The background of the cover is an abstract, dynamic composition of overlapping, semi-transparent geometric shapes. On the left, there are several horizontal and vertical bars in various shades of blue, from light sky blue to deep navy. On the right, a vertical stack of colorful rectangular blocks in shades of red, orange, yellow, green, and purple extends towards the top right corner. The overall effect is one of depth and movement, with a bright light source on the right creating a lens flare effect.

CÓMO VER EL MUNDO

UNA NUEVA INTRODUCCIÓN
A LA CULTURA VISUAL

NICHOLAS MIRZOEFF

PAIDÓS

Índice

Portada

Agradecimientos

Introducción. Cómo ver el mundo

Capítulo 1. Cómo verse a sí mismo

Capítulo 2. Cómo pensamos en la visión

Capítulo 3. El mundo de la guerra

Capítulo 4. El mundo en pantalla

Capítulo 5. Urbes mundiales, mundos urbanos

Capítulo 6. El mundo cambiante

Capítulo 7. Cambiando el mundo

Epílogo. Activismo visual

Para seguir leyendo

Lista de ilustraciones

Notas

Créditos

Te damos las gracias por adquirir este EBOOK

Visita Planetadelibros.com y descubre una nueva forma de disfrutar de la lectura

¡Regístrate y accede a contenidos exclusivos!

Próximos lanzamientos
Clubs de lectura con autores
Concursos y promociones
Áreas temáticas
Presentaciones de libros
Noticias destacadas

Comparte tu opinión en la ficha del libro
y en nuestras redes sociales:



Explora Descubre Comparte

AGRADECIMIENTOS

Como siempre, todo se lo debo a Kathleen, y también a Hannah, que me enseñó cómo están rehaciendo el mundo los adolescentes a través de los medios sociales. Mi agradecimiento a Laura Stickney por encargarme este libro y verlo en sus distintas fases de transformación, desde su génesis como ensayo académico hasta su conversión en un volumen para el público en general. Gracias también a Monica Schmoller por su inteligente y comprensiva labor de corrección y edición. Todas las posibles deficiencias son mías, por supuesto. Las ideas del libro surgieron de mis conversaciones con personas de la Universidad de Nueva York y la Universidad de Middlesex donde imparto docencia e investigo —además de otros muchos centros que he tenido la oportunidad de visitar—, y a todas ellas les estoy muy agradecido. Quiero reconocer desde el principio mi deuda intelectual con John Berger, con los enfoques feministas de la cultura visual y con los estudios culturales británicos. En ese sentido, me gustaría dedicar este libro a la memoria del teórico cultural Stuart Hall, mentor e inspiración de tantos de nosotros: que descanse en poder.

NICHOLAS MIRZOEFF

INTRODUCCIÓN
CÓMO VER EL MUNDO

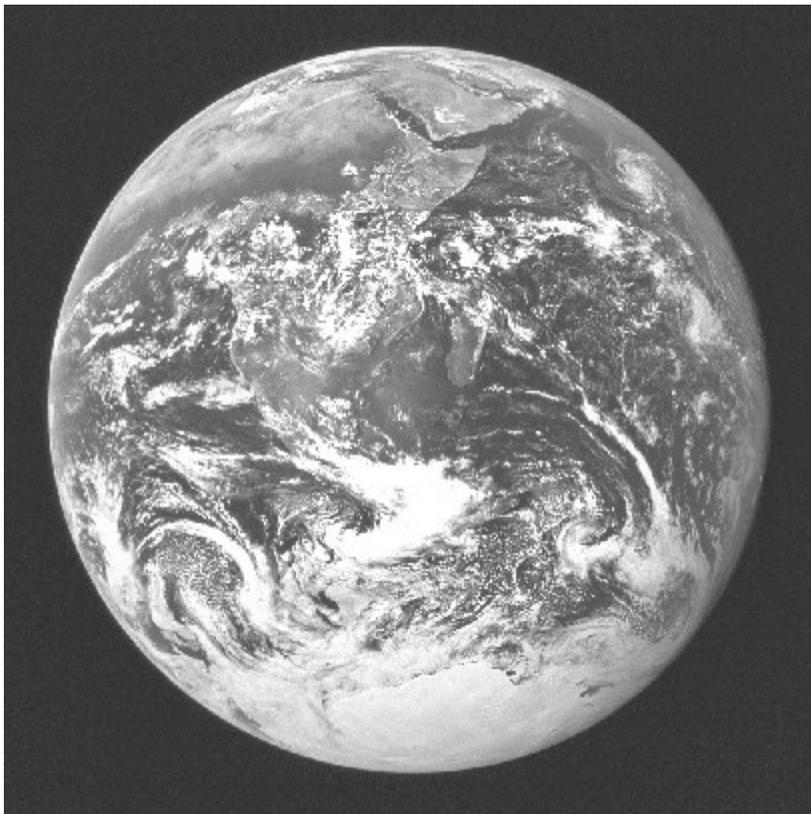


Figura 1. NASA, *Canica azul*.

En 1972, el astronauta Jack Schmitt hizo una fotografía de la Tierra desde la nave espacial *Apolo 17* que se considera la más reproducida de todos los tiempos. Como mostraba la esfera terrestre dominada por azules océanos en los que se intercalan verdes masas continentales y nubes arremolinadas, la imagen llegó a conocerse como *Canica azul*.

La fotografía era una poderosa representación del planeta como un todo y contemplado desde el espacio, sin actividad ni presencia humana visibles. Apareció en la por-

tada de casi todos los periódicos del mundo.

En la fotografía, la Tierra se ve muy próxima al borde del recuadro. Domina la imagen y nos embarga los sentidos. Como la nave espacial tenía el Sol detrás, la fotografía mostraba de manera singular el planeta plenamente iluminado. La Tierra se antoja a la par inmensa y cognoscible. Adiestrados para reconocer el contorno de los continentes, los espectadores veían ahora que esas formas aparentemente abstractas integraban una totalidad vivida y viviente. La fotografía combinaba lo conocido y lo nuevo en un formato visual que lo tornaba comprensible y bello.

En el momento de su publicación, mucha gente sintió que la contemplación de la *Canica azul* cambió su vida. El poeta Archibald MacLeish recordaba que la gente vio por primera vez la Tierra como un todo, «entera y redonda, hermosa y pequeña». Algunos aprendieron lecciones espirituales y medioambientales al contemplar el planeta desde el lugar de un dios. El escritor Robert Poole definió la *Canica azul* como «un manifiesto fotográfico en favor de la justicia global» (Wuebbles, 2012). De hecho, inspiró las ideas utópicas de un gobierno mundial, quizá incluso un único idioma global, condensadas en la portada de *The Whole Earth Catalog* (El catálogo de toda la Tierra), el libro clásico de la contracultura. Sobre todo parecía mostrar que el mundo era un lugar único y unificado. Como dijo el astronauta del Apolo Russell Rusty Schweickart, la imagen expresa que

estamos ante una totalidad: la Tierra es un todo y es muy bella. Ojalá pudiésemos coger a una persona con cada mano, a una de cada bando de los diferentes conflictos, y decirles: «Vamos, miradla desde esta perspectiva. Miradla bien. ¿Qué importancia tienen entonces vuestras diferencias?».

Ningún humano ha visto en persona esta perspectiva desde que se hiciera la fotografía, pero la mayoría de nosotros creemos saber cómo es la Tierra gracias a la *Canica azul*.

Ese mundo unificado, visible desde un lugar, parece a menudo fuera del alcance. En los cuarenta años transcurridos desde *Canica azul*, el mundo ha cambiado radicalmente en cuatro aspectos clave. Hoy el mundo es joven, urbano, conectado y caliente. Cada uno de estos indicadores ha cruzado un umbral crucial a partir de 2008. Ese año vivía más gente en las ciudades que en el campo por primera vez en la historia. Consideremos un país emergente como Brasil. En 1960, solo un tercio de su población vivía en ciudades. En 1972, cuando se hizo la foto de *Canica azul*, la población urbana ya había superado el 50 %. Actualmente el 85 % de los brasileños viven en ciudades, es decir, algo más de 166 millones de personas.

La mayoría de ellos son jóvenes, lo cual nos proporciona el siguiente indicador. En 2011 más de la mitad de la población mundial era menor de treinta años; el 62 % de los brasileños tienen veintinueve años o menos. Más de la mitad de los 1.200 millones de indios son menores de veinticinco y en China existe una mayoría similar de jóvenes. Dos tercios de la población de Sudáfrica son menores de treinta y cinco. Según la Fundación de la Familia Kaiser, el 52 % de los 18 millones de habitantes de Níger son menores de quince y en la mayor parte del África subsahariana más del 40 % de la población tiene menos de esa edad. Puede que las poblaciones de Norteamérica, Europa occidental y Japón estén envejeciendo, pero el patrón global es claro.

El tercer umbral es la conectividad. En 2012 más de un tercio de la población mundial tenía acceso a internet, lo que supone un incremento del 566 % desde el año 2000. No solo Europa y América están conectadas: el 45 % de quienes disponen de acceso a internet están en Asia. No obstante, las principales regiones que carecen de conexión son el África subsahariana (a excepción de Sudáfrica) y el subcontinente indio, lo cual crea una brecha digital a nivel global. A finales de 2014 estaban conectadas unos 3.000

millones de personas. Para el fin de la década, Google prevé 5.000 millones de personas conectadas a internet. No se trata simplemente de otro medio de comunicación de masas. Es el primer medio universal.

Uno de los usos más destacados de la red global consiste en crear, enviar y ver imágenes de todo tipo, desde fotografías hasta vídeos, cómics, arte y animación. Las cifras son asombrosas: cada minuto se suben a YouTube cien horas de vídeos. Cada mes se ven en este sitio 6.000 millones de horas de vídeo, una hora por cada habitante del planeta. El grupo de edad de dieciocho a treinta y cuatro años ve más YouTube que televisión por cable. (Y recuérdese que YouTube no se creó hasta 2005.) Cada dos minutos solo los estadounidenses hacen más fotografías que las que se hicieron en todo el siglo XIX. Se calcula que ya en 1930 se hacían en el mundo 1.000 millones de fotografías al año. Cincuenta años después ascendían a 25.000 millones anuales, todavía hechas en película. En 2012 hacíamos 380.000 millones de fotografías al año, casi todas digitales. En 2014 se hicieron un billón de fotografías. En 2011 existían tres billones y medio de fotografías, por lo que el archivo fotográfico global se incrementó aproximadamente en un 25 %. Ese mismo año 2011 hubo un billón de visitas a YouTube. Nos guste o no, esta emergente sociedad global es visual. Todas estas fotografías y vídeos son nuestra manera de intentar ver el mundo. Nos sentimos obligados a representarlo en imágenes y a compartirlas con otros, como una parte esencial de nuestro esfuerzo por comprender el cambiante mundo que nos rodea y nuestro lugar en él.

El propio planeta está cambiando ante nuestros ojos. En 2013, las concentraciones de dióxido de carbono en la atmósfera traspasaron el umbral de 400 partes por millón por primera vez desde el Plioceno, hace tres o cinco millones de años. Aunque no podamos ver el gas, este ha puesto en marcha un cambio catastrófico. Con más dióxido de carbono, el aire caliente contiene más vapor de agua. Al

derretirse los casquetes glaciares hay más agua en el océano. Y al calentarse los océanos hay más energía a disposición de un sistema tormentoso, que produce continuamente tormentas «sin precedentes». Si un huracán o un terremoto crean lo que los científicos denominan un fenómeno de «nivel del mar alto», como una marejada ciclónica o un tsunami, los efectos se multiplican de manera espectacular. Se han sucedido por todo el mundo inundaciones nunca vistas, desde Bangkok hasta Londres y Nueva York, mientras que otras regiones, desde Australia hasta Brasil, California o el África ecuatorial, sufren sequías sin precedentes. Hoy el mundo difiere físicamente del que vemos en *Canica azul* y cambia muy deprisa.

A pesar del nuevo material visual, a menudo cuesta tener certeza de lo que vemos cuando miramos el mundo actual. Ninguno de estos cambios es firme o estable. Parece que vivimos tiempos de revolución permanente. Si combinamos estos factores de ciudades conectadas y en expansión con una población mayoritariamente juvenil y un clima cambiante, obtenemos una fórmula para el cambio. En efecto, por todo el mundo hay gente empeñada en cambiar los sistemas que nos representan en todos los sentidos, desde el artístico hasta el visual y el político. Este libro pretende entender el mundo cambiante para ayudarlos a ellos y a todos los que intentan comprender lo que ven.

Para hacernos una idea de la distancia recorrida desde *Canica azul*, consideremos dos fotografías del espacio tomadas en 2012. En diciembre de ese año el astronauta japonés Aki Hoshide se fotografió a sí mismo en el espacio. Ignorando el espectáculo de la Tierra, el espacio y la Luna, Hoshide se apuntó a sí mismo con la cámara, creando la máxima expresión del *selfie* o autorretrato. Irónicamente, cualquier rastro de su aspecto o personalidad desaparece en esta imagen, mientras su visera reflectante solo nos muestra lo que está mirando: la Estación Espacial Internacional y, debajo de ella, la Tierra. Allí donde *Canica azul*

nos mostraba el planeta, Hoshide solo quiere que le veamos a él. Sin embargo, la imagen es indudablemente cautivadora. Emulando el *selfie* cotidiano, la cámara y la fotografía nos muestran un espacio real e imaginable de forma aún más directa que *Canica azul*, pero sin nada del impacto social de la anterior imagen. El astronauta es invisible e incognoscible en su propio autorretrato. Parece que la visión implica algo más que estar en un lugar para verlo.

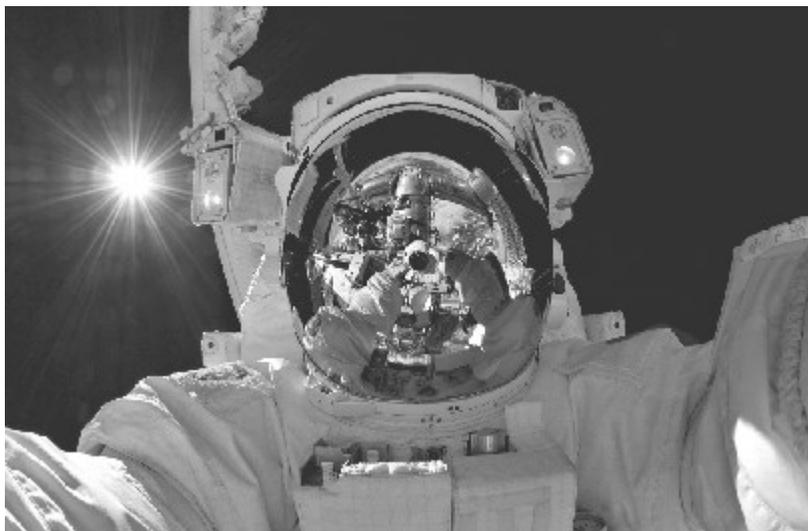


Figura 2. Hoshide, «Sin título», *selfie*.

Ese mismo año, la NASA creó una nueva versión de *Canica azul*. La nueva fotografía era en realidad un montaje de una serie de imágenes digitales captadas por satélite. Desde la órbita del satélite, girando a unos 930 kilómetros por encima de la Tierra, el planeta no resulta visible en su integridad. Hay que alejarse más de 11.000 kilómetros para poder ver el globo entero. La «fotografía» resultante, con corrección de color y ajustada para mostrar Estados Unidos

en lugar de África, es hoy una de las imágenes más vistas en el archivo digital Flickr, con más de cinco millones de descargas.

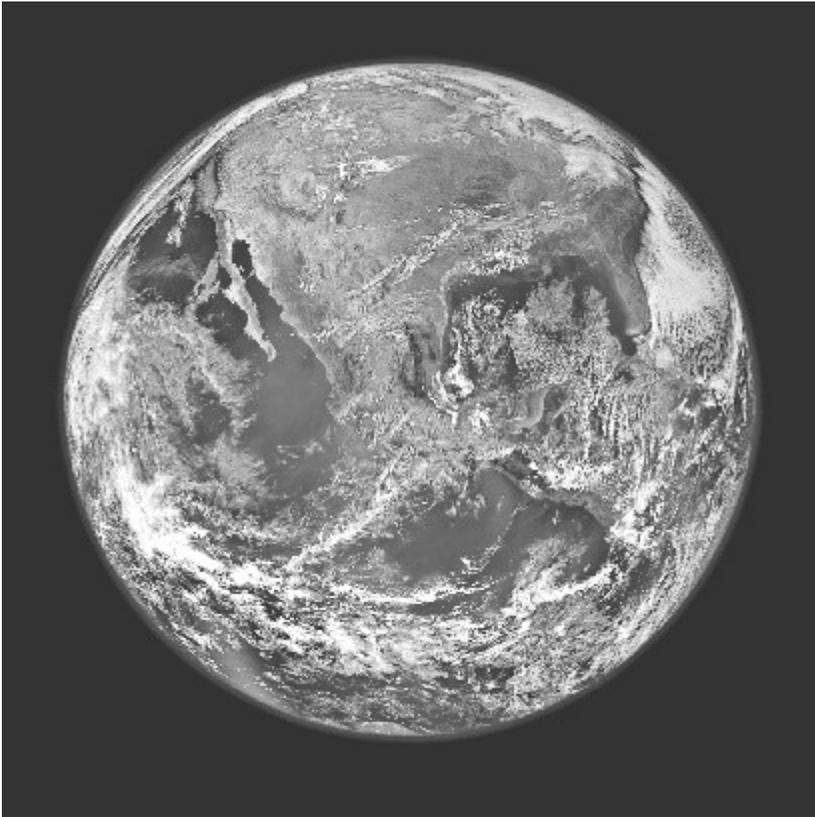


Figura 3. NASA, *Canica azul de 2012*.

Podemos «reconocer» la Tierra en *Canica azul*, pero solo los tres tripulantes del *Apolo 17* han contemplado en realidad esta vista, con la Tierra plenamente iluminada, y nadie ha vuelto a verla desde 1972. La *Canica azul* de 2012 se nos presenta como una fotografía tomada desde un lugar del espacio, pero en realidad no es así. Es precisa en cada detalle, pero falsa en la medida en que aparenta haber sido tomada desde un lugar específico en un momento

concreto. Este «diseño en mosaico» es una técnica habitual en la creación de imágenes digitales y sin duda es una buena metáfora de cómo visualizamos el mundo en la actualidad. Montamos un mundo a partir de diversas piezas, asumiendo que lo que vemos es coherente y que además equivale a la realidad. Hasta que descubrimos que no es así.

La impresionante demostración de que lo que parece un todo consistente es en realidad un compuesto de piezas ensambladas nos la ofreció el crac financiero de 2008. Aquello que los gobiernos y los economistas ortodoxos habían presentado como un mercado financiero global perfectamente estructurado se derrumbó sin previo aviso. Resultó que el sistema estaba apalancado con tanta precisión que un número relativamente pequeño de personas, incapaces de afrontar el pago de sus hipotecas, desató una catástrofe en cascada. La propia conectividad del mercado financiero global hizo imposible contener lo que hace tiempo habría sido un infortunio local. La crisis muestra que hoy el mundo es uno, queramos o no.

Pero que sea «un mundo único» no significa que esté al alcance de todos por igual. Mudarse de país por razones personales o políticas resulta a menudo muy difícil, y depende en parte de nuestro pasaporte. Una persona con pasaporte británico puede visitar 167 países sin visado. En cambio, con pasaporte iraní solamente 46. Por otra parte, el dinero puede moverse adonde se desee con un simple clic del ratón. Hasta 1979, para los ciudadanos chinos era ilegal incluso la posesión de divisas. Hoy China domina el comercio global. Por un lado está la teoría de la globalización, que no tiene grandes complicaciones. Por el otro, la dispar y difícil experiencia de la globalización en la práctica, que tanto tiempo requiere. La publicidad y los políticos nos cuentan que hoy existe un único sistema global, al menos para asuntos financieros. Nuestra vida cotidiana nos dice algo diferente.

CULTURA VISUAL

Este libro está concebido como una ayuda para ver un mundo muy cambiado y cambiante. Es una guía para la cultura visual en la que vivimos. Al igual que el término *historia*, *cultura visual* es tanto el nombre de un campo académico como el de su objeto de estudio. La cultura visual incluye las cosas que vemos, el modelo mental de visión que todos tenemos y lo que podemos hacer en consecuencia. Por eso la denominamos cultura visual, porque se trata de una cultura de lo visual. Una cultura visual no es simplemente la suma de todo lo que ha sido hecho para ser visto, como los cuadros o las películas. Una cultura visual es la relación entre lo visible y los nombres que damos a lo visto. También abarca lo invisible o lo que se oculta a la vista. En resumidas cuentas, no vemos simplemente aquello que está a la vista y que llamamos cultura visual. Antes bien, ensamblamos una visión del mundo que resulta coherente con lo que sabemos y ya hemos experimentado. Hay instituciones que intentan moldear esa visión, que el historiador francés Jacques Rancière llama «la versión policial de la historia», toda vez que nos dice: «Circulen, aquí no hay nada que ver» (2001). Por supuesto que hay algo que ver, aunque solemos dejar que las autoridades se ocupen de la situación. Si se trata de un accidente de tráfico, puede ser lo apropiado. Si se trata de cómo ver la historia en su conjunto, entonces sin duda deberíamos seguir mirando.

El concepto de cultura visual como área específica de estudio comenzó a circular en un momento previo de cambio vital en nuestra manera de ver el mundo. Hacia 1990, el final de la Guerra Fría que había dividido el planeta en dos zonas, cada cual invisible para la otra, coincidió con el surgimiento de lo que se dio en llamar «posmodernidad». La posmodernidad cambió los rascacielos modernos de austeros bloques rectangulares por las juguetonas torres con rasgos *kitsch* y pastiche que hoy dominan el horizonte en el

mundo entero. Las ciudades cambiaron mucho de aspecto. Se formó una nueva identidad política en torno a cuestiones de género, sexualidad y raza que hizo que la gente se viese de otra manera. Esta política confiaba menos en las certezas globales del período de la Guerra Fría y comenzó a cuestionar la posibilidad de un futuro mejor. En 1977, en un momento de crisis social y económica en Gran Bretaña, los Sex Pistols habían resumido el estado de ánimo como «No hay futuro». Estos cambios se aceleraron con el inicio de la era de los ordenadores personales, que transformaron el misterioso mundo de la cibernética, tal como solían designarse entonces los sistemas computacionales, en un espacio para la exploración individual, que en 1984 sería bautizado como «ciberespacio» por el escritor de ciencia ficción William Gibson. La cultura visual irrumpe en esa época en la escena académica, mezclando la crítica feminista y política del arte elevado con el estudio de la cultura popular y la nueva imagen digital.

Actualmente existe una nueva visión del mundo construida por gente que crea, ve y hace circular imágenes en cantidades y formas que jamás podrían haberse previsto en 1990. La cultura visual es hoy el estudio de cómo entender el cambio en un mundo demasiado grande para ser visto pero que resulta vital imaginar. Un vasto y novedoso catálogo de libros, cursos, titulaciones, exposiciones e incluso museos se propone examinar esta emergente transformación. La diferencia entre el concepto de cultura visual de 1990 y el que hoy tenemos es la diferencia entre ver algo en un espacio específicamente concebido para la visión, como un museo o un cine, y verlo en la sociedad red dominada por la imagen. En 1990 teníamos que ir a un cine para ver películas (excepto reestrenos televisivos), a una galería para ver arte o a la casa de alguien para ver sus fotografías. Hoy, por supuesto, hacemos todo eso en línea y, además, cuando nos apetece hacerlo. Las redes han redistribuido y expandido el campo visual, aunque reduciendo con fre-