

Métodos visuales: Análisis de la problemática visual entre la imagen icónica y la predicación política

Visual methods Between iconic images and political predicaments

Fernando R. Contreras – Universidad de Sevilla – fmedina@us.es

David Montero Sánchez – Universidad de Sevilla – davidmontero@us.es

Resumen: Este trabajo es un examen crítico que contribuye una nueva terminología y moviliza una perspectiva novedosa al análisis de la visualidad política (la ritualidad, el fetichismo, la idolatría). Los planteamientos metodológicos utilizados comienzan en la revisión de posiciones en la historia del arte, la semiótica y de la estética filosófica. El análisis aporta conclusiones sobre la importancia de lo visual en el intercambio de las redes sociales.

Palabras clave: Política, Arte, Iconografía, Filosofía de la Imagen, Estudios Visuales

Abstract: This work uses novel terminology in order to undertake a critical examination of current political visuality (ritualism, fetishism, idolatry). Our methodological approach begins by reviewing established positions in art history, semiotics and philosophical aesthetics and concludes with remarks on the importance of the visual within social networking sites.

Keywords: Politics, Art, Iconography, Philosophy of the Image, Visual Studies.

1 Introducción

Las prácticas visuales contemporáneas con finalidad política plantean nuevas cuestiones en el conocimiento del arte. Las reflexiones sobre la actividad icónica tienen por objetivo el conocimiento de las imágenes que anexan en un colectivo a sujetos locales. La política necesita imágenes, las doctrinas políticas

originan imágenes, pero también las ideas políticas están ubicadas en imágenes. En el desarrollo de este trabajo, hemos considerado necesario introducir la perspectiva epistémica de los estudios visuales. Desde ella concebimos lo visual como una construcción social y cultural. Si las condiciones históricas cambian, también lo hacen los símbolos icónicos. No obviamos que las comunidades aparecen alrededor de estos símbolos que continuamente son revisados para mantener la identidad común. Por lo tanto, sin descuidar el marco de análisis cultural, exploramos las cualidades estéticas de estas transformaciones continuas en lo visual (transfiguración, apropiación, intervención). Nuestro programa abarca lo visual en general, no distingue entre lo plástico o lo fílmico, o entre las imágenes artísticas o no artísticas, pues se centra en la plusvalía de las imágenes. Desde este punto de vista, ofrecemos la hipótesis de la predicación visual. Con ella describimos la estructura profunda del poder de las imágenes sobre las creencias de las personas, que va más allá de la comunicación, la persuasión o la significación.

La oratoria de lo político visual consiste principalmente en la crítica, en el testimonio y en el adoctrinamiento. La práctica del arte orientada a la cuestión de lo colectivo requiere de la reconfiguración de un determinado espacio cuya naturaleza es a la vez material y simbólica. Además de la discusión de estas cuestiones, profundizaremos sobre cómo se modifican las formas ordinarias de la experiencia sensible, transformando al espectador en actor dentro de estos lugares comunes entre lo estético y lo político, de forma que la naturaleza espectacular deje de estar separada de la capacidad de conocer y de actuar (Rancière, 2010: 10).

2 Lo político en la artefactualidad de lo visual

Como ha expresado Menke (2013), el carácter de obra del arte consiste en su posibilidad de extenderse más allá de la individualidad que supone «expresarse a sí mismo». El arte es una actividad que crea espacios políticos condicionados por su misma existencia y su funcionamiento en el tiempo. Puede referirse a lo singular obviando las generalidades, entendiéndose aquí lo singular como algo

distinto a la individualidad. Las imágenes políticas pueden mostrar la pluralidad real del mundo social, y como señala Bal (2016), también exhiben las consecuencias que este hecho tiene sobre el modo en el que compartimos el espacio social. Los espacios políticos desde lo visual activan por lo tanto la formación de los juicios de la ciudadanía y provocan la puesta en juego de acciones democráticas. Lo visual no puede entenderse en la actualidad sino es desde su naturaleza comunitaria, social o colectiva. Según Bal (2016), las imágenes pueden funcionar sin transmitir información; su significado se alcanza desde la evocación o la connotación. Desde esta perspectiva es cuando obtenemos una visión completa del espacio político. Es así como puede entenderse por ejemplo el sentido de los *memes* políticos que circulan por Internet como creación colectiva que remite al ámbito de lo social:

«El valor político de los memes residiría, pues fundamentalmente, en ser discurso humorístico, público, informal, espontáneo, proveniente «desde abajo», que genera una acción conectiva capaz de enlazar lo individual con lo colectivo y lo personal con lo político, poseedora de gran capacidad para activar los potenciales agonísticos y contestatarios desde la base del humor y de la creatividad visual popular y abierta». (Martín Prada, 2018, 121-122)

Según Martín Prada, los memes actuaron de catalizadores de movimientos sociales como *Occupy Wall Street* a través de imágenes que podían comunicar indignación, empatía o rebelión, y que atestiguaban la presencia de una colaboración articulada desde la emoción con el objetivo último de promover el cambio social.

Existe una larga tradición filosófica que vincula el arte con la acción política o social. Así se expone, por ejemplo, en el estudio de Perniola (1997). En la épica grecolatina, la figura moralizante de los héroes introduce en el arte su modo de actuación política, aventurera o humana. No obstante, en el pensamiento moderno, es Hegel, el filósofo que más insistirá en esta relación entre el arte y la acción.

«Ahora bien, para el arte hay temáticas superiores, más ideales, que la representación de tal alegría y tal virtualidad burguesa en particularidades en sí siempre insignificantes. Pues el hombre tiene intereses y fines más serios, que dimanen del despliegue y de la profundización del espíritu en sí, y en los que debe permanecer en armonía consigo. El arte superior será aquel que se proponga como tarea la representación de este contenido superior». (Hegel, 2011, 127)

Para Perniola (1997), el arte debe encontrar la excelencia artística (como también reconoce Hegel), pero la imposición de la originalidad y la novedad impiden alcanzar esta meta. Por ello, para que el arte sea efectivo en la política debe guiarse por la razón práctica y desembocar en la acción. Podríamos, de hecho, limitar este extenso debate en la historia del arte a la consideración del conflicto entre el sentido artefactual del arte como objeto de placer y goce y su instrumentación social, política y moral en la transformación de la sociedad. Se trata de una cuestión ya ha sido planteada con anterioridad (Tolstoi, 2012; Warburg, 2010).

«Si, como ocurría entre los romanos, el sentido de la vida consiste en colaborar con la grandeza de un Estado, o como entre los chinos en los honores prodigados a los antepasados y en la continuación de sus métodos de vida, se dice entonces que es buen arte el que expresa el respeto de los antepasados y el deseo de imitarlos; y todo arte que exprese sentimientos opuestos, será tenido por malo. Si el sentido de la vida consiste en libertarse del yugo de la animalidad, como ocurre entre los budistas, se reputa por arte bueno aquél que eleva el alma y rebaja la carne, y por malo aquél que expresa sentimientos que tienden a favorecer las pasiones corporales». (Tolstói, 2012, 59)

En la actualidad, la conclusión más representativa del pensamiento posmoderno quizás provenga del trabajo de Rorty cuando caracteriza a esta sociedad por su emotividad, más que por su activismo. El efecto del fenómeno de la comunicación mediada y la aparición de un nuevo orden estético en el mundo generado por la multiplicidad de medios de expresión son sus razones

para pensar en una comunidad inspirada por la imagen *pathos*. «Una manera de cambiar las reacciones emocionales instintivas es suministrar un nuevo lenguaje que facilite reacciones nuevas» (Rorty, 2000: 246). La búsqueda de nuevos lenguajes artísticos, la interacción de la obra, aparentemente con vida propia y que plantea reflexiones a su público, la información inscrita y la interpretación del lector desde su experiencia estética (*intentio lectoris*) son, para él, el origen de la obra política en el arte contemporáneo.

3 La guerra de la imagen icónica con el lenguaje: hacia la predicación visual de la política.

El acto icónico, para Bredekamp (2017), no supone un enfrentamiento entre lo visual y el campo del lenguaje, sino un proceso de mutuo enriquecimiento en sutileza e irradiación de sentido. Bredekamp escribe:

«Cuando en las sociedades técnicamente avanzadas, las imágenes poseen una importancia inconfundible en el instrumental de las técnicas culturales, no desafían al lenguaje con el fin de debilitarlo, sino para imponerle aquel autorrefuerzo que sólo puede lograrse por una prueba de confirmación». (Bredekamp, 2017, 37)

Para Bredekamp, el conflicto que surge entre la expresión del lenguaje y las imágenes, es concretamente propio de la naturaleza icónica de las imágenes y de su valor reflexivo. La imagen icónica debe su distanciamiento del observador a la carencia analítica y al uso incorrecto del lenguaje en el entramado base de la estructura cultural.

Las representaciones icónicas devuelven la mirada a su creador. El sentido se alcanza mediante movimientos recíprocos del lenguaje a modo de conversación entre la obra y su autor. En esta unión surge la fuerza que capacita a las imágenes, pues de ella emana el control de los sentimientos del público y las emociones que provoca la creación. La imagen icónica es suficiente para generar reacciones corporales que se intensifican por el espíritu alterado (*pathos*) en la contemplación. El intercambio es entonces entre el

cuerpo y la imagen, cuando adoptamos lo icónico-visual en sustitución del objeto referido en el signo. Es decir, cuando la imagen ya no necesita de un referente, pues la misma imagen es el propio objeto de deseo del observador (como sucede con la idolatría o el fetichismo). Cuando la mirada del espectador acontece del modo descrito, entonces el hombre se comunica con las imágenes (sea de la poesía, de las artes o de otra procedencia):

«Para entendernos los unos a los otros hablando no necesitamos saber filología ni gramática; para sentir una emoción artística natural no necesitamos conocer la historia del arte ni la estilística. Pero esta comprensión natural pronto llega a su límite. Del mismo modo que la mera percepción sensible no puede penetrar en las profundidades del espacio cósmico, tampoco los elementos de la intuición pueden adentrarse en las profundidades de la cultura». (Cassirer, 2013, 126)

Las imágenes icónicas son totalmente diferentes a simples objetos nuevos aparecidos en el mundo y asumidas como obras visibles para el arte. La construcción social de la mirada y la mirada social sobre los objetos son huellas en el tiempo (anacrónicas o heterogéneas) que pretende aglutinar el arte de la memoria, del testimonio o del recuerdo. Estas imágenes son impulsivas en cuanto transportan una intencionalidad en la estructura de su enunciación; son destructivas desde su consumación visual; son combativas, en cuanto que lo que ofrecen ya no tiene vuelta atrás; y son comprometidas, porque siguen en su significado siempre adelante. Las mismas imágenes arrastran enfermedades cuando obedecen al narcisismo social del consumo o a los nuevos hábitos de voyeurismo. En este caso, las imágenes nos ciegan, nos anestesian frente aquello que debería indignarnos o suscitar nuestra intervención.

Las imágenes del mundo reivindican su autonomía desde una antropología de la forma o una metafísica de lo visual (Didi-Huberman, 2018). La visualidad consiste en hacer de la experiencia del ver un ejercicio de creencia. Lo visible revive todo en un sentido teológico y metafísico. Por otro lado, el icono político

es tautológico: «lo que vemos es lo que vemos, lo demás no importa». Didi-Huberman afirma: «consiste en querer superar –imaginariamente – tanto lo que vemos como lo que nos mira» (2018, 40). Lo visual puede crear un modelo ficticio donde reorganizar el mundo, en el que subsista también lo consensuado políticamente. Para ello, el sujeto debe siempre dar a ver. Es una operación del que inventa, que convierte al que mira, incapaz de percibir lo que da la forma, es decir, en oposición del que desconoce el funcionamiento de la misma economía visual. De este modo, una metodología en la investigación visual es siempre un pensamiento binario, basado en la inversión, en un motor dialéctico de todas las oposiciones.

«Consideramos una forma artística igual a la imagen dialéctica por excelencia, cuando construye su novedosa configuración en la superación – inquieta, abierta, que nos sobrepasa en un instante- de la creencia y de la tautología». (Didi-Huberman, 2018, 180)

Entre esas oposiciones, de carácter semiótico, podemos enumerar: a) la presencia que surge de la experiencia frente al objeto visual y del significado que interpretamos de la figura ; b) la máscara cuando la imagen no se expone literalmente al observador, vemos pero no miramos la verdad; c) el espejismo, lo que oculta el simulacro o aquello que el signo reemplaza de lo real y que se ofrece a la creencia; d) la oscuridad, que es aquello que nos inquieta desde la mirada, porque no alcanzamos a verlo. La guerra de las imágenes comienza en estas oposiciones, porque el hombre en la posmodernidad se rebela contra las reglas que él mismo ha inventado y desobedece las normas del juego que él ha establecido. Las imágenes no quieren ser creaciones que obedezcan leyes, dictadas por otros, establecidas en el tiempo por algún rito o mito y no quieren significar por el miedo que nos inspiran. Las imágenes buscan la reconciliación con los hombres mediante el acuerdo que se establece desde la naturalidad de los instintos. El material que nos suministran proviene de su naturaleza y no solo de su propia creación. Los ideales políticos que se descubren en las imágenes icónicas, no se encuentran aquí; los ideales se inventan por los

hombres entre la necesidad y la libertad o entre la razón y la pasión. Las imposiciones metódicas de otras disciplinas son funestas formas de despotismo que están por encima de las elecciones individuales frente al objeto visual. De este modo, las imágenes han estado sujetas a significaciones institucionalizadas que con el tiempo se han hecho inservibles. Aquello que el hombre ha creado también lo puede destruir, y desde su libertad es capaz de ejercer tal decisión.

4 Predicar desde lo visual

Lo visual comienza a predicarse a medida que el artista se aparta más de la naturaleza en el sentido de recrearla, no en el de rechazarla. Mediante la creatividad del artista podría verse otra imaginería diferente que rompiese con las normas de la imitación. De este modo, las ideas siempre invisibles a la consciencia visual se mostraban en el arte bajo la noción de *ut pictura poesis*. El sentido de la imagen cambia a través de la licencia del artista, de su libertad en las elecciones que tienen lugar durante el proceso creativo.

Detrás de esta libertad está el origen de la función social de la producción artística. Las elecciones dependerán de la distinción entre cultura y no cultura, que conceptualizará la noción del mundo, o la concepción que tenemos los hombres de la vida (*Weltanschauungen*). No obstante, no significa que ahora el objetivo de la visualidad sea la instrucción bajo la licencia del artista. Los artistas han vuelto su mirada sobre otros objetivos de la cultura de su tiempo. Las vanguardias artísticas del siglo XX son un ejemplo cuando transformaron la no cultura en cultura a través de la apropiación de la cultura popular. El arte acabó dándole la vuelta a la cultura de elite, llevando los márgenes al centro. Y llegaron aún más lejos cuando dice Moxey:

«La ideología historicista creada por la filosofía idealista del siglo XIX para dotar de propósito y significado a la transcendencia que se le otorgaba al valor estético, ya no domina las circunstancias de la producción artística. El aserto hegeliano de que los cambios artísticos persiguen un desarrollo necesario, aserto basado en una visión teleológica de la historia, ha sido abandonado mayoritariamente. Como consecuencia, el mito modernista que

atribuía el cambio estilístico a un imperativo histórico, ha sido puesto en causa decisivamente». (Moxey, 2004, 67)

El mismo espíritu hegeliano, como bien ha descrito Moxey, ha flirtado con el valor ideológico de la historia del arte. La estructura de los acontecimientos ha reflejado el orden de las cosas en el arte. Al tiempo, ha transformado las obras de devoción en obras de la memoria. También es necesario apuntar que la historia del arte no ha constatado que todas las obras visuales son además obras de la persuasión. La obra visual es un elemento de choque en las nuevas retóricas. Es más evidente en los recientes estudios que lo visual consiste en «localizar la imagen en el contexto de los procesos creadores de significado que constituyen su entorno cultural» (Moxey, 2004, 128). Desde esta perspectiva, lo político remite más a la reconfiguración de los marcos sensibles a través de los que se define todo lo relativo a una comunidad cultural y social concreta (Rancière, 2010: 63); como creadora de significado, esta imagen situada permite no sólo presentar objetos y sujetos desconocidos hasta ese momento a la comunidad, sino que también puede hacer visibles aspectos que hasta ese momento no lo eran, provocando brechas en la visualidad establecida.

En la posmodernidad, lo manifiesto visualmente se muestra en la dialéctica de lo que se muestra y de lo que se calla. Lo que no dice llega a alcanzar la constitución de los actos. De este modo la productividad artística puede ser controlada porque se expresa lo que al mismo tiempo debe transformarse, cuando al fin aparece a la visión aquello a lo que se refería. Es decir, debemos entender que la predicación visual no produce un objeto para el sujeto, sino que activa la intervención de los grupos humanos, transformando “el pensamiento en experiencia sensible de la comunidad” (Rancière, 2009: 57). La producción artística ocasiona el consumo, y ello supone la creación de objetos de consumo, el modo de consumo y las necesidades del consumo (que pone al artista a disposición del consumo). Sin embargo, esto no es más que una interpretación de la dialéctica marxista en la producción estética que

implica lo idealista en relación con lo bello. El consumo toma los caminos más dispares, pero multiplica la intervención del grupo, de los espectadores y de los creadores sobre el objeto visual.

Esta connivencia con el idealismo dialéctico (orientado en la contemporaneidad hacia la participación y los procesos cocreativos) tiene también su justificación en la idolatría que las imágenes públicas exigían en los ritos. El culto religioso atraía formas de veneración en los ritos colectivos para demostrar la lealtad de los súbditos. En tales circunstancias, las imágenes dejaron de ser percibidas como individuales y exclusivas del motivo de su producción. Pasaban a ser consideradas como acontecimientos de la imaginación del observador que se registraban finalmente en su memoria. Estas imágenes exigían además un conocimiento especializado para alcanzar la densidad semántica que portaban. Las formas por sí eran símbolos vacíos sin referencia y sin fuerza. El poder público comenzó a aumentar su fuerza. Concretamente a través del ejercicio de su autoridad que generaba tensiones por el libre acceso, la censura de la mirada o las reglas de los tabúes. En el mundo contemporáneo, sabemos que las imágenes están vacías. Lo que nos atrae es la ficción con la que resplandecen en nuestros imaginarios. Por ello, el poder político ataca las imágenes, negándole el culto. Todavía los sistemas políticos confían en la fe que tenemos a las imágenes, y temen que veamos aquellas que no debemos ver. Pensamos que las imágenes tienen la facultad de presentarnos aquello que de otro modo no tendríamos acceso (un ejemplo es la popularidad de las imágenes distribuidas por internet y producidas por los mismos usuarios frente a la autoridad de los medios de comunicación). Por tanto, es notorio que la seducción de las imágenes crece con su prohibición.

A modo de conclusión

De todo lo expuesto, queremos resaltar algunas ideas centrales. Hemos abordado la controversia que confunde lo visual con la imagen (que no es tampoco la rivalidad entre medio e imagen). Lo visual tiene más relación con la práctica de la *damnatio memoriae* en la antigua Roma que con la producción

de las imágenes *per se*. Es decir, con las imágenes difamatorias, las imágenes escondidas, la prohibición o la censura, los tabúes, los ritos con los objetos artísticos, en pocas palabras, con la construcción política de la mirada y con el valor de las imágenes en la cultura. Ello no impide que el método de fabricación de los objetos visuales también ejerza fascinación sobre el espectador. La visualidad debe entenderse como otra forma discursiva de habla. La evolución cultural de lo visual ha introducido la imagen profana (solo creada para el goce estético) en los espacios consagrados a las religiones o al poder político. Lo visual alimenta infinitas redes de sociabilidad e intercambio que anexa las prácticas autóctonas de las culturas fundando la unidad. A través de procesos de fetichización, lo imaginario de la imagen pasa a ser un bien consumido en el intercambio de las relaciones sociales en los grupos humanos, rompiendo así con una pasividad estática. En este caso, el designio político reemplaza al fin religioso (como hemos pretendido mostrar en líneas anteriores). La predicación política de las imágenes iconográficas parece servir a fines sociales e intelectuales, no es solo una imagen de culto. Sus juegos obedecen más a los cambios que experimenta el poder. La libertad de la fuerza de la imaginación ha sido asumida como una experiencia política, porque el arte en cada creación de una obra realiza un experimento de libertad; así también lo es, en el ejercicio de su recepción estética. La libertad de la experiencia estética está presente tanto en la producción como en su percepción, ya que no está dirigida desde fuera por las leyes o los conceptos de la razón. Finalmente, la predicación política mediante lo visual icónico es posible en cuanto existe un pensamiento estético. La admisión de un pensamiento estético considera la existencia de un objeto visual con un habla discursiva que nos muestra su naturaleza estética, para poder informar en la contemplación. Es una paradoja subjetiva establecida por el arte a partir de la consumación de la obra que se origina entre la visibilidad y el discurso.

* Esta investigación se ha realizado en el marco de AYUDAS A LA MOVILIDAD DEL PERSONAL DEDICADO A LA INVESTIGACIÓN - (C.I. 04/04/2018) -VI PLAN PROPIO DE INVESTIGACIÓN Y TRANSFERENCIA de la Universidad de Sevilla (España) para la consolidación del proyecto sobre metodología y estudios visuales en colaboración con la Université Savoie Mont Blanc (Francia).

5 Bibliografía

BAL, Mieke, 2016. *Tiempos trastornados. Análisis, historias y políticas de la mirada*. Barcelona: Akal. ISBN 978-84460-4280-8

BREDEKAMP, Horst. 2017. *Teoría del acto icónico*. Barcelona: Akal. ISBN 978-84-460-3875-7

CASSIRER, Ernst. 2013. *Las ciencias de la cultura*. México: Fondo de Cultura Económica. ISBN978-607-16-2200-6

DIDI-HUBERMAN, Georges 2018. *O que vemos, o que nos olha*. Segunda edição. São Paulo: Editora 34. ISBN 978-85-7326-113-4

HEGEL, Georg Wilhelm Friedrich, 2011. *Lecciones sobre la estética*. Segunda reimpresión. Barcelona: Akal. ISBN 978-84-460-2823-9

MARTIN PRADA, Juan, 2018. *El ver y las imágenes en el tiempo de Internet*. Barcelona: Akal. ISBN 978-84-460-4605-9

MENKE, Christoph, 2013. *La fuerza del arte*. Santiago de Chile: Metales Pesados. ISBN 978-956-8415-945

MOXEY, Keith. 2004. *Teoría, práctica y persuasión. Estudios sobre historia del arte*. Barcelona: Ediciones del Serbal. ISBN 84-7628-421-7

PERNIOLA, Mario, 1997. *La estética contemporánea*. Madrid: La Balsa de Medusa. ISBN 978-84-7774-311-8

RANCIÈRE, Jacques, 2009. *El reparto de lo sensible. Estética y política*. LOM Ediciones: Santiago de Chile.

RANCIÈRE, Jacques, 2010. *El espectador emancipado*. Ellago Ediciones: Castellón.

RORTY, Richard 2000. *Verdad y progreso*. Barcelona: Paidós. ISBN 84-493-0818-6

TOLSTÓI, León. 2012. *¿Qué es el arte?* Valladolid: Maxtor. ISBN 978-84-9001-327-4

WARBURG, Aby. 2010. *Atlas Mnemosyne*. Madrid: Akal. ISBN 978-84-460-2825-3