

COMENTARIOS SOBRE LA TERCERA CONTRATESIS
DE W. J. T. MITCHELL EXPUESTA EN SU TEXTO
SHOWING SEEING: A CRITIQUE OF VISUAL CULTURE

JUAN MARTÍN PRADA
Universidad de Cádiz, España
juanmartinprada@2-red.net

Una de las ocho contratesis planteadas por W. J. T. Mitchell en “Showing seeing: a critique of visual culture” es la siguiente: “La Cultura Visual no está limitada al estudio de imágenes o de los media, sino que se extiende a las prácticas cotidianas del ver y del mostrar [...] Está menos preocupada por el significado de las imágenes que por sus vidas y amores” (Mitchell, 2002: 170). Es esta afirmación de Mitchell en torno a la que quisiera articular el comentario que desarrollaré en las siguientes páginas, centrándome en dos de los aspectos señalados en ella. Por un lado, esa demarcación “extendida” de la Cultura Visual a las prácticas diarias del ver y del mostrar y, por otro, el hecho de que estos estudios se hallen menos comprometidos con un análisis de tipo representacional o semiótico —acerca de qué significan las imágenes o qué “quieren” decir— que con uno que atendería a sus “vidas”, a lo que implicarían sus procesos de circulación.

El motivo de que vaya a centrarme en esos aspectos responde a una razón muy concreta. Es en torno a lo referido por esa tercera contratesis donde parecen haberse centrado, durante estos más de quince años que han pasado desde que Mitchell publicara ese texto, las más determinantes transformaciones acontecidas en los estudios de Cultura Visual.

La consolidación, a partir del año 2004, de las nuevas dinámicas de participación propias de la Web 2.0, junto a la enorme expansión en el uso de *smartphones* y otros dispositivos, repositorios y aplicaciones para registrar imágenes y compartirlas en la red, ha supuesto un cambio radical en la orientación de los Estudios Visuales. Éstos, como ya se señalaba en aquel texto de Mitchell, están cada vez más orientados a los usos y vidas de las imágenes, en este contexto de operatividad en red. Nuevas prácticas del ver, sobre todo de “darse a ver”, proliferan en los nuevos procesos de producción y circulación *online* de las imágenes, conformándose como un elemento clave de lo que en alguna ocasión he querido denominar como “capitalismo afectivo” (Martín Prada, 2011). A continuación iré señalando, brevemente, los aspectos esenciales de esas transformaciones en relación a los dos aspectos antes indicados.

LA DEMARCACIÓN “EXTENDIDA” DE LA CULTURA VISUAL A LAS PRÁCTICAS DIARIAS DEL VER Y DEL MOSTRAR

Hoy, en el tiempo de las redes sociales, de la autoimagen compartida, de la proliferación infinita de autorrepresentaciones visuales, asume necesariamente una extraordinaria importancia, en el campo de los Estudios Visuales, la cuestión acerca del mirar y el ser mirado, y más concretamente, del “darse a ver”, de la puesta en escena del “yo”. No es el tiempo ya del primado de los simulacros, sino de las apariencias “verdaderas”. Vanidad y banalidad han devenido “lo auténtico”, en cuanto que las cosas son identificadas cada vez más con el aspecto que ofrecen, en una correspondencia entre ser y parecer. Tratamos de conocernos en un proceso de mostración permanente, de exteriorización; ansiamos autorreconocernos en las pupilas de los otros, que actúan como espejos reactivos; necesitamos vernos siendo mirados. Los gestos de automostración de algunos devienen acontecimientos primordiales para muchos. No es extraño que la fenomenología de la mirada de Sartre, desarrollada en *El ser y la nada* (1943), esté volviendo a ser hoy revisada una y otra vez. Páginas aquellas de Sartre en las que «ser» es “ser visto”, estar siempre sometido a *le regard*, arrojados “en la arena bajo millones de miradas” (Sartre, 1993: 308).

Todas estas dinámicas conforman un nuevo capítulo de una, por otra parte, larguísima historia, y de la que depende también la de la mirada: la historia de la relación entre la dimensión pública y la privada de la vida. Una historia cuyos momentos claves son, por un lado, el esplendor de la esfera pública del siglo XVIII, y, por otro,

la reclamación, ya en el siglo XIX, de la intimidad de un cuarto propio, de un alojamiento independiente en donde poder ser uno mismo. Y contra lo que se podría presuponer en una lectura en términos oposicionales de estos dos momentos, la época de las redes sociales nos está ofreciendo muchas evidencias de la combinación (solo en apariencia contradictoria), entre un enorme apetito de exteriorización y el querer “quedarse en casa”. Eso sí, mediatizada la presencia del sujeto por la distancia segura que proporciona la pantalla, en un nuevo proceso de “extensión a la vida privada de los modos de relación del mundo público” (Béjar, 1987: 75), conformándose en torno a éste todo un nuevo ecosistema visual.

DE LOS ANÁLISIS ACERCA DE QUÉ SIGNIFICAN LAS IMÁGENES HACIA LOS DE LAS “VIDAS” DE LAS IMÁGENES

En otro texto, algo posterior, titulado *What do pictures want*, Mitchell (2005), afirmó que las imágenes tienen vidas y que esas vidas están solo parcialmente controladas por quienes las hicieron nacer. Y esto es hoy más cierto que nunca. No le faltará razón tampoco a Groys cuando comente, en relación a los campos abiertos de los medios contemporáneos de comunicación, como Internet y las redes de telefonía, que “las imágenes digitales tienen la habilidad de originarse, multiplicarse y distribuirse ellas mismas” (Groys, 2009: 23). Otra interpretación posible ésta, podríamos decir, de la idea de una imagen “viva”.

Las imágenes en la red poseen una enorme motilidad, una inmensa capacidad para moverse por sí mismas, una especie de aptitud para vivir por su cuenta, para replicarse casi a la manera de un virus en mutación continua, sometiéndose a infinidad de procesos de transformación (desde automáticas acciones de compresión a más complejos procesos de tergiversación o recombinación por parte de los internautas). Una tendencia de las imágenes a “vivir” por sí mismas, que podría, desde luego, conformar una nueva definición de la expresión “imagen pública”.

A través de las redes las imágenes se mueven por contextos potencialmente infinitos en su diversidad, ofreciéndose a procesos de interpretación ilimitadamente variados. La circulación de la imagen en la red hace de ella una entidad esencialmente polisémica y siempre abierta a reutilizaciones y adaptaciones múltiples.

Seguir las derivas de algunas imágenes resulta fascinante. Una miríada de juicios de valor y actitudes ante la imagen tienen lugar en contextos cambiantes, movedizos,

siempre en tránsito. No vinculadas de forma estable a contextos específicos, las imágenes circulan ajustándose con precisión a todo tipo de dispositivos, dándose a una riquísima variedad de lecturas, respuestas y usos. Habitan como entes “vivos”, configuradas como formas-trayecto, entidades errantes, siempre en transformación y cambio. El “ser” de la imagen muta en un “devenir”, en una transición permanente. La digitalización permite que la imagen sea hoy, como señalaba Hand, “a la vez contexto, vehículo, contenido y mercancía en la cultura de consumo” (Hand, 2012: 49).

La imagen asume pues, la condición de un elemento más de nuestras interacciones comunicativas en la red, formando parte de nuestras conversaciones; tuits y mensajes suelen llevar adjuntas imágenes “casi como un punto al final de una frase” (Harris citado en Malik, 2016). Más que una forma de producción de memoria, de recuerdos, la fotografía deviene una práctica para la relación social, más una forma de comunicación en tiempo real, que de recuerdo o conmemoración. La imagen compartida es, sobre todo, un elemento para requerir atención a nuestros contactos en las redes, una manera de mantenernos en relación. Lo cual nos obligaría, como se ha señalado en muchas ocasiones, a dar hoy, en el análisis de la imágenes en general (y de la imagen fotográfica en particular) más importancia a sus usos que a sus contenidos representacionales. Pues la imagen en las redes sociales tiene una función eminentemente apelativa, de llamada de atención, combinada con otra fática, orientada a mantener viva una relación comunicativa, a que se mantenga activa nuestra conexión con los demás. Esta función fática, que es la que nos permite mantener viva una conversación sin que, sin embargo, emitamos un mensaje concreto (Malinowski, 1972), protagoniza en gran medida el uso que hacemos de las imágenes. Muchas de las que transitan por las redes sociales solo participan en esa misión, compartidas meramente para señalar la continuidad del individuo en el proceso de comunicación *online*, como elementos vivificadores del estado de conexión social. En el ámbito de la imagen esto tiene importantísimos efectos, colaborando, por ejemplo, a que la fotografía deje de ser un intento de visión especial de la realidad (excepto en los casos en los que hay intenciones “artísticas”) para devenir registro de la “visión normal” (Ascott, 1996: 168), del lenguaje cotidiano del ver, de la mirada ordinaria. En este sentido, parece pertinente recordar la siguiente observación de José van Dijck: “La cámara del teléfono móvil fusiona las modalidades orales y visuales, adaptándose estas últimas a aquéllas. Las imágenes devienen más como el lenguaje hablado, mientras que las fotografías se convierten en la nueva moneda para la interacción social” (Van Dijck, 2007: 115).

REFERENCIAS

-
- Ascott, R. 1996. "Photography at the interface" en T. Druckrey (ed.) *Electronic Culture*, Denville, Aperture.
- Béjar, H. 1987. "Autonomía y dependencia: la tensión de la intimidad" en *Revista de Investigaciones Sociológicas*, núm. 37.
- Groys, B. 2009. "From the Image to the Image File - an Back" en L. P. Koepnick y E. McGlothlin (eds.) *After the Digital Divide?: German Aesthetic Theory in the Age of New Media*, Nueva York, Camden House.
- Hand, M. 2012. *Ubiquitous Photography*, Cambridge, Polity.
- Malik, O. 2016. "In the future, we will photograph everything and look at nothing" en *The New Yorker*. Disponible en: <http://www.newyorker.com/business/currency/in-the-future-we-will-photograph-everything-and-look-at-nothing>
- Malinowski, B. 1972. "Phatic Communion" en J. Laver y S. Hutcheson (eds.) *Communication in Face-to-face interaction*, Harmondsworth, Penguin Books.
- Martín Prada, J. 2005. "La enseñanza del arte en el campo interdisciplinar de los Estudios Visuales" en J. L. Brea (ed.) *Estudios Visuales. La epistemología de la visualidad*, Madrid, Akal.
- Martín Prada, J. 2011. "¿Capitalismo afectivo?" en *Revista EXIT Book*, núm. 15.
- Mitchell, W. J. T. 2002. "Showing seeing: a critique of visual culture" en *Journal of Visual Culture*, vol. 1(2).
- Sartre, J. P. 1993. *El Ser y la nada*, Altaya, Barcelona.
- Van Dijck, J. 2007. *Mediated Memories in the Digital Age*, Stanford, Stanford University Press.