerámica, secadores de pelo, máquinas de afeitar, coches, arquitectura, diseño de jardines, anuncios; imágenes personales, públicas, empresariales y populares; cine, televisión, entornos de ordenador, juegos, páginas de Internet, diseño de diarios y revistas, tipografía, productos y envases de todo tipo. Lo que nos hace pensar en nuevos «gabinetes de curiosidades» o formas de coleccionismo donde todo vale y tiene el mismo valor por el mero hecho de ser coleccionable.

Pero si todos los objetos forman parte de la cultura visual esta noción tiene poco valor, ya que difícilmente se puede constituir un campo de estudio sobre *todo* lo existente. Sin embargo, estratégicamente, podemos considerar todo lo que la extensión y diversidad de estos «lugares» y formas culturales tienen en común, y es que pueden ser consideradas como *conformadoras de actitudes, creencias, valores y actuaciones* de la gente. Los objetos que pueden entrar bajo el paraguas de la cultura visual no lo serían, por tanto, por sí mismos, a modo de los gabinetes de coleccionistas del si-

glo XVII, sino por el valor identitario que permeabiliza sus significaciones.

Para profundizar en esta observación es importante distinguir entre lo que Brook (1981, citado por Duncum, 2001) denomina simbolización de primer y de segundo orden. La señal de una carretera, que se refiere a una carretera concreta, sería un ejemplo de simbolización de primer orden, y para los propósitos de nuestra aproximación (desde la cultura visual) resulta poco relevante. Utilizada en un sentido utilitario, la información sobre una



Marx, 'faro' del siglo XX

Ilustración 1. Ejemplo de simbolización de segundo orden

carretera es sólo un signo de información. Que puede ser de interés para los formadores en el campo del diseño, pero no para los estudiosos, visualizadores y activistas sobre la cultura visual. Sin embargo, si la señal de la carretera se toma para expresar una idea, una creencia o una actitud hacia las carreteras, si el signo se dirige a lo que significan las carreteras o deberían significar se convierte en un artefacto vi-

sual relacionado con el significado y pasa a ser interesante para los educadores en el campo de la cultura visual. No obstante, una señal de tráfico también puede mantener su significado de indicación, pero ya no del tráfico, sino del pensamiento. Así fue utilizada la señal de «obligatorio girar a la izquierda» en la entrada de la exposición sobre Marx, dentro de la serie Faros del siglo XX, que fue presentada en el Centro de Cultura Contemporánea de Barcelona (Ilustración 1). Esta simbolización de segundo orden es la que interesa en los estudios de cultura visual.

Pero el esfuerzo en poner limitaciones –la identitaria, la simbolización de segundo orden– no evita volver a recordar que para delimitar un marco conceptual desde donde operar no se puede olvidar que, como señalan Walker y Chaplin (1997:2), el campo de los Estudios de Cultura Visual es «(...) un híbrido, una empresa multidisciplinaria formada como consecuencia de una convergencia de una variedad de disciplinas y metodologías». La representación de este campo de investigación como un cruce de disciplinas y metodologías es el resultado de la naturaleza de los acontecimientos visuales y de la necesidad de su interpretación. Por eso, previo al análisis de las experiencias visuales en la cultura posmoderna, «(...) parece necesario considerar que los distintos medios visuales han sido tradicionalmente estudiados independientemente y lo que necesitamos es un enfoque interpretativo de la globalización posmoderna respecto al papel de lo visual en la vida diaria» (Mirzoeff, 1999:3).

Son, por tanto, los acontecimientos los que reclaman un campo de estudio, que más que totalizador ha de ser holístico. Un campo que, nos recuerdan Heywood y Sandwell (1999: 9), «(...) no es una totalidad representada de manera sistemática y sinóptica. Es un campo con una enorme

extensión, donde existen perspectivas radicalmente diferentes». Aproximación que puede completarse con el punto de vista de Mirzoeff (1999:3), para quien «(...) la cultura visual tiene que ver con los acontecimientos visuales en los cuales información, significado, o placer son vistos por el consumidor en un *interface* con la tecnología visual».

Si se pretende establecer algún límite para los estudios de cultura visual es necesario, como señala Duncum (2001:106-107), tener en cuenta que «cultura visual» remite a dos conceptos. El término «visual» sugiere que nuestro interés se dirige a objetos que son sustancialmente artefactos visuales. Los artefactos con frecuencia implican otros códigos que no son estrictamente visuales y otros modos sensoriales de aproximación además de la vista, pero nosotros estamos interesados en artefactos de los cuales podemos inferir significados que son sustancialmente visuales. Esto nos lleva a la segunda implicación, que se refiere al interés por las condiciones sociales en las que los artefactos han sido producidos, distribuidos y utilizados. Las imágenes son consideradas, por tanto, en su riqueza contextual, como parte de un discurso social que implica su influencia en la vida social. Los límites se establecen no por la extensión del campo (a todas luces inabarcable) sino por las estrategias de elección, los procedimientos de interpretación a la hora de dirigir la investigación en torno a ellos.

Si ésta fuera la perspectiva que adoptara la educación de las artes visuales en la escuela, en el museo, en las facultades universitarias, el papel del formador, sobre todo si sigue una perspectiva de reconstruccionismo social (Burr, 1996), tendría que cambiar de manera significativa. No sólo se ampliaría el tipo de artefactos que podemos interpretar, sino que habría que prestar atención a los mundos sociales del imaginario visual, en

la medida en que median actitudes, creencias y valores. Mundos sociales que no se describan, sino que se interpretan, y no sólo de manera oral o escrita, sino también mediante estrategias de visualización aprovechando, por ejemplo, las posibilidades que las tecnologías ofrecen para recrear las imágenes existentes, ponerlas en relación y producir nuevos significados

Sin embargo, esta perspectiva cultural es la que ofrece más resistencias, tanto entre quienes están ubicados en marcos disciplinares estables, como por parte de los educadores. De aquí que para los críticos de los Estudios de Cultura Visual, el problema no está en el énfasis que ponen en la importancia de la visualidad, sino en el uso que hacen del marco cultural para explicar la historia de lo visual, tal y como pusieron de manifiesto algunos de los entrevistados por la revista *October* (1996). Esta posición es a todas luces precipitada en la medida en que, como señala Mirzoeff (1999a:23), la cultura como marco de referencia para los estudios visuales está relacionada con la posibilidad de distinguir entre los productos de la cultura y los del arte.

Pero, cualquier examen del término muestra que es una falsa oposición. Arte es cultura, tanto en el sentido de alta cultura como en el sentido antropológico al ser un artefacto humano. No existe un *fuera* de la cultura. La cultura, como nos recuerda Geertz (1983), aparece como un sistema organizado de significados y símbolos que guían el comportamiento humano, permitiéndonos definir el mundo, expresar nuestros sentimientos y formular juicios. Es un factor constitutivo de las facultades orgánicas y genéticas de los individuos. De esta manera, somos lo que somos y hacemos lo que hacemos porque *somos* cultura. Lo que hace que mirar sea una práctica cultural que trasciende a la fisiología de la

visión y los objetos funcionales, rituales o simbólicos tienen sentido en cuanto que median prácticas y experiencias culturales. Este sería el *lugar* en el que habría que situar la noción de cultura en la denominación que exploramos y no, como algunos autores han señalado, por su afinidad con los Estudios Culturales.⁹

Esto supone aceptar, como he apuntado en otro lugar (Hemández, 2000), que los objetos que forman el universo visual adquieren sentido por la experiencia de quien los mira o los posee. O como dice Kerry Freedman (2003:91) «(...) la comprensión—de la cultura visual—tiene tanto que ver con lo que uno es como con lo que uno sabe». De aquí que la reivindicación de nuestro interés por la cultura visual se base no en la ampliación de objetos que reclaman nuestra atención, sino en la necesidad de investigar sobre estos objetos para aprender con ellos, del «mundo» que representan y de la vida de las personas que se han relacionado—y relacionan—con ellos. De esta manera, esta investigación se dirige no sólo hacia un fenómeno cultural denominado Arte, en el que se agrupan diferentes representaciones como expresión de la cultura y que reflejan determinadas representaciones sociales por medio de las interpretaciones personales de los artistas y de los públicos que se han relacionado con esos objetos en diferentes épocas, sino también hacia los objetos de la cultura popular y de la vida cotidiana.

De aquí que, antes de proyectar prejuicios contra la noción de cultura vinculada a lo visual, habría que preguntarse qué significa explicar ciertos cambios históricos desde un marco cultural. ¿Cómo la cultura visual relata otros usos del término cultura? Lo que no quita que utilizar la noción de cultura como un término de referencia sea a la vez problemático e ineludible. Sobre todo porque la cultura viene acompañada de legados

⁹ He oído en más de una ocasión definir con desdén—y buenas dosis de ignorancia— a los Estudios de Cultura Visual como una aproximación a la Historia del Arte desde los Estudios Culturales.

controvertidos como raza y racismo, que no pueden simplemente evadirse argumentando que en la época (pos)moderna no se actúa como lo hicieron nuestros predecesores. Lo que no ha de hacer olvidar que, por ejemplo, cualquier referencia vinculada a la importancia del arte – sea pintura, cine o vídeo de vanguardia– no escapa del marco cultural.

Para tratar de encontrar una salida en el laberinto de la cultura, la cultura visual desarrolla la idea de cultura expresada por Stuart Hall (citado por Mirzoeff, 1999:24), para quien «la práctica cultural viene a ser entonces un campo donde uno conecta con y elabora una política». Política que en términos de cultura se sitúa en el espacio simbólico en el que las personas definen su identidad y que cambia de acuerdo con las necesidades de los individuos y las comunidades para expresar esa identidad. En la diáspora global del mundo contemporáneo, las perspectivas transculturales adquieren un papel de herramienta clave para la comprensión de las construcciones y las prácticas identitarias. Ambos, el modelo antropológico y el artístico de cultura, han de ser capaces de establecer una distinción entre la cultura de una etnia, nación o grupo de personas y otro. Todo ello como camino para cuestionar lo que Gayatri Spivak denomina el «esencialismo estratégico» y para rescatar el estudio de la cultura visual no blanca y no occidental por su propio derecho, y poder así comprender realidades plurales que coexisten y que están en conflicto, tanto en el pasado como en el presente. Esto lleva a la necesidad de considerar la «cultura» en la cultura visual desde la noción de Mirzoeff como «transcultura» (la experiencia de dos o más herencias culturales combinadas para formar una nueva tercera forma) en cuanto dinámica constantemente cambiante, más que como el edificio construido por la antropología.

Una agenda de futuro

Para transitar por este campo, para construir interpretaciones sobre las manifestaciones de la cultura visual, no podemos quedarnos con la historia del arte o la estética, ni tampoco con la semiótica. Necesitamos del feminismo, la teoría crítica, los estudios culturales, el psicoanálisis, la lingüística, la teoría literaria, la fenomenología, la antropología, los estudios de medios... De todos estos campos fluye la fundamentación de la que se nutren los Estudios de la Cultura Visual, para ayudarnos a explorar, mediante lo visual, la dimensión social de la mirada.

Así el objeto de la cultura visual sería el estudio de la visualidad humana, en toda su extensión, y sin hacer separación entre manifestaciones científicas o artísticas, populares o de alta cultura. Pensar en estos términos sobre la cultura visual, en cuanto acercamiento a la cultura desde su dimensión social, por lo visual, no sólo constituye un reto, sino una llamada a recuperar en los artistas, formadores, activistas, en los ciudadanos en suma, el compromiso social y el carácter de «trabajadores del conocimiento», que no olvidan que cuando miramos las referencias que forman parte de la cultura visual no estamos mirando al mundo, sino a las personas.

Quienes nos interesamos por estudiar las manifestaciones de la cultura visual, compartimos la preocupación por cómo afrontar de una manera crítica las repercusiones de la cultura visual en la construcción de las representaciones sobre la identidad de los otros y de nosotros mismos, y en cómo éstas se reflejan y son un reflejo de los mediadores sociales que constituyen lo que hemos denominado en este artículo como el campo fronterizo, híbrido y en construcción de los Estudios sobre la Cultura Visual. ■

Referencias

- BARNARD, M.: (1998) *Art, Design and Visual Culture*, Londres, Macmillan.
- BROOK, D. (1981): *The social role of art: Six recent papers on related themes*, Adelaide, Experimental Art Foundation.
- BURKE, P.: (2001) *Visto y no visto. El uso de la imagen como documento histórico*, Barcelona, Crítica, 2005.
- BURR, V.: (1995) *Introducción al constructivismo social*, Barcelona, Proa-UOC, 1996.
- DEBORD, G.: (1999) *La Sociedad del espectáculo*, Valencia, Pre-textos, 1967.
- DUNCUM, P.: (2001) «Visual Culture: Developments, Definitions, and Directions for Art Education», en *Studies in Art Education*, 42 (2).
- FOUCAULT, M.: (1976) *Historia de la sexualidad. 1. La voluntad de saber*, Madrid, Siglo XXI, 1978.
- FOUCAULT, M.: (1980) *Power/Knowledge*, Brighton, Harvester.
- FREEDMAN, K.: (2003) *Teaching Visual Culture. Curriculum, Aesthetic and Social Life of Art*, New York, Teachers College Press. (Versión en castellano *Enseñar la cultura visual*, Barcelona, Octaedro, 2005).
- GEERTZ, C.: (1983) *Art as a Cultural System*, en *Local Knowledge*, New York, Basic Books.
- HARVEY, D.: (1989) *The condition of postmodernity: An inquiry into the origins of social change*, Oxford, Blackwell.
- HEIDEGGER, M.: (1954) «The age of the world picture», en *The Question concerning technology and other essays*, New York, Garland. (Versión en castellano «La época de la imagen del mundo», trad. A. Wagner de Reyna, Santiago, Ediciones de los Anales de la Universidad de Chile, 1958).
- HERNANDEZ, F.: (2000) *Educación y Cultura Visual*, Barcelona, Octaedro.
- HEYWOOD, I. y SANDWELL, B.: (1999) «Introduction. Explorations in the hermeneutics of vision», en I. Heywood y B. Sandwell (eds.): *Interpreting Visual Culture. Explorations in the hermeneutics of vision*, Londres, Routledge.
- JAY, M.: (1989) «in the empire of the gaze: Foucault and the denigration of vision in 20th century French thought», en L. Appignanesi (ed.): *Postmodernism ICA Documents*, Londres, Free Association Press.
- JAY, M.: (1993) *Downcast Eyes: The Denigration of Vision in Twentieth-Century French Thought*, Berkeley, University of California Press.
- MIRZOEFF, N.: (1998) «What is visual culture?», en N. Mirzoeff (ed.): *Visual Culture Reader*, Londres, Routledge.
- MIRZOEFF, N.: (1999a) «Introduction: What is Visual Culture?», en *An Introduction to Visual Culture*, Londres, Routledge.
- MIRZOEFF, N.: (2000) *Diaspora and visual culture: representing Africans and Jews*, London, Routledge.
- MITCHELL, W.J.T.: (1994) *Picture Theory*, Chicago, IL, University of Chicago Press.
- MITCHELL, W.J.T.: (1995) «¿Qué es la cultura visual?», *Jornadas Más allá de la educación artística. Cultura visual, política de reconocimiento y educación*. Barcelona, Fundación La Caixa, 5 y 6 de noviembre. Traducción del texto «What is Visual Culture?», en Irving Lavin (ed.): *Meaning in the Visual Arts: Essays in Honor of Erwin Panofsky's 100th Birthday*, Princeton: Institute for Advance Studies, 2000.
- MITCHELL, W.J.T.: (1995a) «Interdisciplinarietà y cultura visual», *Jornadas Más allá de la educación artística. Cultura visual, política de reconocimiento y educación*, Barcelona, Fundación La Caixa, 5 y 6 de noviembre. Traducción del texto «Interdisciplinarietà and Visual Culture», en *Art Bulletin*, 4, (77), diciembre, 2000.
- MITCHELL, W.J.T.: (2002) «Showing seeing: a critique of visual culture», en *Journal of Visual Culture*, Vol. 1, N° 2, London and New York, Routledge.
- POSTMAN, N. (1999) *El fin de la educación*, Barcelona, Octaedro.
- ROSE, G.: (2001) *Visual Methodologies*, Londres, Sage. (Versión en castellano *Metodologías visuales*, Barcelona, Octaedro, 2006).
- VVAA: (1996) «Questionnaire on Visual Culture», en *October*, 77, MIT Press, Cambridge. (Versión en castellano en la revista *Estudios Visuales*, N° 1, 2003).
- WALKER, J.A. y CHAPLIN, S.: (1997) *Visual culture: an introduction*, Manchester, Manchester University Press. (Versión en castellano *Una introducción a la cultura visual*, Barcelona, Octaedro, 2002).
- WILLIAMS, R.: (1981) *Culture*, Londres, Fontana.
- WILLIAMS, R.: (1989) *The Future of Cultural Studies. The Politic of Modernity*, London, Verso.
- WILLIAMS, R.: (1978) *Decoding Advertisements: Ideology and Meaning in Advertising*, London, Marion Boyars.
- WILLIS, P.: (1978) *Aprendiendo a trabajar*, Madrid, Akal, 1988.
- WOLLEN, P. y otros: (2001) «Barthes, Burgin, Vértigo», en Victor Burgin, Barcelona, Fundació Tàpies.
- WOOD, G.: (2001) *The shock of the real: romanticism and visual culture, 1760-1860*. New Cork, Palgrave.