

ICONOS, FIGURACIONES, SUEÑOS. HERMENÉUTICA DE LAS IMÁGENES permite comprender el universo de los caminos que dibujan las hermenéuticas del sentido. Tres son las instancias que aquí se dilucidan: imagen poética, imagen onírica, imagen sagrada. Esta obra contribuye a la formulación de preguntas clave y ofrece respuestas que vislumbran el horizonte abigarrado de la imagen: desde la estructuración de su sentido hasta su circulación sociocultural e histórica.

DIEGO LIZARAZO ARIAS

ICONOS, FIGURACIONES, SUEÑOS

HERMENÉUTICA DE LAS IMÁGENES

DISEÑO Y
COMUNICACIÓN



ICONOS, FIGURACIONES, SUEÑOS
Hermenéutica de las imágenes

por
DIEGO LIZARAZO ARIAS



ÍNDICE

PRÓLOGO	9
INTRODUCCIÓN	13
1. HERMENÉUTICA: EL HORIZONTE DEL SENTIDO Historia e interpretación, 24; H. G. Gadamer: hermenéutica de la tradición, 30; Paul Ricoeur: conflicto hermenéutico y hermenéutica crítica, 36	21
2. LA IMAGEN POÉTICA. DE LA ARQUITECTURA SEMIÓTICA A LAS RUTAS DE INTERPRETACIÓN El estatuto de la imagen, 55; La imagen como texto, 57; Mukarovsky: semiótica de la interpretación, 68; Panofsky en clave hermenéutica, 80	53
3. LA IMAGEN ONÍRICA. IMAGEN DE LA SUBJETIVIDAD Y LA SUBJETIVIDAD DE LA IMAGEN Los dispositivos oníricos: vías para interpretar imágenes, 105; La hermenéutica psicoanalítica, 114; Hermenéutica de imágenes, 118; La dimensión onírica de la imagen, 122; Imagen y subjetividad, 131	105
4. LA IMAGEN SAGRADA. LA SIGNIFICACIÓN CULTURAL DE LAS IMÁGENES Simbólica y hermenéutica de la cultura, 152; Imágenes suprarreales, 167; La imagen simbólica, 178; La imagen sagrada, 178	151
5. ICÓNICAS DEL ESPACIO. CONFLICTO Y COMUNIDAD EN LA INTERPRETACIÓN DE LAS IMÁGENES El conflicto de la imagen, 189; La imagen como experiencia del espacio, 196; La mirada observada, 214	187
6. PRAGMÁTICA DE LAS IMÁGENES Actos icónicos, 222; Contratos icónicos, 228	221
BIBLIOGRAFÍA	251

6. PRAGMÁTICA DE LAS IMÁGENES

Ante la diversidad de problemas y discusiones que hemos esbozado en este itinerario, es posible plantearse una manera de imaginar teóricamente la imagen que procure vencer los magnetismos de la perspectiva esencialista y del artificialismo extremos, que permita liberarnos de la equívoca alternativa entre hermenéutica y semiótica, de la disyuntiva indeseable entre el sentido universal, esencial y único, y la ausencia de significación en la dispersión absoluta y el nihilismo. Pero no se trata de una mediación, de un lugar intermedio que logra sintetizar los extremos, tampoco es la actitud que toma partido por una u otra punta. Se trata más bien de un viraje de mirada. Así, la pragmática icónica tomará providencias ante la posición formalista cerrada que supone arquitecturas inmanentes en los iconos y validará el reconocimiento del tramado social irreductible del iconismo, de su densidad histórica. A su vez, mirará críticamente la hermenéutica esencialista que vivifica en las imágenes un inmanentismo sustancial y señalará los procesos culturales y códicos a través de los cuales las imágenes significan una u otra cosa, señalará que donde el esencialismo ve significados eternos y universales, la cultura muestra diferencias y pluralidades irreductibles. Pero también es una mirada que busca reconocer la comunicación entre las iconosferas de los pueblos y las tradiciones, y las problemáticas que, a través de sus imágenes, las sociedades ponen en común. Consecuente con su aspiración identifica su precariedad y su singularidad ante otras formas de ver que serán complementarias o paralelas. Pero especialmente lo que puede signarla es su aspiración a ver el revés del tinglado conceptual, a desatorarse de la contienda por la verdad entre una y otra percepción de los iconos para reconocer en ellas el hilvanado social que las sustenta. Allí radica el viraje de su mirada. Lo que le resulta más inquietante es el movimiento cultural que traza de una u otra forma sus imágenes, y los impulsos colectivos que vivifican sus múltiples percepciones: una forma de abordaje que puede movilizar la experiencia ritual que adora sus imágenes, o que se fija posmodernamente a la epidermis icónica abrevando en ella la vivencia sensual de su puro trazo. Esta pragmática de la imagen no dirá entonces que en uno u otro de los extremos conflictivos de la imagen está la verdad, sino que se planteará más bien dos cosas: *a*] que viene al caso observar y comprender la manera en que las culturas erigen sus imágenes movilizand o actitudes distintas, encontrando cosas diferentes en ellas y realizándose icónicamente de una manera u otra, y que *b*] dicha variedad de posiciones culturales expresa lo que la teoría codifica, y aquí hemos intentado bosquejar en sus aspectos más notorios. Por debajo o en la orilla de una u otra teórica de las imágenes aflora el torrente de inquietudes

de la pragmática icónica: ¿cuál es la lógica social que dibuja, soporta y promueve las actitudes extremas?, ¿qué trazos institucionales, qué fuerzas de sentido requieren y propician imágenes saturadas, pletóricas de esencias y justificaciones, o imágenes vacías, soportadas sólo sobre la epidermis?, y si recordamos las propiedades aducidas aún en la mirada inmanente a las imágenes sagradas,¹ hemos de preguntarnos ahora ¿qué fuerzas culturales y qué acuerdos implícitos y soterrados del sentido propician que una imagen pueda suponerse capaz de consolar en la agonía o empoderar para un mejor ejercicio de la muerte?, ¿cómo se distribuyen las diversas lecturas de los iconos en los espacios sociales y cómo se marcan sus preponderancias? Se esclarece un poco el panorama, y la cuestión del iconismo nos hace saltar a su condición sociohistórica, apunta a la forma en que de una u otra cultura, una u otra fuerza histórica emana imágenes huecas, guerreras, seductoras o sagradas. Pero no basta con el señalamiento de esta pluralidad aparentemente libre, porque ella se produce en un campo de tensiones, en un espacio de tachaduras violentas, de áspera fricción entre los signos. La pragmática icónica habrá de atender con especial interés la lucha de sentidos que encarnan las imágenes y los proyectos que las tensan, porque el asunto no se agota solamente en el paralelismo de significaciones que puede hacer estallar un mismo icono como si se tratara de hermenéuticas atómicas, sino que advierte el cataclismo que origina, el choque de visiones y la operación política del sentido en que unas imágenes se imponen neutralizando otras. No podemos ignorar lo evidente: las imágenes se relacionan entre sí, y los mundos culturales conectan sus figuraciones. Conflictos decisivos por la articulación de nuestra experiencia cultural del mundo, que marcan la tesitura del poder de las imágenes y la forma social de las imágenes del poder.

Busquemos ahora los ejes que nos permiten ver las coordenadas principales de una mirada que reconoce la densidad social de toda imagen: los actos y contratos icónicos.

ACTOS ICÓNICOS

Trabajamos, tenemos relaciones familiares o vecinales, quizá estudiamos o estamos interesados en la política, probablemente enfrentamos problemas económicos o tenemos creencias religiosas. Nuestra múltiple condición histórica y nuestros intereses y preocupaciones concretos están vivos y actúan cada vez que apreciamos una imagen: no abandonamos esta condición pragmática cuando vemos una foto, observamos una pintura o asistimos al cine. Sin embargo, ver una imagen implica cierto proceso de abstracción, cierta *inflexión*

¹ Véase *infra* cap. 4, sección: "La imagen sagrada".

controlada de algunas creencias y representaciones ordinarias. El carácter de dicha inflexión, la manera en que opera y se estructura depende de la clase de relación icónica que establecemos. Asistir a una proyección fílmica implica poner en relativo *suspenso* algunas de nuestras preocupaciones y referencias individuales. Vincularnos narrativamente con el relato de imágenes que nos propone el film exige, cuando menos, dos olvidos: *a)* el que se refiere al hecho fílmico, es decir, la toma de posición en la que ignoramos que el film es un artificio, la operación en la que en lugar de decir “*esos son actores haciendo una simulación, esa vida que se cuenta es inexistente*”, hacemos como si las cosas fueran de dicha manera y estuviésemos apreciando un trozo vivo del mundo, y *b)* el que se refiere a nuestra condición vital ordinaria: hemos de olvidar que tenemos compromisos laborales, que estamos cerca de la fecha de pagar la renta o que nos preocupa sinceramente el estado de la economía de nuestro país. Obviamente podemos actualizar tales cuestiones en la experiencia fílmica y lanzar la mirada incrédula ante la representación o aflorar permanentemente nuestra problemática ordinaria, pero eso significaría deshacer la experiencia fílmica que exige, en ese sentido, cierta *pureza* concertada y efímera. Sin dichos olvidos, la experiencia cinematográfica se trunca. En otras relaciones icónicas, se dan también ciertas inflexiones que implican alguna clase de recolocación. Ver una foto periodística en un diario, implica, entre otros reposicionamientos, vincularse con ese trozo de papel manchado como si fuese una relación transparente de escenas efectivamente acaecidas. Miramos la foto del encuentro entre un líder campesino y un funcionario público y ello exige, para empezar, olvidar que nos encontramos ante un trozo de papel y ponernos en la condición no de quien mira figuraciones, sino a las personas que allí realizan cierta acción. Ni siquiera vemos fotos de personas, sino que miramos personas. Hemos de reconocer, sin embargo, que los olvidos mencionados no son nunca totales, y quizá conviene ahora pensarlos como formas especiales de tramitar la propia conciencia experiencial e histórica que corre en la relación icónica. El vínculo con la imagen es una clase de relación que exige al observador tomar cierta distancia con las circunstancias señaladas y, a la vez, le exige restituirlas de algún modo, ¿cómo es esto posible? Para ver una imagen requerimos ponernos en una intelección y una sensibilidad especial: aquella de quien acepta las características específicas del texto, como condiciones para hacer contacto con él. Es decir, el vínculo con la imagen implica una *adecuación semiótica* del vidente, aquella que hemos referido previamente en la sinergia imagen-fruidor.² Pero esta adecuación implica la necesidad de suspender la continuidad ordinaria y entrar en las claves semióticas y, a la vez, recuperar las localizaciones y experiencias ordinarias en dos sentidos: en tanto las reglas semióticas se aprenden en ese mundo histórico ordinario, y en tanto la relación axiológica con las imágenes es la restitución de las posiciones ideológicas, políticas, éticas, estéticas... del individuo. Quien ve un

² Véase *infra* cap. 2, sección: “Panofsky en clave hermenéutica”.

film se ubica ante las imágenes-relato coincidiendo o rechazando los sentidos y las consecuencias valorativas que allí se representan, como quien escudriña la fotografía-documento de la prensa, interpretando el significado social o político de lo allí exhibido.

Relación icónica primaria

La imagen emerge en estrecha vinculación con las condiciones y orientaciones de su observador, y nos invita a imaginarla como una confluencia entre estructuras gráficas y disposiciones fructivas. El camino recorrido permite desbordar la noción de imagen como objeto y apuntar a una concepción de la imagen como *acto*, las diversas razones que hemos ofrecido (la participación perceptiva, la puesta en juego de las reglas culturales de apreciación, la experiencia social de asignación o insuflación de sentidos, la dialéctica artefacto icónico-intérprete, la inflexión experiencial para su apreciación) fundamentan dicha perspectiva pero, a la vez, los planteamientos que ahora iniciamos constituyen su propia defensa. Toda icónica es una experiencia. No podemos hablar de imágenes más que en la medida en que son vistas y referidas por los seres humanos en sus diversas condiciones humanas, esto indica que la imagen es en realidad un vínculo: una relación indisoluble entre *la mirada* y *lo mirado*. Con ello resulta insuficiente y engañoso pensar en la imagen como algo unitario y separado de su fruidor (sea su creador o su re-creador), y ha de reconocerse como un acto: el evento en que artefacto icónico y observador coinciden. A dicho vínculo le llamaremos *relación icónica primaria*, ¿entre quiénes se establece esta conexión?: se realiza entre un *objeto-imagen* y un *sujeto imaginal*.

El sujeto imaginal. Al iniciar esta sección señalábamos que la experiencia de ver una u otra clase de artefacto icónico exige del observador un olvido voluntario³ de ciertas actitudes y la posibilidad de adoptar ciertas inclinaciones. Esa adecuación semiótica que referíamos puede verse ahora como la emergencia del *sujeto imaginal*, es decir, como la recolocación transversal que realizamos cuando entramos en contacto con un artefacto icónico con el interés de abordarlo, y que nos convierte en sujetos para la imagen, es decir, en sujetos capaces e interesados en *imaginar*.

Constituirse como *sujeto imaginal* implica poner en juego dos disposiciones: una perceptiva y una intelectual. Actualizar dichas disposiciones es hacernos sujetos para la imagen y recuperar el objeto-imagen, como imagen para nosotros:

Realizamos un *disposicionamiento perceptivo imaginal* en el que no vemos las imágenes como vemos las cosas. Adoptamos ante los objetos-imágenes una

³ Sé que la idea misma de "olvido voluntario" parece un contrasentido ¿qué clase de olvido puede ser el que consiste en decir "olvido esto o aquello"?; pero la expresión sirve, quizás, para señalar que se hace un *suspenso* de ciertas creencias y referencias del sujeto que evidenciarían el grosor del artificio icónico, obstaculizando la experiencia imaginal.

postura de observación que los coloca idóneamente para su desciframiento icónico. Esta orientación de los objetos está en relación con ciertas claves y representaciones de nuestra cultura. Como hemos indicado antes, para ver una pintura, por ejemplo, hemos de saber que lo relevante en ella se encuentra del marco hacia adentro, y que el marco es en realidad de menor significado, y casi irrelevante.⁴ Hemos de colocarnos identificando cosas en las manchas de color sobre la superficie, incluso hemos de saltar por encima de las diferencias ostensibles entre los objetos en el mundo y los objetos en el cuadro. No sería una tarea injustificada intentar construir una enciclopedia de las actitudes perceptivas icónicas, o de los criterios de perceptibilidad icónica. Se trataría de una enciclopedia porque dichos criterios se movilizan según registros históricos, probablemente según tradiciones y culturas. Pero también probablemente según géneros o registros intertextuales; es decir, según clases de relación artefactos-sujetos imaginables. Es evidente, por ejemplo, el cambio de actitud perceptiva que tenemos cuando pasamos del teatro al cine o viceversa. En el cine asistimos a las efigies de los personajes: no hay actores, estamos casi exclusivamente ante su lado signifiante, ante su pura figuración fictiva. El actor parece tener mayor posibilidad de hacerse un otro. El teatro, en cambio, da la evidencia de que nos hallamos ante un individuo... una persona, carnal y sanguínea como nosotros, ahí, frente a nuestros ojos. El actor de cine no está, y seguirá allí después de su muerte, en su personaje. El actor de teatro está allí con la ostensividad de su vida por delante. Igual pasará con la escenografía, por ejemplo: una cama en el teatro será efectivamente una cama, con su rotundez y su impenetrable presencia, una cama en el cine es, siempre, una clase de abstracción. Esta diferencia hace que asumamos percepciones distintas: probablemente una deflación en la perspicacia realista ante el teatro, una intensificación en la entrega fictiva en el cine. El teatro nos exigirá ignorar un poco la excesiva realidad de la persona: la motilidad de su voz, o quizá la vacilación en el paso, o probablemente sólo su enfática presencia, como Jorge Zárate encarnando a Bolívar. El cine, en cambio, nos exigirá llenar la lisura signifiante, la evidencia de que no hay más que haces de luz sobre una tela, y que la configuración de tales luminiscencias son personajes y paisajes.

Realizamos un *disposicionamiento intelectual imaginal* en el que sometemos la obra visual a principios cognoscitivos distintos a los que fijamos en las demás experiencias. Aceptamos que la obra tiene una realidad específica, *semiótica*,

⁴ El marco importa en dos sentidos: a) en la medida en que su diseño es neutral o adecuado a la clase de objeto-imaginario en juego (el buen curador y el buen museógrafo saben que el marco no debe competir con la obra y debe establecer con ella una continuidad que permita dos cosas: 1. marcar con claridad donde comienza la obra, y 2. conciliarse con el texto icónico), y b) en las apuestas estéticas que enfatizan justo la arbitrariedad y la convención cultural que *enmarca* las obras: allí de lo que se trata es de cuestionar por qué enmarcamos, el valor institucional del marco, el poder que a través de él dice "esto es obra", "esto no", etc. Pero justamente esta cuestión es posible, dado que sabemos que del marco en adelante comienza la obra y hemos de ponernos en disposición *sui generis*.

nos habla en sus propios términos y según sus propias leyes. Por sólo mencionar dos aspectos: 1. La fotografía congela el tiempo y el video o el cine tienden a comprimirlo: un minuto fílmico puede representar un año de acontecimientos. ¿Cómo puede una foto coagular un instante?, parece hacerlo porque nosotros aceptamos que ese espectro del mundo que allí ha destellado es una huella del tiempo, una marca de la realidad deviniendo. ¿Cómo puede el cine reproducir el tiempo?, lo hace en la medida en que aceptamos que los acontecimientos que en él se representan no son sólo figuraciones, sino que, al ingresar en el mundo fictivo, asumimos como si el tiempo que allí corre no fuese sólo una simulación del tiempo, sino un tiempo de acciones, un tiempo-acontecer que ahora experimentamos. La experiencia de ver el cine nos obliga a un juego extraordinario de las temporalidades: el devenir temporal en la sala, las dos horas de mi vida que pongo a rodar en esa situación se resustancializan por la representación de tiempo de lo que vemos en la pantalla; esas dos horas reconvertidas en los sesenta años del protagonista, o los diez años de la guerra. Conciencia de mis dos horas que se ceden a la figuración de los sesenta años que asumo como *realmente* recorridos, so pena de despertar del juego y destruir la experiencia estética y semiótica. 2. La fotografía, la pintura, el cine o el video hacen una *apropiación plástica* del espacio; en el campo limitado de una pantalla de televisión podemos ver una imagen del planeta, y al tramo siguiente una toma de un organismo microscópico. Aquel espacio de los objetos que por nuestra experiencia ordinaria define límites, se somete a dimensiones y marca con poder sus condiciones, en la imagen se ductiliza, se encoge y se agranda, se achata o se agudiza sin que se destruya su integridad. Una mano sigue siéndolo aunque haya ocupado en un cuadro toda la pantalla fílmica y al siguiente ocupe una porción ínfima, gracias al paso del *close-up* al *full shot*: nuestra disposición intelectual lo permite y articula entre ellas una coherencia. Pero el asunto adquiere una dimensión mayor cuando comprendemos que esta disposición intelectual imaginal implica la presencia de saberes y habilidades de aplicación de reglas: apreciar una imagen narrativa involucra el conocimiento de las *reglas de la narración*, por ejemplo, la de la secuencia: saber que la ristra de imágenes que veo se halla emparentada y una es consecuencia de las otras. Resulta más enfática la posición intelectual sui géneris que esto representa, cuando pensamos, por ejemplo, en la regla narrativa de la *alternancia*, utilizada en aquellos relatos fílmicos que nos cuentan cómo van ocurriendo dos cosas simultáneamente aunque las veamos en secuencia; ocurre así en las persecuciones: digamos que vemos primero la imagen de los perseguidos, y después la de los perseguidores, pero sabemos, por la posición intelectual especial que tenemos, que las cosas están pasando al mismo tiempo. Ante la imagen fija, digamos la de una pintura, portamos también ciertos conocimientos, podríamos decir, ciertas *reglas de sintaxis* plástica, denotativa y diegética, que nos ayudan a comprender, por ejemplo, en el plano denotativo de una pintura naturalista, que lo que aparece en la parte baja del cuadro es el "abajo" del mundo, y que entonces ha de leerse según la mi-

rada humana ante el horizonte. Pero la pintura abstracta, bien podría exigirnos otra sintaxis: la que deshace la referencia gravitatoria: y lo que vemos no son puntos o elementos sobre un terreno físico, sino sobre un campo abstracto, entonces no viene al caso decir que algo en ella está "arriba" o "abajo", en la parte "superior" o "inferior". Nuestra movilidad intelectual es la que permite una u otra experiencia.

Así, el acto icónico involucra una suspensión y una actualización. Configura un evento sui géneris que implica disponerse de forma peculiar ante el texto visual, y actualizar los conocimientos, formas de percepción y habilidades de interpretación que se han adquirido por la experiencia icónica en sociedad.

El objeto-imagen. Por su parte, el film puede ser proyectado en ausencia de espectadores, la pintura colocada en el desierto o el DVD puede abandonarse después de ser instalado en el reproductor. El video guardado o la cinta "enlatada" sólo son *potenciales* semióticamente. Sin sujeto imaginal el artefacto icónico suprime su función significativa, y para ello debe hallarse en condiciones de ser reconocido por el sujeto, debe ser, digamos, un objeto-imagen para un sujeto imaginal. Sánchez Vázquez (1992) ha indicado algunas de las condiciones que ha de tener un artefacto para ser objeto de una experiencia estética, sobre la base de dicho planteamiento podríamos reconocer aquí las propiedades que hemos de identificar en el objeto-imagen para propiciar una experiencia imaginal.

Un objeto es objeto-imagen, gracias a que reúne tres condiciones necesarias para alcanzar dicho estatuto: dos se refieren a sus propiedades y una tercera a su institución cultural.

Propiedades físicas. Hay objeto-imagen donde hay objeto físico. Para que algo pueda ingresar en la fruición del sujeto imaginal debe contar con una estructura física, con una configuración material que lo haga asequible. Sin piedra o metal, sin barro o yeso no hay escultura, sin película fotosensible no hay cine.

Propiedades icónicas. No todo en el objeto físico es *sensible*, es decir, no todo en él es perceptible por los sentidos y, por lo tanto, no todo en él es icónico. La configuración atómica de los objetos es física, pero no es perceptible por nuestros sentidos y, por lo tanto, en sus condiciones ordinarias no alcanza el estatuto de objeto-imagen. Un video grabado en condiciones de subexposición y un film proyectado en condiciones de sobreexposición lumínica, imposibilitan el proceso textual, rompen su iconicidad, porque su observador no logra acceder a ellos. El objeto-imagen es un objeto sensible, aprehensible por nuestros sentidos, particularmente accesible a nuestra vista. En ese sentido debe contar con estas condiciones de aprehensibilidad para que alcance su estatuto.

Institucionalización en la cultura. No basta con que el objeto cuente con las propiedades físicas e icónicas que lo hagan *visible*, ha de contar también con los requisitos que lo hacen *visible icónicamente*, es decir, ha de formar parte del *reino de las imágenes*, de la *enciclopedia icónica de la cultura*. Una piedra tiene las condiciones físicas e icónicas que la hacen visible, pero no cuenta aún con los principios culturales que nos permiten *verla como imagen*. Para ello un trabajo humano

la forma semióticamente, y la hace devenir, por reglas convenidas, en imagen. Digamos que la *elabora icónicamente*: así su porosidad resulta exhibida en la imagen fotográfica, o el artista la coloca en una porción del espacio de un altar, o el escultor la talla para darle una forma figurativa o abstracta, o simplemente alguien, en su lugar y sus condiciones, la destaca *imaginariamente*. La piedra se ha *iconizado*, y esto significa que el sujeto imaginal la hace objeto de sus disposiciones perceptiva e intelectual.⁵

El acto icónico no proviene entonces ni de una experiencia subjetiva interna del vidente ni de unas propiedades materiales immanentes al artefacto icónico. La significación icónica se gesta en el *encuentro* entre un observador dispuesto y un objeto visual en condiciones físicas y sensibles adecuadas.

Así, la iconización de la imagen es un *acto* de asignación de valores plásticos y significados a un *objeto-imagen* desde un *sujeto-imaginal*.

En términos transversales, debemos entender que la relación primaria *abre* y resulta *acotada* por un contrato icónico. En otras palabras: la relación se sostiene sobre un convenio sujeto –imagen que define su carácter, pero, a la vez, es dicha relación la que hace venir al caso dicho convenio. A este convenio fundacional de la relación icónica le llamaremos el *contrato icónico*.

CONTRATOS ICÓNICOS

El objeto-imagen no se ofrece para el sujeto imaginal únicamente como un objeto sensible. Sus propiedades plásticas se orientan a la producción de una experiencia sensorial, pero no se agotan en ella, porque propician también significados: el acto icónico aflora valores denotativos, y puede alcanzar significados narrativos y axiológicos. Pero también puede ocurrir que en el texto icónico no emerja la significación denotativa, en tanto texto y sujeto se relacionan en torno a una correlación puramente plástico-axiológica.

El artefacto icónico exige una demarcación entre el mundo que conforma y el mundo en torno en que se establece. En otros términos, lo que acontece en el interior del monitor o del marco de la fotografía, responde a dimensiones específicas no sometidas a las reglas del mundo circundante. En pocas palabras, el mundo representado en el interior de la pantalla cinematográfica o del marco pictórico o fotográfico es un *texto*. Pero frente a ese mundo tenemos un comportamiento particular, una manera de ver y una manera de entender; tenemos el comportamiento exigido por la relación semiótica en la que nos hallamos. Establecemos implícitamente un *pacto*, una especie de acuerdo según el

⁵ Otras implicaciones más finas de este devenir en objeto-imagen se movilizan cuando nos preguntamos por los límites de iconización de los objetos. Es decir, por la cuestión de hasta dónde puede hacerse imagen algo, y dónde se desbordan sus límites. La cuestión nos lleva a la dialéctica entre las reglas de la enciclopedia icónica de la cultura y la innovación icónica.

cual veremos la imagen de cierta forma, apreciando unas u otras de sus propiedades y asignando ciertos significados, podemos llamar de forma genérica a este pacto un *contrato icónico* sobre el cual se funda y se define el tipo de relación entre sujeto imaginal y texto visual. Si el sujeto se niega a ver el objeto imaginario impreso en el papel fotográfico, y lo contempla sólo como un conjunto de manchas de color sobre un papel (es decir, no ve la imagen sino el soporte de la imagen), no hay posibilidad para el contrato icónico. No todos los videntes pactan las mismas cuestiones con los textos visuales, hay distintos vínculos, diversos contratos icónicos. Un médico que revisa una sonografía o un niño que ve un *manga* establecen relaciones distintas con la imagen, pero ambos se producen sobre un cierto pacto. En ambos hay normas de lectura y posicionamientos sui géneris; la diferencia entre una y otra radica en las reglas específicas y las disposiciones prácticas que se asumen. Son muy diversos los pactos que pueden establecerse. Una fotografía de los Andes bolivianos puede verse tejiendo lazos estéticos (como los que realiza el artista que disfruta las relaciones formales entre color y configuraciones), cognoscitivos (como los que asume el estudiante de secundaria que obtiene una visión más gráfica de lo que aprende en su texto de geografía), o incluso místicos (como aquel gaísta que reconoce en la naturaleza una expresión de la armonía cósmica). Pero es necesario reconocer que esas diversas relaciones provienen de formas condicionadas y definidas socialmente, no son el resultado de ocurrencias veleidosas y absolutamente singulares. Ver cognoscitivamente las imágenes es inscribirse en unos criterios de mirada que se han formado y sancionado históricamente. El acto icónico es una experiencia singular en la medida en que se trata de la vivencia de un observador ante un artefacto icónico, pero es también un evento social, porque la intelección y la percepción se hallan formadas y diagramadas colectivamente, digamos que el acto icónico es particular en tanto experiencia singular, en tanto vivencia; pero es social, en tanto que contrato. Los contratos son regularidades colectivas e históricas de relacionamiento con las imágenes.

En síntesis podemos decir que el contrato icónico es un acuerdo social que define el encuentro entre un observador y un texto icónico. Un sistema de reglas culturales que abordan las relaciones imaginales, un convenio social que establece los vínculos icónicos y condiciona la experiencia de las imágenes. Así, el contrato icónico condiciona y reticula el acto imaginario, pero *no es* dicho acto: el contrato condiciona el encuentro, pero no es el encuentro. Los contratos icónicos implican entonces dos cuestiones: *a)* un acuerdo social reglamentado para sustentar las relaciones icónicas, y *b)* unos principios de encuentro experiencial con las imágenes.

Señalábamos que son múltiples los contratos icónicos, y lo que esto significa es que hay diversas modalidades de regulación cultural o social de la relación con las imágenes, casi en el sentido de que los diversos vínculos con las imágenes se trazan por contratos distintos para regular dichas relaciones. Pero siempre en el borde cabe pensar que habrá ciertas relaciones (ciertas experien-

cias o encuentros) que no podrán ser abrazadas por contrato alguno, así como ciertos contratos que no contienen nada, es decir, que no restituyen experiencias. Esto nos indica una interesante dialéctica histórica: la que se da entre contratos y experiencias icónicas, asunto que constituye un problema del mayor interés, pero que aquí no podremos abordar suficientemente. Sólo podemos indicar que la movilización y la dinámica cultural pueden desactualizar contratos, o pueden rehacerlos, pero también pueden contener experiencias. De otra manera: que las experiencias de la imagen se hallan articuladas en los contratos que definen los vínculos, así estamos ante el horizonte de lo contractualmente posible, pero hay ciertas experiencias que rebasan dicha contractualidad en una vivencia más pura, pero que quizá lleve a la formulación de contratos futuros. Del otro lado, es probable que ciertos contratos pierdan sustancia porque sus reglas de articulación ya no rigen nada. Podríamos imaginar, por ejemplo, una comunidad que se vinculaba de forma ritual con sus imágenes, que las leía como revelaciones, pero que con el paso del tiempo, por la movilidad histórica y la incorporación de formas modernizantes, deteriora esta clase de vínculos y asume relaciones más denotativas. Recuerdo que mi abuela creía fehacientemente en el hábito sagrado que envolvía las imágenes de "La Virgen del Carmen" o del "Divino Niño", con ellas actualizaba una clase de contrato ritual (que aquí no caracterizaremos), sancionado y legítimo en su mundo histórico-cultural. Veinte años después, esa relación ha dejado de ser dominante y es más bien exótica en ciertos campos sociales. Los contratos icónicos se producen y acotan históricamente.

Un contrato consiste en la relación acordada entre diversas partes, podemos decir que hay contrato, porque los pactantes se ponen de acuerdo acerca de algo. Dicho convenio implica ciertos compromisos y ciertos beneficios para los contrayentes, y la cuestión clave radica en que todos ceden algo para obtener algo. El compromiso radica en la concesión que, para hacer posible el contrato, debe ser mutua. En realidad los contratos se establecen entre voluntades, lo que implica, digamos, que se hallan en el universo de las cosas humanas. Los contratos icónicos se establecen entre miembros de la sociedad, y consisten básicamente en comportarse, percibir y comprender de ciertas formas las imágenes. Pero podemos tomarnos una licencia que consistirá en suponer que el contrato icónico se establece entre dos partes maestras: el lector de imágenes, su observador, y los textos icónicos. El texto icónico en sí mismo no es una conciencia, es el resultado de la labor simbólica de una voluntad y una conciencia, y en ese sentido, digamos, el encuentro entre un observador y un texto icónico es la reunión entre conciencias, mediado por el lenguaje del texto. Una forma rica de ver esta relación es la que ofrece Gadamer: el texto es una conciencia que dialoga con la conciencia del intérprete. Podríamos decir que el acto icónico involucra la relación pactada entre mirada empírica y mirada icónica. Pero todo contacto entre conciencias tiene esta condición, no hay diálogo sin mediación del lenguaje, y como ha dicho Ricoeur, incluso el diálogo consigo mismo se produce a través del lenguaje. No

hay acceso directo a la conciencia, nos concebimos con los signos lingüísticos que nos permiten automirarnos. El texto icónico cristaliza esfuerzos, concepciones y reglas humanas que se disponen de ciertas formas para el encuentro con sus observadores. El texto icónico puede verse como un *tú* que nos habla, en el sentido hermenéutico gadameriano. Hechas estas aclaraciones, podemos decir que los contratos icónicos se pactan entre *observadores imaginales* y *textos icónicos*.

Hay *observador imaginal* para un texto icónico cuando, contando con las condiciones perceptivas e intelectivas idóneas, se dispone a iconizar los *objetos* pertinentes. Es decir, cuando realiza el *trabajo icónico* que hace de los objetos-imagen textos icónicos. La clave de este trabajo se halla en la asunción de un *compromiso de lectura* sobre el cual se asume cierta actitud interpretativa que permite la ostensión icónica. Así, la parte del pacto que corresponde al observador imaginal radica en el *compromiso de observación*. Pero dicho compromiso no es una actitud uniforme o universal, es más bien un campo móvil de criterios, un sistema flexible que nos hace asumir diversas modalidades interpretativas, según la clase de texto icónico que enfrentemos. El compromiso consiste, por ejemplo, en que nuestra actitud de lectura no es la misma cuando abordamos una fotografía periodística que la asumida cuando enfrentamos una pintura abstracta. Allí radica el asunto medular de la experiencia social de la imagen: nada impide que apliquemos los mismos criterios en los dos casos, pero no lo hacemos, porque hay ciertos contratos icónicos implícitos que nos llevan a uno u otro vínculo.⁶ Así, podemos señalar que los compromisos de observación se distribuyen en un diagrama rico de modalidades de lectura icónica que pueden llevarnos, por ejemplo, a observar imágenes en claves fictivas o poéticas, referenciales o argumentales, éticas o estéticas. Conviene señalar que las diversas modalidades de lectura se conectan o se tensan según ciertos horizontes sociales de expectativas interpretativas de las imágenes. Esto quiere decir que socialmente se articulan modos de interpretar, definiendo un telón de fondo, un sistema de reglas de observación que nutren tales modalidades. Un observador imaginal se relaciona con un texto icónico sobre la base de un contrato que le exige asumir cierto compromiso de lectura, lo que significa que leerá la imagen en cierta actitud de interpretación socialmente configurada según un horizonte hermenéutico.

El *texto icónico*, por su parte, asume un *compromiso de construcción* que permite al observador tener una experiencia icónica idónea, es decir, propia de la clase de vínculo del que tiene expectativa. Para que haya experiencia icónica referencial o documental, no basta con que el lector imaginal asuma la actitud realista que exige el contrato, es necesario que, por su parte, el texto cuente con las propiedades icónicas realistas que lo hacen posible. El compromiso de cons-

⁶ Es importante aclarar que esto no quiere decir que haya una imposibilidad natural o esencial para ver una foto de prensa en clave abstracta, es decir, reconociendo su valor estético formal. Lo que esto indica es que precisamente dicha actitud, es una práctica exótica, porque lo diagramado por la cultura nos lleva a ubicarnos ante la foto de prensa en términos informativos: reconocer en ella ciertos datos situacionales.

trucción icónica proviene de ciertas modalidades textuales, es decir, se trata del compromiso de construir las imágenes según ciertas expectativas intertextuales. Esto significa que la imagen se elabora con base en reglas semánticas, sintácticas y pragmáticas propias del horizonte hermenéutico cultural que las organiza y prescribe. En última instancia, se trata de un asunto sociológico: determinados movimientos culturales e históricos trazan los rasgos de lo icónicamente esperable para cada clase de relación, y esto se halla garantizado en el contrato icónico correspondiente. Así como hay diversos compromisos lectores, hay también diversos compromisos de construcción icónica, los cuales están conectados también con ciertos horizontes intertextuales: textos icónicos diegéticos o poéticos, textos icónicos constatativos o argumentales implicarán reglas diferenciales de construcción. No son por supuesto diferencias estancas, cortes absolutos entre unas formaciones y otras. Se trata más bien de reconocer que los textos icónicos son contruidos con ciertas lógicas y en ciertos ejes. Un texto icónico poético resalta la textualidad sobre la referencia, incluso ignorando totalmente la referencia. Lo que importa en él es su dimensión plástica: el croma, el trazo, la correlación formal y pigmental antes que cualquier otra cosa. Un texto icónico constatativo parece, en cambio, reducir y regular la textualidad en aras de la exhibición enfática de la referencia: lo que importa de él es lo que muestra: las cosas y las escenas. Así, dichos textos icónicos se comprometen en ciertos contratos en la medida en que resaltan uno u otro compromiso de construcción como su centro. Correspondientemente, del lado del observador imaginal lo que encontramos es una lectura que busca una experiencia sensible, sensual o estética en el caso de la icónica poética, y una lectura informativa, extractiva o reconstructiva en el caso de la icónica constatativa. Nuevamente vale decir, esto no indica que sea imposible ver una foto de identidad de una credencial con ojos de crítico de arte, o una pintura abstracta con la mirada del que trata de orientarse ante ella como si fuese el mapa de un lugar, pero sin duda, en ambos casos, nos hallamos en una deflación del poder del contrato, porque las partes pactantes no se sintonizan en su compromiso.

En clave más analítica hemos de señalar que el compromiso de construcción textual icónica implica cierta dinámica generativa de imágenes, mientras que el compromiso del observador involucra, como correlato, cierta dinámica regenerativa. En otros términos, lo que esto significa es que, por lo menos en cierto sentido crucial para la dilucidación del contrato icónico, hemos de reconocer que los textos icónicos se gestan con base en *estrategias de construcción icónica* y, del otro lado, se observan e iconizan en relación con ciertas *estrategias de fruición*.

Las *estrategias de construcción icónica* refieren tanto a los principios códicos con que se construyen las imágenes como a las finalidades específicas que con ellas se buscan según los intereses de sus productores. Podríamos decir, por ejemplo, que el texto icónico poético puede producirse poniendo en juego el principio códico del extrañamiento (reorganizar la forma de presentar las cosas), y guiándose por

el interés de la desfamiliarización, es decir, hacernos ver de otra manera y re-colocar la experiencia. No hay estrategia si no hay algo que perseguir, no hay táctica sin propósito. Cuando suponemos que las imágenes se generan con base en estrategias de producción, lo que decimos es que hay propósitos para su diseño, que ciertos intereses éticos, epistemológicos, políticos, estéticos, etc., definen la construcción de las imágenes. Estos intereses provienen del lugar histórico en el que se gestan las imágenes. Incluso aunque una imagen se construya no para responder a una coyuntura, sino con la expectativa de atravesar el tiempo y “hablar a la humanidad”, lleva las huellas de su temporalidad, y su sentido generativo se halla en ellas. Justo lo que muestra, por ejemplo, la imagen mítica, es un mundo que piensa que la imagen puede tener un resplandor universal e intemporal, y eso es precisamente lo que la hace histórica, y lo que históricamente revela su sentido. La intención con que se produce la obra parece una cuestión evanescente, puede, fácilmente escaparse a la semántica que la imagen moviliza, y puede o no, ser recuperada en su interpretación.⁷ Pero es a través de las *estrategias de construcción* como se materializa, debido a que se convierte en criterios tácticos que guiarán el diseño concreto del texto. La organización y las propiedades de la imagen se hallan así conectadas con estos criterios que orientaron su génesis. Si se trata de la imagen poética del *videoclip* o del arte experimental, las cosas difieren notablemente de la imagen noticiosa o científica, el interés no es informativo ni pedagógico, es más bien predominantemente *expresivo*, el artista busca a través de su obra manifestar un mensaje que no es necesariamente un *contenido*, ya que puede radicar exclusivamente en la articulación plástica de los materiales icónicos. Respecto a los *criterios tácticos* las cosas difieren aún más radicalmente. En la *imagen cognoscitiva* los criterios que privan son los de la claridad, la precisión y la economía. Pero especialmente es una imagen producida con el criterio de dar preponderancia a la referencia antes que a las formas de representación. Una secuencia que explica los movimientos básicos del corazón debe ser altamente precisa, cada uno de los objetos registrados debe aparecer con la mayor diferenciación posible y en ausencia de *ruido óptico*, como diría Eco (es decir, es una imagen *económica*). Pero especialmente se dirige a mostrar ciertos fenómenos, para lo cual debe borrar cualquier efectismo de lenguaje, debe ser lo más *transparente* posible (las marcas fotográficas o videográficas buscarán borrarse y dar pleno lugar al objeto que denotan). En la imagen poética, en cambio, los criterios que privan son otros, para empezar los signos y materiales con que la imagen se construye tienen un carácter ostensivo, casi podría decirse que el texto poético, a diferencia del texto constatativo, se caracteriza porque su valor radica no en los objetos que presen-

⁷ Desde la emergencia del *estructuralismo semiótico* se ha desarrollado una fuerte crítica a las explicaciones intencionales, en especial porque se acepta que el texto adquiere un valor autónomo respecto a lo que el autor quería o no hacer con él. En la perspectiva pragmática la intención reaparece de otra forma, en tanto se reconoce que un texto transita en un intercambio de intereses y se halla preñado de expectativas culturales.

ta, sino en los *signos* con que construye su mensaje. Los signos se *exhiben* y valoran por sus propiedades, el texto vale, precisamente, por su *textualidad*. Por otra parte, la imagen poética no se somete al principio de precisión, en ella opera más bien la *ambigüedad*, no propone un significado único que debe identificarse unívocamente, propicia más bien un campo de sentidos y experiencias.

La cuestión de los propósitos y los intereses que guían la emergencia de las imágenes es, sin duda, un ámbito que implica complejas y ricas discusiones porque, en principio, hay terrenos teóricos que cuestionarían la posibilidad misma de alguna clase de *estrategia icónica*, por ejemplo, en el psicoanálisis, donde en última instancia la imagen no está definida por el sujeto. Se trata de la elaboración de un *otro* que nos habita, un otro que no es nuestra conciencia. Dicho ámbito desborda la caracterización pragmático-cultural que aquí procuramos, dado que en este capítulo final perfilamos las cosas al terreno de la imagen social, donde lo característico del iconismo es el interés y el propósito. El orden inconsciente de la imagen, en una primera mirada, parece escapar a lo que aquí se diagrama, dado que lo perfilado son más bien vínculos colectivos, trazos institucionales, racionalidades públicas, lógicas administrativas y regulativas de lo icónico gregario. No es posible abordar aquí dicho asunto, pero es necesario anunciar que una visión contractual de la experiencia de la imagen permite entrar provechosamente en este territorio: la imagen onírica (el recinto más claro de la imagen singular, incluso irracional) implica, para el psicoanálisis, cierta clase de *estrategias de producción*, las del inconsciente. El psicoanálisis busca, casi como su programa central, el desentrañamiento de los recursos a través de los cuales la imagen inconsciente habla *de lo que es*, a través de mostrar *lo que no es*. ¿No es éste el ámbito más entreverado y más fino de la estrategia?, ¿no es acaso una cuestión análoga a la de la imagen más ideológica y, por lo tanto, más interesada? Obviamente un abordaje satisfactorio de esta cuestión exige discusiones y problemáticas específicas que aquí no podemos desarrollar, pero que podrían abordarse en otro lugar, señalando, vale decir, la factibilidad de dicho camino.

De manera más analítica podemos aventurar que las estrategias de construcción icónica se organizan según tres elementos constitutivos: las fuerzas intertextuales, los campos de producción icónica, y los horizontes culturales. En otros términos, se definen en relación con tres esferas: la de orden textual-intertextual, la de orden campal (en el sentido bourdiano de "campo de productores icónicos"), y la de orden sociocultural. Así:

Fuerzas intertextuales. Las imágenes se construyen en relación con ciertos criterios que orientan magnéticamente su producción. Hemos señalado previamente algunos de estos criterios a propósito de las imágenes cognoscitivas y poéticas. Es necesario indicar aquí que esto implica la imposibilidad de restituir planteamientos del tipo: "las imágenes documentales son objetivas y las imágenes poéticas son subjetivas". Esta mirada sería una ingenua lectura de los procesos pragmáticos que involucran los contratos icónicos, y un flagrante desconoci-

miento del carácter táctico de la generación icónica que aquí tratamos de desenrañar. En la producción de una y otra clase de imágenes operan ciertas estrategias *códicas* que las iluminan de una u otra manera. La *transparencia* de la imagen es una elaboración codificada, fundada en la monosemia: es decir, se trata de un esfuerzo gramatical que se articula como una regla de lectura: "de esto que está ante tus ojos, fíjate sólo en esto". El principio códico de la monosemia, que constituye uno de los soportes de la transparencia icónica, no es una propiedad intrínseca del texto, *sino precisamente un contrato: una regulación de la relación observador imaginario-imagen* que guía la mirada. Así, no tenemos imágenes unívocas, sino contratos monosémicos entre artefactos icónicos y sujetos imaginarios. Dicho contrato se asegura institucional y socialmente, como buscamos señalar en lo que viene.

Campos de producción icónica. De una u otra forma los productores de las imágenes tienen relación entre sí. Dibujar o fotografiar, hacer videos o pintar son prácticas que bien pueden realizarse singularmente, pero que implican alguna clase de sociabilidad. Aprendemos a tomar fotografías a partir de lo que alguien nos enseña, o a partir de ver el trabajo que otros realizan. Nuestras imágenes se cotejan con las de los otros: bien sea porque procuren acercarse a ellas o porque busquen su especificidad distinguiéndose. Desde una mirada más transversal, la iconosfera social proviene de una multiplicidad de campos de producción icónica con complejidades diversas pero con cierta interconexión. La fotografía periodística o la imagen publicitaria de la televisión, en sí mismas, constituyen sistemas de gran complejidad, pero que, de una u otra forma establecen vinculaciones. Un complejo escenario de relaciones entre instituciones periodísticas, casas de publicidad, academias de artes plásticas, críticos de la imagen, galerías, museos, medios de comunicación y muchas otras instancias, conforman lo que podríamos llamar de manera muy general el *campo de producción icónica*: ese entramado que signa, en sus relaciones y juegos, la producción del torrente de imágenes que circula por el mundo social. Aquí no tenemos posibilidad de discernir con detalle estos complejos e interesantes procesos en los cuales se configura lo icónicamente consumible por la sociedad y se perfilan las icónicas y las gramáticas reinantes o emergentes en ciertos momentos históricos y en ciertas delimitaciones colectivas. Tal sería el objeto de una sociología de la creación icónica: la dilucidación de los juegos, relaciones, convenios y conflictos colectivos que constituyen el universo de imágenes que socialmente experimentamos. Sugerimos pensar este escenario como un campo, porque se trata de un territorio de juego donde ciertas instituciones y ciertas instancias tienden a dominar la lógica de producción de las imágenes, y otras compiten y friccionan dicha tesitura: así por ejemplo, en el campo publicitario las iconografías dominantes (clases de encuadres, tipos de iluminación, características de los modelos, kinéticas, escenografías...) se definen por relaciones tácticas y juegos campales entre las industrias anunciantes, los creativos y las lecturas sociales. En última instancia, y en una apreciación gruesa, todo

esto parece remitir a una dialéctica entre el potencial icónico y los límites de iconización que una sociedad detenta.

Horizontes culturales icónicos. Finalmente las estrategias de construcción emergen en relación con un fondo colectivo de imágenes y representaciones que constituye el más vasto ámbito de iconismos, donde, desde la mirada más general, se multiplican las imágenes de géneros tecnológicos distintos: fotografía, cine, pintura, infoimagen, etc.; de géneros semánticos diversos: poéticas, informativas, religiosas...; de orígenes múltiples: imágenes mediáticas, imágenes campesinas e indígenas, imágenes urbanas, diseños oficiales, icónicas de los campos artísticos y experimentales... Se trata de un gran océano de iconografías que se conectan y mezclan en el variopinto panorama macrosocial. Obviamente aparece aquí una problemática de delimitaciones que no abordaremos, pero que podemos indicar: ¿cuáles son los límites del horizonte cultural icónico?, ¿qué permite decir que estamos ante uno u otro horizonte?, la respuesta más simple diría que los límites son los de la sociedad a la que pertenece y de la que proviene. Pero en realidad ésta es una respuesta insuficiente porque la dificultad sociológica para definir los límites de las sociedades ocupa también el establecimiento de la liminaridad del horizonte cultural icónico. Por otro lado, las imágenes no se contienen por las fronteras territoriales, no responden fijamente a los sistemas de nacionalidad o ciudadanía y no ostentan semánticas y gramáticas impolutas, en una pureza genérica o etiológica. El panorama al que hoy asistimos es el de la fusión y la comunicación incesante de las iconografías: la fotografía periodística atraviesa el mundo diagonalmente, y las redes cibernéticas propician la exposición simultánea de infinitas maneras de iconizar. La publicidad echa mano de cualquier reserva icónica para alcanzar sus fines (desde los rostros muisca o las representaciones mayas, hasta la cultura visual gótica o *cyberpunk*), pero también la cultura popular mezcla y recurre a imágenes de diverso orden para construir su mundo icónico (los artesanos y los constructores de juguetes apelan tanto a su memoria identitaria como a las representaciones mediáticas). Pero este desborde permanente y esta intersección notoria de buena parte de las iconografías no es un evento exclusivo de la sociedad contemporánea, la historia de las imágenes es la de la interconexión y fusión recurrente de culturas. Por otra parte, podríamos decir, proyectando las nociones de Lotman, que el horizonte cultural icónico refiere a la capa social de las imágenes, a lo que podríamos llamar una *iconosfera*. Sin embargo, la noción de iconosfera produce reminiscencias de carácter biológico y, en últimas, de tipo naturalista: se imaginaría el mundo de las imágenes como se imagina el mundo de los seres vivos: una biosfera ante una iconosfera. Es necesario aclarar que la noción que usa Lotman es la de "semiosfera", y con ella quiere enfatizar dos cuestiones: el carácter omniabarcante y crucial del territorio de los signos (la imposibilidad de la forma humana sin él), y su propiedad de médium: es decir, el territorio natural que los seres humanos habitamos. Vivimos en un mundo físico y biológico, pero también vivimos en un mundo de signos.

El concepto de iconosfera permitiría ver con claridad estas dos propiedades de las imágenes en relación con el mundo social, pero tiene el problema de que quizá las sustancializa excesivamente. Preferimos, por eso, usar la noción de *horizontes culturales icónicos*, dado que nos permite reconocer que se trata justo del médium icónico en el que vivimos los seres humanos, pero dicho médium es creado y reformulado permanentemente por los seres humanos en su devenir social. Si quisiéramos una metáfora naturalista, quizá la única que podría ayudarnos es la del *coral*: celentéreo marino que segrega la materia con la que construye el mundo calcáreo en el que vive. El horizonte cultural icónico emerge de nuestra producción histórica, pero es el territorio al que llegamos, porque nos encontramos siempre con un mundo social altamente iconizado, imaginariamente hiperdenso. El horizonte cultural icónico proviene entonces de una historia compleja en la que se relacionan, a veces por complementos, a veces por disecciones, e incluso por conflictos, diversas tradiciones imaginales. Todo horizonte cultural icónico es un tramado de tradiciones iconográficas que parecen cristalizarse en un punto, pero que en realidad provienen de un devenir lejano. Las imágenes contemporáneas resultan de una larga historia de pruebas, contrastes y sentidos que se aprecian realmente en el corte diacrónico. La imagen cinematográfica, por ejemplo, es heredera de tradiciones icónicas y de tradiciones narrativas: la imagen fílmica es una imagen que *relata*, por eso proviene tanto de la novela de folletín, del teatro y de la ópera, como de una complejísima herencia icónica que va desde los retablos del medievo (verdaderas secuencias protofílmicas) hasta la fotografía.

En síntesis, podemos decir que la comprensión de los procesos de construcción icónica de la sociedad implica reconocer que sus estrategias de diseño provienen de una triple fuerza: los criterios y gramáticas intertextualmente conformadas, las definiciones del campo de producción de imágenes, y las referencias y articulaciones del horizonte cultural.

Las estrategias de fruición icónica refieren a las dinámicas de interpretación de los textos icónicos, a los procesos de semantización y experienciación de las imágenes. No todo observador atiende las mismas cuestiones en las imágenes, no se interesa en los mismos elementos y no tiene vivencias idénticas. Las significaciones que una u otra clase de iconismo evocan, así como la experiencia sensual que precipitan, parecen diferenciales entre individuos de diversas condiciones. Buscamos cosas distintas de las imágenes, a veces información, a veces placer o a veces consuelo o revelación. Hemos señalado en varios momentos la participación lectora en la formación de lo que las imágenes son, hemos indicado que requerimos transitar de la concepción de la imagen a la del acto icónico, y este tránsito no es posible si no reconocemos que la relación del observador con los artefactos icónicos implica ciertas iniciativas irreductibles por parte de quien ve. Podríamos decir que dicho hacer es un proceso re-constructivo o re-generativo de la imagen, quizá la forma más adecuada de plantearlo es señalando que el observador realiza un *trabajo icónico* que consiste en experimentar, elaborar,

asignar sentidos, completar sugerencias, erigir significaciones, realizar juicios. El trabajo icónico del observador implica algunas formas de relacionarse con la imagen, ciertas *estrategias de fruición*: algunas maneras de ver guiadas por intereses y necesidades icónicas. Estas estrategias se fundan en tres elementos maestros: las *competencias imaginales* de los lectores, los *campos de fruición* a los que pertenecen o por los que transitan, y el *horizonte cultural icónico* en el que habitan.

Competencias icónicas. Apreciar y experimentar, significar y valorar, es decir, *iconizar* una imagen, no es un acto espontáneo, ajeno a toda socialización, resultante de una naturalidad universal. Implica más bien poner en funcionamiento una serie de saberes y habilidades de observación y realizar un trabajo semiótico. Pero la relación con el texto icónico no se resuelve sólo en las vinculaciones de gran envergadura (como las de juzgar o criticar la imagen), no se refiere sólo al juicio final que podría erigir el observador sobre lo visto, sino que involucra incluso la formación misma de la imagen. Ver una imagen involucra el conocimiento y la acción de capacidades de diverso estatuto con las cuales no sólo desciframos los códigos en que el texto está construido, sino que así contribuimos a su conformación. La competencia icónica⁸ es entonces un

⁸ Como es sabido, con el concepto de competencia Chomsky (1976) refiere a una suerte de estructura interiorizada por el hablante, constituida por un conjunto de capacidades lingüísticas gracias a las cuales se encuentra en condiciones de hablar y comprender fluidamente su lengua. Chomsky denomina *actuación lingüística* al uso que el hablante hace de su *competencia*. Así, toda acción lingüística y toda práctica del lenguaje emergen de la competencia del hablante. Pero el concepto de competencia es susceptible de orientarse más allá del ámbito puramente lingüístico, como han hecho algunos autores cuando desarrollan nociones como *competencia semiótica*, *competencia comunicativa* o *competencia cultural*. Por ejemplo P. E. Ricci y B. Zani reconocen que la noción puramente lingüística de la competencia no permite dar cuenta de los procesos de interacción comunicativa o de los *actos de habla* en los que participan los sujetos sociales; reconocen que una persona dotada únicamente de *competencia lingüística* sería incapaz de establecer eficazmente una interacción comunicativa en tanto "ignoraría cuándo debe hablar, cuándo callar, qué opciones sociolingüísticas emplear en determinadas situaciones" (Ricci y Zani, 1990:20). La *competencia comunicativa* será "[la] capacidad de emitir y captar mensajes que [...] colocan [a un individuo] en trato comunicativo con otros interlocutores. Esa capacidad comprende no sólo la habilidad lingüística y gramatical (de producir e interpretar frases bien formadas), sino también una serie de habilidades extralingüísticas correlativas, que son *sociales* (en el sentido de saber adecuar el mensaje a la situación específica) o *semióticas* (que significa saber utilizar otros códigos, además del lingüístico, como por ejemplo el kinésico: las expresiones faciales, el movimiento del rostro, de las manos, etcétera)" (Ricci y Zani, 1990:20). Así, la competencia comunicativa o competencia semiótica propicia un instanciamiento sociocultural pertinente de la noción chomskyana. Por esta razón una teoría de la *competencia comunicativa* necesita admitir no sólo las capacidades que permiten actuar eficazmente en una *interacción lingüística*, sino también en interacciones no-lingüísticas o paralingüísticas, es decir, en *intercambios semióticos*, como el que involucran los actos icónicos. Así las cosas, una competencia icónica refiere al sistema interiorizado de *reglas, criterios* y *saberes* que facultan a los sujetos sociales para producir y decodificar (explícita o implícitamente) mensajes *visuales* en *situaciones sociales*. Por otra parte las *competencias icónicas* implican también el conocimiento y la experiencia consciente o inconsciente que tienen los actores sociales de las relaciones simbólicas del entramado social. La noción de competencia instanciada campal y socialmente admite que los archivos, capacidades y criterios que la constituyen se adquieren cultural-

conjunto de capacidades que permite relacionarse con el esquema gráfico y realizar dos grandes clases de operaciones semióticas: a] asignar valores (emocionales, sensibles, ideológicos) a las propiedades plásticas de la imagen (color, textura, línea, figura...), y b] atribuir denotaciones a dichos valores plásticos. La competencia icónica se refiere a los saberes, criterios y habilidades que permiten realizar la experiencia concreta de apreciar y consumir una imagen, de iconizarla. De manera más analítica, dicha competencia se halla integrada por un grupo de capacidades y archivos. En términos generales esas capacidades van desde la *capacidad taxonómica*, consistente en los saberes que permiten identificar diversos tipos de imágenes y reconocer sus diferencias (gracias a las cuales esperamos cosas distintas de la imagen cinematográfica, del cómic o de la pintura), hasta *capacidades axiológicas*, consistentes en la facultad para evaluar el valor estético, denotativo o ideológico de una representación. Especialmente un observador cuenta con una *memoria icónica* en la que conviven un vasto universo de imágenes de múltiples orígenes y diversos estatutos. Estos archivos son la apropiación individual del imaginario colectivo de la sociedad en la que habita el sujeto. La forma particular e histórica en que registramos y ponemos a correr los horizontes culturales icónicos en los que habitamos. Estos archivos se generan en la experiencia y la historia del individuo. Habría así una *socialización imaginaria*, lo que supone que la experiencia y los límites de *imaginación* (de apreciación, interpretación y creación de imágenes) del individuo estarán de alguna forma definidos por su experiencia y su cultura icónica. A esto es a lo que podríamos llamar una *disposición social*, aquello que en palabras de Bourdieu se denomina un *habitus* (Bourdieu, 1990 y 1991), y que aquí podríamos referir sólo a su dimensión hermenéutica: la disposición subjetiva, socialmente formada, para interpretar. Esta disposición sociológica hace posible y encauza la formación de competencias y su adquisición (digamos que el *gusto* por una cierta clase de imágenes hace posible competencias, y las competencias forman una u otra clase de gustos e inclinaciones). Nuestras posibilidades de establecer vínculos con las imágenes están en relación con la competencia con la que contamos, y ésta, de nueva cuenta, se construye por la experiencia social que tenemos de lo imaginario. La dificultad común para apreciar los valores plásticos del cine o la fotografía, está en concordancia con la dificultad para apreciar imágenes abstractas (como las que propone el expresionismo abstracto, por ejemplo), y es resultado de una experiencia visual vinculada fundamentalmente con tradiciones denotativas.

mente, y permiten la producción de mensajes o interpretaciones no solamente aceptables, según la lógica de las convenciones sociales, sino también *oportunas* o *pertinentes*. La competencia vista de esta forma, aproximada digamos al *habitus* bourdiano, nos lleva a comprender que un agente social, en el espacio de relaciones de una situación determinada, no sólo interpreta según la aceptabilidad semiótica o estética de la convención social, sino también según la pertinencia y oportunidad que le permita una *ganancia simbólica*, y que define su producto en una *valoración*. Es decir, que toda práctica de interpretación icónica es, necesariamente, una *interpretación socialmente instanciada*.

Los *campos de fruición* constituyen los espacios sociales en que establecemos el encuentro con las imágenes. Esto no quiere decir que sólo sean válidas las experiencias icónicas gregarias o que ignoremos que cada uno de nosotros puede ver imágenes en absoluta privacidad, incluso que podemos ver imágenes que sólo nosotros hemos producido y, en ese sentido, no serán vistas nunca por nadie más. Lo que esto significa es que incluso en ese caso extremo la iconización de esa imagen singularísima se halla atravesada por nuestra experiencia colectiva de ver y por las formas en que nuestras relaciones humanas, en contextos concretos, han marcado nuestra relación con el mundo imaginal. *Campo* es un concepto con el que el sociólogo P. Bourdieu busca explicar, en su relación con el *habitus*, las prácticas sociales (Bourdieu, 1971 y 1990). Se plantea como el territorio de vínculos entre individuos que comparten intereses comunes y que buscan acceder, a través del juego y del conflicto, a ciertas posiciones. Los individuos viven en espacios colectivos estructurados en los que ocupan posiciones que definen objetivamente sus intereses, sus acciones y sus alcances. Refiriendo dicha perspectiva las prácticas interpretativas adquieren una mayor precisión y resultan pragmáticamente acotadas. Los individuos no realizan prácticas de interpretación o apreciación en el suspenso relacional. Además de las inclinaciones definidas por la historia cultural que los ha constituido (su *habitus* social), su interpretación responde a *campos de fruición*. El *campo de fruición* será el espacio de relaciones en que se hallan inmersos los agentes sociales y desde el cual se ocupa una posición relacional que define en buena parte los procesos de consumo simbólico. Campos de fruición formados por la participación de un conjunto de agentes y, en ese sentido, de individuos con inclinaciones sociales interesados en una experiencia de percepción y apreciación permanente o transitoria de algunas obras o mensajes. Aunque no tengamos conciencia de ello, toda apreciación de obras y productos culturales, toda experiencia icónica, se halla inserta en campos de fruición, en un mundo de relaciones humanas donde nuestras miradas se intersecan, inevitablemente, en ciertas imágenes comunes. En esa confluencia de miradas se produce fatalmente un proceso de intercambio, de apreciaciones análogas, de imitaciones o tomas de posición, de identidades y distancias que a veces quedan en el silencio y a veces se señalan claridosamente. Un niño ve imágenes en su televisión y en esa mirada que recoge caricaturas o comerciales, *mangas* o policiacos, enfrenta un torrente de iconizaciones del mundo que contrasta con la forma en que su madre o su padre celebran o sancionan las iconografías, pero también, sin duda, con la forma en que sus compañeros de escuela o sus hermanos o amigos de vecindad destacan una u otra clase de representación. Un adolescente refiere las ilustraciones góticas o campesinas, huicholes o barrocas en y con el grupo de iguales con el que quiere mimetizarse o del que busca contrastarse, y en ese juego se halla trenzado en un campo que actúa sobre sus decisiones fruicivas y contribuye a dibujar sus estrategias de interpretación y sus experiencias icónicas. Permanentemente nuestra opinión frente a uno u otro texto se halla en contraste con las opiniones de otros. Este principio de yuxtaposición de apreciaciones y percepciones es lo que

caracteriza la existencia de un campo de fruición. Todos participamos en esta suerte de diagramación de la mirada: asistimos al cine cargando con nuestras experiencias y criterios de consumo simbólico, las inercias y las fuerzas del significado que el campo ha inscrito en nosotros. Pero las apreciaciones y los valores de los juicios que los individuos emiten acerca de las imágenes, en tanto los campos de fruición son espacios de relaciones sociales, no tienen el mismo *valor* (no cuentan con el mismo *precio*, diría Bourdieu). Las miradas se contrastan, y algunas de ellas prevalecen y guían la observación de los otros. Mirar social, es mirar en co-adhesión, pero también en conflicto. En última instancia las trayectorias del mirar llaman a la tesis de la fuerza y hacen correr el juego del poder. Un campo social es un territorio de lucha por el poder, de reificación de las legitimidades y de puesta en cuestión de las instituciones. Esta propiedad es irrecusable en los campos de fruición. quizá allí se encuentran los pequeños y grandes territorios de definición de lo visible y de lo visto en el mundo histórico.

Quizá el *horizonte cultural icónico* en el que se producen los artefactos icónicos resulta ser el mismo en que se interpretan. quizá el acto icónico se cobija en un mismo panorama-mundo, o quizá su arco es tan vasto, que logra conectar horizontes diversos. Nuestra mirada de las representaciones muiscas se encuentra articulada en un horizonte sin duda distinto al de sus creadores, pero, en la densidad del tiempo, esos artefactos lanzados a circular por la vastedad histórica hilvanan actos icónicos múltiples en las experiencias y miradas que, a través de los siglos, regresan a ellos. A veces nuestra relación con esos textos se ejerce con tal violencia que ignora por completo el mundo en el que emergieron y busca reconvertirlos a su antojo, como trazando a fuerza sobre lo trazado; o quizá puede ser también una experiencia lúdica que juega a adivinar y asignar sentidos sobre una lisura significativa que seduce. Pero a veces, hay una voluntad de reconocimiento que intenta, esforzadamente, reconstruir el horizonte de dicho mundo y busca acceder a lo que ellas significaron. El rostro calima parece mostrar mundos con más intensidad una vez que hemos comprendido que se halla labrado en lámina de oro y que dicho metal significaba para los calima una continuación de la materia del sol. Es un rostro solar, entonces, divino y revelador. Nuestro horizonte ha buscado aproximarse al horizonte indígena que de él destella sus sentidos. Éste parece ser uno de los lados del telón icónico-simbólico en el que nos cobijamos y del que nos vestimos para ver. Pero el otro lado es el del conflicto, el de la posible fricción entre mundos visuales que podrían resultar incompatibles. Si de un lado la expectativa ética y epistemológica, si cierta actitud política se interesa en el encuentro de horizontes, también es necesario considerar que podría ser más bien el escenario de la diferencia el que se imponga cuando miramos una imagen y concretamos su acto. Bien visto, el conflicto de miradas supone previamente una voluntad de *ver* al otro. Sólo puedo marcar la diferencia, poner límites, erigir distancias, si he comprendido quién ve, qué ve y de qué forma ve aquello que en su imagen

me desvela. Esto señala cierta primacía de la intersección sobre el conflicto, en la medida en que el conflicto emerge de la confluencia.⁹

Digamos que mientras las estrategias de construcción guían los procesos generativos concretos de las imágenes, las estrategias de fruición guían las prácticas de interpretación de imágenes específicas. Así, podríamos decir que los contratos icónicos pueden verse como modalidades de uso social e históricamente definido de las imágenes, pero también son grandes operaciones culturales para hacer posible lo imaginario, en tanto definen condiciones de producción, circulación y consumo de la imagen.

Plantearse una descripción exhaustiva de los múltiples contratos icónicos es una tarea que exigiría el diseño de un programa enciclopédico; se trata de una cuestión que naturalmente rebasa el proyecto panorámico que aquí estamos perfilando. Sin embargo, los elementos que hasta ahora hemos presentado ofrecen el tramado general en que los contratos específicos se producen. Es posible identificar, en este camino, los grandes ejes socioculturales en que se organizan los contratos icónicos, o, de otra manera, las problemáticas humanas fundamentales en las que se contraen los contratos icónicos que produce la cultura. Sin duda la historia cultural define sus contratos sobre el eje problemático de lo *epistémico* en la medida en que los usos y relaciones de las imágenes contribuyen a construir, fijar, cuestionar, transmitir, adquirir, abjurar nuestros conocimientos; de igual forma, podrían identificarse ejes *éticos*, *políticos*, y sin duda también *estéticos*. Esto no significa, de ninguna forma, que la sociedad discierna perfectamente argumentos del tipo: "con estas imágenes nos relacionamos exclusivamente de forma cognoscitiva, y con éstas de forma estética", no se trata de ejes de circulación icónica excluyentes y estancos. Nuestra relación con las imágenes es múltiple y flexible: buscar en ellas información es también degustarlas estéticamente, y esto, probablemente, involucra su valoración ética. Sin embargo es necesario procurar la dilucidación de las diversas relaciones contractuales enmarañadas y agrupadas en tales nexos. Optaremos por dibujar dos contratos icónicos transversales y cruciales en nuestra cultura: los contratos de verosimilitud y los contratos de veracidad. Resultan cruciales porque nuestra sociedad busca en sus imágenes tanto una figuración como una ensoñación del mundo. Las imágenes parecen proveernos caminos para acceder a la realidad que habitamos, pero también a nuestros sueños. Es quizá ésta la razón de fondo por la cual a estas dos formaciones contractuales subyace

⁹ Por supuesto que otra clase de problemas se emparentan aquí: el del *conflicto sobre el mal entendido* como la fricción que surge cuando alguien cree ver en la imagen del otro lo que no destella en ella. El análisis cuidadoso de dicha semiosis nos muestra dos cuestiones: a) que incluso el malentendido proviene de esa suerte de *voluntad de intersección* de la mirada que nos lleva al punto que el otro ve, aunque no haya sintonía en las frecuencias y los gradientes, porque sólo puedo *mal ver*, cuando *procuro ver*, y en esa medida *dirijo la mirada* hacia la imagen-otro; b) que cuando esto ocurre, en el fondo las cosas apuntan más a la fusión que a la ruptura, porque el malentendido emergió de una dislocación de la mirada que, al recolocarse, se reinstaura.

un cruce de ejes de gran interés: el trazo epistemológico, el trazo estético, el trazo político y el trazo ético. Así, en estos contratos se agrupan digamos los nodos de preocupaciones señeras de la cultura, el asunto radica en que mientras la verosimilitud apunta a la ficción icónica, la veracidad se orienta a la verdad. Pero si el problema de la verdad en la imagen, o la verdad de la imagen llama lo epistemológico, también sin duda llama lo ético: ¿podemos confiar en la imagen?, y de allí a lo político: ¿de dónde proviene la imagen que se dice verdad y hacia quién se dirige?, ¿qué persigue la imagen que se dice verdad?, y del otro lado, la imagen ficción, por ejemplo, la que se muestra a sí misma como verosímil, se halla en el ámbito de lo poético, de la experiencia de la sensibilidad del sentido. Estos contratos polares permiten ver, en sus bordes, el cruce de ejes que problematizan la experiencia humana y social a través de las imágenes, y permiten advertir el juego social por la generatividad e interpretabilidad de la imagen.

Contrato icónico de verosimilitud

El contrato icónico de verosimilitud tiende a ser tácito, opera silenciosamente. Los polos que involucra son los del vidente y el texto icónico. Se trata de un vínculo peculiar en el que un observador acepta la *realidad singular* de las *imágenes fictivas* que se le presentan. Cada parte debe cumplir con ciertas condiciones para hacerlo posible, de lo contrario el pacto se destruye y la ficción concluye. El espectador visual asume un *compromiso de creencia* consistente en dos operaciones perceptivo-intelectivas: *a)* suspender parte de los juicios de verdad que vehicula en su mundo diario y *b)* aceptar especialmente la ficción visual como realidad. El espectador hace “como si” lo que ve fuese verdadero. Sobre esta concesión de creencia se levanta la posibilidad de la imagen pictórica, fílmica o fotográfica fictiva. En el interior de una construcción poliédrica de un solo recinto, una mujer lívida da bocados de un polvo sideral a una luna enferma, mientras hace girar un pequeño molino sobre una mesa del que se desprende un hálito cósmico que carga el cielo oscuro de pequeñas luminiscencias (*Papilla estelar*, Remedios Varo). No es posible apreciar con justicia esta pintura si la sometemos a criterios *externos*. Sostener que la luna no es un ser vivo, que no cabe en el interior de una recámara, o que es una tontería pensar en “alimentarla”, es aplicar burdos criterios realistas a una imagen que *reclama su propia realidad*, su *realidad icónica fictiva*. La responsabilidad del vidente en este contrato radica en aceptar la validez *sui generis* que le corresponde al texto visual, esto es, en *comprometerse con la diégesis específica que nos presenta*. Ante ella suspendemos temporalmente nuestras creencias comunes e ingresamos por nuestra voluntad en una suerte de *mundo paralelo*. Ante la imagen rotunda de Leo, el último replicante del mundo postapocalíptico de *Blade Runner* (R. Scott, 1982), no nos hallamos en un caso de engaño como si estuviésemos ante un es-

pectáculo de un mago que intenta embrujarnos para hacernos creer la verdad de la existencia de los replicantes y la presencia de ese mundo futurista, la verdad de la ilusión. El film exige de nosotros una *actitud*, una disposición específica, en la que asumimos la *realidad icónica* del texto que se nos propone. Desde la perspectiva del espectador, la *verosimilitud visual* no es entonces un asunto de engaño o ilusión. Es más bien un posicionamiento intelectual y emocional específico que adopta el sujeto imaginal, en el que se compromete a no juzgar el texto icónico por sus criterios comunes de realidad. Asume así una *actitud ficcionalizante* (Zunsunegui, 1984). Por su parte, el texto icónico fictivo implica lo que podemos llamar el *compromiso de construcción*, consistente en la adecuación que la imagen presenta a ciertas *reglas de género* o, en términos más amplios, a *reglas discursivas*. El texto icónico nos resulta verosímil cuando respeta las convenciones de lo que es dado esperar en el tipo de imagen al que pertenece. La ficción se nos presenta como verosímil en la medida en que juega con lo que hemos aprendido a ver y a oír como posible en el universo del tipo de texto cinematográfico, fotográfico o videográfico al que pertenece. De no ser así, la ficción rompe con el contrato y nuestro compromiso de creencia concertada se disuelve. Aceptamos la verosimilitud de las imágenes del cómic mientras alcancen la reglamentación técnica que exige su diseño: hay un conjunto de convenciones en el dibujo realista que esperamos se respeten. Una perspectiva mal trazada, incapaz de construir la convención de la profundidad, romperá el contrato por falla en el diseño. En la imagen cinematográfica fictiva se exige por ejemplo una cierta *estabilidad aspectual* de los personajes. Un individuo de piel blanca no podrá ser negro en la siguiente escena, a no ser que narrativamente ése sea el caso. Si presenciamos un video sobre la pasión y muerte de Cristo, la aparición descuidada de una pulsera de reloj en el brazo del nazareno al ser montado sobre la cruz destruirá la experiencia visual fictiva y producirá el escarnio más que la constricción que simbólicamente buscaba transmitirnos.¹⁰ El tratamiento fotográfico igualmente involucra ciertos criterios que exigimos para mantener nuestra relación icónica: no esperamos que el filme de ficción rompa el eje visual de la secuencia a cada toma, o que de repente un cuadro se proyecte invertido. Cualquiera de estas visiones nos hace conscientes de que vemos sólo una defectuosa representación, base sobre la cual las experiencias intelectual y emocional son inasequibles. La verosimilitud del texto no es entonces un asunto que remita a la "semejanza con la realidad". Su compromiso de construcción exige adecuación al intertexto (producido diacrónicamente por la reiteración de discursos sobre estructuras y códigos similares), no a la realidad, su producción proviene de las *fuerzas intertextuales*. Pero esto no significa, de ninguna manera, que la ficción icónica sólo sea posible si se respetan canónica e inviolablemente las reglas genéricas o textuales. La variación, el rompimiento de las

¹⁰ A menos que se trate de una versión satírica, en cuyo caso las reglas de coherencia ambiental de la imagen son otras (porque incluso, *lo satírico* implica una coherencia, una lógica de construcción).

normas, la desestabilización de la gramática es recurrente en la imagen. Lo que esto significa es que incluso dichos rompimientos son una forma del contrato... y la violación o la adecuación a las reglas gramaticales son parte de las cuestiones convenidas. A veces son tan contractuales que hay ciertas experiencias icónicas en las que el observador exige, casi por sistema, las sorpresas y lo inusual, como ocurre con las *videoinstalaciones* o los *performances*; allí, como diría Vattimo, la innovación es lo regular, la violación y la abjuración son la norma. Así, lo que estamos señalando es que la adecuación férrea a las reglas intertextuales o su desaforado desgarramiento y pulverización son el resultado de las condiciones de los contratos concretos que en uno u otro territorio social se definen, y allí es donde podemos reconocer ese rico trenzado entre fuerzas intertextuales (gramáticas móviles y rizómicas), y campos de producción icónica de un lado, y competencias o capacidades de readecuación e interpretación móvil de los fruidores y campos de fruición, por el otro. El campo de producción icónica hace posible el rompimiento de las gramáticas visuales en la medida en que va conformando otras, y esto implica una coordinación sutil y entreverada con los campos de fruición que actúan redefiniendo la propia producción. La producción icónica está producida por su fruición, y la fruición, a su vez, emerge de la producción. Es allí donde los contratos icónicos resultan resumados y atravesados por la conflictividad y la movilidad cultural: lo esperable de una imagen, y lo reconstruible de ella en su fruición, están en relación con el conflicto entre apuestas de iconización que buscan definir formas de trazar el mundo imaginal: una u otra gramática, una u otra semántica (en última instancia, unos u otros mundos en juego), usan lo que se decanta en el trenzado general del horizonte cultural icónico.

Contrato icónico de veracidad

¿En qué radica la diferencia entre ver imágenes documentales de un conflicto e imágenes narrativas de un film sobre esa misma guerra? La respuesta más obvia y más simple diría que en un caso se trata de imágenes *reales*, y en el otro de imágenes *ficticias*. Sin embargo no toda la cuestión concluye aquí. Una imagen genuinamente tomada de una escena del conflicto puede convertirse en imagen ficticia sólo con poner un pie de foto en un periódico que la describa erróneamente,¹¹ y muchas veces una imagen simulada es capaz de expresar de forma más certera los acontecimientos que imágenes tomadas en el lugar mismo de los hechos. Sin duda preferimos los diagramas de objetos complejos a sus filmaciones, y preferimos un mapa a una fotografía aérea de una ciudad porque plantea con más cla-

¹¹ O incluso un pie de foto que sólo la describa. Que acote el modo en que debemos entenderla, como diría Barthes, que la *ancla*. Entonces la foto no es la expresión pura de los hechos, sino la *versión definida* de los mismos (Barthes, 1992).

riedad las relaciones y formaciones del territorio. La veracidad de la imagen no parece reposar en su pura inmanencia. Hallamos verdad en una imagen en la medida en que corresponde con claridad a lo que podemos leer en ella. La veracidad parece provenir de alguna clase de conexión entre las propiedades del texto icónico y los saberes y expectativas de quienes lo iconizan. En el contrato icónico de veracidad la relación acordada entre las partes (vidente y texto icónico), a diferencia del contrato de verosimilitud, es *explícita*, a veces *ruidosamente retórica*. Cada uno de los polos asume un compromiso particular, que parece ser de este modo: el *texto icónico documental*, bien sea el noticioso o la imagen científica, se presenta y compromete como un *reporte transparente* de los acontecimientos o de los objetos. El vidente, por su parte, se compromete a aceptar las imágenes como una *referencia satisfactoria* de la denotación. Como en los demás casos, el contrato se rompe cuando alguna de las partes viola su compromiso: bien sea porque el texto noticioso incurre flagrantemente en la tergiversación de un acontecimiento, o porque su observador niega apáticamente su veracidad. Como se ve, las dos cosas están estrechamente enlazadas. Pero es necesario ver esto un poco más de cerca. Un texto icónico *constatativo*¹² se presenta *como si reportase* la realidad; desde el punto de vista textual se conforma como *elaboración transparente de los acontecimientos*, desde el punto de vista referencial, lo que debe quedar claro es que se suponen denotativos, pero son siempre *construcciones de acontecimientos* (Veron, 1983). En tanto que textos, la realidad que presentan, es, inevitablemente realidad construida.¹³ En el plano de la expresión (o más propiamente, en el *iconizante*) se encuentran sometidos a las *reglas del mimetismo* de las que ya hemos hablado en el capítulo 2, y en el plano del contenido se hallan en relación con ideologías informativas o con paradigmas teóricos, o incluso políticos. La imagen constatativa responde también a unas reglas discursivas que podrían ser descritas exhaustivamente para articular una suerte de *gramática de la veracidad*. Por mencionar sólo algunas cosas, tendríamos que apelar a ciertas convenciones de encuadre, de tipo de registro visual e, incluso, de ciertos procedimientos sintácticos que nos dicen, que lo visto es un *documental*.¹⁴ El cine incluso ha reconocido con tal claridad esas reglas visuales que ha establecido un intertexto al que se lo identifica como *ficción documental* o *docuficción*, en el que las narraciones ficticias se construyen con

¹² Es una imagen que debe su valor a la *referencia*: se construye y exhibe en función de que muestra algo acerca de algo.

¹³ Esto desprende una problemática más vasta que rebasa este contexto, la que refiere a la cuestión de que todo texto es construcción, y entonces la denotación parece mitológica. Si la denotación se supone en transparencia con los hechos, entonces es inaccesible e imperceptible porque siempre es textual, es decir, porque lo denotado, para ser comunicado, debe textualizarse, y entonces es *representación*.

¹⁴ Un cierto tipo de encuadre y recursos ópticos (utilización del *zoom in* y *zoom back* antes que el *travelling*), un movimiento específico (la cámara subjetiva móvil y aberrante, antes que la cámara objetiva y límpida), unos materiales y formatos de registro (el video casero antes que el betacam o la película cinematográfica), e incluso unos procedimientos de iluminación (luces directas y sin matices sobre los actores y los acontecimientos, antes que iluminación silenciosa e impecable).

los criterios visuales y narrativos del documental, ejemplos ruidosos fueron *Kids* (Larry Clark, EEUU, 1995), *Festen* (Thomas Vinterberg, Dinamarca, 1998) y *The Blair Witch Project* (Eduardo Sánchez y Daniel Myrick, EEUU, 1999). Allí la impresión documentalista, sin embargo no se alcanza del todo, porque el procedimiento no está completo: la actitud del espectador no se asume plenamente y, en especial, la lógica institucional en la que se articula no avala su veracidad (el espectador entra a los textos *sabiendo*, por la lógica institucional, que son *ficciones*).

El observador de la imagen constatativa asume una *actitud documentalista* en la medida en que concede a las imágenes un valor realista y suspende, precisamente, la *perspicacia constatativa*, que lo obligaría a estar examinando paso por paso y tramo por tramo la validez de la imagen que observa.¹⁵

Como hemos indicado, las estrategias de construcción de la imagen en el contrato de veracidad implican cierta estructuración institucional que las avala. Por lo general tendemos a aceptar la validez y la transparencia del documental, porque se nos presenta bajo las *fórmulas discursivas de los documentales* (las propiedades textuales que posibilitan el contrato icónico, lo que llamamos aquí las *fuerzas intertextuales*) y bajo el sello legitimador de la institución que los produce, es decir, la *autoridad moral que garantiza su transparencia*. El documental de "Discovery Channel" se produce indudablemente en una lógica narrativa, con una selección de la realidad, y especialmente a partir de una concepción científica que, lejos de ser universal, es una posición teórica ante otras. Un video documental sobre las prácticas agrarias y religiosas de los indígenas tzotziles implica no sólo un paradigma científico (si los antropólogos que lo producen son funcionalistas o estructuralistas), sino también una posición política respecto a la situación social en la que viven. En esta medida, es necesario reconocer que hay un campo de relaciones sociales entre instituciones que en algún sentido regula y define principios de aceptabilidad o estigmatización de las imágenes, que interviene sustancialmente en su constitución. Una fotografía puede o no adquirir un peso social como documento no sólo por las propiedades internas con que cuenta, sino también por los procesos de interacción entre instituciones del espacio social que permite avalar la *ética y profesionalismo* con que ha sido producida. Por supuesto que dichos avales están en relación con toda una *tecnología para la verificación* consistente en la exhibición de criterios y el desarrollo de operaciones que permita fijar la transparencia de su diseño, pero también con una cuestión más sutil: una suerte de frágil *pacto de honestidad*, en un contexto tecnológico donde progresivamente se va adquiriendo el poder de producir, por medios digitales, casi cualquier clase de imagen mimética. En este horizonte técnico-simbólico la validez de la imagen no se ha-

¹⁵ Actitud que, por cierto, es asumida por aquellos *profesionales de la sospecha*, como los criminólogos especialistas en análisis de imágenes, quienes tienen que definir si una imagen es el fiel registro de un acontecimiento o un trucaje que lo emula, o los técnicos analistas de arte que deben decidir si se encuentran ante la obra original o ante su copia.

lla en sus *índices de realidad* (producibles digitalmente) sino en una frágil y evanescente *voluntad de verdad* de las instituciones y empresas con poder para generarlas y exhibirlas públicamente, más que en contratos objetivamente articulados. Es obvio que esta clase de cuestiones interviene en el carácter mismo del *contrato icónico* que los usuarios establecen con las imágenes. En buena medida su compromiso de creencia se halla estrechamente conectado con esta validación institucional. Digamos que, en última instancia, la imagen constatatativa está trenzada en un *pacto de honestidad* implícitamente firmado entre las instancias que la producen y las sociedades que la consumen. En una perspectiva ética la imagen constatatativa reclama de su productor una aspiración por un conjunto de valores que asumiría como *criterios de sentido* para su producción: la *serenidad*, la *ecuanimidad*, la *tolerancia* y, especialmente, como hemos señalado, la *voluntad de sinceridad*. En su conjunto podríamos decir que la producción de la imagen constatatativa implica un *compromiso de veracidad*, que tendrá dos elementos maestros: la *voluntad de sinceridad* señalada y la *vocación de transparencia enunciativa*. La imagen constatatativa contemporánea (la que circula por los *mass media*, la que atraviesa el *internet*, por ejemplo) tiene en el recurso de la *elisión enunciativa* uno de sus elementos gramaticales primordiales (en esa *gramática de la veracidad* de la que hablábamos): las imágenes se presentan como si no fueran producidas por nadie; al mostrarse con esta suerte de pureza generativa, concitan la impresión de realidad. Ese componente psicológico que ya advertía Bazin, y que se refiere a la experiencia recepcional de que fueron registradas de la *realidad*. Pero esto no se refiere a que una u otra institución niegue que hubiesen camarógrafos o reporteros registrando la imagen, sino al efecto discursivo a través del cual *se borra la racionalidad de su producción*, especialmente en términos de su posicionamiento axiológico (en todos sus sentidos: ético, político, ideológico, estético, etc.). La *vocación de transparencia enunciativa*, supera la visión ingenua del productor de la imagen que, suponiéndose un exhibidor de la realidad, es inconsciente o desinteresado respecto a su irreductible lugar en la generación del documento. No se trata de que se exima del esfuerzo por exhibir con transparencia los acontecimientos, sino que reconozca que toda imagen que producimos lleva nuestro sello, y proviene de nuestras disposiciones. En este sentido, esta vocación de transparencia enunciativa reclama una tarea concreta: presentar explícitamente la posición que adoptamos ante las imágenes documentales que ofrecemos. Es decir, se trata de que no simulemos "presentar la verdad", "ofrecer los hechos", cuando lo que mostramos es nuestra versión de los acontecimientos. La apariencia utópica de alcanzar el pacto de honestidad que exige desde el punto de vista ético la imagen documental, se matiza cuando se reconoce el lugar y las posibilidades del polo de los usuarios sociales de las imágenes. Su posibilidad radica en la relación de tensión que supone el acuerdo, y en las mutuas exigencias que propicia. Desde el punto de vista epistémico, la imagen constatatativa exigía en el intérprete una actitud documentalista (es decir, una disposición a aceptar la referencia satisfacto-

ria de lo que se nos muestra, una suerte de *entrega a la verdad* del texto); desde el punto de vista ético, parece reclamar una disposición contraria: la *actitud de sospecha*, una actitud crítica en la que se hurga el texto tratando de reconocer sus pliegues, y en especial dos cuestiones: la *figura del enunciador*, es decir, su posición *en* y *ante* el texto icónico que ha construido y lo que Ricoeur llamaría la “relación de distorsión” (Ricoeur, 1998). En el primer caso el compromiso ético del destinatario de las imágenes documentales es el de leer en el texto las huellas de los individuos, instituciones o grupos sociales que hablan a través de sus imágenes, en el segundo caso se trata de una operación de develación en la que se reconocen los traslapes y desplazamientos de los sentidos de la imagen. Pero en realidad el compromiso ético de la recepción de la imagen documental implica dos momentos: el primero se caracteriza por esta *actitud de sospecha*,¹⁶ el segundo por lo que podemos llamar la *actitud argumentativa*, donde una vez que ha sido reconocido el lugar axiológico desde el cual se enuncia la imagen, ha de establecerse un diálogo razonado con ella, una discusión crítica de versiones, o, más propiamente, una dinámica de contraste y negociación entre *visiones*.

La cuestión ética de la imagen no remite solamente a las imágenes documentales, muchas imágenes se encuentran al margen del problema de la veracidad o la constatación, y sin embargo tienen implicaciones éticas. La imagen poética, por ejemplo, no se pretende a sí misma como un reporte de la realidad, sin embargo porta una experiencia y una visión del mundo que exigen un contrato ético con sus lectores, y especialmente propone una clase de comunicación del sentido. Obviamente este contrato no tiene las mismas propiedades de lo que aquí hemos planteado acerca de la imagen constatativa, principalmente informativa. Los contratos se articulan en el contexto de las complejas relaciones entre instituciones y fuerzas sociales productoras y consumidoras de imágenes, entre ellas hay una dinámica de conflicto y concertación permanente que define su *valoración*. quizá el valor ético supremo que la imagen puede entrañar sea aquel que define su propiedad comunicativa por excelencia: su poder para generar el encuentro entre personas, grupos o mundos. Axiológicamente, la imagen no sólo nos debe permitir manifestar experiencias y concepciones (lógicas o poéticas), también ha de facilitarnos un medio para *vivir en común*. Eso ha hecho, de una u otra forma, la imagen identitaria y la que busca su sentido, los grandes iconos de los grupos y los pueblos.

De forma más integral tendríamos que decir que las estrategias de fruición icónica (es decir, las decisiones y rutas de iconización) se programan según un origen social e histórico que dota a los individuos de competencias icónicas diversas, donde dichas competencias son el resultado de la historia diacrónica de

¹⁶ Cuestión que implica una serie de *tecnologías para la verificación*, que aquí no podemos *disertar*, pero sí *insertar*: cotejo con versiones de otros medios con posiciones ideológicas distintas, contraste con visiones de individuos y grupos diversos, examen del historial diacrónico de las imágenes y los mensajes de sus productores, etcétera.

participación en algunos de los campos sociales de fruición icónica, donde se apropian perspectivamente elementos y reglas peculiares del horizonte cultural icónico. Esto significa que la relación con la imagen constituye una práctica de construcción de lo imaginario que se sustenta en archivos y capacidades que hemos adquirido en una historia social campal que, a la vez, se alimenta y contribuye a redefinir el horizonte icónico cultural de nuestro mundo.