

## El ojo sociológico

---

Jesús M. de Miguel

Universidad de Barcelona

### RESUMEN

La Sociología Visual apenas si ha comenzado en España. Sociólogos conocidos de otros países han elaborado teorías sobre la imagen, entre ellos Erving Goffman (Canadá), Howard Becker (Estados Unidos) o Pierre Bourdieu (Francia). Una primera tarea de la Sociología Visual es enseñar a ver, y a analizar la mirada. El objetivo final es colaborar en la construcción de la realidad social y en el cambio de los procesos de desigualdad social en un mundo globalizado. Para establecer los cimientos de ese edificio, el presente artículo analiza el proceso de *ver* y las formas sociales de *mirar*. Se presentan algunas ideas sobre la interpretación visual de la sociedad. Se elabora la *teoría del punto ciego* aplicada a la realidad social. Todas estas ideas permiten avanzar hacia la institucionalización de la Sociología Visual en nuestro país, su estudio e investigación. La interpretación de la realidad social se ve mediatizada por dos procesos: el de ver y el de interpretar lo visto. La cultura visual predominante en la actualidad requiere una deconstrucción activa de sus significados y consecuencias sociales. Los/as estudiosos de la Sociología deben *aprender a mirar* si quieren convertirse en buenos profesionales.

*Palabras clave:* Fotografía, Sociología Visual, Teoría Sociológica, Sociología del Arte.

---

La realidad social entra por los ojos<sup>1</sup>. El presente siglo XXI es el de la imagen<sup>2</sup>. La Sociología se dedica cada vez más a lo visual. Los padres de la Sociología confiaron plenamente en la palabra escrita. Pero actualmente para conocer la realidad social hay que utilizar fotografía, imagen virtual, vídeo, cine documental y no-documental. En base a las imágenes de los medios de comunicación, la población teoriza sobre la sociedad y critica la realidad social. Se considera que *ver* es una práctica que no hay que aprender; pero *ver bien* —con ojo sociológico— requiere un aprendizaje que se puede enseñar en la Universidad. Actualmente, las Ciencias Sociales diseñan cursos sobre imagen, comunicación audiovisual, vídeo y cine. Pero a menudo no son sociólogos/as los que desarrollan las teorías, sino ensayistas como John Berger y Susan Sontag, o historiadores como Eric Hobsbawm y James Elkins<sup>3</sup>. El libro *The Object Stares Back*, de este último, es una muestra excelente del análisis del ojo como instrumento para conocer la realidad<sup>4</sup>. Presenta ideas adicionales en su libro *How to Use Your Eyes*<sup>5</sup>. Pero se nota la carencia de una interpretación sociológica del

<sup>1</sup> Este artículo se escribió en Georgetown University, Estados Unidos, en las primaveras de los años 2000 y 2001. Dos personas me dieron ideas en Washington DC: Melissa G. Moyer y Carlos Alba, por lo que les estoy agradecido. Siempre aprendo mucho de colegas como Bernabé Sarabia. Agradezco los comentarios específicos —y buen ojo— de Carolina G. de Miguel, Xavier Martín, Carmelo Pinto, Lola de Hevia y Laia Balcells. Algunas otras ideas provienen de la antropóloga-física australiana Carmen de Miguel, aprovechando su viaje a Solsona a medir cráneos neolíticos. Otras críticas provienen de Julio Iglesias de Ussel. Para cualquier comentario o información sobre el presente artículo se puede contactar con Jesús M. de Miguel, Catedrático de Sociología, Departamento de Sociología, Universidad de Barcelona, Avenida Diagonal 690, 08034 Barcelona, tel. 93 402 14 06, y correo electrónico: demiguel@eco.ub.es. Para una extensión del tema puede verse el libro de Jesús M. de Miguel y Carmelo Pinto, *Sociología Visual* (Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas, 2002), 299 pp. Es el número 186 de la colección (azul) de Monografías.

<sup>2</sup> Algunas ideas sobre el impacto de la imagen (y la información) en el mundo actual se pueden *ver* en Anthony Giddens, *Runaway World: How Globalisation is Reshaping our Lives* (Londres: Profile Books, 1999), 104 pp. Hay traducción en Taurus (2000). La imagen es esencial en las modernas revoluciones, como el papel de la televisión en la caída del Muro de Berlín en 1989.

<sup>3</sup> John Berger es autor del librito *Ways of Seeing* (Londres: BBC y Penguin, 1972), 166 pp., publicado originalmente en Penguin, y con varias traducciones (una reciente en castellano). También, *Mirar* (Barcelona: Gustavo Gili, 2001), 188 pp., versión española de *About Looking*, de 1980. Susan Sontag, una de las mejores ensayistas contemporáneas, es autora de *On Photography* (Nueva York: Farrar, Straus & Giroux, 1977), actualmente editado por Anchor Books Doubleday (209 pp.), con diversas ediciones desde 1990; fue publicado originalmente como artículos en 1977 en *The New York Review of Books*, y editado en español como *Sobre la fotografía* (Barcelona: Edhasa, 1981), 219 pp. Son dos libros esenciales para entender los estudios visuales. De Eric Hobsbawm es importante leer *Behind the Times: The Decline and Fall of the Twentieth-Century Avant-Gardes*, publicado en 1998, traducido como *A la zaga: Decadencia y fracaso de las vanguardias del siglo XX* (Barcelona: Crítica, 1999), 55 pp. Realmente no es un libro, sino una conferencia llena de ideas.

<sup>4</sup> James Elkins, *The Object Stares Back: On the Nature of Seeing* (Nueva York: A Harvest Book Harcourt Inc., 1997), 271 pp. La dedicatoria representa la idea principal del libro: «Para la memoria inconstante de una cara que nunca más volverá a ver». Elkins es un conocido historiador del arte, en la School of the Art Institute of Chicago. Es autor de numerosos libros, todos excelentes: *The Poetics of Perspective* (Ithaca: Cornell University Press, 1994), 324 pp.; *Our Beautiful, Dry, and Distinct Texts: Art History as Writing* (Nueva York: Routledge, 2000), 300 pp., la primera edición en 1997; *What Painting Is: How To Think About Oil Painting. Using the Language of Alchemy* (Nueva York: Routledge, 1998), 246 pp.; *The Domain of Images* (Ithaca: Cornell University Press, 1999), 282 pp., y *Why Are Our Pictures Puzzles? On the Modern Origins of Pictorial Complexity* (Nueva York: Routledge, 1999), 302 pp.

<sup>5</sup> James Elkins, *How to Use Your Eyes* (Nueva York: Routledge, 2000), 258 pp. Analiza 33 objetos que se pueden mirar, realizando un análisis parsimonioso (y lleno de imaginación) de la forma en que vemos.

sentido de la vista. El objetivo de las páginas que siguen es presentar la aportación de «lo visual» a la Sociología.

Vemos con los ojos. El ser humano tiene una habilidad especial para ver en tres dimensiones cuando sólo capta dos dimensiones<sup>6</sup>. Los ojos se mueven muy rápidamente para ver lo que les interesa o inquieta<sup>7</sup>. Si algo les llama la atención, la persona mueve la cabeza para poder enfocar mejor<sup>8</sup>. Sólo vemos bien de frente, y con abundante luz. La luz viaja, así que siempre vemos el pasado. Pero es un pasado muy cercano. La luz del sol tarda ocho minutos en llegar a nosotros. Además, ver es inconstante. El ojo mira a su antojo. Cada seis segundos parpadea. Es cierto que el cerebro puede ordenar a los ojos fijar la vista en algo. Pero la mayor parte de nuestra vida dejamos a los ojos libres para ver lo que ellos desean mirar, aparentemente sin mucha racionalidad. Cuando estamos despiertos los ojos están en continuo movimiento. Realizan un recorrido, itinerario y movimiento que pocas veces nos paramos a analizar. Recorren toda la habitación, por ejemplo, para enviar al cerebro una idea de conjunto. Los ojos sólo enfocan bien una zona reducida. Por lo tanto, deben trabajar deprisa, moviéndose de un lado para otro incesantemente. No es que los ojos dependan de nuestra voluntad; al contrario, se puede aventurar que pensamos aquello que los ojos nos obligan a ver. Dependen de nosotros, pero a menudo funcionan de forma inconsciente. Nuestros ojos ven lo que se les ha enseñado a mirar, o a vigilar. Lo que no se ve apenas se piensa, tampoco se categoriza. Es cierto que la realidad social entra por los ojos, pero en la vida normal los ojos tienen su propio método para desentrañar esa realidad. Sólo aceptando ese hecho es posible empezar a ver de forma diferente, más sistemática. El objetivo es *aprender a ver* cuando ya se es mayor. En Ciencias Sociales, un viejo objetivo docente es aprender a observar<sup>9</sup>.

---

<sup>6</sup> Es como los dibujos de *Magic Eye*. El truco es relajarse y concentrarse en la foto. De pronto se ve todo en tres dimensiones, con la recompensa de ver algo especial que estaba escondido en las dos dimensiones. Los arquitectos/as tienen también la habilidad de ver casas donde sólo hay planos. Los/as policías reconocen a una persona con las tradicionales dos fotos: de frente y perfil. Las personas tienden a imaginar cosas a partir de letras y palabras en un libro (por ejemplo, una novela). La mente construye todo un mundo imaginario —incluso de colores— a partir de las palabras. Cuando el cuerpo duerme, el cerebro inventa sueños.

<sup>7</sup> Los ojos se mueven por ráfagas. Descansan un poco y vuelven a moverse rápidamente. Quizás es porque el proceso de ver supone al ojo enviar información al cerebro y esperar instrucciones. El cerebro con la información recibida elabora una hipótesis y requiere al ojo obtener más información. Todo ello ocurre a gran velocidad. El ojo obtiene nueva información, que el cerebro contrasta y procesa de nuevo. Si no hay sorpresas, la mente llega a una conclusión rápida sobre la naturaleza de lo que está viendo. Si el cerebro no reconoce un objeto (por ejemplo, la visión de un cuadro abstracto), el ojo sigue incesantemente enviando información, sin que el cerebro llegue a una hipótesis rápida sobre lo que tiene enfrente. Esta angustia a veces se disfraza con una risa. Aunque el arte abstracto es dramático, muchas personas no pueden evitar reírse.

<sup>8</sup> Por eso los humanos tenemos la cabeza bastante móvil y prominente. Si es preciso, los pies se mueven para girar el cuerpo.

<sup>9</sup> Un libro esencial es el de Óscar Guasch, *Observación participante* (Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas, 1997), 105 pp. Es el número 20 de Cuadernos Metodológicos.

## EL PROCESO DE VER

Realmente, no se ve con los ojos sino con el cerebro<sup>10</sup>. El ojo transmite las vibraciones electromagnéticas de la luz en la retina, a través de impulsos del nervio óptico, al cerebro. El ojo y la retina ven en dos dimensiones. El cerebro reelabora la información, la mezcla con la que ya posee, e imagina esa realidad nueva en tres dimensiones. La pupila controla la cantidad de luz que penetra. Si se mira fugazmente a los ojos de alguien, esa persona reconoce *una mirada que mira*. Supongamos que estamos en una cafetería, sentados a una mesa, con una persona conocida enfrente. Al principio la miramos a los ojos, y reconocemos así que tenemos al lado a un ser inteligente, quizás íntimo. Pero mirar a los ojos es cansado y, además, intimidatorio. Por eso a menudo descansamos la vista, paseándola por encima de la persona que tenemos enfrente. Miramos a su silla, a la taza de café, a las personas de otra mesa y a la pared de enfrente. Lo hacemos con mirada distraída, incluso desenfocada. Pero si fijamos la vista en los ojos de nuestro compañero/a de mesa, al cabo del rato descubrimos que sus ojos no son más que globos, músculos, quizás algo gelatinoso. En el fondo están vacíos. Mirar a los ojos es una actividad que no se suele mantener seguida mucho tiempo; genera intranquilidad. Los ojos no son la persona. Lo inquietante es reconocer que los ojos están conectados a un cerebro, y que realmente *vemos con el cerebro*<sup>11</sup>.

Un ejemplo puede ilustrar esto mejor. Cuando cerramos los ojos, incluso muy prietos, al cabo del rato vemos. Distinguimos manchas, nubes, incluso colores, a veces una mota de polvo o como si fuese un pelo en el objetivo fotográfico. Son como pequeños hilitos, en forma de diminutos rosarios, que van bajando (eso sugiere que dentro del ojo están subiendo)<sup>12</sup>. Mi mujer dice «*Yo sólo veo colores*». Pero vemos con los ojos cerrados. Cuando dormimos y soñamos también «vemos», incluso en varias dimensiones: pre-vemos, coloreamos, fundimos imágenes, estamos a la vez en dos sitios y en varios momentos. En sueños, aunque una persona esté detrás de nosotros, sabemos quién es sin verle la cara. Luego podemos recordar el sueño, es decir, *recordamos haber visto*. A una persona que nos dice que ha estado soñando se le puede preguntar si lo ha hecho en colores o en blanco-y-negro. La persona suele dudar. Vemos con el cerebro, no necesariamente con los ojos: por eso se puede ver con los ojos cerrados, igual que se puede soñar despierto. Los

<sup>10</sup> El ojo ve; el cerebro procesa e interpreta, generando luego un pensamiento sobre lo visto. Lo importante es que el cerebro añade información propia a la que es transmitida por los ojos. En ese sentido, el cerebro ve más que los dos ojos y, sobre todo, entiende. Ojos y cerebro trabajan conjuntamente, en equipo.

<sup>11</sup> Lo que en Sociología se denomina «la muerte social» es cuando las personas ya no desean ver a una persona. Ocurre a menudo cuando una persona se sabe que tiene una enfermedad terminal.

<sup>12</sup> No es fácil enfocar esos rosarios, pues en cuanto se intenta se deslizan. Se puede jugar a perseguirlos. Para verlos mejor basta con mirar a una fuente de luz.

ojos a menudo nos engañan. Personas enfermas o febriles imaginan cosas (a eso se llama «ilusión») o ven lo que no existe (es entonces «alucinación»).

Si nos hacemos los distraídos —cerebralmente— pero vigilamos nuestros ojos, podemos descubrir lo que buscan o miran. Primordialmente les fascinan los cuerpos humanos, las personas, sobre todo las caras, y en especial los seres en movimiento. De ahí, quizás, la atracción que supone la televisión, que normalmente muestra seres humanos en movimiento<sup>13</sup>. Puede pensarse que es un resto atávico: los ojos vigilan cualquier ataque humano o animal, sobre todo a traición, por los lados o por detrás. Los ojos notan mucho los cambios de luz y el movimiento en los laterales, más que enfrente. Vigilan constantemente, recorriendo el terreno, con itinerarios para no dejarse sorprender. Puede que ésa sea una explicación. Pero llevamos ya varios siglos —miles de años— en que no dependemos de la vista para sobrevivir en la selva. Los ojos seguramente están aprendiendo nuevas técnicas de ver, otros recorridos, más eficaces con la vida urbana, el trabajo, la oficina, para estudiar o para trabajar en ordenador. Aprendemos, por ejemplo, a comer y ver la televisión al mismo tiempo.

Las personas muestran una fascinación especial por otros seres humanos. La atracción visual por las personas, y sobre todo por las caras, es proverbial<sup>14</sup>. Allí donde no hay caras ni animales, los imaginamos. Por ejemplo, cuando nos echamos en un prado a ver nubes imaginamos figuras. Suelen ser personas (viejos, niñas), monstruos, muchas caras, seres feroces, animales mitológicos o extintos corriendo o volando. Instintivamente buscamos seres... como nosotros. Subir al autobús, montar en metro o pasear por la ciudad son experiencias en que pasamos el tiempo viendo caras, comparándolas, mirándolas, remirándolas, clasificándolas. Se mira a cada persona que entra o que pasa al lado. Casi siempre se fija uno en la cara; el resto del cuerpo, sólo por encima. Sin embargo, los antropólogos/as (¡y mis alumnos/as!) aprenden a fijarse en los zapatos, como un indicador de clase social o de estilo<sup>15</sup>.

Pero aun aceptando que miramos caras, de reojo o con descaro<sup>16</sup>, no queda claro qué miramos. A una persona que no conocemos sólo la miramos a los ojos un instante. ¿Pero qué

<sup>13</sup> Este tema lo trata mejor Rose Goldsen, en el libro de María Jesús Buxó y Jesús M. de Miguel (eds.), *De la investigación audiovisual* (Barcelona: Proyecto A, 1998), en las pp. 105-127. Otra crítica inteligente es la realizada por Pierre Bourdieu en su libro *Sobre la televisión* (Barcelona: Anagrama, 1997), 140 pp.

<sup>14</sup> Muchos músculos de la cara sólo tienen la función de expresar sentimientos. No tienen un objetivo fisiológico funcional.

<sup>15</sup> El consejo sociológico es que si quieres entender a alguien no le mires a la cara, sino a los zapatos. No llevar zapatos es otra fuente de información. Otras profesiones, como psicoanalistas y arquitectos, son también muy conscientes de los zapatos.

<sup>16</sup> «Reojo» significa disimuladamente, sin mover la cabeza; por el *raballo del ojo*, que se dice.

miramos después? ¿La nariz, las cejas, el pelo, las orejas? Es posible que cada individuo mire algo diferente. Quizás no; es posible que todos/as sigamos un itinerario semejante. Se podría realizar un estudio de qué es lo que miramos, y en qué orden<sup>17</sup>. No se sabe, pues, lo primero que miramos en una cara; ni tampoco cómo la recordamos después. Seguramente memorizamos la cabeza de frente más que de perfil, como si fuese una foto de pasaporte. Cada ser humano recuerda bien varios cientos de caras. Identifica esas caras con nombres, y a menudo con otros datos como: edad, relaciones personales, profesión, dónde la conocimos. A veces olvidamos el nombre; otras veces lo recordamos pero olvidamos la cara; con el tiempo olvidamos ambas cosas. Lo importante es que la memoria no es sólo visual, pues incluye olores, sabores, sentimientos. Aunque la memoria es más fotográfica que en forma de vídeo: se recuerdan momentos estáticos, no procesos. Incluso de películas se recuerdan imágenes concretas bastante difuminadas (no dio tiempo a ver bien). Debe ser por una economía de espacio en el cerebro.

De una persona que no vemos hace bastante tiempo, nuestro recuerdo de su cara se difumina, se hace cada vez más tenue o borroso. Por ejemplo, el recuerdo de la cara de una persona que ha muerto, ¿cuánto tiempo se mantiene? Más interesante es saber qué cara es la que recordamos de una muerta. No tenemos necesariamente grabada su última cara, la del día de su defunción. Es posible que sea la cara de cuando fuimos amigos/as íntimos, o quizás la cara de una fotografía suya que vemos a menudo. Hay, pues, miradas y recuerdos múltiples. El poder de la imagen plastificada es considerable. El mundo de la fotografía nos ayuda a recordar caras en un momento preciso de la vida de otra persona. Es constante y, hasta cierto punto, anula las demás. A lo mejor el cerebro calcula una media de todas las caras de esa persona que tiene archivadas (por ejemplo, a través de sus años, o quizás en temporadas o estaciones distintas), y ésa es la cara que guarda e identifica con un nombre. Con un sistema similar tenemos archivada nuestra propia cara. El cerebro simula un archivo de fotos.

Sea de una forma u otra, la atracción de los seres humanos por otros seres humanos es manifiesta... quizás patológica. Las Ciencias Sociales funcionan bastante con los ojos. La Sociología es una ciencia fascinada de forma oficial —y legítima— por los seres humanos, sus relaciones sociales y problemas. Pero no parece importarle mucho la imagen concreta de esas personas. También están preocupadas por el ser humano la Antropología, Psicoanálisis, Psicología y varias disciplinas más. Además, la realidad incide sobre su propio análisis. Vargas Llosa considera que uno no escribe los libros que quiere, sino que los libros que quieren ser escritos buscan autor. Es un pie un poco forzado, pero la idea es intuitiva y tiene bastante razón. Los libros persiguen a los/as autores, y no al revés, como los/as es-

<sup>17</sup> Es como el juego de preguntar a otro varón *qué es lo primero que mira en una mujer*. Suele contestar: el culo, la cara, las tetas, los ojos, el color de los ojos, la cintura, el talle, los labios, la figura, el estilo, su sonrisa, todo.

critores jóvenes creen a pies juntillas. Algo similar ocurre con los ojos y el cerebro. La excelente escritora Soledad Puértolas en una entrevista afirma: «Es mucho más difícil vivir que escribir»<sup>18</sup>. ¿Será verdad?

La mayor parte de la visión del ojo es inconsciente. Los ojos van libres, a su aire, para ver lo que quieren ver. Pueden ser llamados al orden, por ejemplo, en un cine o al ir a una obra de teatro. Es interesante observar lo que hacen los ojos en un concierto, donde el oído es más importante que la vista. No pagamos la entrada para ver a la persona de al lado de nuestra butaca (aunque algunas personas sí lo hagan). En un cine pagamos por entrar y ordenamos a los ojos dirigir su atención total a una pantalla iluminada. En casa, al ver películas en la televisión, los ojos vagan por la habitación y no siempre se centran en el aparato de televisión. En algunos programas los productores incluyen risas de forma casi continua para llamar la atención a la pantalla. Pero incluso cuando hay luz en la habitación, o en la sala de cine cuando se enciende la iluminación, los ojos no lo ven todo, sino aquello que desean mirar o enfocar. Somos cegatos para algunos detalles, pero no para otros<sup>19</sup>.

Algunos tenemos la suerte de tener un hermano arquitecto<sup>20</sup>. Es divertido cuando voy con él caminando por la calle, entrando en un edificio o en alguna tienda. Consistentemente le descubro mirando a otras cosas que yo, a otros rincones, en otra dirección. Dentro de un edificio no se limita a mirar de frente, como hago yo, sino que mi hermano mira al techo, a las cañerías, a la conducción eléctrica, el diseño de las baldosas del suelo, a las esquinas, los rastros de goteras, etc. Sus avezados ojos de arquitecto le hacen molestarse por detalles que a mí no me importan, o incluso ni veo. A mi hermano le llaman la atención cosas que a cualquier otra persona le resultarían desapercibidas. Cuando abre una puerta, instintivamente nota la altura del picaporte, y estoy seguro que está visualizando el tipo de arquitecto/a que ha diseñado esa puerta. Mentalmente calcula la generación en que estudió Arquitectura según la altura del picaporte. A los ojos de los demás mortales, los picaportes no ofrecen tantas explicaciones de la realidad social. Ni siquiera recordamos que hay picaportes; sencillamente, la puerta se puede abrir.

Una fotografía suele enfocar por igual todos los detalles incluidos en la foto. Depende de la llamada «profundidad de campo» y del «enfoque». Pero si suponemos una foto en que todo está enfocado, por ejemplo comensales en una boda, la foto presenta todos los deta-

<sup>18</sup> La entrevista, realizada por Ima Sanchís, se titula «El paso del tiempo es una belleza», en *La Vanguardia* (30 agosto 2000), p. 68. La foto está menos lograda que el texto. La frase debería haber sido: «Es mucho más fácil escribir que vivir».

<sup>19</sup> Edipo no «ve» hasta que se saca los ojos.

<sup>20</sup> José Luis de Miguel es Catedrático de la Escuela Técnica Superior de Arquitectura, en la Universidad Politécnica de Madrid; además de excelente hermano.

lles al mismo nivel de realidad: los convidados endomingados o los langostinos en el plato. Sin embargo, la mirada humana es fundamentalmente desenfocada<sup>21</sup>. Vemos muy bien una zona determinada de la escena (la que corresponde con la fovea en la retina), uno o dos grados únicamente; medio metro alrededor vemos bastante bien pero sin precisión<sup>22</sup>. Los lados los vemos por el rabillo del ojo, de reojo, intuyendo sombras o figuras pero sin saber qué son. Sin embargo, aunque no enfoca bien, la visión periférica es más sensible a la luz. De noche se ve más por los lados que en la parte central<sup>23</sup>. La persona no es consciente de esas diferencias, pues los ojos se mueven constantemente, gracias a los seis músculos que los enfocan con precisión. El movimiento, y que son *dos* ojos, permite conocer el tamaño, distancia y volumen de las cosas<sup>24</sup>. También es una ventaja que los dos puntos ciegos no coincidan exactamente. Además, tener dos ojos permite guiñar uno (mejor el izquierdo) como signo de complicidad.

Si al mirar viésemos todo perfectamente, con el máximo detalle, igual precisión, seguramente nos volveríamos locos. Sería tal la abundancia de datos de imágenes que no podríamos almacenarlos ni procesarlos en el cerebro. Del mismo modo, las fotos de una revista, por ejemplo del semanario gráfico *Hola*, son hiper-reales<sup>25</sup>. El fenómeno fisiológico de «inhibición lateral» en las células de la retina contribuye a destacar las personas o cosas. Nos permite ver mejor, como un recortable<sup>26</sup>. Así diferenciamos los objetos del contexto. Mentalmente agrupamos, además, los objetos similares. Nuestra mente busca elemen-

<sup>21</sup> Horizontalmente vemos 180 grados, y verticalmente 130, pero enfocamos bien solamente dos grados. En la periferia notamos movimiento e intensidad de luz, pero apenas colores. Quizás por eso la fotografía produce una fascinación especial en el ser humano: lo que se ve en una foto reducida es mucho más de lo que vemos a simple vista.

<sup>22</sup> Se denomina de varias formas: fovea, mácula, *macula lutea*, o mancha amarilla. El Diccionario de la Real Academia la define como «porción pequeña de la retina de los primates, carente de bastones y con gran cantidad de conos, que constituye el punto de máxima acuidad visual». La fovea está llena de conos, pero no de bastoncillos. Los conos necesitan luz y proporcionan la visión muy enfocada y en color. Los bastones en la periferia de la fovea (toda la retina menos en el punto ciego) se especializan en baja intensidad de luz. Producen visiones en grises. Los bastones no proporcionan una visión en color, sino de intensidad, es decir, en blanco y negro. Cada ojo humano tiene unos 125 millones de bastones, y entre 6 y 7 millones de conos. Algunos pájaros tienen dos foveas por ojo, y otros una fovea en forma de banda.

<sup>23</sup> Por eso muchas personas dicen: «*De noche yo no veo bien*». Basta que miren a los lados, no de frente.

<sup>24</sup> El tener dos ojos es útil en situaciones muy próximas, por ejemplo para enhebrar una aguja; pero es menos útil cuando los objetos son lejanos. Entonces la distancia, y el volumen, se averiguan más bien mediante el movimiento, las sombras o la perspectiva. De lejos el tener dos ojos no ayuda tanto como las personas creen. Hay otros sistemas sutiles que las personas utilizan consistentemente para orientarse visualmente. Las sombras son importantes, pero una vez utilizadas como información mentalmente las hacemos desaparecer, para poder así ver las figuras de forma más recortada.

<sup>25</sup> A menudo son fotos «reales», es decir, de la realidad.

<sup>26</sup> La inhibición lateral consiste en que cuando algunas neuronas de la retina son estimuladas por la luz, las neuronas adyacentes se inhiben. Así somos capaces de notar contornos, diferenciar los objetos y notar mejor el movimiento. Ver Robert L. Solso, *Cognition and the Visual Arts* (Cambridge: The MIT Press, 1999), 294 pp., especialmente las pp. 61-72. Este proceso neurológico (del que pocas personas son conscientes) permite delinear los contornos. Así es más fácil pasar de una visión en dos dimensiones a una interpretación mental en tres dimensiones. Gracias a ello vemos el mundo más claramente.

tos regulares y conocidos en el entorno. Vamos por la calle mirando lo mínimo, lo justo para no tener un accidente, y para reconocer a nuestros amigos/enemigos si nos cruzamos con ellos/as. Vemos lo suficiente para subir al autobús, para echar una mirada de reojo a los anuncios, para gozar de la vida. Tampoco está claro lo que miramos cuando caminamos por la calle de una gran ciudad, pero sería interesante analizarlo. El cine y la televisión nos fascinan porque son situaciones cotidianas, en donde todo aparece enfocado al detalle. Es un mundo-en-pequeño que coincide con la zona de enfoque detallado. Ello nos produce una sensación de hiper-realidad, una visión más vívida que la vida misma.

La mayor parte de nuestra existencia transcurre sin darnos cuenta del movimiento de los ojos. Cuando estamos despiertos nuestros ojos ven continuamente, se mueven de forma continua. Envían información al cerebro, para reconstruir la escena, para categorizar y analizar lo que sucede. Ese trabajo es imprescindible para sobrevivir. Pero, además (¡jo quizás por eso!), ver da placer. Mirar personas, figuras humanas, caras, colorines, proporciona un bienestar difuso. También soñar —que no es otra cosa que *ver dentro de un sueño*— proporciona placer. Según Freud, todo sueño es una realización de deseos; incluso las pesadillas son realizaciones de deseos. Freud se refería al contenido del sueño; pero debería haber escrito que soñar es un deseo. Los cuadros de Dalí incluyen deseos oníricos. Las imágenes de los sueños están conectadas constantemente con lo que hemos visto durante las veinticuatro horas anteriores. Por eso cuando viajamos, o cambiamos de país, los sueños varían. Algunas personas se enamoran de caras, de personas que ven pasar, que no volverán a ver. Hay algo que gusta o disgusta de una cara; aunque casi nadie sabría definir bien lo que es. Hay *rostros* con gracia, y otros desgraciados. Hay *semblantes* bonitos, bellos, graciosos. Pero incluso los monstruos tienen dos orejas, dos ojos, una nariz y una boca. No queda claro lo que los ojos miran, ni lo que definen, ni cómo luego esa información es evaluada por el cerebro. Mirar es un acto culturalmente definido, con normas establecidas para realizar esa acción. Hay también formas desviadas.

## FORMAS SOCIALES DE MIRAR

Los seres humanos construyen una estructura mental diferente del mundo. Cada persona ve de forma particular, individual, pero condicionada por normas culturales<sup>27</sup>. Construimos la sociedad y el «yo» mediante interacciones visuales. Los ojos no pueden parar de ver. Pero no captan una situación social de golpe, ni siquiera un cuadro en un museo, sino que

<sup>27</sup> «Nuestra visión está en efecto marcada por la cultura y desgastada por la costumbre. Sólo vemos del mundo aquello que corresponde a nuestras costumbres o aquello que tiene para nosotros una utilidad inmediata» (p. 107), en Serge Tisseron, *El misterio de la cámara lúcida: Fotografía e inconsciente* (Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca, 2000), 169 pp. Edición original en francés en 1996. Se fotografía lo culturalmente aceptable para unir al grupo. La sociedad necesita una memoria homogénea. La fotografía ayuda, pues es una forma de pensar. Además, la fotografía permite ver dos veces.

los ojos recorren incesantemente el entorno. El cerebro reconstruye este rompecabezas. La vista es un sentido dinámico y fundamentalmente automático. Los ojos son una especie de escáner social. Vemos en dos dimensiones, pero el cerebro tiene que reconstruir esa imagen en un mundo en tres dimensiones, como si fuese real. La inhibición lateral en el ojo le permite ver líneas y contornos, separando los objetos (o personas) de su contexto. Nos interesan sobre todo las personas (y objetos) que se mueven. El cerebro procesa la información en base a la propia memoria visual almacenada en el cerebro. Es un proceso más sociológico de lo que parece. Esa información está organizada en esquemas mentales, supuestamente lógicos. Para ver bien es importante haber visto mucho. Se puede, pues, aprender a ver.

El cuerpo propio es visto por mí sólo parcialmente, y siempre sin cabeza. Yo soy diferente de las demás personas que veo. ¡Apenas me conozco! Las personas por la calle, al mirar incesantemente caras, parece que buscan a alguien. Es una especie de juego continuo, que no termina nunca. Para las otras personas, yo soy también una cara a ser mirada. Todo esto ocurre fugazmente. Sólo infrecuentemente la mirada se cruza y es contestada. De pronto, la persona que mira es mirada<sup>28</sup>. Es el caso de un amigo/a o pariente que reconocemos en la calle. Pero puede ser un juego diferente: la búsqueda de la complicidad, el deseo de querer establecer un contacto especial con otra persona, o iniciar un romance. Suele empezar por una mirada. Es como el verso: «*No me mires, que miran si nos miramos. Nos contendremos, y cuando no nos miren nos miraremos*». Ver y mirar es diferente<sup>29</sup>. Es incómodo ver pasar personas y de pronto descubrir que alguien nos está *mirando*. Me doy cuenta entonces que otra persona está haciendo la misma labor de exploración y reconocimiento que yo. A la vuelta del trabajo, las personas cansadas, camino de casa, apenas miran. Sólo ven lo suficiente para volver al hogar. Si conocen el camino, la querencia, aún ven menos. Entonces miran para adentro, o al infinito.

Cada país y época ve el mundo de una forma determinada. En los mapas estamos acostumbrados a que el norte es arriba. Los/as australianos popularizaron un mapa al revés, *upside down*, en donde Australia estaba arriba. Las visiones de los mapas nacionales son peculiares y no siempre coinciden con la realidad. Por ejemplo, España es normalmente representada (y pensada) con la línea de la cornisa cantábrica perfectamente horizontal. Pero España en realidad está inclinada; más de lo que se suele reconocer. Pero la supuesta forma estética de representar el mapa de España es horizontal, incluyendo Andorra, y a menudo incluso Portugal. Gibraltar en medio, abajo, al sur. Hasta hace poco, las islas Ca-

<sup>28</sup> La vida en un pueblo es diferente, pues todos los que miran por la calle se conocen.

<sup>29</sup> Ver es percibir a través de los ojos, *mirar* es fijar la vista en algo para verlo. La diferencia es mínima, pero mirar supone un acto de volición, ver no.

narias se representaban a la derecha, en un recuadro debajo de las islas Baleares. Más recientemente se empiezan a dibujar a la izquierda. Hay, pues, una forma culturalmente establecida de representar al propio país, que no coincide con la realidad. En los mapas del tiempo en TV3 (televisión catalana) el territorio abarca una amplísima franja desde el sur de Alicante hasta el norte de Perpiñán (en Francia). Nunca aparece el mapa de España en la pantalla de la televisión. Se pasa del tiempo que hace en los Países Catalanes al de Europa entera. Es como si España no existiese.

Miramos de arriba abajo y de izquierda a derecha. No así en Asia. Hay culturas que permiten mirar a los ojos de otra persona y mantener la mirada sin producir mucha incomodidad. Otras culturas rechazan mirar directamente a los ojos. Ante el reflejo de la mirada del otro/a, la norma es desviar la mirada inmediatamente. En inglés existe un verbo especial, *to stare*, que significa «mirar fijamente». No es de buena educación mirar fijamente a los ojos. A las niñas se las educa a no hacerlo. En las grandes ciudades estamos todos/as tratando de no-mirar a las personas a los ojos. De forma similar, la norma social es no-tocar a nadie, ni siquiera en un ascensor repleto<sup>30</sup>. Aunque haya muchas personas, todas están mirando en trayectorias distintas, sin cruzar la mirada. Solamente se permite un instante de visión de la cara del otro, lo que se denomina «una ojeada», o quizás una mirada «de reojo»<sup>31</sup>. En España a veces se permite mirar con descaro.

Vemos para poseer; mejor dicho, poseemos viendo. Los cientos de caras con sus nombres que recordamos representan un banco de datos mental. Viajamos y hacemos turismo para ver (y para fotografiar), poseer mentalmente, y luego poder recordar. Además de fotos o vídeos, guardamos en la memoria imágenes de lo que vemos. Pero no es un «banco de datos» normal; tenemos poco poder sobre las imágenes que luego podemos recordar y las que olvidamos. De la juventud, un viaje o una relación íntima con otro ser humano, resulta que luego recordamos «lo más tonto» (lo solemos expresar así, aunque en realidad no suele ser nada tonto)<sup>32</sup>. Sin embargo, olvidamos los mejores instantes, los más placenteros, los edificios más bonitos. Apenas recordamos paisajes ni puestas de sol (salvo las de

<sup>30</sup> Uno de mis deportes sociológicos favoritos es empezar una conversación mientras sube el ascensor. Rompo así una norma social establecida («no hablar con extraños», que además en este caso no se pueden escapar). Las reacciones son diversas.

<sup>31</sup> Una «ojeada» es una mirada rápida y superficial. «Hojejar» es pasar las hojas de un libro o revista, pero también implica leer algo de forma rápida y superficial. Las personas ojean, los libros se hojean. Las dos palabras homófonas se refieren al acto de ver. Existe «ojeada», que se suele «echar» o «dar». También se puede «echar un ojo» a algo. «Tener mucho ojo» demuestra habilidad para hacer algo. Ojo, que «ojejar» es también el acto de espantar animales haciendo ruido para que se dirijan al sitio donde están los cazadores o donde están dispuestas las trampas. En este caso proviene de *oxear* y no de *oculus*, y es similar a *batir*.

<sup>32</sup> No se puede recordar el dolor, a menudo tampoco el sufrimiento. Por eso parece que se recuerda solamente lo mejor o más agradable.

Arizona). Al contrario, recordamos detalles sin importancia, imágenes accesorias. Dos amigos/as suelen recordar anécdotas totalmente distintas de su infancia común.

Pero la vista puede ser educada. Cuando una persona acude repetidamente a un museo a ver una obra de arte determinada —por ejemplo, el David, la Victoria de Samotracia o la Leona Herida— termina almacenando su imagen en el cerebro; con un rótulo que la identifica así: David de Miguel Ángel, estatua en el Louvre de 3,28 metros procedente de Samothráki, o bajorrelieves del palacio de Asurbanipal. Las estatuas no suelen tener nombres; los pintores pocas veces ponen títulos a sus cuadros. Son luego los marchantes los que lo hacen para identificar las obras de arte. Como en algunos cuadros del belga René Magritte, se produce una disociación peculiar entre imagen y palabra. En el famoso cuadro *Esto no es una pipa*, la razón del título es doble: a) el cuadro no es una pipa, sino la pintura de una pipa (o de media-pipa si se prefiere); y b) la palabra «pipa», y su pronunciación *pi-pa*, no es un instrumento que sirva para fumar, sino simplemente sonidos. El cuadro no es la representación visual de una pipa, sino una relación didáctica y provocadora, una especie de manifiesto surrealista<sup>33</sup>.

Los ojos pueden parecer pasivos, pero no lo son. No sé cómo no se cansan. Están continuamente trabajando. De lo que se trata es de averiguar cómo trabajan, y para quién lo hacen. No es un tema fácil para un sociólogo/a. Ver es gratis, no cuesta mucho esfuerzo; es un ejercicio placentero. Pero hay también una cierta angustia asociada al ver. Tratamos de reconocer cosas, de evaluar el peligro, de medir continuamente distancias para no caer, para no dormirnos (ya sea en clase o conduciendo). Pasamos el tiempo distinguiendo caras, personas, caminos, situaciones. Las comparamos con caminos y situaciones anteriores. Reconstruimos itinerarios normalmente con falta de datos. La labor es bastante más complicada de lo que parece. Los ojos ven, pero el cerebro tiene que trabajar activamente con el banco de datos de imágenes que tiene. Continúa comparando, y luego aprueba o no la información recibida. Los ojos envían información que el cerebro tiene que clasificar, reconocer, comparar y, finalmente, reconstruir la escena. Es una labor que realiza a gran velocidad, en base a imágenes que le son ya familiares aunque no las vea enteras. Jugar al tenis, por ejemplo, supone un cálculo inmenso de imágenes, trayectorias, velocidades, potencia. Todo ello en milésimas de segundo. La vista, pues, no sólo ve sino que, además, calcula superficies, estima velocidades, establece aproximadamente la hora, prevé trayectorias y se adelanta a peligros de todo tipo.

<sup>33</sup> En realidad, el título del cuadro de René Magritte (1898-1967) es *La trahison des images*, pues efectivamente las imágenes traicionan al espectador/a. El cuadro, pintado en 1928-1929, de 60 por 81 cm, está en Los Angeles County Museum of Art. Hay una serie de estos cuadros, reformada posteriormente con un cuadro con dos pipas (una en el aire y la otra que corresponde al cuadro «esto no es una pipa» en un atril) pintado en 1966 y que tituló *Les deux mystères*. Un análisis imaginativo del cuadro original (el de 1929) es el de Michel Foucault, *This Is Not a Pipe* (Berkeley: The University of California Press, 1983), 94 pp. Fue publicado originalmente en francés (Montpellier: Éditions Fata Morgana) en 1973.

Una anécdota puede servir para entender mejor esto. Durante los años setenta estudié en la Universidad de Yale, en la costa Este de Estados Unidos<sup>34</sup>. Terminé mi doctorado allí, pero por varias razones no volví a la ciudad de New Haven hasta bastante tiempo después. Estuve a punto de visitar Yale varias veces, pero, por una razón u otra, al final el viaje se abortaba. Volví veinticinco años después, mientras escribía este artículo (quizás por eso). En un solo día visité la casa donde había vivido cuatro años, el Departamento universitario, la biblioteca, el café donde solíamos platicar después de comer y el comedor de estudiantes graduados. La sorpresa es que lo vi todo más pequeño que la imagen que guardaba en mi memoria. Dado que cuando yo estudié ya había alcanzado la estatura actual, y mantengo un peso parecido, el hecho de que la realidad fuese más pequeña de lo que mi memoria recuerda me resulta peculiar. He narrado esta experiencia a varios colegas y cada uno/a me da una explicación distinta: «Tú eras más pequeño», «Es que has ido magnificando el recuerdo», «La imaginación visual se engrandece sola mientras está en la memoria», «Entonces eras una persona menos viajada, todo te sorprendía más», «Es que tú en aquella época todo lo veías más grande», «A lo mejor es un problema de dioptrías». No sé si hay alguna otra explicación física, fisiológica o psicológica; pero lo cierto es que yo lo recordaba todo más grande. El recuerdo engaña, a menudo de forma sistemática. La memoria hace olvidar algunas situaciones y cambia otras. No estamos seguros de que las cosas hayan realmente ocurrido como recordamos, ni siquiera que nosotros hayamos sido como pensamos. Por eso la vista no es sólo *ver*, es sobre todo *recordar*. Visión y memoria están íntimamente relacionadas.

Los ojos pueden cansarse de ver demasiado. Una demostración es tratar de ver en una mañana los tres mil cuadros del Museo del Prado. Se acaba con un fuerte dolor de cabeza, o con una confusión mental considerable; incluso con ambas cosas. El Louvre, el British o el Metropolitan son ya imposibles; nadie se plantea verlos enteros en un día. Hay museos que están diseñados para ser vistos en una visita, como el Guggenheim de Nueva York (el de Bilbao es algo más confuso, pero muchos lo intentan). Al entrar en un museo conviene tener previsto qué es lo que uno quiere ver, o si va a dejar libres a los ojos para ver lo que ellos quieran. Algunas personas cuando visitan museos prefieren mirar personas y vestidos antes que cuadros.

Los ojos ven caras, insistentemente, porque la persona trata de reconocerse en esas caras. Una persona apenas conoce su semblante, a menos que viva rodeada de espejos, y no sólo en casa, sino en el trabajo y la escuela. Una persona suele verse en un espejo pocas veces: por las mañanas, con típica cara de despistado o de resaca, para afeitarse o maquillarse, o para hacerse el nudo de la corbata (a veces ni eso). Es probable que las mu-

---

<sup>34</sup> Un doctorado en Sociología. Allí, y en Nueva York, empecé a interesarme por la fotografía.

jeros utilicen algo más el espejo<sup>35</sup>. Las personas al mirar ven la nariz propia, desenfocada; la órbita donde están los ojos; casi las cejas y a veces parte de sus mejillas. Las gafas si se llevan puestas están omnipresentes, aunque terminamos olvidando que están ahí. La persona conoce poco su cuerpo, pero mucho menos su cara y espalda si no es con la ayuda de un espejo. Somos una especie de monstruos con solamente barriga y piernas, que es lo que continuamente se ve de uno/a mismo. Quizás por eso somos tan curiosos de otras caras (y culos)<sup>36</sup>.

La reacción ante una fotografía de uno/a mismo suele ser de rechazo: «*No me parezco mucho en esta foto*», se suele decir, frunciendo el entrecejo<sup>37</sup>. A menudo los/as otros contestan: «*¡Pues qué va; si estás igualito!*». Una persona no se reconoce en las fotos. Se ve fea y distinta. Sencillamente es que no está acostumbrado a su propia cara, y quizás su cerebro la idealiza. La imagen que tiene de sí no coincide con la que tienen los otros. Además, las fotos distorsionan; pero ése es un tema que debo tratar más adelante. Por ahora basta con señalar que la búsqueda incesante de caras es posiblemente un rasgo narcisista. Vemos para encontrarnos, para sentirnos reflejados, para entendernos a nosotros mismos. Una persona se ve fea en la foto; en realidad es que sale fea. Cuando vemos a una persona, sobre todo a un amigo/a que conocemos bien, no la miramos un instante, sino que mezclamos visiones diversas. No nos quedamos con una mueca, sino que notamos cómo esa mueca se desarrolla: inicia, expresa, desaparece, cambia a otra. La forma en que miramos es dinámica, no paralizada en el tiempo. Cuando conocemos a otra persona no nos quedamos con su corteza, sino que entendemos su interior. Más que *ver*, lo que hacemos es *mirar*. Por ejemplo, no vemos la gota caer, pero oímos que cae. La gota paralizada en el aire es real, pero nunca la vemos. Los rostros humanos tampoco los vemos paralizados, sino en acción. Quizás por eso no nos reconocemos en las fotos.

Hay otra razón adicional. Cuando se va a sacar una foto posada, de frente, se suele decir «*Ojo, que voy a disparar*», «*Ahora sonreír todos, decir Lulllllls*». Los músculos faciales están alerta, tensos. Por eso los rostros parecen diferentes, son otros. No somos así en la vida diaria. Tampoco vamos por la vida sonriendo a troche y moche. Un marciano/a si evaluase la vida de los terrícolas por medio de las fotos de los álbumes familiares se creería

<sup>35</sup> Un acto socialmente legítimo para una mujer es abrir el bolso, sacar un espejito y mirarse. Bastantes mujeres se maquillan la cara; pocos varones lo hacen. La cara propia apenas se conoce.

<sup>36</sup> Varias personas que han leído la primera versión de este artículo les ha parecido una idea interesante (la de los culos) aunque algo atrevida. Todos/as coinciden en aconsejarme dejarlo tal y como aparece. Así lo hago. Es curioso, sin embargo, que el corrector ortográfico —automático— de Microsoft (*Word*, para Macintosh) me señala insistentemente que la palabra «culo» está mal deletreada. ¿Cómo se dice entonces?

<sup>37</sup> La cuestión es a quién quiere uno parecerse. Conviene notar que la mayoría de los fotógrafos/as tienen alergia a dejarse fotografiar.

que somos una raza de animales que sonríen perpetuamente, como el gato del País de las Maravillas. Es una sonrisa forzada y aprendida. Es para representar la felicidad familiar. Se puede aprender a sonreír. Los personajes famosos que están a menudo ante las cámaras (estrellas, reyes, políticos) aprenden a sonreír. Debe ser bastante cansado: es como actuar horas seguidas. Sin embargo, sus caras son más predecibles, pues son conocidos precisamente a través de las fotos y no a través de la realidad. La norma social es que en público uno debe mostrarse siempre feliz (y sonriendo). Luego en persona nos sorprende, por ejemplo, que parezcan más jóvenes o más viejos de lo que habíamos supuesto.

Vale la pena detenerse en el hecho —aparentemente obvio— de que fotografiamos a las personas de frente, mirando a la cámara<sup>38</sup>. Solemos sacar la foto desde la altura de los ojos. Hay cámaras que sacan la foto a la altura del ombligo pues enfocan por arriba. En ambos casos fotografiamos sobre todo cuerpos, especialmente sus caras, y de frente. Cuando en realidad un ser humano es todo, desde el cogote hasta el dedo gordo del pie, corteza e interior. La personalidad de un ser humano no es fácil de fotografiar, ni su voz. Pero la visión que tenemos del ser humano estandarizada es de frente, de mitad para arriba, y sobre todo de cara, mirando a la cámara. Los buenos fotógrafos/as evitan casi siempre que los ojos del retratado miren directamente a la cámara<sup>39</sup>. Lo mejor, dicen, es que miren un poco por encima del objetivo, así los ojos aparecen más abiertos, menos inquisitivos, mostrando más el blanco de los ojos<sup>40</sup>. La Sociología del Cuerpo critica que una persona sea su cara. Las operaciones de cara, las enfermedades faciales, heridas o desfiguraciones de la cabeza suelen ser traumáticas<sup>41</sup>. Es porque se es un cuerpo, pero sobre todo se es una cara.

Sorprende la extrañeza que sentimos con las fotos de nosotros (algunas personas las llegan a esconder), frente a la naturalidad y el placer con que vemos fotos de otras personas. Las fotos más realistas suelen a menudo estar hechas (sacadas, disparadas) por las personas que nos conocen mejor. Si una persona tiene confianza, familiaridad o compenetra-

---

<sup>38</sup> En los retratos de personajes importantes —como próceres o políticos—, sobre todo cuando se fotografian en grupo, se suele evitar la foto estática de todos mirando a la cámara. En poses televisivas o fotográficas los Jefes de Estado aparecen conversando, dándose la mano, charlando entre ellos. A principios del siglo xx se exageraban poses de perfil en retratos de grupo, sobre todo de varones. Es una estrategia para salvaguardar la individualidad en una foto de grupo. Es como si quisieran advertir que no son alumnos de enseñanza primaria.

<sup>39</sup> Por ejemplo, en las fotos de *Spanish Village*, de Eugene W. Smith, ninguna persona fotografiada aparece mirando a la cámara (o en las que sonreían). Smith sistemáticamente rechazaba los negativos en que las personas miraban a la cámara. Se supone que estaba realizando un reportaje, es decir, que sorprendía a la población realizando una actividad social o familiar. Un foto-reportaje es similar a mirar por el ojo de la cerradura.

<sup>40</sup> Si mira demasiado para arriba parece un mártir. En las fotos del siglo xix muchas veces se posaba con los ojos cerrados (el tiempo de exposición era largo) y luego el fotógrafo los pintaba.

<sup>41</sup> La reacción típica es mirar insistentemente la mancha, grano, lunar o deformación. En el caso de una persona bizca, la confusión deriva de que no se suele saber cuál de los dos ojos es el que realmente enfoca. Se mira alternativamente a cada ojo.

ción con el fotógrafo/a la foto suele salir «mejor», es decir, más parecida al modelo. Los retratos de estudio toman tiempo y disparos<sup>42</sup>, para que la persona coja confianza. La mejor foto suele ser la última. Dado que la cámara deforma la realidad, se sacan muchas fotos para que alguna dé con el corte del tiempo —la «instantánea»— que es supuestamente mejor o más natural<sup>43</sup>. Todas estas variables poco racionales sugieren que fotografiar la realidad social no es nada fácil. El *tiempo* no se corta en rodajas con naturalidad. Quizás por eso, los rostros en nuestra memoria se archivan un poco difuminados. Si se insiste en pensar o recordar el rostro de alguien aparece en la memoria con rasgos imprecisos, como desenfocado. A menudo va y viene, como los sonidos o el ritmo de la respiración en la meditación budista. Al volver a ver personalmente a ese ser humano se recupera la imagen nítida. Se realimenta la imagen archivada y cambia de nuevo el rostro que se tiene archivado mentalmente, incorporando las nuevas características de su envejecimiento.

Una no se conoce a sí misma; y no sólo en el sentido filosófico o psicoanalítico, sino también en el de verse por fuera. Se conoce mejor a una persona con la que se vive. Antes de que mi hija vaya a decir algo, yo, por la cara que pone, ya sé lo que va a decir. Incluso lo sé antes que ella misma haya elaborado lo que va a decir. Las personas que nos conocen bien se adelantan a veces a nuestros pensamientos. Se pueden incorporar así teorías de comunicación visual, que la etnometodología y el interaccionismo simbólico —por ejemplo, el lenguaje no verbal— analizan dentro de la Sociología.

Ver es creer<sup>44</sup>. La vista es un rayo de luz que incide en la retina, que la sensibiliza e irrita. Luego el nervio óptico, paralelo a la retina, capta esa irritación. Hay algo de dolor en ver. Cuando hay demasiada luz cerramos instintivamente los párpados, para proteger la pupila («niña», en lenguaje familiar), aunque la propia pupila se encoge automáticamente<sup>45</sup>. Se puede uno cansar de ver; los ojos se cansan, pueden estar cansinos. Las caras y las fotos que más nos llaman la atención son las que nos inquietan, las que sorprenden y atraen nuestra atención. Los que elaboran anuncios saben que tienen que llamar la atención como sea. Se trata de herir la sensibilidad humana y provocar angustia a través del ojo. Los de Bennetton lo saben bien. El objetivo es sorprender, irritar, crear confusión. Eso segura-

<sup>42</sup> La cámara se *dispara*. Las fotos se *hacen*, se *sacan*, e incluso se *echan*: «Échale una foto».

<sup>43</sup> Entre fotógrafos/as profesionales es usual no aprovechar más de una foto por rollo, apenas el 3% de las fotos tomadas. Es difícil predecir cuándo se va a tener suerte, estar inspirado, o cuándo es la ocasión más propicia. Los fotógrafos/as experimentados, en el momento de disparar, saben a veces que están obteniendo una foto especialmente buena; pero tienen que esperar al cuarto oscuro para comprobarlo.

<sup>44</sup> *Seeing is believing*, se dice en inglés. Algún libro juega con la expresión contraria: Mary Anne Staniszewski, *Believing is Seeing: Creating the Culture of Art* (Harmondsworth: Penguin Books, 1995), 310 pp.

<sup>45</sup> «Pupila» es también niña. En catalán se dice a veces «nineta». La «niña bonita» es el número 15, sin saberse a qué se refiere.

mente funciona, pues lo que se anuncia se vende. Los anuncios se ven muchas veces (también se oyen). Ver es poseer, o, mejor dicho, *querer poseer*. Se mira aquello que se quiere poseer, y viceversa<sup>46</sup>.

¿Vemos figuras o colores? La polémica entre la fotografía en blanco-y-negro y en color es apropiada aquí. El color de la fotografía es siempre artificial, no refleja exactamente la realidad. Pero es que quizás tampoco lo que vemos es la realidad<sup>47</sup>. Las personas daltónicas aprenden a nombrar colores que realmente no distinguen; a veces dudan, y se equivocan. En la población hay un 3% de daltónicos (casi todos varones), así que el tema no es baladí<sup>48</sup>. En las fotografías los colores son parecidos, pero nunca los mismos que en la realidad. Está de moda que las fotografías sean hiper-reales, es decir, con colores más extremados que la propia realidad. Todavía recuerdo que antes los rollos de film de color se vendían anunciando que resaltaban los rojos, o los verdes, o los azules. En las fotos en blanco-y-negro se utilizan filtros amarillos o anaranjados (Y48, por ejemplo) para destacar las nubes. La vida es en color, no en blanco-y-negro; pero en las imágenes de color se ve demasiado el color y poco la forma. En cambio, en las imágenes en blanco-y-negro se notan mejor las tonalidades del gris, la textura, matices suaves, reflejos, contornos, sombras sobre todo. El ojo —son casi siempre dos— cree ver más, con más precisión, o quizás con más esteticismo. En el mundo de la publicidad a menudo se utilizan imágenes en blanco-y-negro para denotar clase, elegancia, melancolía o clasicismo.

Las fotos enseñan que el ojo ve, pero que mentalmente elimina las *sombras*. Cuando voy por la calle un día de sol, o entro en una habitación iluminada, las sombras me permiten conocer los volúmenes (la dimensión, altura, distancia, profundidad) de lo que veo. La información que las sombras me proveen la archivo, pero mentalmente hago desaparecer esa sombra. Apenas veo sombras. Sin embargo, cuando revelamos las fotos las sombras aparecen allí, de forma exagerada, estropeando muchas fotos<sup>49</sup>. Es que mentalmente he

<sup>46</sup> Algo va a cambiar con las nuevas tecnologías, que permiten engañar en las fotografías. Hasta ahora se confiaba (moderadamente) en la fotografía. Actualmente se sospecha que la foto puede ser falsa, es decir, creada por ordenador. Si proliferan esas fotos virtuales, es muy posible que la confianza que mantenemos en la imagen descienda, o al menos cambie.

<sup>47</sup> Los colores nos dan también una idea de la distancia. Cuanto más lejos, los colores son más apagados. En la distancia se tiñen de azul. Las fotos digitales (virtuales) a veces no tiene en cuenta esto, y presentan todo en colores brillantes (homogéneos) independientemente de la distancia, produciendo una sensación irreal extraña.

<sup>48</sup> Son el 7% de los varones y el 1% de las mujeres. Normalmente se confunden los rojos/verdes, pero a veces los azules/amarillos.

<sup>49</sup> Sirve para saber la hora a la que aproximadamente fue tomada la fotografía. Un ejemplo excelente es el libro de Billy Klüver, *A Day With Picasso: Twenty-four Photographs by Jean Cocteau* (Cambridge: The MIT Press, 1997), 99 pp. Se trata de cuatro carretes de fotos que él encuentra en 1978 realizando una investigación sobre la comunidad de artistas en Montparnasse, en París. Se da cuenta de que son fotos similares, en las que aparece Pablo Ruiz Picasso. Realiza un trabajo detestible impresionante para poner las fotos en orden y para averiguar quién es el fotógrafo: Jean Cocteau. Son todas fotos de

borrado las sombras, pero existen. La sombra es muy ostensible. El ojo la ve, pero el cerebro se ha especializado en utilizarla sólo como información, no tanto como color. Por eso las mejores fotos son al amanecer, en días nublados, bajo una sombrilla: situaciones en que hay luz pero no sombras. Con el sol las caras aparecen desfiguradas, a veces fantasmagóricas<sup>50</sup>. Es otro ejemplo de la forma en que los ojos ven de forma selectiva. No vemos las sombras, pero la fotografía muestra luego que estaban allí, y nos arruinan el carrete.

Una persona existe cuando ve. La muerte cierra los ojos. Hay algo horrible en la mirada vacía de un muerto; es un ojo que no ve<sup>51</sup>. En realidad, uno existe cuando es mirado. Una broma que a veces me hace mi hijo cuando estamos hablando es que, en vez de mirarme a los ojos, mira por encima. Es decir, mira por arriba de mi cabeza, como si viniese alguien, o alrededor mío. Eso me suele poner nervioso. No está haciendo caso de lo que digo, me toma el pelo, no reconoce que estoy allí mismo. Me desconcierta que otra persona me haga invisible, me mire por encima («por encima del hombro», se dice), alrededor, o me atraviese con la mirada. Es una broma inocente, que nos divierte a ambos; una especie de secreto familiar. También existe el juego infantil de «sostener la mirada». Se trata de una competición usual en que dos niños/as se miran a los ojos, con el propósito de que el otro se ponga a reír antes o desvíe la mirada. El que resiste es el que gana, demostrando que es más fuerte, desvergonzado o simplemente más autoritario.

---

un día, en el verano de 1916. Midiendo los edificios, así como la longitud de las sombras y su inclinación, llega a determinar el día (la tarde del 12 de agosto de 1916) y la secuencia exacta de las 24 fotos. El libro reconstruye la tarde, los personajes, sus biografías, presenta las fotografías y añade otras relacionadas. El libro es una excelente muestra de labor de investigación en base a las imágenes 62 años después. Las sombras proporcionan mucha información al autor. El librito es un ejemplo de estudio sociológico imaginativo.

<sup>50</sup> En países en donde hay mucho sol los fotógrafos/as a veces acentúan las sombras, o incluso las fotografían. Es el caso, por ejemplo, de Manuel Álvarez Bravo, en México. Acepta las sombras y las convierte en protagonistas de sus fotografías mejores. El espectador/a nota entonces el sol mexicano y la capacidad mágica que tiene de transformar las imágenes. Eso incrementa el simbolismo de algunas fotos, siendo apreciadas precisamente por las sombras. Ver, por ejemplo, Manuel Álvarez Bravo, *Manuel Álvarez Bravo* (Nueva York: Aperture, 1987), 93 pp., que es una selección pequeña pero bien realizada de fotos del fotógrafo mexicano. Otro gran fotógrafo, pero francés, Henri Cartier-Bresson, al fotografiar la misma realidad mexicana en dos fechas bastante distantes (el viaje en 1934 y en 1964) aprende rápido a utilizar las sombras con la misma estrategia. Es interesante comparar con su libro Henri Cartier-Bresson, *Henri Cartier-Bresson: Mexican Notebooks 1934-1964* (Londres: Thames and Hudson, 1995), 83 pp., editado por Carlos Fuentes; y la exposición en la Biblioteca Nacional de París en la primavera de 2003.

<sup>51</sup> No ve pero es valioso. En la propaganda española del Banco de Ojos para el Tratamiento de la Ceguera (creado en 1962, afiliado a la International Eye Foundation) titulada *Dos ojos para más de una vida* se lee: «Siempre que alguien es enterrado con sus ojos, se pierde la oportunidad de dar la vista a dos ciegos». Aclara que: «Los globos oculares son proporcionados gratuitamente a los oftalmólogos, para los pacientes que los precisen. Los ojos no se compran ni se venden». Advierte que: «La donación proporcionará a un ciego la mayor alegría de su vida, no aumentando la pena de los familiares del fallecido dado que la enucleación del globo no desfigura el rostro en absoluto». Debe realizarse antes de las seis horas después de la muerte (el prospecto dice «óbito»). Para evitar equívocos, el folleto con el «Boletín de Donación» incluye frases de apoyo del Arzobispo de Barcelona y del Obispo de Gerona. Si alguna persona desea donar sus ojos al Banco de Ojos, la dirección en Barcelona es: Laforja 88, 08021 Barcelona, teléfono 93 200 59 53, día y noche. «Este acto generoso puede devolver la vista a un ciego. Sus córneas seguirán viviendo en lugar de convertirse en polvo» (*sic*).

Pero no es lo mismo *ver* —por encima— que *mirar*<sup>52</sup>. Hay una gran diferencia entre una mirada fugaz y otra más fija y detallada. En clase de Sociología Visual solemos hacer un experimento didáctico. Se trata de mirar una fotografía durante media hora. En un primer vistazo los/as estudiantes miran la foto, la reconocen y la comparan con su archivo de imágenes en el cerebro. Evalúan la fotografía según dos o tres variables, y están ya dispuestos a pasar a otra fotografía. Pero si se insiste en que sigan mirando la foto más tiempo —durante media hora, por ejemplo— se desconciertan. Ven la foto de forma fugaz, la clasifican, comparan con otras y archivan o no. La labor ya está realizada. Ésa es la estrategia para poseer una imagen. Sin embargo, mirar una fotografía con mucho detenimiento genera una cierta intranquilidad. Poco a poco, la foto recupera el poder sobre los/as espectadores. Éstos/as empiezan a ver detalles, aspectos intranquilizantes, a elaborar dudas sobre la realidad de la imagen, a variar la clasificación realizada precipitadamente. Seguidamente se pone en duda la comparación realizada con el archivo mental de imágenes. Poco a poco, la foto empieza a dominarnos. Quizás por eso estamos dispuestos a ver, pero no a mirar con detenimiento. Los ojos son un instrumento de defensa, también de placer, pero no están adiestrados para el análisis de la realidad social. Para ello se necesita todo un curso de Sociología Visual.

Para ver mejor ayuda el haber visto muchas imágenes, y también haber leído sobre cómo mirar. Hay personas que nunca han visto ciertas imágenes famosas. Su capacidad, por ejemplo, para comparar una obra de arte con otras anteriores es entonces nula. Muchas fotos —incluso de publicidad— desarrollan una relación activa respecto de fotos anteriores. Mantienen así un diálogo con otras imágenes. Cuando no se tiene un conocimiento de esas imágenes se es *analfabeto visual*. Es como ver las películas de moda pero nunca las películas clásicas; apenas se pueden entender. Cualquier obra de arte está en diálogo permanente con las obras anteriores. Es una idea básica en pintura, cinematografía, novela, pero no se reconoce tanto en fotografía o imagen. Se entienden las fotos sólo si se comparan mentalmente con la historia de las imágenes de la Humanidad. Expresándolo de otra forma: la realidad social sólo se explica si se pone en relación con las estructuras sociales anteriores. La sociedad no es una isla desierta, ni los seres humanos somos Robinsones (Crusoe). La intersección de historia y biografía es importante<sup>53</sup>.

Hay otra razón que explica nuestra fascinación por la imagen en movimiento<sup>54</sup>. La realidad social no se evalúa con un solo vistazo. Se requiere mirar a las personas desde distintos

<sup>52</sup> En castellano se dice «a simple vista», pero en inglés es *naked eye*, es decir, a ojo desnudo. Es una expresión peculiar.

<sup>53</sup> Ambas ideas son de Wright Mills, en *La imaginación sociológica*, de 1959. La edición que se maneja es C. Wright Mills, *The Sociological Imagination* (Harmondsworth: Penguin Books, 1970), 256 pp.

<sup>54</sup> Carmelo Pinto añade: «La imagen en movimiento es más natural y menos inquietante. Está viva y eso nos relaja».

puntos de vista, siguiéndolas, por ejemplo, mientras suben o bajan del autobús, pasean, entran o salen. Las fotos de Walker Evans sobre los viajeros del metro de Nueva York sorprenden por los rostros depresivos y la anomia que muestran los pasajeros/as fotografiados secretamente. La colección de esas fotos del metro es una visión desalentadora de la sociedad. No hay una persona que parezca feliz. Además de tristes, la mayoría aparecen agarrando sus pertenencias (bolso, cartera) como si fuesen a ser robados<sup>55</sup>. Años después, en 1958, Robert Frank realiza una serie de fotos más interesante —*The Americans*— en donde rompe con el canon de enfoque, centralidad y temas. Modifica, además, la forma de ver de los fotógrafos/as hasta esa fecha<sup>56</sup>. Pero siguen siendo fotos que muestran la alienación humana.

Las imágenes y rostros de las personas se deben poner en relación con la historia de la Humanidad. Si el cuadro de *Monna Lisa*, de Leonardo da Vinci (1506), es tan famoso es en parte por su sonrisa enigmática. ¿De qué se ríe La Gioconda, de quién? Quizás del pintor, o del espectador/a ingenuo. No es una sonrisa usual en los retratos del siglo XVI, y por eso sorprende<sup>57</sup>. Se piensa, pues, en relación con imágenes anteriores; a veces posteriores, pues la estructura cronológica de las imágenes no tiene por qué estar clara. ¿El cerebro data las fotos cuando se hicieron o cuando las conozco? Como profesor de fotografía, yo

<sup>55</sup> La experiencia ha sido reproducida en la «Línea Azul» del metro de Barcelona, por Jesús M. de Miguel y Anna Nos, con resultados parecidos, aunque utilizando color (1000 ASA) y Leica M6 (con objetivo Summilux 1:1,4 de 50 mm).

<sup>56</sup> Robert Frank, *The Americans* (Nueva York: Pantheon Books, 1986), 179 pp. Las fotos están realizadas en 1955-1956 y publicadas en París en 1958. La edición norteamericana es del año siguiente. La introducción es de Jack Kerouac. Ver el capítulo 4, sobre «Robert Frank: The only game in town?» (pp. 175-218), en el libro de Lili Corbus Beznar, *Photography ad Politics in America: From the New Deal Into the Cold War* (Baltimore: The Johns Hopkins University Press, 1999), 307 pp. Merece la pena ver un avance del mismo autor con la colección que realiza en el otoño de 1952, titulada *Black White and Things* (Washington DC: National Gallery of Art, 1984), 34 pp. Originalmente produjo tres copias, una para sus padres, la segunda para Edward Steichen (actualmente en el MoMA) y la tercera la donó a la National Gallery of Art (en Washington DC). La colección incluye 34 fotografías, realizadas entre los años 1948 y 1952. Ocho de ellas corresponden a España en el año 1952: cuatro fotografías en Valencia, dos en Málaga, una en Barcelona y otra en Mallorca. Las fotos son casi coetáneas de las de W. Eugene Smith en España. Hay correspondencia entre Smith y Frank (actualmente en los archivos del Center for Creative Photography, en la Universidad de Arizona, en Tucson). Es interesante la exposición de las fotos previas de Robert Frank, en el Reino Unido, en la *Corcoran Gallery* en Washington DC, en la primavera de 2003.

<sup>57</sup> Se ha escrito tanto sobre *Monna Lisa* (o *La Gioconda*), en el Museo del Louvre, de 75 por 53 cm, que ya parece todo visto. En el cuadro, ahora con cristal, no se nota tanto el ambiente neblinoso, acentuado por la técnica del *sfumato* de Leonardo da Vinci. El paisaje imposible del fondo inquieta menos, así como que las dos partes (izquierda y derecha) no coincidan. El rostro de Monna es absolutamente simétrico (lo que no suele suceder en las personas de verdad), salvo que sólo sonríe con el lado izquierdo de la boca. ¿Es realmente un autorretrato idealizado? ¿Estaba Monna embarazada? Marcel Duchamp en LHOQQ (¡debe deletrearse en voz alta en francés para entender lo que Duchamp quiere comunicar!) presenta a Monna con barbita de chivo y bigotes dalineanos. Añade así un significado especial a la confusión de roles de género de Leonardo y del propio Marcel. Andy Warhol añade leña al fuego con su cuadro *Thirty Are Better Than One*, en que aparecen treinta Monna Lisas. Es un ejemplo de la obra de arte reproducida masivamente por la fotografía, que domina el siglo XX. Es el siglo en que también se ha aprendido a sonreír en las fotos. Actualmente las personas sí sonríen en los retratos; pero no lo hacían en el Renacimiento. Sonreír en las fotos es una costumbre muy reciente, que proviene fundamentalmente de Estados Unidos, y en los últimos cincuenta años. En el futuro serán enigmáticos los retratos de personas no-sonriendo. Monna es, pues, una precursora. Los diversos cuadros sobre Monna son ejemplos de disonancia visual.

he ido descubriendo fotografías antiguas y nuevos fotógrafos/as<sup>58</sup>. Tampoco estoy seguro que yo analice las fotos en riguroso orden cronológico. Es posible que sea el orden de ingreso en mi archivo de imágenes mentales. Cada una de ellas ocupa un lugar preciso en mi memoria fotográfica.

### ...QUE CIEGO EN GRANADA

A estas alturas del artículo el lector/a empieza a darse cuenta de que el ojo, el arte de ver, y las estrategias de memorizar imágenes son temas complicadísimos. No son ingenuos. Nada inocente hay en ver o ser mirado. Vista y memoria mantienen una relación peculiar. En una vida media hay unos treinta mil días para ver y luego recordar lo visto. La memoria representa un archivo fotográfico, no tanto de procesos (vídeos) como de imágenes quietas (fotografías). La relación entre ver y el deseo es también complicada. Filosóficamente puedo decir que existo porque veo, o que existo porque soy visto. Pero la primera hipótesis anularía la existencia de las personas ciegas: el 0,2% de la población. Aunque su vida «es triste» (se dice), no hay duda de que existen. Algunas personas ciegas ven algo, pero no distinguen bien. «*¡Para lo que hay que ver!*», diría otra. El ojo es un instrumento corporal muy estimado. En la mitología española, ser ciego es casi la mayor desgracia. En la puerta de acceso a la Torre de la Vela, en La Alhambra, hay una inscripción en mármol que los/as turistas recuerdan: «*Dale limosna mujer, que no hay más pena que ser ciego en Granada*»<sup>59</sup>. Ver y mirar son expresiones muy utilizadas en español. Las muletillas visuales son numerosas: ¿Ves? Mira. Veremos. Veamos. Veo. Mira por dónde. No veas. Mira tú. Veo, veo. ¡Ojo! ¡Ojo avizor! Y el muy expresivo a la vez que castizo: ¡Ojo, mancha!

Los ojos son el espejo del alma; ¡qué expresión tan bella! El repertorio sobre ojos en español es inmenso<sup>60</sup>. Normalmente, los ojos se mencionan en forma meliorativa: «*Tiene los*

<sup>58</sup> A veces son fotografías de fotógrafos/as que fueron famosos en su juventud. Es el caso de Dorothea Lange, conocida fundamentalmente por sus fotos sobre la depresión económica en Estados Unidos, en los años treinta del siglo pasado. De mayor realiza una fotografía más intimista, pero también poderosa. El mejor libro para entender esto es Dorothea Lange, *The Photographs of Dorothea Lange* (Kansas City, Missouri: Hallmark Cards, 1995), 132 pp. El libro está compilado por Keith F. Davis, quien incluye un prefacio y citas exactas de escritos de Lange, a menudo referidos exactamente al centenar de fotos. El libro incluye al principio una frase que podría inscribirse en los libros de Sociología Visual: «La cámara fotográfica es un instrumento que enseña a las personas a cómo ver sin cámara» (*The camera is an instrument that teaches people how to see without a camera*), p. 1.

<sup>59</sup> Una versión algo diferente se refiere a: «Dale limosna mujer, que no hay en la vida nada, como la pena de ser, ciego en Granada». Quizás esa obsesión por ver explica el poder y extensión de organizaciones como la ONCE, Organización Nacional de Ciegos de España, dentro de las organizaciones de voluntariado en España. El libro de Roberto Garvía Soto, *En el país de los ciegos: La ONCE desde una perspectiva sociológica* (Barcelona: Hacer, 1997), 255 pp., es excelente. El prólogo es de Juan J. Linz.

<sup>60</sup> Ver el volumen segundo del *Diccionario del español actual*, de Manuel Seco, Olimpia Andrés y Gabino Ramos, pp. 3280-3282, además de derivados.

*mismitos ojos que su padre*», o «*La inteligencia se le ve en los ojos*». Aunque existen ojos malignos, como los del encantador de serpientes. A los ojos se les atribuye la personalidad o característica de su portador/a. Suele ser una característica positiva, como la de que el ojo del amo engorda el caballo. Se acepta que lo que se mira no se toca. Se dice *positivamente* que hay ojos bondadosos, risueños, burlones, festivos, caritativos, de bueno, humildes, simpáticos, justicieros, suaves, dulces, compasivos, soñadores, bellos, acaramelados y tiernos. Los ojos, más que un instrumento, o parte de un sentido (la vista), son la expresión externa de la personalidad. Se puede decir de alguien que tiene ojos muy bonitos. ¿Pero qué significa exactamente «ojos bonitos»? Puede referirse a que son grandes (ojazos, ojotes), pero también a que son pequeños (ojillos, ojuelos). Pueden ser ojos claros (verdes, zarcos), pero también negrazos, incluso de azabache, como Platero<sup>61</sup>. Se confía en alguien a ojos cerrados. Pero cerrar los ojos a la evidencia no es bueno. Nada hay mejor que ser «la niña de mis ojos». También bueno es ser el ojito derecho de alguien. Los ojos muestran la *inteligencia* o sus características anejas: ojos avezados, experimentados. También pueden ser ojos inexperientes, infinitos, inteligentes, vigilantes, vivos, vivaces, indomables, atentos, fijos, de victoria, modernos, de duda, inquisitivos, inquietos. «Tener pupila» es tener inteligencia, perspicacia, sentido común. Los ojos dejan traslucir también características mágicas o *simbólicas*, como la persona de ojos misteriosos, incandescentes, vagabundos, inconmensurables, aventureros, limpios, vergonzosos, resultones, enamorados. Aunque no se ve con los ojos, sino con el corazón. Ojos que no ven... corazón que no siente. Se come con los ojos<sup>62</sup>. Cuando se tiene un accidente se ven las estrellas. También se pueden ver visiones. Hay ojos de visionario. Los ojos se pueden poner a cuadros (de asombro) o en blanco (de admiración).

Los ojos pueden resaltar también los aspectos *negativos* de la persona. Hay ojos duros, infiables, insípidos, impíos, fríos, incluso helados, tristes, irónicos, desoladores, de loco, de malo, de criminal, exaltados, preocupados, acobardados, violentos y traidores. Existen ojos de terror, de miedo o de pavor. Los hay iracundos, cínicos, burlones y fieros. Mirón es un *voyeur*, un *peeping tom*. Hay todo un *bestiario* de ojos: gatunos, de tigresa, de loba, de lince, de lechuza, de cordero degollado, leoninos, de besugo, de leona herida, de águila. El ojo puede personificarse y así tener rabillo, como cuando se mira de reojo (*por el rabillo del ojo*). Hay ojos achinados, agitanados, mongólicos. Los barcos tienen ojos de buey, las cámaras de fotografía ojos de pez, y los pies ojos de gallo; pero éstos son otra cosa. Los ríos (y los puentes) tienen ojos. Las agujas y las cerraduras también. Lo mismo sucede con los huracanes y las tempestades. También tienen ojos algunos quesos, y casi todas las pata-

<sup>61</sup> Una persona con ojos azules es ojizarco, o bien ojigazo. «Zarco» es azul claro.

<sup>62</sup> En inglés se dice que los ojos son más grandes que la boca, en el sentido de que se come con los ojos. En francés los ojos son más grandes que el estómago. En turco los ojos tienen más hambre que el estómago. (Debo esta observación atinada a Christina Bobrow.)

tas. Ojo de tigre es un mineral. Independientes de la persona, los ojos tienen una vida por sí mismos: se pueden clavar, echar o poner, e incluso comer con ellos. Pueden írsele a uno los ojos detrás de alguien (o algo), y no quitar ojo. Se sigue a otro con los ojos cerrados. Se utilizan también características más físicas, como ojos cegatos, líquidos, transparentes, extraviados, torpes, bizcos, de cristal, como puntas de alfiler, acerados, aterciopelados, de miope, rasgados, de almendra, idos. Hay también ojos rojos o enrojecidos, provocados por el llanto o por el sueño. Ojos morados, amarrotados y negros (no refiriéndose al color del iris), e incluso a la funerala o a la virulé. Los hay inyectados en sangre. Se puede decir ojos dormidos, cansados, incluso sin vida, sin brillo. Los hay saltones, apagados, añiados. Se puede mirar con buenos —y con malos— ojos. Se disfruta recreando los ojos en algo. Es frase hecha, aunque algo irónica, eso de: «Dichosos los ojos que te ven». Pero los ojos no deben tocarse: *a los ojos con los codos*, dice el refrán. En resumen, los ojos tienen —o se les atribuye— todo tipo de estados anímicos y de *personalidad*. Se dice que hay ojos que hablan. Representan el estado de ánimo de una persona. La nariz o los labios también señalan estados de ánimo, pero son mucho menos expresivos. A las orejas no se les atribuye expresividad (aunque se pueden tener gachas, con sentimiento de culpabilidad).

La *realidad* entra por los ojos, incluso salta a los ojos. Ver algo es creerlo, se dice en inglés. Aunque haya que abrirle a alguien los ojos. Todo ojos es estar muy atento. Mirar antes de cruzar. Se es rápido en un abrir y cerrar de ojos. A los ojos se les atribuye la inteligencia de medir y evaluar. Las cosas se miden a ojo, a ojos vistas, a simple vista. A veces a ojímetro; también a ojo de buen cubero. Se puede hacer la vista gorda. Algunas personas no ven tres en un burro. No hay nada peor que no ver delante de los ojos, o estar de algo hasta los ojos<sup>63</sup>. La amistad se demuestra a ojos ciegas. Las cosas buenas cuestan un ojo de la cara<sup>64</sup>. La venganza se practica ojo por ojo... y diente por diente. La determinación se ensalza en vista y al toro. Cuando hay que poner atención, ¡ojo!<sup>65</sup>. También, ¡ojo avizor! Se puede mirar para adentro o mirar al infinito. O verlo todo al revés. Cuando algo está muy oscuro no se ve ni para cantar. La vista señala la habilidad o el talento especial para captar rápidamente algo, como tener mucho ojo para algo, o el famoso ojo clínico (o intuición) de los médicos. Echar un ojo es vigilar. Ir a ojos cerrados es ser precipitado. Pegar el ojo es dormir. Cerrar los ojos (y estirar la pata) es morir. En general, tener buen ojo es saber. Andar con ojo, o ir con mucho ojo, es ser cuidadoso. Los ojos señalan que una persona se fija en algo. Así se habla de no quitar los ojos de encima. La mayor oportunidad es ver el cielo abierto. Existe la expresión de «a los ojos de la sociedad». Lo mires por donde lo mires... la personificación de los ojos es inmensa.

<sup>63</sup> Más arriba: hasta las cejas o hasta el cogote. Más abajo: hasta los cojones.

<sup>64</sup> En español; mientras que en inglés se dice que cuestan un brazo y una pierna: *an arm and a leg*.

<sup>65</sup> No se utiliza así en otros idiomas. Aunque en inglés vigilar algo se dice «guardar un ojo»; en castellano, «echar un ojo».

El *mal* se piensa también con los ojos: echar el mal de ojo, aojar. Se tiene ojeriza a otros. Hay miradas que matan. El mayor desamparo es no tener a donde volver los ojos. La obsesión se mide en no tener ojos más que para algo. La sorpresa deja a uno con los ojos fuera de órbita. Algunas veces no se puede pegar ojo en toda la noche. Otras veces se está de miranda. Se puede ser estrecho de miras. Se puede matar o apuñalar a alguien con la mirada. Los ojos no son siempre dos: hay personas cuatro-ojos (gafotas). Aunque una sentencia distinta, pero sabia, advierte que *cuatro ojos ven más que dos*. Popularmente, no hay dos ojos sino tres; el tercer ojo es el ojete, el «ojo del culo» (ano); al igual que los de la cara, no lo ves. La explicación de esta inmensidad de atributos y refranes es que los ojos son llamativos. Son de colores, están a la altura de los ojos (nunca mejor dicho), se mueven. Una cara sin ojos es difícil de mirar o crea repulsión<sup>66</sup>.

Ver suele proporcionar placer. Es un placer gratuito, aunque una parte importante de la sociedad de consumo se basa precisamente en ver, en imágenes y anuncios (sobre todo televisivos)<sup>67</sup>. El ojo ve más de lo que parece, incluso con muy poca luz. Al atardecer las cámaras fotográficas apenas pueden ya sacar fotos sin flash; sin embargo, el ojo humano sigue viendo bastante. La sociedad contemporánea ha aumentado mucho las posibilidades de ver durante la tarde y la noche. Lo que llamamos «civilización» gira en torno a la luz artificial y los anuncios de neón. Se supone que «ver» es una acción pasiva; pero eso no es cierto. No lo es por parte del vidente, ni por parte del anunciante. En una sociedad con un bombardeo de imágenes nuevas, muchas de ellas en movimiento (en la televisión por ejemplo), sólo el hogar es un refugio de estabilidad. Conocemos bien los cuadros e imágenes en el hogar. No nos hieren ni sorprenden. En casa se descansa la vista, porque conocemos los objetos. Apenas los miramos ya. Son parte de nuestra personalidad. Los objetos que cuelgan en las paredes y sobre los muebles no tienen tanta importancia por lo que son, sino porque son siempre los mismos. Nos dan confianza. Además de autocomplacencia, proporcionan estatus e intimidad. También muestran nuestra amistad y permiten iniciar una conversación.

El Arte se expresa también visualmente. Es básico para entendernos como seres humanos, para cambiar, para progresar críticamente. Así, pues, *ver* está relacionado con las fuerzas progresivas, por un lado, y con «el poder oscuro de la fuerza», por el otro. Intercambiar información e imágenes es la actividad favorita del siglo XXI. Pero hay mitos respecto de la vista, como que debe estar enfocada y ser de colores. Algunos de los cuadros

<sup>66</sup> Es un viejo truco fotografiar una cara de tal manera que la sombra tape completamente la mirada. Así lo hace, por ejemplo, W. Eugene Smith en el famoso retrato de su madre o, entre nosotros, Schommer en varios de sus retratos (por ejemplo, el de la ministra Pilar del Castillo). Las emociones se transmiten a partir de la mirada, con lo que una cara sin ojos visibles es una incógnita.

<sup>67</sup> Las fotos con luz (como las diapositivas) que expelen luz son muy llamativas. De ahí el poder de la televisión, de los anuncios transparentes con luz interna y los rótulos de neón.

más famosos de la historia (Rembrandt o Vermeer, por ejemplo) aparecen a menudo desenfocados. La cara del cuadro está enfocada, pero no el traje o las cortinas del cuarto<sup>68</sup>. En otros cuadros los encajes del cuello o los pliegues de la falda están minuciosamente pintados, pero las manos son meros apuntes con un par de pinceladas. Es el caso de la mano izquierda de Monna Lisa. Llama la atención que sean tan exactos y cuidadosos en algunas cosas (sobre todo los bordados y las texturas del tejido) y tan esquemáticos en otras partes del cuadro. Es una visión inconsistente, detallada en unos aspectos y desenfocada en otros. No depende de la distancia, sino de aquello a lo que se da importancia. Quizás es que si se da importancia a todo, nada tiene importancia. Los bordados holandeses representan más la clase social y el estatus que la cara o las manos.

En nuestra cultura actual el color es infantil, o al menos onírico. Kansas es en blanco-y-negro, mientras que el imaginario Oz es en color<sup>69</sup>. No es el único caso: en *Andrei Rublev*, de Andrei Tarkovsky (1966, 174'), la historia medieval es en blanco-y-negro, pero el final de ensueño es en color<sup>70</sup>. Las películas más irreales —las de Walt Disney— son en colores llamativos. *Fantasia* es el *summun* del color y de la imaginación<sup>71</sup>. Peter Pan (en la película con su nombre, 73') pierde su sombra, y Wendy se la cose a la suela de los mocasines. La mayor parte del color que en la actualidad consideramos como «natural» es fabricado, y apenas tiene más de medio siglo de existencia. El color, sobre todo los colores «calientes» (amarillo, naranja, rojo) y los «brillantes» (verde, amarillo), proporciona alegría. El ser humano puede distinguir más de dos millones de colores distintos. Pero en el lenguaje común no tenemos nombre más que para una docena de ellos. Hay colores que no vemos, otros que no podemos ni imaginar<sup>72</sup>. Lo importante es que los seres humanos asociamos los co-

<sup>68</sup> En el óleo *Chica con el sombrero rojo*, de Johannes Vermeer, pintado en 1666, curiosamente, la joven aparece desenfocada y el fondo enfocado, y eso que es un cuadro pequeño (23 por 18 cm). Está en la National Gallery of Art, Washington DC (es parte de la colección Andrew W. Mellon).

<sup>69</sup> *The Wizard of Oz* (1939, 92'), de Victor Fleming. Los chapines originales de Dorothy en el libro eran plateados, pero se convirtieron en rojos precisamente para utilizar al máximo el color. En realidad no eran exactamente rojos, sino granates (de color rubí), con lentejuelas para que la luz centellease. Pueden verse en el tercer piso del Museum of American History, en la sección de «Popular Culture», en Washington DC.

<sup>70</sup> No es la única vez que los rusos realizan ese experimento. En la segunda parte de *Iván el Terrible*, de Sergei Eisenstein (de 85', realizada en 1945 aunque no se estrena hasta 1958, diez años después de la muerte del director; la primera parte aparece en 1945), que es en blanco-y-negro, se termina con una escena colorista —en color— del banquete. Así contrasta la descripción del siglo XVI con ese final feliz. La música de Sergei Prokofiev sirve también de contrapunto.

<sup>71</sup> Walt Disney, *Fantasia* (112'). La segunda versión (en el año 2000) es incluso más colorista.

<sup>72</sup> La banda de energía electromagnética accesible al ojo humano es estrecha. Sólo podemos ver entre 380 y 780 nm, aproximadamente desde los violetas a los rojos. Los colores no son estrictamente reales, es decir, no son necesariamente tangibles, sino imaginarios. Por ejemplo, de día si miramos para arriba el cielo es azul. Sin embargo, en la línea del horizonte es azul muy pálido, incluso blanco. En la puesta de sol, si se mira hacia el Este la zona blanca del cielo se transforma en gris (o gris-azulado); es la sombra de la Tierra sobre la atmósfera. De día los colores cambian con la cantidad de luz que hay. Sólo el amarillo, verde y azul parecen algo más inalterables a la cantidad de luz. De noche, aunque el cielo esté oscuro (como boca

lores con estados de ánimo diferentes. Lo que se ve se interpreta culturalmente de forma continua.

## TEORÍA DEL PUNTO CIEGO

La realidad social tiene cuatro dimensiones: altura, anchura, profundidad y tiempo. La retina del ojo sólo capta dos dimensiones (altura y anchura)<sup>73</sup>. El cerebro humano tiene que suplir esta disonancia elaborando continuamente una verdadera construcción de la realidad social. El cerebro interpreta una visión bidimensional en cuatro dimensiones. El contexto se interpreta en tres dimensiones, además de introducir la variable tiempo. Las imágenes planas se transforman en objetos en relieve, teniendo vida propia (tiempo). Mucha de la traslación de dos a tres dimensiones se realiza en base a objetos que nos son conocidos y cuyo tamaño es usual. El cerebro está continuamente buscando objetos que ya conoce, y que puede reconocer en la memoria. Las sombras ayudan mucho también, siendo lo usual suponer que la luz proviene de arriba. Igualmente, lo lejano suele estar arriba; lo cercano, abajo. Lo lejano es menos preciso y con colores más apagados, tendiendo a azulados en la lejanía. Aprendemos pronto que los colores calientes (rojos, amarillos) se ven más cercanos y destacados. El movimiento es el mejor indicador para entender en relieve una visión plana. Algunos objetos se mueven, y nosotros movemos la cabeza para situarnos. La percepción de la realidad social se lleva a cabo a través de nuestra idea de cómo tienen que ser los objetos<sup>74</sup>. Robert L. Solso considera que «vemos el mundo a través de mil hipótesis»<sup>75</sup>. La perspectiva es también una gran ayuda para situar la realidad en relieve. Todas estas estrategias nos ayudan a interpretar un mundo real, en cuatro dimensiones, cuando nuestros ojos sólo nos permiten captarlo en dos. Como en la lectura de libros, la interpretación de la mente es esencial para conocer el mundo.

---

de lobo), en el horizonte suele haber una cierta línea de luz tenue, debida a la atmósfera. No me refiero al brillo de las ciudades, que es más anaranjado y visible. De noche apenas se ven los colores, aunque siguen existiendo. El mundo se transforma en grises. Los rojos se oscurecen antes que los azules o verdes. Los conos de la retina no reciben suficiente luz para activarse. Para ver bien de noche no hay que mirar de frente, sino enfocar de lado. En la oscuridad, tras un período de ajuste breve, los ojos empiezan a ver. Se necesita muy poca luz (15 fotones) para ver algo. Cuando no hay luz, se cierran los ojos o se duerme, el cerebro inventa luces, imágenes, incluso historias visuales complicadas. Aunque no le lleguen imágenes, el cerebro conserva la memoria de imágenes. Inventa, pues, la luz. Aunque es posible que haya breves espacios de tiempo en negro entre sueño y sueño. Con luz o sin luz, el ser humano no para de ver, y eso sugiere que hay formas diversas de ver.

<sup>73</sup> Hay dos ojos, y eso permite una cierta sensibilidad sobre la profundidad, pero solamente en objetos muy cercanos (como cuando se cose o se escribe). En un plano medio o largo la existencia de dos ojos no representa una gran ayuda.

<sup>74</sup> En el arte egipcio, asiático e incluso en algunos cuadros y esculturas medievales, las personas aparecen en un tamaño diferente, proporcional a su importancia o poder. Es una forma de mezclar la realidad visual con la realidad mental: los súbditos tienen un tamaño diez veces menor que los faraones; la mujer del faraón, la mitad de su tamaño.

<sup>75</sup> En la obra ya citada de 1999 (p. 187).

Me veo reflejado en la mirada de otras personas. Me sorprende cuando me encuentro con amistades viejas, que hace tiempo que no veo. Me escrutan; me siento incómodo. Miran mis canas o mis arrugas. Sospecho que me he hecho viejo. El tiempo pasa, pero día a día no se nota. La hierba no se ve crecer. No se puede ver el paso del tiempo, salvo en cómo los hijos/as se hacen mayores. En la casa de la montaña, en una esquina de la pared hemos ido marcando la estatura de mis dos hijos, con la fecha a lápiz, año a año. Se puede observar cómo crecen. El paso del tiempo se puede notar también en la mirada de extrañeza de esos viejos amigos/as. Es una mirada demoledora, que suele venir acompañada de frases como «*¡Pero si estás igualito que hace veinte años!*». Suena a falso. Pero las fotografías atestiguan el paso del tiempo.

El fotógrafo/a, o el pintor/a, dispara o pinta, y luego desaparece. Deja su puesto exacto para que yo me sitúe en su sitio, y vuelva a ver la foto o el cuadro desde su punto de vista. En ese sentido, las fotos/cuadros no son sólo *ventanas* que nos hacen accesible un mundo exterior, sino también *espejos* mediante los cuales puedo entender las preocupaciones más íntimas de su autor. Son como los «equivalentes» de Alfred Stieglitz<sup>76</sup>. Veo lo que él/ella veía, enfocaba o pintaba. Noto lo que le preocupaba, lo que le inquietaba, sus propios debates internos. Los cuadros se ven mejor entornando los ojos, desenfocando la imagen, e imaginando entonces qué es lo que el pintor/a desea comunicar. Desde luego, no es una pipa, aunque pinte una pipa, y escriba debajo *Ceci n'est pas une pipe*<sup>77</sup>.

Las mujeres se pintan los ojos no para ver mejor, sino para atraer la mirada. Una cara es más llamativa con los ojos pintados. Buscamos caras en todas partes, asegura James Elkins<sup>78</sup>. Más aún si las caras se resaltan. Pero puede que los ojos se pinten precisamente

<sup>76</sup> A partir de 1922 y por lo menos hasta 1931, el fotógrafo Alfred Stieglitz (1864-1946) se dedica a fotografiar nubes, sobre todo en la casa familiar en Lake George. Realiza varias series. Sugiere que esas fotografías son «equivalentes» de su experiencia vital. Son una imagen del caos del mundo, y de su relación con ese caos. Son fotos que ya no pretenden ser pictoralistas, sino transmitir la experiencia personal del fotógrafo. Empezó con la serie «Music: A sequence of ten cloud photographs», en 1922. Algunos de estos equivalentes se pueden ver en el libro *Alfred Stieglitz* (Nueva York: Aperture, 1989), 95 pp., en las pp. 57, 61, 65, 79, 85 y 87. Son fotos realizadas entre 1922 y 1930. Una discusión puede verse en el capítulo 11, «The equivalents» (pp. 131-136), en Dorothy Norman, *Alfred Stieglitz: An American Seer* (Nueva York: Aperture, 1990), 240 pp. Incluye tres fotos de nubes. Ver también Sarah Greenough y Juan Hamilton, *Alfred Stieglitz: Photographs & Writings* (Washington DC: National Gallery of Art, 1999), 246 pp. Los equivalentes son las fotos 55 a 67, todas realizadas entre 1922 y 1931. Coincide que la National Gallery of Art, en Washington DC, tiene una exposición sobre *Modern Art in America: Alfred Stieglitz and His New York Galleries* (exposición del 28 de enero al 22 de abril de 2001). Hay un catálogo masivo con el mismo título editado por Sarah Greenough (año 2000, 611 pp.).

<sup>77</sup> Claro que no es una pipa; es un discurso, una provocación, un insulto. Me refiero al cuadro del belga René Magritte, de 1929.

<sup>78</sup> Elkins nunca dice —pero está a punto— que el cuerpo humano desnudo puede simular una cara. Los pezones son los ojos. Hay un cuadro de Magritte que reproduce exactamente esa idea con un torso femenino. Curiosamente, su título es *La violación*, pintado en 1934. Algunas de las fotos en el libro de Elkins (1997) —por ejemplo, en la p. 26— si se quita la cabeza parece una cara. Lo mismo en la p. 94. Actualmente también las casas parecen a veces caras. Por ejemplo, las fotogra-

para no llamar la atención, es decir, para conformar con la norma establecida. Las mujeres maduras que no se tiñen las canas (o todo el cabello) llaman más la atención que las que lo hacen. El color disimula, pues, la diferencia, no necesariamente atrae la atención. Todos/as queremos ser un retrato de nosotros mismos, es decir, un modelo mejorado, más estético y bello. Molestan las fotos propias porque no nos reconocemos, pero también porque tenemos una opinión mucho mejor de nosotros. La visión parcial —fotográfica— de nuestra cara nos repugna. Nos pasamos la vida convenciéndonos de lo buenos, simpáticos y atractivos que somos. Pero no nos vemos. El mundo hiper-visual en que vivimos nos provee diariamente de modelos a los que debemos parecernos. Son imágenes que tenemos que copiar si queremos ser «normales». Casi terminamos creyendo que somos como esos modelos. Teñirse el cabello es simplemente una de esas características. España está lleno de rubias, cuando el tipo dominante es ser morena. Se tiñen las mujeres, cada vez más varones, pero apenas los niños/as. El color del cabello es solamente un ejemplo. Lo que importa es la visión total de cómo mostrarse en la sociedad global actual. En un siglo XXI repleto de imágenes con luz propia, y con el palacio de los Nazaríes todavía en la colina de La Alhambra, nada hay más desgraciado que ser ciego en Granada.

El tema infantil sobre la visión es importante. Los bebés no ven, o, mejor dicho, nunca recuerdan haber visto. Realmente, ven mucho: los niños/as enfocan hasta seis centímetros de distancia, mientras que a los cincuenta años se requieren cuarenta centímetros. Los recuerdos visuales conscientes no se remontan hasta antes de los cinco años. Si son más antiguos suelen ser «reconstrucciones» en base a fotografías. Ignoramos cómo ven los niños/as pequeños. Tampoco tienen un color de ojos fijo; va cambiando. Es una frase hecha: «*Tiene los mismos ojos que su padre*», pero no se refiere necesariamente al color del iris<sup>79</sup>. El cabello se les suele oscurecer progresivamente. No sabemos cómo se ven los niños/as a ellos/as mismos; sobre todo si aceptamos que la visión de los adultos sobre su persona es bastante difusa y desenfocada<sup>80</sup>. Vemos colores o formas difusas, e inventamos el resto. El cerebro está mentalmente reconstruyendo imágenes todo el tiempo, de lo que no vemos pero ya conocemos, o adivinamos como real. En parte debemos alegrarnos de ver tan poco, pues eso supone mucho menos trabajo. Adivinamos o pensamos más que vemos. Confiamos mucho en el rabllo del ojo, lo que notamos o sospechamos en los laterales de nuestra visión. Gra-

---

fías de casas norteamericanas de Walker Evans (ahora tan de moda) simulan caras, con las ventanas como ojos y la puerta la boca. También algunos coches, con sus faros y la parrilla delantera, simulan caras. Sospecho que a veces tanto casas como coches están contruidos así a propósito.

<sup>79</sup> La expresión castiza suele utilizar «mismitos»: «Tiene los mismitos ojos que su padre», refiriéndose a la cara, o quizás la zona de los ojos, pero no necesariamente al color del iris, que en bebés suele cambiar.

<sup>80</sup> Muy de cerca, la imagen se desenfoca mucho y se distorsiona. Un bebé ve el pecho materno, el brazo de su madre, la cara enorme. Es una visión casi fantasmagórica. Pero incluso los adultos, al abrazarse, pierden el sentido de la proporción de la otra persona. Mentalmente reconstruyen el resto que no ven.

cias a los fotorreceptores, esos laterales son sensibles a la luz, pero los objetos están gravemente desenfocados y alterados. El movimiento periférico, en los laterales, nos preocupa. Es un signo —como dije antes— de defensa tribal. Las moscas que este verano trato de matar en la montaña tienen aún mejor desarrollado ese sentido de visión periférica. Sólo un buen matamoscas (un euro) es efectivo con ellas. Las moscas de ciudad son más astutas aún, han aprendido a sobrevivir. Igualmente, los perros son muy buenos en oler y en ver personas en movimiento, pero si uno se para es fácil despistarlos. Los objetos o personas en los laterales de la visión humana aparecen deformados (más alargados y delgados de lo que son). Pero no importa, se trata de evaluar su peligrosidad, no de verlos realmente como son<sup>81</sup>.

Los ojos vigilan constantemente, pero están enseñados para *apartar la vista* en situaciones que consideramos extremas. La muerte o la violencia son dos de esas situaciones típicas. No miramos personas muriéndose. Las vemos enfermas, o ya cadáveres, pero casi nunca en el momento de expirar. Posteriormente se ven fugazmente muertos en sus velatorios, o ya sus huesos o cenizas. La cultura contemporánea anula la visión de la descomposición del cuerpo humano. Antes a los niños/a muertos se les solía sacar una foto en brazos de sus padres, vestidos como si estuviesen dormiditos. Los primeros daguerotipos fotografaban en el «lecho de muerte». Las fotos de niños/as o de adultos muertos ya no se realizan. Los/as médicos cirujanos al realizar la primera incisión cierran instintivamente los ojos un instante; luego ya siguen con los ojos abiertos.

Es como el punto ciego en el ojo, la llamada papila del nervio óptico. Hay cosas que no vemos, pero que el cerebro se preocupa en «rellenar» con la misma textura o color de alrededor. Hay puntos ciegos reales (debidos a la entrada del nervio óptico en el ojo) y puntos ciegos sociales. Señalan lo que no se puede ver. Un ejemplo del acto inconsciente de «rellenar»: voy al cine y delante de mí se sienta una persona alta. No suelo reprimir mi disgusto. «*Me va a tapar una parte de la pantalla*». «*Esto siempre me sucede a mí*». Empieza la película y, efectivamente, hay un trozo que no veo. Me estiro un poco. Al rato me relajo. Ya no me doy cuenta que hay un trozo que no veo. Sencillamente, el cerebro lo está rellenando. Termina la película y me sorprende que un tipo tan alto me haya permitido ver la película sin problemas. Suspiro feliz. Si voy a visitar iglesias románicas, mentalmente elimino los árboles que me impiden ver parte de la estructura. Es como si no estuviesen. Supongo que mi cerebro tiene una gran capacidad de «relleno». Las alfombras se ven enteras. Uno elimina lo que no quiere ver, e inventa el resto si es preciso<sup>82</sup>. Se aprende a ver, y también a

<sup>81</sup> Sobre cómo ven las moscas o perros no pretendo pronunciarme.

<sup>82</sup> Soy un entusiasta de La Patum de Berga. Me encanta cada año ver los gigantes, los cabezudos, el águila, los danzantes (sobre todo el turco), y tantos otros detalles. Pero es usual que la plaza esté a rebosar y que cada uno en realidad veamos muy poco. Se oye (tampoco demasiado) y se huele (bastante a pólvora). El conjunto permite imaginar las partes, «verlas» mentalmente, aunque lo que la muchedumbre deja ver es bastante poco. Las sabias explicaciones de Jaume Farràs añaden

imaginar. Ya no es posible contemplar el cielo estrellado sin ver carros, oriones, osos, cisnes y todo tipo de seres mitológicos —que a su vez jamás hemos visto más que en pintura—. El cielo es un bestiario, está vivo. Pero no está lleno de marcianos, sino de júpiteres tronantes, carros y caminos lácticos.

Detengámonos un momento en uno de esos puntos ciegos: el cuerpo humano desnudo. La mayor parte de la fotografía es de personas o de paisajes. Lo más frecuente es un grupo de personas —de frente, mirando a la cámara, sonriendo— delante de un paisaje (natural o urbano). No suele ser una fotografía de cuerpo entero, o de otras partes del cuerpo que no sean la cara de frente; salvo en la abundante y detallada fotografía pornográfica. El libro *Historia del ojo*, de Georges Bataille, es una muestra de esa obsesión<sup>83</sup>. Las modelos no suelen entonces mirar a la cámara. Son sorprendidas en el acto de tocar su propio cuerpo, o en relaciones con otros seres humanos. Así, la fotografía pornográfica garantiza la relación íntima con una persona que no conoces, pero que se expone visualmente. Se supone que eso representa las fantasías del lector. Las imágenes de esas personas aparecen parcialmente vestidas. Es parte del juego infantil de ver-no-ver. Facilitan un proceso de socialización visual: las revistas pornográficas señalan lo que se puede *ver* en la intimidad, y lo que se puede *hacer*. En la mayoría de las sociedades hay un código estricto de lo que es una foto pornográfica y lo que no lo es<sup>84</sup>. Apenas se autorizan imágenes fronterizas. Las imágenes pornográficas no suelen ser estéticas ni artísticas. Eso genera una socialización difásica.

Hay otros puntos ciegos sociales, y una investigación interesante sería ir descubriéndolos. Por ejemplo, los animales. Son vistos generalmente con poco detalle. Por eso son tan difíciles de dibujar, pues no se les observa previamente. Los perros son vistos desde arriba,

---

color. En este caso el «rellenado» es enérgico e imaginativo. Quizás eso explica el dramatismo y la emoción de la fiesta; no se me había ocurrido antes.

<sup>83</sup> Me refiero al libro erótico clásico *Histoire de l'Oeil*, publicado en Francia en 1928 bajo el seudónimo de Lord Auch. Aquí se ha utilizado la versión en inglés: Georges Bataille, *Story of the Eye, by Lord Auch* (Londres: Penguin Books, 1982), 127 pp., que contiene dos textos introductorios de singular importancia para el presente artículo: Susan Sontag, «The pornographic imagination» (pp. 83-118), un texto original de 1967; y Roland Barthes, «The metaphor of the eye» (pp. 119-127), escrito en 1963. La famosa historia de Bataille, escrita en primera persona (un varón) contando las peripecias de un trío, incluye capítulos llamativos sobre una corrida de toros en España y aventuras en Sevilla. Sontag señala atinadamente que las experiencias no son pornográficas, sólo lo son las imágenes y las representaciones. La pornografía en el fondo no se trata de sexo, sino de muerte, del no ver definitivo. Esta teoría es paralela a la de Roland Barthes sobre la fotografía como muerte. En ambos casos se vuelve a la poderosa metáfora del ojo (y del huevo). Véase también *El ojo*, de Vladimir Nabokov (Barcelona: Anagrama, 1999), 107 pp., publicado originalmente en ruso en 1930, y en inglés en 1965.

<sup>84</sup> No lo son, por ejemplo, las fotos de Edward Weston, ni tampoco las de Bill Brandt. Tampoco lo son, pero sorprenden, las de Lee Friedlander, en *Nudes* (Londres: Jonathan Cape, 1991), con 84 fotos, y un texto final de siete páginas de Ingrid Sischy. Estos tres autores son quizás los fotógrafos más innovadores en el tema de desnudos femeninos. Las fotografías de Robert Mapplethorpe sobre varones desnudos son a veces consideradas como «escandalosas». Significativamente, en el mundo de la pornografía cada vez hay menos revistas y más vídeos.

nunca al nivel de sus propios ojos<sup>85</sup>. Para ello sería preciso ponerse «a gatas». Los cuadros de Toulouse-Lautrec (1864-1901) son inquietantes en parte por su punto de vista bajo, porque era enano. La mayoría de las fotos están sacadas desde el punto de vista (la altura) de los ojos humanos. Apenas hay fotos de la parte alta de los edificios, tampoco de los zapatos de las personas. La mayoría de las imágenes son paralelas, de frente, a la altura de los ojos humanos. Cuando se adopta otra visión —como en la fotografía aérea— sorprende o desconcierta. Por ejemplo, la película *Cuentos de Tokio* (*Tokyo monogatari*, en el original), de Yasujiro Ozu, tiene algo de raro o sorprendente<sup>86</sup>. El espectador/a tarda en darse cuenta que la cámara filma la película a la altura de los ojos de alguien como si estuviese sentado en el suelo, al estilo japonés. No hay *travellings*, *zooms*, fundidos ni panorámicas. El realismo es rampante. Pero como la cámara está muy baja los decorados tuvieron que ser contruidos con techo (catorce años antes eso se innova en *Ciudadano Kane*, aunque por causas distintas)<sup>87</sup>. El techo es evidente también en el cuadro de Velázquez *Las Meninas*, por razones que luego explico. Las fotos, las películas, incluso la televisión, siguen la forma establecida de ver, mirar e interpretar visualmente situaciones reales. Reflejan la forma en que vemos y, a su vez, refuerzan nuestros hábitos.

Lo que no vemos no nos preocupa, y ni siquiera pensamos en ello. *Ojos que no ven, corazón que no siente*, se dice en castizo. Lo que socialmente no se puede ver, no se ve, y no se piensa. Pero en realidad es al revés: «corazón que no siente, ojos que no ven». Lo que no se piensa no se llega a ver. Realmente se ve con el cerebro, no con los ojos. En las modernas organizaciones lo más problemático no es lo que esas organizaciones obligan a pensar a sus miembros, sino precisamente lo que les impiden pensar. Dentro de cualquiera de las organizaciones potentes del mundo contemporáneo hay pensamientos que ni se te pasan por la cabeza<sup>88</sup>. Experimentamos mucho con el mundo físico, pero muy poco con el social o el político.

Otras cosas —como el sol— no se pueden mirar directa y prolongadamente. No podemos ver el sol más que un instante, incluso con gafas oscuras. Es demasiada luz. Se siente dolor, aunque no queda claro si esa sensación es propiamente dolor. Quema, o, mejor dicho: creemos que va a quemar. Sabemos que el sol está ahí, pero no lo miramos. Otro tema «invisible» ya citado es la muerte. La muerte mata, pero no se ve, y por lo tanto tampoco se

<sup>85</sup> Imagino que la visión del perro es igualmente distorsionada. Sólo ve piernas andando.

<sup>86</sup> Yasujiro Ozu, *Tokyo monogatari* (1953, 130').

<sup>87</sup> Orson Welles, *Citizen Kane* (1940, 119'). En Europa no se estrena hasta 1946. Es impresionante que, en esa genial película, Welles (1915-1985) tenía solamente 25 años.

<sup>88</sup> La idea la desarrolla mejor Mary Douglas, en su libro *How Institutions Think* (Syracuse, New York: Syracuse University Press, 1986), 146 pp. Está traducido por Alianza Editorial.

piensa en ella. Es el tabú más moderno. Pero entre las personas ancianas es tema favorito de conversación: las personas muy mayores se desayunan leyendo las esquelas locales. Se ve y piensa alrededor de la muerte, pero no sobre la muerte exactamente<sup>89</sup>. Incluso los médicos/as prefieren no ser testigos de la muerte; se escabullen.

Otras veces *vemos pero no archivamos*. No son puntos ciegos, sencillamente no nos molestamos en guardar la información: por ejemplo, cuándo las personas llevan gafas, o el color de sus ojos. Si me preguntan si una persona concreta lleva gafas, a menudo dudo. Si me preguntan si la persona es blanca o negra, no dudo nunca. Olvido el color de los ojos de mis propios hijos/as. La pupila no tiene color, es negra impenetrable (en realidad es una cámara oscura); pero el iris (la niña de los ojos) es el color más llamativo en el cuerpo humano. Sin embargo, se suele olvidar. No debe ser importante si no se recuerda. Para sobrevivir quizás el color de los ojos de los demás seres humanos no sea importante. Otro ejemplo de no-ver: uno/a puede desnudarse delante de sirvientes, cosa que no haría delante de otros familiares y menos aún de extraños. Los sirvientes pertenecen a otra clase social, «no ven». Es como desnudarse delante del perro<sup>90</sup>. Tampoco hay fotos de ejecuciones, aunque sí de sillas eléctricas vacías, como la serie de Andy Warhol. La ejecución propiamente dicha no se permite filmar, ni ver. Tampoco se permite la pornografía infantil, pero curiosamente hay una larga tradición de pintar con todo detalle los genitales del Niño Jesús<sup>91</sup>. La pintura de los pies de la Virgen María fue duramente perseguida por la Inquisición, pero al mismo tiempo se mostraba su pecho, y se alababa la desnudez total de su hijo. No hay Cristos crucificados totalmente desnudos, pero sí muchos Cristos muriendo en la cruz, en el clímax de la agonía. En la historia de la humanidad lo que se puede ver y no del cuerpo humano está bien delimitado. La divinidad incumple esos tabúes.

*Las Meninas*, el cuadro de Diego Velázquez de 1656, es un nudo complejo de miradas. Los once personajes más el mastín están todos mirando unos a otros. Los reyes a la infanta Margarita. Velázquez mira a los reyes, pero también al cuadro que pinta, que no queda claro si son los reyes o las meninas. Las sirvientas, enanos y mastín se miran entre ellos/as. Los criados o educadores, y el caballero de atrás en la puerta, a la escena entera. Dos personajes nos miran a los ojos: Velázquez y la enana. La princesa Margarita casi, pero más bien parece mirar a su madre. Hay espejos, cuadros, puertas, ventanas. Sin olvidar la mirada del espectador/a, que curiosamente no es la del pintor, ya que Velázquez está en el propio cuadro. Si nos fijamos, el punto de vista final —del supuesto pintor— está a la altura de

<sup>89</sup> El tema se discute en un artículo de Marga Mari-Klose y Jesús M. de Miguel titulado «El canon de la muerte», *Política y Sociedad*, 35 (2000), pp. 115-143.

<sup>90</sup> Obviamente, no estoy tomando en serio el símil. Es para ilustrar, de forma punzante, la diferencia que quiero señalar.

<sup>91</sup> Al parecer, se hacía para demostrar la «humanidad» de Jesucristo.

los ojos de la infanta Margarita. Por eso en el cuadro se ve el techo. Es una obra de arte genial para interpretar la vista, los ojos, lo que se ve; un monumento de complejidad.

En otros de los cuadros de Velázquez hay también a veces alguien que mira fijamente, a los ojos, como en *Las Lanzas* o la *Rendición de Breda* (1634), y en numerosos cuadros de otros autores. Suele ser el pintor autorretratándose; un rasgo narcisista bien conocido en la pintura<sup>92</sup>. Pero no nos damos cuenta que el pintor/a está en todos sus cuadros, igual que el fotógrafo en sus fotografías. Es como en un álbum familiar en donde, por ejemplo, el padre nunca aparece en las fotos porque está disparando la cámara. Pero si se analiza el álbum, la persona más representada, omnipresente, es precisamente el padre. Está siempre aunque no le vemos. Entendemos la realidad a través de sus ojos. Un análisis del álbum familiar nos permitiría saber cómo es la familia, y cómo es el padre. Pero no solemos realizar ese análisis<sup>93</sup>.

Otras veces puede sorprender el *ver más*. El primer viaje a Australia, por ejemplo, siempre sorprende como un país con paisajes inmensos. Es que la línea del horizonte se ve toda. Es un país desértico con poca construcción, salvo en las grandes ciudades (e incluso en ellas), y por eso se ve más. Al principio es inquietante, y uno no sabe realmente lo que sucede. Se ve mucho cielo, mucho campo, árboles muy grandes (no deben ser tan grandes, pero están aislados y se ven enteros). Las casas son casi todas de un piso y bastante separadas unas de otras. Se ve mucho, sin poderlo nombrar o archivar. Es como el firmamento que nos empeñamos en domesticar nombrando constelaciones y grupos de estrellas. Pero el enorme horizonte australiano no tiene nombre, salvo el de *outback*, expresión intraducible. Es similar a la experiencia en alta mar; también en las montañas. No nos sentimos reflejados en esa naturaleza. Incluso nos vemos demasiado pequeños e inferiores. Nuestra imaginación convierte las grandes nubes en animales, dragones o héroes; las estrellas en mitologías; pero no sabemos jugar el mismo truco con montañas, océanos o el horizonte australiano.

## HACIA UNA SOCIOLOGÍA VISUAL

No vemos para fotografiar, sino que fotografiamos para ver. Los cursos de Sociología Visual enseñan a ver y a investigar sobre la imagen. En este siglo dominado por la imagen

<sup>92</sup> La escenografía es copiada por Goya en el majestuoso retrato de *La familia de Carlos IV*. En cambio, otros pintores se presentan de espaldas, lo que es más fotográfico (por ejemplo, Dalí). Vermeer también se pinta de espaldas en *El Arte de la Pintura* (pintado entre 1666 y 1678), en donde, a pesar del título dado al cuadro, aparece Clío (la musa de la Historia) de frente al pintor de espaldas.

<sup>93</sup> El análisis de álbumes familiares de fotos sería un tema excelente para tesis doctoral. Debería estratificarse por clases sociales y por tipos de familias.

y las nuevas tecnologías es una tarea perentoria. La fotografía es una mirada que puede ser realizada dos veces (o más). Incluso permite mirar lo que nunca se ha visto. Hay una cierta sensación de que las fotografías te miran. Ver fotografías antiguas produce nostalgia. Basta que pasen cincuenta años para que cualquier foto parezca venerable. Un experimento es volver a investigar con proyectos de fotos de hace varias décadas (teniendo en cuenta que la fotografía apenas tiene 150 años de vida). Así aparecen reediciones de proyectos fotográficos famosos, que son vistos y comentados de nuevo. Quizás el más clásico es *An American Exodus*, de Dorothea Lange y Paul Taylor, publicado originalmente en 1939 y reeditado en 1999 en Francia (significativamente, no en Estados Unidos)<sup>94</sup>. Otro clásico que todavía se reedita y lee es James Agee y Walker Evans, *Let Us Now Praise Famous Men*, originalmente publicado en 1941, pero con fotos de 1936. Se reedita en 1960 y, modernamente, en 1988<sup>95</sup>. Dos ejemplos llamativos más recientes son *Brooklyn Gang*, de Bruce Davidson<sup>96</sup>, y *Suburbia*, de Bill Owens<sup>97</sup>. Los libros de fotos que se reeditan continuamente (como *The Family of Man*) conforman «los clásicos» en la Fotografía. Los años que se tardan en reeditar estos proyectos es indicativo del periodo de inclusión en un canon fotográfico, que parece ir cada vez más deprisa: *An American Exodus*, 60 años; *Let Us Now Praise Famous Men*, 47 años; *Brooklyn Gang*, 39 años, y *Suburbia*, 26 años. Hay más ejemplos, pero estos cuatro están entre los estudios más impresionantes. Los cuatro tienen en común el análisis sociológico de personas.

El deseo más primitivo es ver seres humanos, y sentirse reflejado o explicado por ellos. A fuerza de verse, de convivir, de comer igual, las personas que viven juntas durante muchos años terminan pareciéndose<sup>98</sup>. Los/as viejos se parecen. A menudo dicen la misma

<sup>94</sup> Dorothea Lange y Paul Taylor, *An American Exodus: A Record of Human Erosion* (París: Jean Michel Place, 1999). Es la reproducción facsímil de la edición original de 1939, de 158 pp., editada por Reynal & Hitchcock (Nueva York). Incluye textos aclaratorios (en inglés) de Sam Stourdzé y Henry Mayer. El libro combina admirablemente fotos, testimonios originales y análisis teórico.

<sup>95</sup> James Agee y Walker Evans, *Let Us Now Praise Famous Men* (Boston: Houghton Mifflin, 1988), facsímil de la edición de 1941 y de 1960, de 471 pp. y 54 pp. en la introducción, además de las 62 fotos que introducen el libro sin ninguna información. Una edición posterior de 1960 incluye un prefacio de Walker Evans titulado «James Agee in 1936». Agee murió en 1955, y aunque Evans era seis años mayor, no muere hasta 1975. Hay traducción de este libro al castellano.

<sup>96</sup> Bruce Davidson, *Brooklyn Gang* (Santa Fe, Nuevo México: Twin Palms, 1998), 100 pp. Las fotos originales se realizaron en 1959, y el presente libro se publica 39 años después. El fotógrafo pasa de 25 a 64 años. Incluye una reacción por escrito (transcripción de una conversación oral) de Bengie, un miembro del gang original (pp. 84-98). El resto murieron de sobredosis de droga, por asesinato o suicidio. Tanto las fotos como el texto son impresionantes.

<sup>97</sup> Bill Owens, *Suburbia* (Nueva York: Fotofolio, 1999), 120 pp. La edición original es de 1973.

<sup>98</sup> Ver la serie de siete fotografías «We two form a multitude» (pp. 182-183) en la exposición *The Family of Man* (Nueva York: MoMA, 1986, es la edición del 30º aniversario, 192 pp.), creada por Edward Steichen, en el Museum of Modern Art (11 West 53 Street, Nueva York) en enero de 1955, seguramente la exposición más famosa. Contiene 503 imágenes de todo el mundo. El libro se sigue vendiendo, siendo seguramente el libro de fotografía que más conserva la popularidad, a pesar de las críticas. Una revisión interesante se puede ver en «Subtle subterfuge: The flawed nobility of Edward Steichen's *Family of Man*», pp. 121-174 en el libro ya citado de Lili Corbus Bezner (1999). La exposición es permanente en Luxemburgo.

frase (o idea) al tiempo. Pero necesitamos que los seres estén vivos, que se muevan. De ahí que las nubes nos fascinen: los dragones se transforman poco a poco en dinosaurios, luego en tortugas, terminando quizás por parecerse a querubines, o quizás a cocodrilos. Nunca se sabe cómo van a evolucionar las nubes, según sople el viento. La televisión fascina porque permite ver a seres humanos en acción. Pero no permite hablar con ellos/as. El teléfono ya inició un sistema de conversación a distancia, pero Internet ha patentado la posibilidad de conocer a una persona —incluso íntimamente— sin verla nunca. Es una especie de alma sin cara. Cuando por fin, tras una elaborada cita, se conoce visualmente a la otra persona, la desilusión más profunda suele ser la tónica. Pero Internet permite conocer a alguien sin verle. Incluso permite *chatear* con él/ella durante ratos interminables. Hasta hoy se pensaba que ver la cara era indispensable para cualquier tipo de relación humana. Cuando se incorpore la visión a Internet (eso está ya próximo) la influencia de la imagen puede dar otra vuelta de tuerca. Por ahora, la visión lo es a través del simbolismo de las palabras, en negro sobre blanco. Pero no queda claro si se puede recordar una persona sin recordar su cara. La no-cara es inquietante; una especie de Ku Klux Klan o penitente de procesión de Semana Santa. Es tan intolerable como una ciudad donde no hay nadie en las calles, como en el sueño terrible del profesor Isak Borg<sup>99</sup>. Lo que caracteriza una ciudad no es el ruido, autobuses, rascacielos, sino miles de caras. Siguen teniendo un poder enorme, y generan una atracción considerable. Sobre todo el lado izquierdo de la cara<sup>100</sup>.

Los seres humanos tenemos *memoria visual*. No sé cuántas imágenes puede almacenar un cerebro, pero son muchas. Quizás no es exactamente memoria de imágenes concretas, sino memoria de haber visto algo, del proceso de ver. No recuerdo una cara, sino que *recuerdo haber visto una cara*. No es lo mismo. Lo que archivo no es una fotocopia de su cara, sino un recuerdo vago y movable, que va-y-viene, y que vagamente me recuerda a alguien; junto con su nombre, olor, temperamento, anécdotas personales. A menudo, al recordar una relación con alguien visualizas momentos como si fueses un espectador/a. Te ves a ti mismo con la otra persona, desde fuera. Por ejemplo, si cierras los ojos y tratas de recordar relaciones íntimas es usual llegar a esa visión de tercera persona. Es obvio que no te viste nunca desde fuera, sino que es una recreación mental posterior. Te conviertes en un documental. Quizás ocurre de tanto ver la televisión. La memoria de ver es más bien que se recuerda haber visto. Se puede crear artificialmente

<sup>99</sup> Me refiero al primer sueño representado por Victor Sjöström, en *Smultronstället* (*Fresas salvajes*, en realidad debería traducirse por «fresas silvestres»), de Ingmar Bergman (1957, 90').

<sup>100</sup> El izquierdo es el lado más expresivo de la cara. Las caras no son simétricas. Los dos ojos nunca son iguales. Ni las orejas. Consistentemente, el lado izquierdo es el que más expresa las emociones. En el caso de hermanos/as gemelos buscamos siempre defectos o señales en la cara que nos identifique quién es. Pero el hecho de ver dos caras iguales de dos hermanos/as mellizos es inquietante. Es un tema recurrente en fotografía.

en la mente la cara de personas que uno nunca ha visto, pero sí leído, o de personajes ficticios o novelescos<sup>101</sup>. La memoria visual está, pues, llena de ficción<sup>102</sup>. En cualquier caso, en Sociología saber mirar es imprescindible para el análisis de la realidad social, igual que el buen uso de los otros sentidos.

La *vista* es uno de los cinco sentidos. Los otros son: *oído*, *tacto*, *gusto* y *olfato*, según un cierto orden de importancia para la supervivencia. Están muy relacionados con los nueve orificios del cuerpo según la medicina medieval. Se dice que existe un sexto sentido, que es el sentido de anticipación, pero está a un nivel diferente. Pero el sexto sentido no es el «común», sino el de *temperatura*. Hay además un sentido de *gravedad*, y otro de *equilibrio*. El de gravedad permite conocer si estoy boca arriba o boca abajo, incluso cuando no hay luz. El sentido del equilibrio me permite saber dónde estoy yo, mis propios órganos o miembros. Si cierro los ojos, sé dónde está mi mano derecha sin verla. De día ando sin mirar a mis piernas. Estos ocho sentidos son eminentemente útiles para sobrevivir como persona, y sobre todo como especie. Los sentidos sirven además para entenderme. Si falta uno de ellos se supone que los otros se desarrollan más; es otro acto de «relleno» cerebral.

Ya he mencionado la importancia social de la altura de los ojos en el acto de ver. Solemos ver a la misma altura de nuestros ojos, de pie o sentados. Una visión a la altura de los ojos suele tender a ver otros ojos que están a su mismo nivel. Por eso la cara es el objeto más visto. Esto nos suele dar una idea confusa de la realidad, pues a esa altura vemos poco, pues unos se tapan a otros. Sorprende lo útil que es ver las cosas un poco desde arriba: un metro o incluso unos decímetros bastan para tener una visión global de una escena social. Eugene W. Smith, cuyos negativos he consultado durante meses en el Center for Creative Photography, en la Universidad de Arizona, solía fotografiar desde una escalera de mano. Ansel Adams (por cierto, también en el Center) tomaba fotos con un trípode encima de su coche. En el caso de Adams suelen ser paisajes, mientras que en Smith son siempre seres humanos. Para fotografiar una persona sola, la información adicional que proporciona una perspectiva en picado es considerable. Subirse de pie a una silla para fotografiar es siempre un buen truco. El picado cumple

<sup>101</sup> Por ejemplo, un problema que tengo con la literatura japonesa es que por el nombre de los personajes no distingo inmediatamente si es varón o mujer. Eso me dificulta enormemente la comprensión de la novela. Los/as protagonistas pueden visualizarse o crearse en la mente, pero necesito al menos saber si es varón o mujer, y su edad aproximada. A menudo es distinto de lo imaginado pues los nombres terminados en *-ko* suelen ser de mujer.

<sup>102</sup> Pero puede ser una ficción seria, analítica, creadora. Sería interesante, por ejemplo, pedir a estudiantes de Sociología que describan cómo es (o imaginan) —visualmente— Spencer, Simmel, Mannheim, Weber o Durkheim. Marx es más sencillo, igual que Freud, el Che Guevara, Hitler o Mao, porque hemos visto cientos de fotografías o caricaturas de ellos. Pero una descripción de cómo visualizan a Parsons, Homans, Dahrendorf o Wright Mills sería fascinante. Hay que echarle mucha imaginación para pensar cómo son a partir de lo que se ha leído de ellos.

otra función inconsciente: hacer inferiores a los/as sujetos fotografiados; casi los cosifica<sup>103</sup>.

Los seres humanos nos especializamos en otros seres humanos. Pero la cara no es estática, sino que cambia para expresar los sentimientos de una persona, su estado de ánimo, incluso sus ideas. Quizás por eso nos fascinen tanto las caras: no son estables y requieren una interpretación continua. Dentro de la cara, los ojos son la parte más expresiva. Coincide con que, además, son el instrumento de la vista. Es, pues, un proceso circular: *miramos la parte del cuerpo especializada en mirar*. Dedicamos tanto tiempo a entender caras que nos especializamos en caras de nuestra propia cultura. Una persona perspicaz es la que sabe interpretar mejor y más rápidamente una cara, un gesto. Los extranjeros/as nos parecen todos iguales. No somos capaces de anotar las diferencias sutiles de las caras de otras culturas; menos aún de recordarlas luego. Se dice que los/as asiáticos son impenetrables. Pero se puede aprender a analizar caras, igual que a analizar fotografías.

La mayor parte de la acción de ver es echar ojeadas. Las personas que nos cruzamos en la calle les echamos una mirada rápida, brevísima, y saltamos a otra cara, a otra persona. Así continuamente. No reposamos la mirada en un solo ser humano. Es como si en voz baja dijese «No estoy mirando». Además, la mayoría de esas personas pasan fugazmente. Sabemos que no las vamos a volver a ver nunca más. Nos maravilla su cara, o alguna expresión, pero no nos da tiempo a archivarla. Además, sería una cara sin nombre, algo que produce más problema mental que beneficio. Ver fugazmente podría decirse que es una

<sup>103</sup> Un poco de perspectiva permite ver la realidad social en su contexto, que en una visión típica a la altura de los ojos es mucho menor. Véase Jesús M. de Miguel, «W. Eugene Smith a Espanya», pp. 8-23 en *W. Eugene Smith* (Barcelona: MNAC, 1999), 63 pp. Aparece el texto en catalán y en castellano. La pintura impresionista, por ejemplo, incorpora una cierta visión aérea; y además múltiple. Algunos cuadros representan varias perspectivas (o puntos de vista) al mismo tiempo, como luego incorpora también el cubismo desde 1909. Esa multiplicidad permite ver los objetos como si realmente nos moviésemos a su alrededor. Simulan un observador/a móvil y curioso. Se ven partes incluso desde perspectivas diferentes. Picasso era un experto en esa técnica. No se trata de representar los objetos como son vistos, sino como son pensados. El cerebro permite una visión múltiple, y a veces contradictoria, de la misma realidad social. En ese sentido, la pintura de Picasso a partir de 1906 es más real de lo que vemos; nos presenta la forma verdadera en que vemos las cosas: múltiple, distorsionada, contradictoria, parcial y desenfocada. De ahí su poder visual. A menudo a esas visiones múltiples se les añade una más: el título del cuadro, que proporciona pistas para interpretar la realidad social. Otras veces (como en René Magritte) el título es parte de la contradicción. El manuscrito original del presente artículo incluía en la portada una reproducción del cuadro *El falso espejo*, de Magritte, de 1928 (actualmente el cuadro está en el MoMA). Representa un ojo izquierdo, de apariencia desnuda (sin apenas pestañas), enorme (ocupa todo el cuadro), en donde el iris es una imagen de un cielo azul con nubes blancas. Hay otras versiones del ojo. La de 1932 fue pintada para su mujer, Georgette, y se denomina *El objeto* (quizás en referencia a Bataille), pero es un ojo que mira. En otra versión surrealista de 1935 las nubes incluyen la pupila, y se trata del ojo derecho. La versión original más famosa, *Le faux miroir* (54 por 81 cm), de 1928, se pinta como reacción a una foto famosa de un ojo realizada por Man Ray. El ojo de Magritte (como en el arte bizantino) no nos mira, sino que refleja la realidad. Magritte evita la implicación sexual atribuida al ojo por los surrealistas. La vida normalmente no lleva títulos, y el cerebro tiene que realizar todo el trabajo de interpretación. Para una visión audaz de Picasso, ver el estupendo librito de Gertrude Stein, *Picasso* (Nueva York: Dover, 1984), 55 pp., que es una reedición de la publicación original en Londres (B. T. Batsford) en 1938. Buenos amigos, Stein tenía siete años más que Picasso. Ella muere en 1946, y Picasso mantiene una vida artística muy productiva hasta su muerte en 1973. El libro conserva un cierto tono oral, que cautiva. Incluye, por supuesto, el famoso *Portrait of Miss Gertrude Stein*, realizado por Picasso en 1906, el mismo año que *Les demoiselles d'Avignon*, prácticamente el inicio del cubismo.

estrategia para no-ver. Incluso con una persona amiga se trata de no mirarla continuamente. Ya he insistido en que la vista es un sentido continuo, sin descanso. Sólo vemos al final, cuando el cerebro autoriza a recomponer el puzzle.

Ver es como dar una clase. Como profesor se aprende a pasear la mirada por el aula, no concentrarla en los/as estudiantes de la primera fila. Instintivamente reposo la mirada en una cara empática, unos ojos que parece que están entendiendo. Paro en esos ojos sólo un momento. Sigo paseando la mirada. Vuelvo instintivamente a los ojos comprensivos. Algunos oradores noveles «colocan» toda la conferencia a una sola persona, quien sufre indeciblemente ese acto de adjudicación. El acto de pasear la mirada entre el público permite una visión de la audiencia y, al mismo tiempo, no concentrar la charla en una persona<sup>104</sup>. A veces notas que un/a estudiante te mira raro, fijamente a los ojos, con la vista algo ida: está a punto de quedarse dormido<sup>105</sup>. Cuando hay algún familiar en una de mis conferencias evito a propósito el contacto visual. Cuando mi vista se acerca a ese familiar, simplemente salto por encima de ella. Ya he advertido que en algunas culturas (como la estadounidense) mirar a los ojos es de mala educación. Las personas locas miran raro, no se adaptan a las convenciones sobre cómo mirar. Lo notamos instintivamente pues no sabemos bien cómo devolverle la mirada. Las personas sanas también saben mirar raro a veces: hay miradas que matan, otras que atraviesan. Incluso hay miradas asesinas<sup>106</sup>.

La mayoría de las imágenes, y sobre todo las obras de arte (pintura, escultura), están hechas para ser vistas por un varón. Esa hipótesis es desarrollada con imaginación por John Berger, en su conocido (y excelente) librito *Ways of Seeing*, basado en una serie de televisión de la BBC. Lo define como «la mirada masculina» o *male gaze*: de un varón, blanco, heterosexual, mayor de edad. Si uno/a acude a un museo de pintura se da cuenta de lo que Berger entiende por mirada masculina. Todos los cuadros están pensados para ser vistos por varones, y seguramente con dinero. La mayoría de las mujeres en esos cuadros se «exponen» a la vista masculina. Si se cambian los modelos femeninos por masculinos, pero conservando la pose, la imagen se convierte en ridícula o imposible. Los museos de Arte, sobre todo los de pintura, van a cambiar mucho en los próximos años. La mejora de la condición femenina, y el multiculturalismo, pueden producir un cambio revolucionario en lo que se expone en los museos.

<sup>104</sup> Recuerdo asistir de estudiante a una conferencia de (Don) Fraga Iribarne, sobre Max Weber. ¡Miró todo el tiempo al techo! No hubo coloquio. Era durante la dictadura franquista, y quizás el tema de la ética protestante y el espíritu del capitalismo sonase un poco peligroso.

<sup>105</sup> Es lo que se llama *mirar al infinito*, a veces *mirar hacia adentro*. Si se trata de un examen es posible que el estudiante/a esté a punto de copiar.

<sup>106</sup> Hay también miradas románticas o amorosas. Pero conviene no equivocarse: algunas de esas miradas son sencillamente de miopes.

Hay, finalmente, una visión invisible, sobrehumana. Es la visión de Dios como ojo, una especie de Gran Hermano orwelliano. En la mitología cristiana, Dios se representa a veces como un gran ojo enmarcado por un triángulo. Dios lo ve todo, lo sabe todo. Nadie se escapa a la visión de Ella. En la cultura egipcia, los dioses Ra, Amón y Horus se representan a veces por un gran ojo maquillado, otras veces por un sol. La televisión o el ordenador son también un gran ojo luminoso, o un Big Brother. Para la inmensa mayoría de la población, vivir es *saberse visto*, así como *recordar haber visto*. Quizás por eso, la mayoría de las religiones inventan que hay un ser superior que lo ve todo, que nos ve continuamente, que lo sabe todo. A su lado, nuestra vista cansina, irregular y desenfocada es sólo un artefacto para la supervivencia temporal. En realidad vemos para ser, para dar sentido a nuestro existir, para saber cómo somos. Por eso nunca terminamos de ver. Los seres humanos damos una importancia tremenda a ver; morir es «cerrar los ojos».

Con arrogancia, los seres humanos creen que controlan su vista. Pero hemos visto (*síc, ¡visto!*) que nuestros ojos ven mucho más —otras veces mucho menos— de lo que creemos. Hemos aprendido que son difíciles de controlar. Se mueven a su aire, observan lo que quieren, y siguen unas rutinas aprendidas<sup>107</sup>. Tienen sus propios rituales de lo que hay que ver, y cómo. La acción de ver en los seres humanos es intermitente, difícil, trabajosa y poco confiable. Si vigilamos la acción de nuestros ojos descubrimos sus propias adicciones (ver caras, por ejemplo). No son diferentes de nuestro propio pensamiento, que también es inconstante y difícil de disciplinar. Pero quizás con el paso del tiempo, con la edad, aprendemos. Pero no queda claro qué aprendemos. Cuando dos niños/as juegan a mirarse, pierde el primero que ríe. Entre adultos ya no jugamos a ese juego, en parte por el miedo a que ninguno ría. ¿Por qué no reímos ya?

Hay muchos temas para estudiar e investigar en Sociología Visual. Pensamos —y soñamos— con imágenes y con palabras (son un tipo de imágenes, ¿no?). Al investigar la realidad social el valor máspreciado es la imaginación. «Imaginación» viene de imagen, siendo la capacidad de reproducir imágenes y asociarlas. Es también una sospecha. Escribir es poner imágenes (pensamientos) en palabras, para que luego otra persona pueda a su vez visionar esas imágenes. En la traslación de imágenes a palabras y de nuevo de palabras a imágenes se pierde algo, pero también se ofrece espacio para la improvisación. Según escribo este artículo en el ordenador veo desarrollarse imágenes tal y como yo las pienso en mi cerebro. No existían, y de pronto las veo formarse, poco a poco, en la pantalla. Es mágico. El fotógrafo/a imagina la foto positivada, la televisión imagina la audiencia, el escri-

<sup>107</sup> Los experimentos se pueden ver en el libro ya citado de Robert L. Solso (1999) en el capítulo sexto, sobre «The eyes have it: Eye movements and the perception of art» (pp. 129-155).

tor/a imagina los libros terminados; los tres antes de que realmente suceda<sup>108</sup>. Es el poder de la imagen pensada, la fuerza de la imagen fotográfica. Gracias por llegar hasta aquí leyendo, en realidad viendo. Nos vemos. Hasta la vista. Hasta más ver<sup>109</sup>.

---

## ABSTRACT

Visual sociology has scarcely begun in Spain. Well-known sociologists in other countries have drawn up theories on image, among them Erving Goffman (Canada), Howard Becker (United States) and Pierre Bourdieu (France). One of the first tasks tackled in visual sociology is to teach the art of seeing, and analyse the gaze. The end aim is to collaborate in the construction of social reality, and in the change of processes of social inequality in an all-encompassing world. In order to establish the foundations of such a building, this article analyses the process of *seeing*, and the social forms of *looking*. Some ideas on visual interpretation in Spain are presented. The *blind spot theory* applied to social reality is worked on. All these ideas make it possible to advance towards the institutionalization of visual sociology in Spain, its study and research. The interpretation of social reality is adversely affected by two processes: that of seeing and that of interpreting what is seen. The visual culture prevailing at present requires an active deconstruction of its social meanings and consequences. Scholars of sociology must *learn look and gaze* if they want to become good professionals.

---

<sup>108</sup> Banana Yoshimoto lo dice bien, en el epílogo de su libro *Kitchen* (Barcelona: Fábula Tusquets, 2002), segunda edición (versión original de 1988), en la p. 206: «Quisiera decir a todas las personas desconocidas que han leído este libro, el primero y con seguridad un trabajo inmaduro, que me haría muy feliz si se sintiesen tan sólo un poco más ligeras. En espera de reencontrarnos la próxima vez, os deseo de todo corazón toda la felicidad del mundo. *Banana Yoshimoto*».

<sup>109</sup> Este artículo se terminó de escribir en el Kennedy Center for the Performing Arts, el 11 de marzo del año 2001, mirando al Potomac y oyendo *El sombrero de tres picos*. Las pruebas se terminaron de corregir en París, en julio del año 2003.