

iconofilia y prácticas artísticas

Apuntes sobre la Bienal de Cuenca

Ana Rodríguez¹

Tomando herramientas críticas de distintas tradiciones disciplinarias, en este artículo se intenta hacer una lectura crítica de la propuesta conceptual de la VIII Bienal Internacional de Cuenca 2004, cuya convocatoria se intituló *Iconofilia* y que generó una serie de debates acerca del rol de las imágenes en la sociedad contemporánea y del lugar que ocupan las prácticas artísticas en esta discusión. Muchas de las preguntas que aquí surgen son de tipo epistemológico en la medida en que proponen que las obras de arte son significadas en territorios que desbordan el estricto circuito artístico y que, a su vez, modifican los límites del campo del arte. El territorio al que más importancia se ha dado es el de la dimensión política de las imágenes ya que ésta no concierne solamente al campo del arte sino a las imágenes que generamos y consumimos cotidianamente y frente a las cuales la recuperación de la palabra se hace necesaria.

Para poder abordar el tema de la iconofilia y su relación con las prácticas artísticas es necesario empezar tratando de elucidar en qué medida la iconofilia contemporánea, entendida como una reflexión sobre las relaciones entre imagen y poder, entre escritura y políti-

dad, más que un simple tema desde el cual producir arte (como lo hace de forma un tanto reductora la convocatoria a la VIII Bienal Internacional de Cuenca), es una categoría analítica que nos permite reflexionar sobre las relaciones entre las prácticas artísticas y sus significaciones e implicaciones políticas y sociales².

Así, muchas obras de arte ponen en el tapete de modo fuerte lo que Arthur Danto (2002) llama una zona de "indiscernibilidad" entre el arte y la publicidad u otras áreas de la comunicación de masas, mimetizando formatos o discursos para proponer problemáticas comunes. En esa reflexión Danto diluye la idea de paradigmas específicos ligados a un campo de saber, así como diluye la idea de diferencia ligada a un lugar de enunciación, como lo explicaba ya Borges al escribir *Pierre Menard autor del Quijote* (en Borges 2001 -

Rodríguez, Ana, 2004, "Iconofilia y prácticas artísticas. Apuntes sobre la Bienal de Cuenca", en ICONOS No.20, Flacso-Ecuador, Quito, pp. 90-95.

1 Master en Estética y en Artes Plásticas por la Universidad de París 1. Master (c) en Estudios Culturales por la UASB. Profesora FAD - PUCE.

2 Valdría la pena recordar que "icono" es una noción muy antigua proveniente del griego. Su relación con el término latino "imagen" data de la transformación de la alegre distancia que cultivaban los griegos hacia el *eikon* a la fascinación decadente que el mundo latino dio al *imago*. "Imagen" no traduce simplemente del griego al latín a la voz "icono". "Imagen" se refiere a una reflexión fascinada: el *imago* romano era la huella de cera que sacaba un ministro del rostro de los difuntos importantes, trayendo al centro de la discusión sobre la representación el problema de la dialéctica entre presencia y ausencia. "Icono", en cambio, se refiere a una distancia representativa: para los griegos el icono encarnaba -a través de la visualidad- el problema de la representación entendido como alejamiento del ser. En ese sentido, "icono" replantea el problema platónico del *eidon*, el *si mismo*, que al ser traducido en lenguaje produce un doble logos engañoso entendido como ídolo, *eidolon* o *eidola logome-*

1944-). El campo del arte es ejemplar en la medida en que cada uno de sus productos hace eco no sólo de una problemática específica ligada a la subjetividad que lo constituye, sino también de la pregunta sobre cómo se produce el arte y con qué fines.

Si no podemos distinguir materialmente las imágenes del arte de otras imágenes, tampoco podemos decir que la dimensión crítica es una particularidad del arte ni su exclusividad. Esta última es una potencialidad de toda imagen ya que hace parte de un mercado en el que se establecen valoraciones y sentidos, en el que se desarrollan reflexiones sobre las mismas mercancías que se producen. Las obras de arte se ven llamadas a significar en el contexto de ese mercado, es decir a competir y a medirse en él, como imágenes de consumo. En esa perspectiva, queda preguntarnos sobre algo muy difícil de responder: ¿cómo lograr hacer preguntas o propuestas críticas desde la producción misma de imágenes, que vayan más allá del consumo inmediato, o que generen algún tipo de debate alrededor de él? ¿Cómo hablar de una escritura

na, la palabra, y *eikon* (icono), copia del modelo. Aquí nos interesa esta relación en la medida en que “iconofilia” junta el *eikon* griego a la *filia* latina, renovando el concepto de icono, es decir, obligándonos a un recorrido en el que el icono es una imagen especial, es una imagen cuyo sentido se construye en el imperativo social y cultural al que se somete de agrado el yo. La iconofilia, entonces, no es un simple “amor de las imágenes” al que se podría oponer un “odio de las imágenes”, sino que es un intento de delimitación del concepto de imagen, un intento de definición: las imágenes son amables, se dejan amar, y lo son en la medida en que pueden apelar a la palabra. Por último cabría decir que “iconofilia” es un término relativamente nuevo en su uso (siglo XX) comparado, por ejemplo, con “iconoclasta” que se usa desde el siglo XVII y que provenía ya directamente del griego *eikonoclastes*.

visual que de cuenta de una politicidad de sus sentidos?

Esas preguntas estarían implícitas en la propuesta de la Bienal. El artículo 2 de sus Bases sintetiza el concepto orientador de la convocatoria:

“La Bienal invita a los artistas a reflexionar, desde sus propias experiencias, sobre las nuevas perspectivas de las imágenes, de su proliferación y de su apertura a nuevos imaginarios concentrados en la idea de Iconofilia. Esta Iconofilia tendrá como eje central

la recuperación de la memoria histórica de nuestros pueblos que tiende a perderse sumida en los íconos de la sociedad de consumo y sugiere que se elaboren propuestas sobre la poética de las imágenes en un contexto de políticas de la memoria”.

Según esta convocatoria, el arte se liga a un lugar privilegiado en donde lo poético recupera “la memoria histórica de nuestros pueblos” (como si ésta fuera algo dado). Las imágenes

serían portadoras de discursos que ocultan esa memoria, la cual se entendería como distinta y alejada de la sociedad de consumo. Así, la convocatoria de la Bienal propone trabajar sobre una política de la memoria que implicaría dar cuenta de una “poética de las imágenes” y no de su consumo.

Sin embargo, Guy Debord ya en 1967 proponía definir al espectáculo no como un “conjunto de imágenes sino como una relación social entre personas, mediatizada a través de imágenes”, y explicaba que “no se puede oponer el espectáculo a la actividad social efectiva, (ya que) el espectáculo que invierte lo real tiene lugar en la realidad...” (Debord 1995 -1967-). Para decirlo ahora por fuera de



Andy Warhol, Campbell's Soup Can I, 1968

esa dicotomía espectáculo-realidad, diríamos que las imágenes *crean* la realidad, son una modalidad hegemónica de la realidad, y esta noción de realidad, que la filosofía ha trabajado desde que el reino cristiano de las imágenes se impuso sobre otros poderes, implica claramente a la realidad social. El espectáculo

Si todas las imágenes son de algún modo huellas de algo intempestivo y particular pero que también dan cuenta de imaginarios sociales, ¿qué es lo que hace que haya imágenes más poderosas o más políticas que otras?



sería una categoría que nos permite pensar en una realidad construida bajo los imperativos del mercado, una categoría que modela las relaciones sociales. No obstante, no podemos suscribir la idea tradicionalmente metafísica de que hay un mundo tangible y otro mundo distinto, el que se muestra en las imágenes. Sería como si las imágenes fuesen un reflejo deformativo de una realidad dada, en la

medida en que sólo responden a una demanda del fetichismo de la mercancía³.

Las imágenes son tan tangibles como el mundo. Son su modo predilecto de existencia, la representación. Criticar la construcción unívoca de las imágenes dominantes, de los “íconos”, corresponde a entender que la imagen escapa a su iconicidad, es decir, a su total visibilidad, e invita a tomar la palabra, a desarrollar un discurso crítico dentro de las múltiples posibilidades de significación. Criticar la hegemonía de las imágenes (en plural)

es pensar en la dimensión reflexiva de la imagen (en singular). En general las imágenes no venden simplemente el producto que promocionan, no son sencillas mediadoras, sino que se venden ellas mismas: no hablan sólo de lo que representan, como de un tema, sino que hablan también de la representación.

Al leer detenidamente la propuesta conceptual de la Bienal vemos que se asume que hay imágenes que provienen de la sociedad de consumo y otras que no, que dan cuenta de una poética. Sobre este punto de diferenciación introduciríamos un matiz importante: si todas las imágenes son de algún modo huellas de algo intempestivo y particular pero que también dan cuenta de imaginarios sociales, ¿qué es lo que hace que haya imágenes más poderosas o más políticas que otras?

Pensemos, por ejemplo, en esa serie de imágenes que mostraron al mundo el abatimiento de las torres gemelas en Nueva York en septiembre de 2001, el golpe más grande dado al imperio de lo visible, servidor de todas las fuerzas modernas del poder conjugado de la economía y sus iconos. En el minuto mismo, el asunto fue tratado en términos visuales, mezclando en el despecho más grande lo visible y lo invisible, la realidad y la ficción, el duelo real y la invisibilidad de los emblemas. El enemigo había organizado un terrible espectáculo. En un sentido, masacrando a tantos hombres y abatiendo esas torres, nos habían dado el primer espectáculo histórico de la muerte de la imagen en la imagen de la muerte (Mondzain 2002:9).

Según Marie José Mondzain (2002) el problema de las imágenes está directamente relacionado con la visibilidad, lo que no quiere decir que a una inflación de la visibilidad corresponda una inflación de las imágenes, sino que refiere a cómo se construye la relación entre lo que se oculta y lo que se hace visible. Es decir que el así llamado “11S” no es simplemente un golpe a los Estados Unidos, ni a una nación o tipo de nación, sino a un territorio desterritorializado, el de lo visible. Se trataría, al contrario de lo que usualmente se entiende, de un “enemigo” generado por

3 Según Debord (1995 -1967-), “el principio del fetichismo de la mercancía, la dominación de la sociedad por ‘cosas suprasensibles aunque sensibles’, se consume de modo absoluto en el espectáculo, donde el mundo tangible es reemplazado por una selección de imágenes que existe por encima de él, y que al mismo tiempo se impone como lo sensible por excelencia”.

esa misma visibilidad, el iconoclasta. Este último no es un opuesto a la iconofilia, sino uno de sus productos, en la medida en que lo visible en la iconofilia opera a través de formas binarias de simplificación que permiten justificar las formas de vigilancia y control que funcionan desde el consumo de imágenes. Quién no consume las mismas imágenes no es controlable y representa una amenaza. Así, ser iconoclasta es apartarse de esa comunidad de lo visible, discurso con el que se constituye el lugar del otro desde la iconofilia. Los dos discursos binarios sirven a un mismo fin: la adherencia al problema de la visibilidad, la abolición de la palabra.

El control sobre las imágenes no garantiza el sentido de las imágenes; la ausencia de imágenes o de representaciones visuales, musicales, literarias escinde los procesos de transfiguración de lo real, de transformación de los discursos, de debate sobre la realidad. El mismo presidente Bush toma inmediatamente una medida prohibitiva: no mostrar cadáveres, no mostrar violencia en la televisión, censurar el cine. La misma actitud que habría de tomar el supuesto enemigo un tiempo antes al destruir ídolos en Bamyán, para luego mostrar la vulnerabilidad de su adversario por la vía de sus emblemas. La censura talibán en Afganistán iría tan lejos que ninguna imagen circularía ya, abolidas por entero las fotografías, las pinturas y toda forma de representación bidimensional o audiovisual, a excepción de las marcas que subsistían en los pocos vehículos o productos importados. Los libros fueron todos quemados y sólo los que fueron enterrados se salvaron, y la música prohibida, hasta la de los pájaros cantores que fueron exterminados. Ningún close-up en la televisión de Estado ni en el restringido noticiero⁴. El resultado es un silencio aterrador, al que no podemos oponer la proliferación de imágenes sino la toma de palabra, la expresión de una resistencia. Si bien a través de las imágenes mismas se puede impedir *ver* porque “es más fácil prohibir ver que permitir pensar”, y aunque “se decide controlar la imagen para asegurarse del silencio del pensamiento y luego,



Andy Warhol, Marilyn Twice, 1962

cuando el pensamiento ha perdido sus derechos, se acusa a la imagen de todos los males, bajo pretexto de que es incontrolada” (Mondzain 2002:9, la traducción es mía), a través de la imagen también se puede dar un lugar a la palabra. La imagen no es prueba de nada. No muestra todo. Su parte de invisible es su parte legada al orden mismo de la palabra. No muestra más que la mirada que lanzamos sobre ella. Se trata de un objeto observable, analizable, al que hay que dar sentido, que espera su visibilidad de la relación que se produce entre aquellos que la producen y aquellos que la miran. Es por esto que más que de “invisible” en la imagen hay que hablar de lo “novisto, de lo que está a la espera de un debate de sentido en el seno de la comunidad” (Mondzain 2002:37).

Es sobre esta idea última que podríamos pensar la particularidad de la imagen del arte: se trataría de una espera del sentido. El excedente del arte es “una escisión de las visuali-

4 Retomo el testimonio de Antonio Palmesano, comunicación personal, 17 de julio de 2004. Antonio Palmesano es antropólogo y profesor de derecho consuetudinario en la Universidad de Trieste, y entre 1998 y 2003 estuvo realizando diversas investigaciones en Afganistán.

dades que nos pueblan” como reza la Bienal, en la medida en que emerge una escritura, una huella de algo que escapa al sentido como dado. Si bien dijimos que todo arte es social, que da cuenta de una serie de relaciones sociales por su intertextualidad y su referencialidad y por las convenciones de significación del campo en

La politicidad de la imagen no reside en lo social que ella visibilizaría, puesto que lo social sería una dimensión de toda imagen, sino en la pregunta por la mirada escrita en las huellas de un texto que sin ser necesariamente visual hable de lo no-visto



la vida que no puede señalarse ninguna diferencia entre ellos en cuanto al contenido interno? ¿Qué necesidad tenemos o qué bien alcanzamos con una duplicación de lo que ya existe?” (Danto 2002:54).

En esta medida, descartando la metafísica de la duplicación, del modelo y la copia, podríamos preguntarnos si existe alguna diferencia entre el arte y la publicidad, por ejemplo. A ello respondemos a partir de una convención que nos permite ver el arte desde un lugar especial puesto que éste está ubicado en un lugar *especial*. Su función precisamente es la de disponer la mirada a algo extra-ordinario, a algo que ha sido sacado de lo ordinario: “si el arte ha de tener alguna función, ésta debe ejercerse mediante lo que no tiene en común con la vida (...) Sólo en la medida en que es discontinuo con la vida, el arte es lo que es”

el que circula, no podemos decir que es lo mismo que cualquier otra imagen, o que se confunde con la vida. Si es interesante decirlo, lo es solamente en la medida en que se aborden las respectivas preguntas, que ya formulaba Platón en el libro X de *La República* y que Arthur Danto nos recuerda:

“¿Qué sentido tiene un arte que se parece tanto a la

(Danto 2002:55). Esto es un imperativo del campo que modifica la mirada. Lo que permitirían las prácticas artísticas, entonces, es mostrar que “no hay visión substancial, que no hay visión del sentido que se de sólo por los ojos”, sino que sin deseo de ver no hay imagen, aún si el objeto de ese deseo no es otro que la mirada misma. “En nuestra relación a las cosas, tal como está constituido por la vía de la visión y ordenado por la figura de la representación, hay algo que resbala, pasa, se transmite de nivel a nivel, para ser siempre eludido en algún grado. Es lo que se llama mirada” (Lacan 1973, la traducción es mía).

Según Mondzain, el psicoanálisis reencontró lo que ya había aclarado la intuición patristica de Gregorio de Nysse cuando cuenta que Moisés al manifestar a Dios su deseo de verlo, obtuvo una respuesta en *trompe-l’oeil*, a fin de que su deseo, el de Moisés, esté siempre vivo, ya que Dios necesita ser deseado: “la demanda audaz del alma que sube a la montaña del deseo es la de jamás gozar por espejos ni reflejos sino frente a frente (...) La voz de Dios concede lo que es demandado a través de las cosas que rechaza ofreciendo, en pocas palabras, un abismo de pensamiento.”⁵

El espacio de las prácticas artísticas es entonces el que relaciona el poder de la imagen a su potencialidad de sentido y no a su imperativo de goce, es decir que si el arte es aurático lo es en la medida en que podría confundirse con otras prácticas, también gozosas, y mostrar desde allí aquellos códigos que han transformado a lo banal en una mirada, en un deseo de sentido. Esa transformación es una escritura que reinventa lo visual a través de lo que se *desea ver*. Se trata de una política de lo visual, en la que la invitación a la reflexión no demanda de una competencia cultural que permita traducir las “metáforas visuales” en “metáforas lingüísticas” automáticas, sino que la experiencia de su expresión a través de la obra de arte nos haga ver lo muertas o cadu-

5 Gregorio de Nysse, *Vie de Moïse, II, Sources Chrétiennes*, citado en Mondzain (2002:40, la traducción es mía).

cas que están esas “metáforas clichés” (hablar de la “muerte como un sueño, del tiempo como un río, de la pasión como una llama, de la vida como un sueño, de los hombres como cerdos” (Danto 2002:254), o de la memoria como la de nuestros pueblos) y nos permitan mirar en lo no-visto, en lo e-vidente. Frente a la *literalidad* de ciertas frases como “el agua está hirviendo”, que nunca fue un tropo brillante ni es un tropo agotado, Danto propone “le hervía la sangre” que alguien pudo haber dicho y que es quizás una metáfora medieval que nadie inventó y que un escritor pudo haber repetido. Pero “le hervía la linfa” dice Danto, quizás nunca fue una proposición metafórica porque la linfa no es algo de lo que las metáforas se sirvan, a diferencia de la sangre. Este quiebre, ejemplificado aquí a partir de la figura de la metáfora, explicaría la imposibilidad de establecer al arte como una gramática específica, ubicándolo más bien como un diagrama que altera las gramáticas existentes, o como un recorrido por una gramática reformulada en el que algunos de los términos y elementos no son categorizables, volviendo extra-ordinario lo que normalmente consumimos directamente, no en la demanda de deseo sino en el imperativo del goce o la tecnofascinación.

En esa perspectiva, la “resimbolización icónica” a la que se hace alusión en la propuesta de la Bienal podría ser la creación de imágenes que, refiriéndose a los iconos culturales, es decir a las imágenes inamovibles de la cultura, permiten refundar un deseo sobre lo que aparentemente sólo era goce. Se trataría de una inversión de las figuras, un *punto de capitonado*⁶ en el que un deseo mayor subsu-

me un goce, en el que se opera entonces un puente entre lo imaginario y lo simbólico al ser el primero transformado por el segundo. Se trata de una inversión cualitativa y no de la proliferación cuantitativa de nuevos iconos que reemplazan a otros caducos, o ilegítimos, ni de unos poéticos que reemplazan a otros consumistas.

La politicidad de la imagen no reside entonces en lo social que ella visibilizaría, puesto que lo social sería una dimensión de toda imagen, sino en la pregunta por la mirada escrita en las huellas de un texto que sin ser necesariamente visual hable de lo no-visto (entendido como un lugar para el deseo, para la palabra).

Bibliografía

- Borges, Jorge Luis, 2001 (1944), *Ficciones*, Alianza, Madrid.
- Danto, Arthur, 2002 (1981), *La transfiguración del lugar común*, Paidós, España.
- Debord, Guy, 1995 (1967), *La sociedad del espectáculo*, Biblioteca de la mirada, Buenos Aires.
- Lacan, Jacques, 1973, *Le séminaire, Livre XI: Les Quatre concepts fondamentaux de la psychanalyse*, Cap. IX, Seuil, Paris.
- Mondzain, Marie José, 2002, *L'image peut-elle tuer?*, Bayard Éditions, Paris.
- Rojas, Carlos, 2004, “Bases y propuesta conceptual y temática de la Bienal Internacional de Pintura de Cuenca 2004”, facsimil, Junio 2004.
- Zizek, Slavoj, 1998, *Porque no saben lo que hacen. El goce como un factor político*, Paidós, España.

6 Jacques Lacan, *Le séminaire, livre III: Les Psychoses*, citado en Zizek (1998:30).