

Introducción¹

Ana García Varas

La creciente presencia de las imágenes en nuestra cultura ha traído consigo tanto la irrupción de nuevas formas de relación social que se apoyan y desarrollan en la imagen como una profunda transformación de las vías tradicionales de comunicación, posibilitando que, de manera cada vez más frecuente, pensemos, transmitamos y, sobre todo, hagamos cosas en y con imágenes. Más allá de las consabidas redes sociales y de la industria del entretenimiento, las imágenes han asumido una multitud de nuevas funciones, imbricándose en nuestra vida cotidiana de maneras hasta hace poco insospechadas y dando forma a numerosos nuevos comportamientos que se sostienen en ellas. En este sentido, por ejemplo, se convierten en soportes ampliados de nuestra memoria —no solo en la fotografía personal, sino para recordar cualquier dato que hace tan solo una década hubiéramos escrito— o asumen la función de los gestos corporales en una conversación no pre-

¹ Este trabajo ha sido desarrollado en el marco del proyecto de investigación «Imágenes, acción y poder: agencia icónica y prácticas de la imagen contemporánea» (FFI2017-84944-P) del Ministerio de Economía y Competitividad y del Grupo de investigación «Estética y filosofía de la imagen» (DGA, H22-17D).

sencial —como sucede con frecuencia con las imágenes animadas de los *gif*—. Asimismo, imágenes poderosas nos mueven a la acción: tanto desde la publicidad como desde espacios activistas, o desde el periodismo de denuncia y los vídeos musicales virales, las imágenes nos ponen en movimiento y nos empujan en muy distintas direcciones. Nos encontramos de esta manera con un amplio espectro de nuevas formas de acción y de consiguientes nuevas formas de poder que tienen lugar en imágenes, formas hoy articuladas y fomentadas por las recientes transformaciones tecnológicas, pero que están enraizadas en una compleja relación con la imagen muy anterior a la época de la técnica.

Desde hace siglos las imágenes han estado vinculadas al poder, no solo reflejándolo y permitiendo su expansión, sino también pareciendo cobrar vida, encarnándolo y ejerciéndolo. Y es esta «vida aparente» de la imagen la que provoca tanta fascinación como recelo y desconfianza. De esta forma, desde las luchas iconoclastas bizantinas y los numerosos debates religiosos sobre la imagen a la expansión de la propaganda y la popularización de la imagen digital, las imágenes han sido criticadas en tanto que ídolos poderosos y temidas por posibles manipuladoras, como despreciadas por trivializar la cultura, la figura divina o aquello que debe permanecer irrepresentado —ya sea lo sublime o el sufrimiento ajeno—. Estas críticas llegan a hoy día en forma de censura a exposiciones y publicaciones —los ejemplos recientes son muy numerosos—, de destrucción de imágenes —una vez más por motivos religiosos, pero también políticos o económicos—, incluso de persecución a quienes las crean o divulgan y, por supuesto, también teóricamente —tal y como Martin Jay mostraba en *Ojos abatidos*, el rechazo al ocularcentrismo ha escondido con frecuencia una cierta aprensión ante el poder icónico (Jay, 2008)—. Así, más allá de sus valoraciones morales, dichas críticas hacen patente la atracción que la presencia de la imagen ejerce y el hecho de que, por tanto, nuestra relación con las imágenes está lejos de ser meramente instrumental, según un modelo en el que la imagen sería una simple herramienta a nuestra disposición. Todo esto pone de manifiesto entonces la necesidad de un detallado estudio y análisis de las formas de acción de, con y en imágenes, análisis del que sin embargo hasta ahora carecemos. En este sentido, convivimos con la imagen sin disponer, en gran parte de los casos, de

los medios para descifrarla, manejarla o entenderla y criticarla adecuadamente.

La relevancia y abundancia de las imágenes en nuestra sociedad es una de las razones esgrimidas para explicar el giro icónico en los estudios humanísticos producido a partir de los años noventa: en las últimas dos décadas y media las imágenes han sido objeto de análisis de un amplio número de investigaciones dentro del muy fértil y prolífico debate que ha tenido lugar dentro de este giro hacia la imagen; un giro que ha producido no solo nuevas formas de teoría, sino también nuevas disciplinas y nuevas formas institucionales —desde titulaciones académicas a nuevos departamentos—. ² Ahora bien, el giro hacia la imagen no se reduce ni a la abundancia de fenómenos icónicos ni a esta multiplicación de estudios. Tampoco en última instancia, son estos elementos los que originan y dan impulso a dicho giro cultural. Las imágenes no solo proliferan a nuestro alrededor, sino que, fundamentalmente, abren nuevos caminos a la investigación porque en ellas encontramos una cristalización de las tensiones de lo social, lo cultural y lo histórico en la que podemos reconocernos. En definitiva, son, tal y como señala Tom Mitchell, «un peculiar punto de fricción» que nos obliga a confrontar dichas tensiones y avanzar en la comprensión de nuestro entorno:

Lo determinante para un giro pictorial entonces no es que dispongamos de una potente explicación de la representación visual que dicte los conceptos a la teoría de la cultura, sino que las imágenes conforman un peculiar punto de fricción y desasosiego en todo un amplio campo de la investigación intelectual (Mitchell, 1994, p. 13).

De esta manera y a partir de este particular desasosiego, la importante atención teórica que las imágenes han generado ha dado lugar en

² Para un análisis pormenorizado del giro icónico, véanse por ejemplo GARCÍA VARAS, A. (2011). «Lógica(s) de la imagen», en GARCÍA VARAS, A. (2011). *Filosofía de la imagen*. Salamanca: Universidad de Salamanca, pp.15-56; y GARCÍA VARAS, A. (2013). «El giro hacia la imagen. Giro icónico, giro pictorial y sus consecuencias», en ONCINA, F. y CANTARINO, E. (2013). *Giros narrativos e Historias del saber*. Madrid: Plaza y Valdés, pp. 135-158.

estos años a un gran abanico de estudios que han profundizado extensamente en una caracterización detallada de lo icónico.

Ahora bien, la vasta mayoría de las investigaciones llevadas a cabo en este periodo ha estado eminentemente concentrada en dos ámbitos fundamentales: por un lado, en el estudio de las formas de significación de la imagen y en las características perceptivas que definen lo icónico —un punto de vista que se centra en la cuestión «¿qué es y cómo significa una imagen?»—, con énfasis en una perspectiva semántica que ha sido asumida mayoritariamente tanto por la filosofía analítica como por la filosofía de la imagen alemana en las primeras dos décadas del giro icónico; y, por otro lado, en una crítica social, histórica e ideológica de la representación en imágenes —que aborda la pregunta «¿qué hay detrás de la imagen y cómo se relaciona la misma con la ideología, las estructuras sociales o la historia?»—, posición ampliamente seguida dentro de los estudios visuales anglosajones y en gran parte de la historia del arte. Sin embargo, las formas de acción específica y las prácticas concretas que las imágenes posibilitan y a las que dan lugar han recibido mucha menos atención teórica sistemática y en profundidad en este tiempo, siendo así que, en la actualidad, y a pesar de su relevancia social, no disponemos aún de una teoría de la acción de las imágenes de amplio alcance. En los últimos años, sin embargo, el interés por la acción icónica es cada vez mayor y esta es una de las líneas de investigación más prometedoras en el estudio actual de la imagen, tal y como sucede de forma característica en la ciencia de la imagen alemana —la *Bildwissenschaft*— y en distintos espacios de los estudios visuales. Así, a este respecto cabe destacar, por un lado, dos obras recientes que plantean y pretenden elucidar las formas de acción y poder icónicas que han tenido una repercusión singular: *Theorie des Bildakts*, de Horst Bredekamp (2010), en el espacio germano, y *What Do Pictures Want? The Lives and Loves of Images*, de Tom Mitchell (2005), en el ámbito norteamericano. Por otro lado, han surgido asimismo importantes proyectos de investigación centrados en esta cuestión, como son *Bildakt und Verkörperung* en la Universidad Humboldt de Berlín o el *Exzellenzcluster* del Laboratorio Interdisciplinar *Bild, Wissen, Gestaltung* en el Hermann von Helmholtz-Zentrum für Kulturtechnik, proyectos que comienzan a dar sus primeros frutos últimamente.

En este contexto se planteó el *Encuentro Imágenes en acción: relaciones sociales y poder icónicos*, que tuvo lugar los días 28 de febrero y 1 de marzo de 2019 en la Universidad de Zaragoza y cuyas contribuciones y debate constituyen el origen del presente libro. Este encuentro y el libro que tienen entre manos tienen por objeto reflexionar sobre las prácticas de la imagen contemporánea para dar cuenta tanto de las dinámicas de interacción con las imágenes actuales como del tipo de redes sociales, formas de comportamiento y estructuras de poder que las posibilitan. De esta forma, se trata de desarrollar una comprensión más amplia y específica de la acción en imágenes, determinando aspectos centrales para la misma como son, de manera clave, la definición de la noción de agencia icónica, las nuevas formas de creación y recepción de la imagen o el poder político y cultural de los relatos icónicos.

En este sentido, para esclarecer la acción icónica es preciso en primer lugar repensar nuestras formas de relación con las imágenes: así, la idea de la imagen como depositario de un significado otorgado por una creadora o un autor, que plasmaría en ella un pensamiento o una idea o una intención —haciendo de la imagen una instancia u ocurrencia de dicho pensamiento/idea— para que más adelante una posible receptora interprete o utilice la imagen —en definitiva, una idea de imagen que la defina como simple vehículo de significado entre una creadora y una receptora— es inservible y se queda corta para comprender las formas de acción con y en imágenes actuales y también para hacer justicia a la presencia y el poder que son propios de las imágenes. Igualmente, una concepción de la imagen que la muestre como mero instrumento neutral de una acción decidida, ejecutada y recibida de manera externa a ella no puede dar respuesta a las múltiples maneras en las que las imágenes nos afectan, nos conforman y determinan y nos mueven a la acción. Consecuentemente, como fundamento de una teoría de la acción icónica será necesario formular una visión alternativa de nuestras relaciones con las imágenes y de las formas de agencia involucradas en las mismas que se ajuste más adecuadamente y sea capaz de dar cabida a la multiplicidad de prácticas actuales de la imagen.

Con este objetivo, las aportaciones presentadas en este libro se articulan en torno a tres ejes centrales: (1) Definición de la noción de

agencia icónica: la renuncia a las mencionadas ideas de imagen como vehículo de significado o como instrumento hace precisa una nueva noción de agencia —y, con ella, una reformulación de la idea fundamental de intencionalidad en la acción—, noción que ha de ser desarrollada específicamente para el ámbito de las imágenes; aquí, en continuidad con las teorías de la agencia material, que replantean el dualismo radical entre personas y cosas dentro del análisis de la acción, nuestra perspectiva busca superar la visión antropocéntrica que considera la agencia como una propiedad únicamente humana; (2) Investigación de los modelos de acción presentes en la práctica artística contemporánea: desde las artes vivas y performativas a las nuevas prácticas en las artes plásticas o las revisiones de la creación y la autoría en la arquitectura, las prácticas estéticas y artísticas desarrolladas en las últimas décadas ofrecen, más allá de la teoría tradicional de la acción, potentes modelos alternativos de agencia, creación y recepción que pueden iluminar las diversas formas de nuestra relación con las imágenes; y (3) Análisis de las transformaciones que las imágenes de las nuevas tecnologías producen en nuestra sociedad: según se señalaba más arriba, las nuevas imágenes han generado nuevas formas de comunicación, de participación y cooperación o de movilización, formas que tienen claras y fundamentales implicaciones políticas y culturales; será preciso por tanto entender dichas transformaciones para desarrollar herramientas capaces de interpretar los cambios sociales que estas formas traen consigo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BREDEKAMP, H. (2010). *Theorie des Bildakts, Frankfurter Adorno-Vorlesungen 2007*. Frankfurt: Suhrkamp.
- GARCÍA VARAS, A. (2011). «Lógica(s) de la imagen». En GARCÍA VARAS, A. (2011), *Filosofía de la imagen*. Salamanca: Universidad de Salamanca, pp.15-56.
- (2013). «El giro hacia la imagen. Giro icónico, giro pictorial y sus consecuencias». En ONCINA, F. y CANTARINO, E. (eds.) (2013). *Giros narrativos e historias del saber*. Madrid: Plaza y Valdés, pp. 135-158.
- JAY, M. (2008). *Ojos abatidos*. Madrid: Akal.

- MITCHELL, W. J. T. (1994). *Picture Theory*. Chicago: University of Chicago Press. [Edición española: Mitchell, W. J. T. (2009). *Teoría de la imagen: ensayos sobre representación verbal y visual*. Madrid: Akal.]
- (2005). *What Do Pictures Want? The Lives and Loves of Images*. Chicago: University of Chicago Press.