

# Presentación

## Aquí va a ver más que palabras

Gonzalo ABRIL

Una cultura visual no es una “cultura de las imágenes”, sino una forma de organización sociohistórica de la percepción visual, de la regulación de las funciones de la visión, y de sus usos epistémicos, estéticos, políticos y morales. Es también, al menos desde Lascaux y Altamira, un modo socialmente organizado de crear, distribuir e inscribir textos visuales, proceso que implica siempre unas determinadas tecnologías del hacer-visible, técnicas de producción, de reproducción y de archivo. La cultura visual se refiere, en fin, a la gestión de la *visualidad*, nombre por el que se puede entender a la visión precisamente en tanto que socializada, y de la *visibilidad*, que se refiere más bien al espacio de lo “público” o de lo “común” como ámbitos de exposición a una visión social metaforizada. El espacio público moderno es un espacio de gravitación y de conflicto de fuerzas entre visibilidades e invisibilidades (es notorio el énfasis actual de los políticos y periodistas en la operación de “visualizar” como sinónimo de elevar a público o simular lo público), pero ya antes la economía simbólica de lo religioso concernía a la administración de la visibilidad, la invisibilidad, los poderes de la visión, la videncia y la invidencia.

Y en efecto las sociedades humanas conocen *modos de la visualidad* muy diversos: a veces antagónicos, otras complementarios, muchas veces combinados en formas culturalmente anacrónicas. Hay modos espacio-temporales como la visión externa, objetivadora, y la visión inmersiva. Hay videncia, visión y visionado: ésta última es la que corresponde a funciones informativas, de muestreo, de “test óptico”, según el afortunado concepto de Benjamin, en la recepción de los textos visuales en nuestra era poscontemplativa. Hay incluso modos diferenciados del tele-ver que vienen dictados por los distintos contratos comunicativos que propone la televisión, por ejemplo: lo televisual, lo televisado, lo televisivo.

Pero además pueden distinguirse *regímenes de visión* (en un sentido análogo a los “regímenes de verdad” de Foucault), *metarregulativos* respecto a los modos de la visualidad. Así, cabe un régimen de *invisibilidad*: por ejemplo, mientras el arte del politeísmo hace visibles a los dioses, el del monoteísmo “llama a la invisibilidad del dios retirado en su unicidad”, dice J.-L. Nancy. Cabe un régimen del *entrever*: por ejemplo, en ciertas expresiones eróticas, como algunos grabados del género *shunga*,

dentro del estilo *ukiyo-e* japonés, no se invita a la fruición directa del desnudo sino a la inferencia de las formas y las posturas de los cuerpos a través de la profusa y exquisita vestimenta. Cabe, por fin, el régimen de una *visión total*, tan prolijo en nuestra cultura visual posmoderna: desde el porno al documental de naturaleza o la endoscopia (recuérdese el rendimiento de esta última forma de visión en teleseries de éxito como *CSI* o *House*).

Una cultura visual desborda el marco puramente perceptivo de la visión: como escribió Merleau-Ponty, lo visible siempre tiene un armazón (de lo) invisible. Es más, en las artes visuales puede reconocerse la permanente pugna por un exterior, o tal vez por un interior, en todo caso un lugar otro al que determina la mera percepción visual. Quizá en ese sentido afirmó Blanchot que “la pintura es una lucha para escapar a la visión”.

El ejercicio, la experiencia y los poderes de la visión interfieren cuando menos con otras dos dimensiones fenomenológicas: la de la imagen y la de la mirada. Las representaciones visuales remiten siempre a un exterior “imaginario”, que no es sólo, ni siquiera principalmente, visual. La mirada, que es visión modalizada por un querer ver (una mirada “según el deseo”, que dicen los psicoanalistas), o un querer saber/poder a través de la visión, recibe en cada contexto sociocultural determinaciones particulares. Por ejemplo, Walter Benjamin escribió que “los ojos del hombre de la gran ciudad están sobrecargados con funciones de seguridad”. La mirada vigilante, o cautelosa, o cortésmente desatenta, el juego de interacción entre esas y otras formas de mirar en los contextos cotidianos, son una parte fundamental de la cultura contemporánea, y a través de ellas se modulan las estructuras de la reciprocidad, del reconocimiento mutuo, de la jerarquía y de la lucha por el espacio y el dominio. Experiencias que se combinan con la de ser mirados por los sistemas panópticos expertos de la videovigilancia estatal y privada.

Lo visual, en fin, es el campo de ejercicio de un *logos optikós*, de conocimientos, saberes, prácticas de información, siempre en plural. Es también el ámbito de la escritura, pues gran parte de los textos visuales de nuestra época, y de las anteriores, son más bien *verbovisuales*. Incluso es dudoso que existan medios exclusivamente visuales: Mitchel recuerda que ya Aristóteles anticipó la idea de que los medios son siempre mixtos, siempre multimedios, al entender el drama como combinación de *lexis*, *melos* y *opsis* (palabra, música y espectáculo).

El enunciado que da título a este número monográfico de *CIC* avvicina la “Información” a la “Cultura Visual”: no se trata de una conjunción accidental, ni tampoco sencilla. Los nexos entre la información, tal como ésta se entiende en expresiones del tipo de “era” o “sociedad de la información”, o de “medios informativos”, y los textos visuales, han de ser explicados en coordinadas histórico-culturales precisas.

Conceptos como el de “inscripción” o “coherencia óptica”, elaborados por Bruno Latour, remiten a una matriz cultural específicamente *moderna*, en que el desarrollo del conocimiento, y *a fortiori* de la información, incorpora los procedimientos y las formas textuales visuales. Del mismo modo que el sentido de la palabra en el contexto de la comunicación oral venía determinado por una situación existencial total que involucraba la copresencia de los interlocutores y la inte-

racción corporal, en el contexto de la comunicación a distancia que se desarrolló con la imprenta, en la *cultura tipográfica*, el significado lingüístico se vio atravesado por las condiciones de la experiencia visual y por la interacción entre los diversos registros semióticos que el texto visual permite engranar. Los discursos filosófico, científico, poético y religioso se vieron progresivamente determinados por una “disposición gráfica del concepto” (Fernando Rodríguez de la Flor), de tal forma que ni la representación ni la comunicación del saber han vuelto a ser independientes de su posibilidad de visualización, igual que anteriormente no lo habían sido de su posibilidad de someterse a la regulación retórica.

De la complejidad de las relaciones entre información y cultura visual da testimonio la propia heterogeneidad y variedad de los estudios que recoge este volumen: los cuatro primeros artículos, escritos por L. Alonso, W. Castañares, E. Aladro y G. Abril, abren una extensa paleta de problemas: desde la necesidad de replantearse los tópicos conceptuales de “lo mediático” o “lo audiovisual”, a la necesidad de repensar la experiencia visual contemporánea, cuestionando el significado de “lo virtual”; desde la teoría de la metáfora al concepto mismo de “información”.

Los artículos de V. Sánchez-Biosca y R. Rodríguez Tranche tienen en común el enfoque histórico, la atención a un tema común: la Guerra Civil Española, y a un discurso cinematográfico en que los géneros “documental”, “informativo” y “propagandístico” no son fáciles de deslindar. En ambos casos, el análisis apunta más allá de los datos de tipo mediográfico hacia las dimensiones discursivas, simbólicas y políticas de este discurso.

Los trabajos de F. Valbuena, A. Miranda y A. Davila son estudios sobre textos visuales de nuestra “cultura de masas” contemporánea, y representan aproximaciones metodológicamente diversas, pero complementarias, al conocimiento de los imaginarios y las matrices comunicativas que la rigen.

Los dos ensayos que siguen, de C. Peñarín y M.<sup>a</sup> J. Sánchez Leyva, exploran la densidad simbólica de algunos discursos visuales contemporáneos, de la publicidad, la información o el arte visual, desde miradas políticas y éticas acuciantes y originales.

La nota de Ll. Gómez posee un indiscutible interés histórico, por remitir a una experiencia crucial y poco conocida en el desarrollo de los lenguajes verbovisuales de la modernidad: la de las publicaciones y los textos del futurismo.

El lector sabrá disculpar que se hayan traducido a B/N casi todas las imágenes de este volumen: esto le obligará a hacer algunas inferencias cromáticas. Pero tenga presente que, como solemos justificar quienes raramente tenemos la oportunidad de publicar a todo color, la lectura de textos visuales, y de cualquier clase de textos, exige siempre hacer inferencias.

Además de desplegar un mapa de problemas y perspectivas, este volumen quiere contribuir a tender puentes epistémicos y sentimentales entre estudiosos de áreas divididas por tabiques institucionales a veces injustificables, como los que separan en nuestro ecosistema académico al periodismo de la comunicación audiovisual. Que me perdone la siempre poderosa AACC (Asociación de Amigos de los Cotos Cerrados).