

LAOCOONTE

REVISTA DE ESTÉTICA Y TEORÍA DE LAS ARTES

Nº 9 · 2022 · ISSN 2386-8449

UT PICTURA POESIS

The Interzone, **Marco Barbon**. Imágenes de Laocoonte n. 9, *Cronotopie*, **Marco Barbon**

PANORAMA: IMÁGENES, ACCIÓN Y PODER

Imágenes, acción y poder. La pregunta por las formas de agencia de la imagen, **Ana García Varas**, **Sergio Martínez Luna** (Coordinadores)

CONVERSANDO CON

Conversando con W. J. T. Mitchell: «Más imágenes que nunca», por **Sergio Martínez Luna**

TEXTO INVITADO

El acto icónico, **Horst Bredekamp**

ARTÍCULOS

Entre el ego de la imagen y el ego humano. La voz media como modelo de la agencia de la imagen

Esculturas animadas, del secreto hermético a Madonna, pasando por la estatuaria medieval

De obras que se autodestruyen, de aporías estéticas y de intentos variados de despistar. Una interpretación de la obra de Banksy

La imagen apostrófica. Un ensayo de iconomitología

La imagen en la contemporaneidad del museo

Gabrielle Wittkop y Juan Rodolfo Wilcock: decreación y recreación literaria de imágenes

El retorno del futuro: re-pensando la imagen (digital) como fuerza para lo político

RESEÑAS

EDITA

SEyTA.
SOCIEDAD ESPAÑOLA
DE ESTÉTICA Y TEORÍA DE LAS ARTES

<https://ojs.uv.es/index.php/LAOCOONTE/index>

COORDINACIÓN EDITORIAL

Anacleto Ferrer (Universitat de València)
Fernando Infante del Rosal (Universidad de Sevilla)

SECRETARÍA DE REDACCIÓN

Lurdes Valls Crespo (Universitat de València)
Vanessa Vidal Mayor (Universitat de València)

COMITÉ DE REDACCIÓN

Rosa Benítez Andrés (Universidad de Salamanca), **Matilde Carrasco Barranco** (Universidad de Murcia), **Ana García Varas** (Universidad de Zaragoza), **M^a Jesús Godoy Domínguez** (Universidad de Sevilla), **Marina Hervás Muñoz** (Universidad de Granada), **Fernando Infante del Rosal** (Universidad de Sevilla), **Miguel Ángel Rivero Gómez** (Universidad de Sevilla), **Carmen Rodríguez Martín** (Universidad de Granada), **Miguel Salmerón Infante** (Universidad Autónoma de Madrid), **Juan Evaristo Valls Boix** (Universitat de Barcelona), **Vanessa Vidal Mayor** (Universitat de València), **Gerard Vilar Roca** (Universitat Autònoma de Barcelona).

COMITÉ CIENTÍFICO INTERNACIONAL

Rafael Argullol (Universitat Pompeu Fabra), **Luis Camnitzer** (State University of New York), **José Bragança de Miranda** (Universidade Nova de Lisboa), **Bruno Corà** (Università di Cassino), **Román de la Calle*** (Universitat de València), **Eberhard Geisler** (Johannes Gutenberg-Universität Mainz), **José Jiménez*** (Universidad Autónoma de Madrid), **Jacinto Lageira** (Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne), **Bernard Marcadé** (École Nationale Supérieure d'Arts de Paris-Cergy), **Elena Oliveras** (Universidad de Buenos Aires y Universidad del Salvador), **Pablo Oyarzun** (Universidad de Chile), **Francisca Pérez Carreño*** (Universidad de Murcia), **Bernardo Pinto de Almeida** (Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto), **†Luigi Russo** (Università di Palermo), **Georges Sebbag** (Doctor en Filosofía e historiador del surrealismo), **Zoltán Somhegyi** (Károli Gáspár University of the Reformed Church, Hungary), **Robert Wilkinson** (Open University-Scotland), **Martín Zubiria** (Universidad Nacional de Cuyo).

*Miembros de la Sociedad Española de Estética y Teoría de las Artes, SEyTA

DIRECCIÓN DE ARTE

El golpe. Cultura del entorno

REVISIÓN DE TEXTOS

Antonio Cuesta



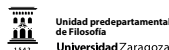
Excepto que se establezca de otra forma, el contenido de esta revista cuenta con una licencia Creative Commons *Atribución 3.0 España*, que puede consultarse en <http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/es/deed.es>

EDITA

SEyTA.

SOCIEDAD ESPAÑOLA
DE ESTÉTICA Y TEORÍA DE LAS ARTES

CON LA COLABORACIÓN DE



LAOCOONTE aparece en los catálogos:



«Cuanto más penetramos en una obra de arte más pensamientos suscita ella en nosotros, y cuantos más pensamientos suscite tanto más debemos creer que estamos penetrando en ella».

G. E. Lessing, *Laocoonte o los límites entre la pintura y la poesía*, 1766.



LAOCOONTE

REVISTA DE ESTÉTICA Y TEORÍA DE LAS ARTES

Nº 9 · 2022

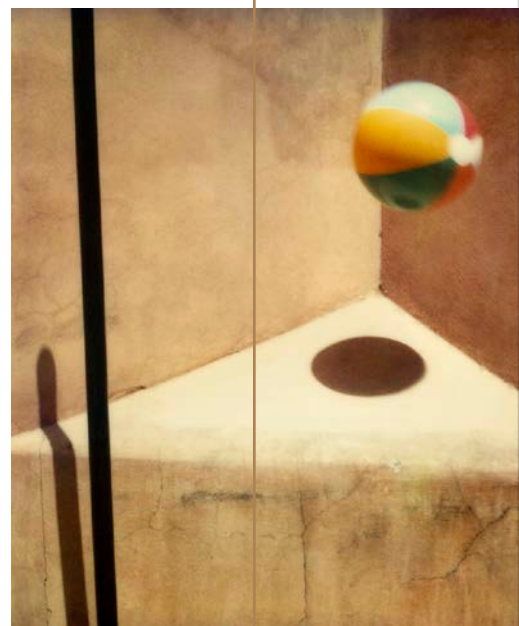
PRESENTACIÓN	7
UT PICTURA POESIS	9
<i>The Interzone</i> , Marco Barbon	11
Imágenes de <i>Laocoonte</i> n. 9, <i>Cronotopie</i> , Marco Barbon	35
PANORAMA	
IMÁGENES, ACCIÓN Y PODER	37
Imágenes, acción y poder. La pregunta por las formas de agencia de la imagen, Ana García Varas , Sergio Martínez Luna (Coordinadores)	39
CONVERSANDO CON	49
Conversando con W.J.T. Mitchell, «Más imágenes que nunca», por Sergio Martínez Luna	51
TEXTO INVITADO	65
El acto icónico, Horst Bredekamp	67
ARTÍCULOS	75
Entre el ego de la imagen y el ego humano. La voz media como modelo de la agencia de la imagen, Mateo Belgrano	77
Esculturas animadas, del secreto hermético a Madonna, pasando por la estatuaria medieval, Roger Ferrer Ventosa	88
De obras que se autodestruyen, de aporías estéticas y de intentos variados de despistar. Una interpretación de la obra de Banksy, Inmaculada Murcia Serrano	105
La imagen apostrófica. Un ensayo de iconomitología, Carlota Fernández-Jáuregui Rojas	123
La imagen en la contemporaneidad del museo, Mario Rodríguez-Hernández	139
Gabrielle Wittkop y Juan Rodolfo Wilcock: de creación y recreación literaria de imágenes, José Joaquín Parra-Bañón	154
El retorno del futuro: re-pensando la imagen (digital) como fuerza para lo político con Daniel Canogar, Patricia García Gómez	170
RESEÑAS	189
La atracción del fracaso, Joan M. Marín	191
Joan Fuster y la crítica cultural como género literario, Andreu Blai Fernández-Serrano	194
La lógica del fragmento, Carlos Hernández Sacristán	198
De Píndaro a Hölderlin; de Hölderlin a Celan: el poema todavía habla, Melania Torres Mariner	202
Hölderlin concelebrado, Anacleto Ferrer	206

Dime de qué expresionista gozas y te diré quién eres, Ana Meléndez	210
El poema en Paul Celan: un habla de raíz, Melania Torres Mariner	213
Una vez es ninguna vez, Kateryna Rozumna	217
Fascinantes imágenes casi privadas, Francesc J. Hernández	221
El mito del cinematógrafo reencontrado, Rubén Carmine	223
Desde la NOCHE y la NIEBLA, Carlos Hernández Sacristán	226
Estética y filosofía en el mundo hispánico, José Rufino Belmonte	232

Imágenes de **Marco Barbon**, Serie *Cronotopie* (2007)

Fotografía de portada de **Marco Barbon** en combinación con fotografía de **Tamara Djermanovic**





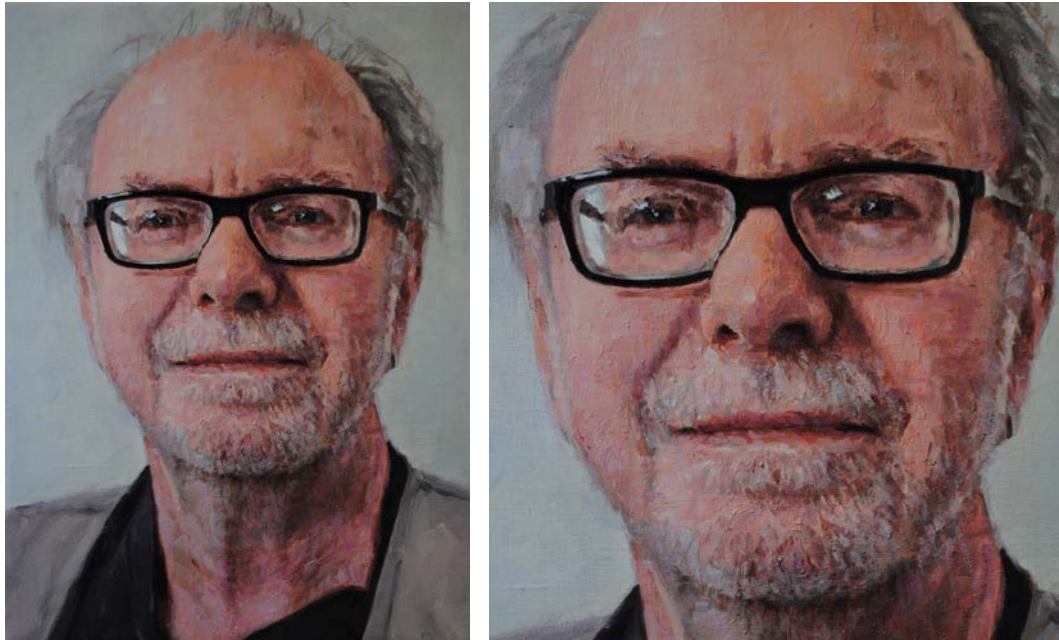
LOCOONTE

IMÁGENES, ACCIÓN Y PODER
CONVERSANDO CON



Conversando con W.J.T. Mitchell: «Más imágenes que nunca»*

Por Sergio Martínez Luna**



W.J.T. Mitchell, por Luca del Baldo

WJT Mitchell es Gaylord Donnelley Distinguished Service Professor de Inglés e Historia del Arte en la Universidad de Chicago, así como editor de la revista *Critical Inquiry*. Mitchell es un teórico clave para entender los desarrollos de los estudios visuales y la teoría de la imagen en las últimas décadas. En este campo, son una referencia central sus tres libros *Iconología. Imagen, texto, ideología* (Capital Intelectual (2016 [1986])), *Teoría de la imagen* (Akal (2009 [1994])) y *¿Qué quieren las imágenes? Una crítica de la cultura visual* (Sans Soleil (2017 [2005])), complementados más recientemente por el volumen *La ciencia de la imagen. iconología, cultura visual y estética de los medios* (Akal (2019 [2015])).

En los años 80 Mitchell se embarcó en un viaje desde los territorios de la teoría y la crítica literaria a los de las artes visuales. Esta aventura intelectual, hoy todavía en marcha, ha ido abriendo el campo de estudios de la imagen y de la cultura visual a

* Traducido del inglés por Isabel Mellén Rodríguez, Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED), España isahmellen@gmail.com Esta traducción ha sido posible gracias a la financiación del proyecto de investigación *Materias de la imagen (Picture Matters)*, MICINN PID2021-122762NB-I00) y del grupo de investigación *Estética y Filosofía de la imagen* (DGA, H29-20R).

** Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED), España sermarti@sof.uned.es

una diversidad de conceptos y líneas de investigación. Mitchell estudia las imágenes movilizando un heterogéneo aparato teórico: desde los estudios literarios, la semiótica y la teoría de los medios a la historia del arte, la filosofía y los estudios culturales. En coherencia con esta amplitud de intereses ha abordado una variedad de motivos: los fetiches y los tótems, las películas de Hollywood, los dinosaurios, las obras de arte, la guerra contra el terror, la bio-cibernética, la idolatría o la iconoclastia. Con todo, hay en su obra una constante inquietud por componer un estudio de las imágenes a la altura de su complejidad, una iconología crítica con vocación de articularse como una ciencia de la imagen de pleno derecho. Lejos de quedarnos en alguna supuesta transparencia de las imágenes, de tomarlas como vehículos pasivos del significado, su estudio requiere entenderlas como objetos de investigación complejos con demandas, capacidades y deseos propios.

Aunque esta entrevista tuvo lugar en el verano de 2022 resuenan en ella los acontecimientos en torno a las elecciones presidenciales de 2020 en Estados Unidos, el asalto al Capitolio, la proliferación de las noticias falsas y las derivas violentas del discurso político. Pero también aparecen preocupaciones recurrentes en la obra de Mitchell, como el poder y la vida de las imágenes (cuestión que hoy se mide con las transformaciones ligadas a la visión automática o la inteligencia artificial), la relación imagen-texto, la iconología y la ideología, o el problema de la metodología más adecuada para entender las imágenes.

— **Sergio Martínez Luna:** Han pasado ya unos años desde que te hicieras la pregunta acerca de qué quieren las imágenes. Si, como has señalado, la vida y los deseos de las imágenes tienen una historia: ¿Dónde estamos ahora? ¿Cómo es la vida de las imágenes hoy?

— **W.J.T. Mitchell:** Más imágenes que nunca. Y mucho más vivas, a menudo de una forma mortal. Nos bombardean cada día con imágenes que demandan atención, que nos apelan para que demos una respuesta. La ubicuidad de la publicidad en cada motor de búsqueda, aplicación, ventana emergente, plataforma de red social; la urgencia de las constantes «noticias de última hora», que oscilan entre la inmensa letalidad de una pandemia, una insurrección y una guerra, todo en la misma época, junto con polémicas violentas sobre el discurso político, rayando en la guerra civil; el flujo constante (en los EEUU) de matanzas masivas sin sentido realizadas por jóvenes locos, principalmente hombres blancos que han caído en las garras de fantasías psicóticas alimentadas por sociópatas carismáticos: predicadores, políticos, estafadores, miembros de sectas paranoides, QAnon.

Todo esto, y un presidente que lo acompaña.

Las imágenes, tanto verbales como visuales, metafóricas y pictoriales, rigen como siempre lo han hecho, sólo que ahora todavía más con la producción de desinformación; no simples mentiras, sino atlas de disparates, compilaciones de sinsentidos y rumores mezquinos y paranoides, bulos a menudo conducentes a la violencia.

Personalmente, no estoy del todo seguro de que la humanidad pueda sobrevivir a su historia de amor con las mentiras, especialmente cuando se saturan con imágenes eficaces y narrativas subyacentes. «Stop the steal» [«Detengan el robo»], la narración deliberada de las elecciones presidenciales de 2020 como fraudulentas, la persistencia en esta mentira incluso después de que cada autoridad creíble la haya desacreditado,

indica el alcance de esta desinformación sistemáticamente cultivada. No es que la gente sea ignorante; es que saben demasiado, la mayoría trolas. Mi expresión favorita es la afirmación de «estar haciendo una investigación», que está completamente en desacuerdo con los puntos de vista comunes sobre la realidad.

“

Las imágenes, tanto verbales como visuales, metafóricas y pictoriales, rigen como siempre lo han hecho, sólo que ahora todavía más con la producción de desinformación.

— *Sergio Martínez Luna*: **Aun cuando las imágenes no quieran realmente nada, sean éstas las que sean y en unas u otras situaciones, ellas se encuentran sujetas a ciertas constricciones sociales, técnicas, y económicas que las hacen querer algo. ¿Hasta qué punto las imágenes son capaces de cumplir o resistirse a esas obligaciones? ¿Implican la interpretación, la traducción, de las imágenes alguna forma de violencia sobre ellas que las fuerza a hablar, a representar algo?**

— *W.J.T. Mitchell*: Nunca he afirmado que las imágenes realmente no quisieran nada. He dicho que algunas imágenes se presentan a sí mismas de este modo, como entidades egocéntricas que no necesitan nada de un observador. He sugerido que esta condición caracteriza la versión de Michael Fried de la estética moderna como anti-teatral y «absorbente». La noción de «autonomía» adscrita a algunas obras de arte también es relevante en este punto. La autonomía sugiere un estatus auto-suficiente e independiente, una imagen que no necesita nada del espectador. Y cuando sugiero que algunas imágenes parecen querer algo, procedo a desentrañar exactamente qué tipo de «querer» está en juego. ¿Es una cuestión de carencia, como cuando una imagen parece incompleta por sí misma y necesita algo de la persona espectadora, una cumplimentación de información perdida? ¿Es una cuestión de signos explícitos de deseo, como cuando la imagen parece dirigirse al espectador, devolviéndonos la mirada y haciendo demandas o captando nuestra atención mediante tácticas de seducción? Por ejemplo, los iconos sagrados que demandan veneración, o el póster de reclutamiento que declara explícitamente «I want you».

Me gusta tu idea de las imágenes «reticentes» que se niegan a hablar. ¿Es porque son imágenes enigmáticas e inexplicables como las pinturas rupestres de Lascaux, que nos ocultan sus secretos? Sólo podemos especular sobre los rituales que las rodearon durante los miles de años que estuvieron siendo usadas por nuestros antepasados. Ellas «quieren» una voz, y por ello tratamos de obligarlas a divulgar sus secretos con explicaciones extraídas de la antropología o del psicoanálisis.

Algunas imágenes parecen declarar sus demandas hacia el espectador de manera muy rápida. Las imágenes «especiales» o mágico/religiosas como los tótems, fetiches e ídolos vienen con deseos y necesidades incorporadas. El tótem, como un signo del clan, como un símbolo de identidad grupal, nos quiere unir en las relaciones de parentesco y amistad; el fetiche (más privado e individualista) quiere que lo llevemos junto a nosotros como un adorno personal -pendientes, brazaletes, tatuajes realizados sobre

o cerca del cuerpo-; los ídolos tienen las demandas más extremas, desde adoraciones abyectas hasta sacrificios humanos.

Por lo tanto, cuando decimos que una imagen quiere algo, sugiero que, a continuación, especifiquemos qué tipo de «querer», quizás guiados por la tríada lacaniana de deseo, demanda y necesidad. El deseo, como el significado, es un campo de fuerza multidimensional, nunca satisfecho con el logro de su objetivo, situado (como tú sugieres) dentro de una red de relaciones sociales.

“

La autonomía sugiere un estatus auto-suficiente e independiente, una imagen que no necesita nada del espectador.

— *Sergio Martínez Luna*: Jacques Rancière señaló, a propósito de las últimas elecciones en Estados Unidos, que «quienes difunden informaciones falsas no son ingenuos que las consideren verdaderas ni cínicos que las sepan falsas. Es simplemente gente que tiene el deseo de que las cosas sean así, el deseo de ver, pensar, sentir y vivir en la comunidad sensible que tejen esas palabras». En un contexto como este: ¿Cómo entender las imágenes y la cultura visual como un terreno para la crítica política, el ejercicio del pensamiento ético o la construcción de la esfera pública?

— *W.J.T. Mitchell*: Discrepo profundamente con la caracterización que hace Rancière de las últimas elecciones presidenciales de EEUU. La economía del vendedor-consumidor de información falsa debería ser descrita como una relación «ambos-y», no (como sugiere Rancière) como «ninguno-ni». Los que comercian con falsedades son cínicos descarados y mentirosos, liderados por el mentiroso en jefe, Donald Trump, cuyo desafío a la ley y a los principios básicos de honestidad revelan que es un psicópata narcisista. Rancière se acerca a la verdad sobre los consumidores en que son «personas que quieren que las cosas sean de ese modo». Y está probablemente en lo cierto en que no es mera ingenuidad, sino una ilusión sistemática que rechaza admitir las evidencias contrarias y persiste al fabricar una visión paranoide de una realidad alternativa. Tenemos que llamarla «fabricada» porque no es sólo ignorancia, sino la producción activa de desinformación, especialmente fantasías paranoides aceleradas por la «investigación» en los medios sociales cargados de rumores y mentiras descaradas. Desde una perspectiva psicoanalítica, entonces, estaría de acuerdo con Rancière en que «el cinismo-ingenuidad» no es ni empático ni suficientemente analítico. La verdadera dialéctica está entre el líder psicopático y la masa psicótica de seguidores. Esto se hace más claro en los extremos, como en la secta QAnon, que recicla todos los tropos del anti-semitismo (el «libelo de sangre») y la «teoría del reemplazo» del Supremacismo Blanco (la idea de que la gente no-blanca se está apoderando del mundo). Estas ilusiones violentas y llenas de odio se refuerzan con movimientos paramilitares activos como los Proud Boys, que lideraron la insurrección para derribar la democracia americana el 6 de enero de 2021.

Por supuesto, las imágenes y la cultura visual juegan un papel importante tanto en la creación como en la crítica de esta economía patológica. Pero las palabras juegan

igualmente un papel crucial y han producido lo que denominaría una «infodemia» del rumor, del escándalo, del falso reportaje, de las mentiras y de la desinformación. El problema, como ha dicho un crítico, no es que la gente sea ignorante, sino que saben demasiadas cosas que simplemente no son ciertas.

“

El problema, como ha dicho un crítico, no es que la gente sea ignorante, sino que saben demasiadas cosas que simplemente no son ciertas.

— **Sergio Martínez Luna:** Paul Virilio, en su libro *La máquina de visión* (Cátedra, 1989), citaba estas palabras de Paul Klee: «Ahora los objetos me perciben». Ya en aquel momento, Virilio decía que esta afirmación sorprendente se había vuelto un hecho objetivo debido a los desarrollos de las tecnologías capaces de ver sin la mediación del ojo humano y de producir imágenes automáticamente. ¿Qué consecuencias tiene esto para las vidas y deseos de las imágenes?

— **W.J.T. Mitchell:** La única cosa que pondría en cuestión de la afirmación de Virilio es la palabra «ahora». De algún modo, los objetos y las imágenes nos han estado devolviendo la mirada desde siempre. El recurso de la «mirada omnividente» en la pintura renacentista produce la ilusión de que los ojos de una figura en un cuadro parecen moverse y seguirnos mientras nos movemos dentro de la galería. Los iconos bizantinos miran directamente al espectador, e incluso demandan ser besados por el reverente creyente (que, a menudo, produce un daño real al icono a lo largo del tiempo, hasta que la imagen de la cara casi desaparece a causa de tanto beso). En *Videodrome* de David Cronenberg, un clásico del cine de terror, la imagen televisiva del Dr. Brian Oblivion (un teórico de los medios como Marshall McLuhan) de repente pasa de un discurso grabado a un discurso en directo hacia el observador en tiempo real. Entonces se reemplaza por la cara de una bella mujer que llama al espectador diciéndole «ven a Nicki», y éste sumerge su cabeza en la pantalla de la televisión para ser devorado por su boca. Por lo tanto, las imágenes siempre han tenido la capacidad de «devolver la mirada», de demandar atención e incluso de «meternos dentro». Como dijo Wittgenstein en las *Investigaciones filosóficas*, párrafo 115: «Una figura nos mantuvo cautivos, y no podíamos salir [...]»¹.

— **Sergio Martínez Luna:** Si hay imágenes que no necesitan la mirada humana, es decir, imágenes que son vistas e interpretadas por máquinas capaces de ver sin ojos (humanos) y que, en consecuencia, no tienen entre sus inquietudes querer algo de los seres humanos: ¿Podemos decir que las imágenes siempre quieren algo de nosotros, de los humanos? ¿Tienen ellas alguna clase de vida independiente de la subjetividad y la percepción humanas?

1 [N. de la trad.] Citado de la edición *Wittgenstein I, Tractatus lógico-philosophicus, Investigaciones filosóficas, Sobre la certeza*, Ed. Gredos, Madrid: 2009, p. 261.

— **W.J.T. Mitchell:** Ésta es una pregunta fascinante. Creo que siempre ha habido imágenes que no han necesitado la mirada humana. Las hay que fueron realizadas para que los dioses las mirasen, como ciertas imágenes que adornan las catedrales medievales que nunca se ven, exactamente igual a como se puede cocinar comida que no será para consumo humano. En algunos rituales hinduistas, la esencia de la comida es devorada por los dioses, y sólo después de que hayan terminado, los humanos toman las sobras (que siempre son abundantes). La cuestión de la visión de la máquina es el asunto más urgente de nuestro momento. Las imágenes no son sólo vistas e interpretadas por máquinas, sino también grabadas y archivadas. Piensa en las cámaras de vigilancia que miran una calle veinticuatro horas al día. Me encanta la respuesta del grafiti de Banksy, «¿Qué estás mirando?», garabateado a simple vista ante una cámara de vigilancia. ¿No llevan los policías chinos gafas inteligentes vinculadas a infraestructuras centrales de monitorización, observando como máquinas? La telepantalla orwelliana de 1984 es un mecanismo bidireccional que produce tanto vigilancia como espectáculo. Transmite escenas violentas para suscitar las emociones de la audiencia y, al mismo tiempo, «mantiene un ojo puesto» en esas audiencias, anotando cuidadosamente quién no está prestando atención.

“

Me encanta la respuesta del grafiti de Banksy, «¿Qué estás mirando?», garabateado a simple vista ante una cámara de vigilancia. ¿No llevan los policías chinos gafas inteligentes vinculadas a infraestructuras centrales de monitorización, observando como máquinas?

Pero desde el punto de vista del arte visual, la forma más siniestra de visión maquinal es la que permite al museo evaluar el «cociente de atracción» (un componente crucial de la «economía de la atención») de las obras de arte, principalmente cuadros. Un museo en Italia ha instalado recientemente un sistema para monitorizar el tiempo que los espectadores dedican a los cuadros. Si un cuadro atrae prolongadamente la atención de los espectadores, tiene una puntuación alta. Si los clientes lo pasan por alto con un simple vistazo, o lo ignoran completamente, vale menos que una obra «atractiva», y es un candidato al destierro en el depósito, o incluso a salir de la colección.

El reciente vídeo del artista Max de Esteban, *Siete Minutos*, [https://www.youtube.com/watch?v=nF_LRmPrmV0] refleja esta nueva infraestructura personificada en una mujer joven que representa el alma de una obra de arte dentro de este sistema. Está desesperada por tu atención. Su existencia depende de ella. ¿Cómo puede mantenerte observando y escuchando? ¿Qué tipo de destino puede deparar la retirada de la colección, un destino incluso peor que acabar en el depósito?

— **Sergio Martínez Luna:** Trevor Paglen ha señalado que hoy «your pictures are looking at you» (<https://thenewinquiry.com/invisible-images-your-pictures-are-looking-at-you/>). Muchas imágenes digitales son interactivas, parecen capaces de interactuar con sus usuarios, incluso de devolvernos la mirada. En esta lí-

nea: si las tecnologías de reproducción mecánica causaron la desaparición del aura, como advirtiera Walter Benjamin, ¿no parece que las actuales tecnologías digitales estén de algún modo reconstruyéndola? ¿Con qué consecuencias políticas?

— *W.J.T. Mitchell*: Me pregunto si podemos comprender el *selfie* simplemente como una fijación y preservación de nuestra práctica habitual de autoconstituírnos frente de un espejo. Nuestra imagen en el espejo ciertamente parece como si nos estuviese devolviendo la mirada. Por supuesto, inmediatamente decimos «esto es sólo una apariencia o ilusión; la imagen del espejo no nos devuelve ‘realmente’ la mirada». Sin embargo, nos comportamos como si nos hubiésemos encontrado a nuestro doble y éste permitiese nuestra auto-monitorización, por no mencionar nuestro habitual narcisismo. La telepantalla de Orwell es lo que hace posible que el Gran Hermano esté «viéndote».

— *Sergio Martínez Luna*: **Implícita a la cuestión de qué quieren las imágenes está la de la agencia, o, si se quiere, la de la agencia icónica. En nuestra relación con las imágenes como entidades animadas con sus propios deseos: ¿puede hacerse una distinción clara entre agencia primaria (humana) y secundaria (imágenes, cosas...), como proponía por ejemplo Alfred Gell? ¿O tiene la agencia siempre un carácter dinámico, una dialéctica entre agencia y receptividad (Lambros Malafouris), en la que ambos términos se intercambian constantemente?**

— *W.J.T. Mitchell*: Creo que ya has reflexionado muy bien sobre esto. Prefiero un modelo de agencia que sea relacional y dinámico, basado en situaciones reales. Desde el inicio de la pandemia, he estado dando la mayor parte de mis clases por Zoom, donde los estudiantes se me presentan sólo como imágenes en una pantalla. Yo también me presento ante ellos sólo como una imagen. Si la agencia en este caso significa la capacidad para enseñar y aprender, para comprometerse activamente con un grupo de estudiantes, entonces creo que las imágenes (y sonidos) de Zoom posibilitan formas de agencia que desafían el aislamiento social impuesto por la pandemia. Más aún, cuando enseñaba en persona durante la pandemia, teníamos que lidiar con el hecho de que todas las caras tanto de los estudiantes como de los profesores estaban enmascaradas. No se permitía una imagen facial; las caras estaban veladas y escondidas. Las imágenes y sonidos remotos del aula virtual a menudo se describen como «no sustitutivas de la cosa real», pero de algún modo implican una mejora. Cada estudiante tiene un «asiento en primera fila», y sus nombres son claramente visibles bajo la imagen, permitiendo al instructor llamar a la gente por su nombre. El aula real y en directo, por el contrario, amortigua las voces, enmascara los rostros, y produce un anonimato deprimente que desalienta el aprendizaje activo y, junto con ello, la agencia.

Por lo tanto, creo que la pregunta por la agencia en las imágenes se reduce a la pregunta «¿qué hacen las imágenes?», un equivalente orientado hacia la acción de «¿qué quieren las imágenes?». Y para ambas preguntas es mejor proceder empíricamente, considerando ejemplos concretos, más que esperando que las abstracciones o generalidades nos lleven hacia el conocimiento.

— *Sergio Martínez Luna*: **La distinción entre *image* y *picture* sirve, por ejemplo, para distinguir, aunque sea de un modo heurístico, entre imagen inmaterial e imagen material, o entre imagen mental e imagen material. Tú has explorado esta dife-**

rencia en muchos de tus trabajos, empezando por tu libro *Iconology* (The University of Chicago Press, 1986). Se ha dicho a menudo que las imágenes digitales son inmateriales (José Luis Brea, por ejemplo, señalaba que las imágenes electrónicas tenían la condición de las imágenes mentales). Pero la cuestión de la materialidad ha retornado de nuevo. ¿Hasta qué punto son estas distinciones útiles? ¿Cómo varían en referencia a las transformaciones técnicas, sociales y culturales?

— **W.J.T. Mitchell:** Creo que estas distinciones no son simplemente útiles, sino estructuralmente necesarias para pensar claramente sobre las imágenes, tanto en sus encarnaciones materiales como en sus demarcaciones fantasmales. Lo que las hace interesantes es precisamente el modo como entran en las infraestructuras culturales y técnicas, a veces como diagramas de pensamiento (véase Matthew Ritchie, *The Temptation of the Diagram* [Getty Research Institute, 2017]). Otras, como momentos icónicos, tal y como se capturan en objetos y figuras. El vídeo *selfie* producido por Vlodimir Zelensky, el presidente de Ucrania, en los inicios de la invasión rusa de Ucrania es un ejemplo clásico. La imagen, producida a través de un teléfono móvil sostenido en sus manos, parecía «extenderse» hasta el observador, como si fuese a chocar las manos con nosotros. Era mucho más potente que una rueda de prensa escenificada y reforzó la urgencia del llamamiento de Zelensky: «necesito municiones, no un viaje». El artista Luca del Baldo ha capturado esta imagen en una excelente pintura al óleo que realza su agencia icónica como una imagen política eficaz que movilizó el apoyo global para la defensa de Ucrania. La pintura de del Baldo muestra la independencia de la imagen del soporte material del teléfono, el set de televisión o el lienzo, revelando la imagen como un objeto migratorio que puede ser transmitido de un medio y soporte material a otro. Esto es por lo que las imágenes (*images*) tienen la capacidad de «hacerse virales», mientras que las *pictures* (fotos, pinturas, estatuas) tienden a permanecer fijas en un sitio.

“

El vídeo *selfie* producido por Vlodimir Zelensky, el presidente de Ucrania, [...] era mucho más potente que una rueda de prensa escenificada.

— **Sergio Martínez Luna:** En muchos idiomas, tan diferentes como el castellano y el alemán, esa distinción entre *image* y *picture* no existe como tal, lo que ha sido productivo, por ejemplo, para los desarrollos de la *Bildwissenschaft* en el ámbito germano. La palabra *Bild* contiene una gran riqueza semántica, reflejada en términos como el de *Bildimage*, que se refiere, según Marion G. Müller, al poder taumatúrgico de la imagen. Tiene que ver con el poder de las imágenes, con su capacidad para actuar autónomamente, para distanciarse de las intenciones de sus creadores, de los significados y usos que se les atribuyen en contextos históricos y culturales. ¿En qué medida son las imágenes capaces de emanciparse a sí mismas de los marcos, de los envoltorios, en los que son producidas y recibidas?

— **W.J.T. Mitchell:** No sé si las imágenes pueden, como tales, «emanciparse a sí mismas», pero sé que son excelentes escapistas. Piensa en lo difícil que es prohibir o

limitar una imagen. El acto de la censura llama la atención sobre la imagen prohibida, que puede convertirse en una especie de fruto prohibido más deseable porque ha sido vetado. O un talismán mágico. De hecho, es precisamente porque las imágenes son escapistas por lo que pueden hacerse virales. Y somos nosotros, sus espectadores y consumidores, los que las ayudamos en su fuga llevándolas con nosotros en la memoria y devolviéndolas a la vida en la imaginación. Quizás deberíamos pensar en la emancipación de las imágenes como un destino más elevado que un simple «escape», y en que ésa es una de las tareas del arte, hacer imágenes que se liberen a sí mismas y a sus espectadores del simple asombro y estupor, activando una sensibilidad exaltada y una consciencia crítica².



Fig. 1. Luca de Baldo, «Slavs Ukraini/Selfie from Kyiv». Oil and acrylic. 2022.

— **Sergio Martínez Luna:** Recientemente me encontré con unas imágenes impactantes. Eran las fotografías tomadas durante el traslado de la imagen de la Virgen del Rocío a la iglesia donde es venerada. Con el fin de ser protegida del polvo del camino, la imagen es cubierta y envuelta en tela. Estas fotografías disparan las asociaciones con otras imágenes, por ejemplo, las estatuas protegidas con materiales antibalas en Ucrania, las imágenes de tortura física y psicológica de los detenidos iraquíes durante la guerra contra el terror, incluso las obras de artistas tan diferentes como Christo o Robert Morris (*Spectral Shrouds*, 2015). Todas ellas tocan, a la vez, cuestiones cercanas a la iconodulia, la dialéctica entre visibilidad e invisibilidad, el pliegue, y tantas otras. ¿Hasta dónde es posible llevar estas asociaciones sin dejar de seguir un cierto método, sin caer en la arbitrariedad, o quizás incluso en la locura?

— **W.J.T. Mitchell:** Adelante con ello. Tienes mi permiso para llevarlo hasta la locura. De hecho, creo que es ahí donde conducen tus preguntas. Pero en un buen sentido, una forma platónica de locura como entusiasmo del intelecto. Las asociaciones

2 Estoy usando los términos que aporta Maria Stavrinaki en su maravilloso estudio sobre el arte prehistórico y primitivo en relación con el modernismo, *Transfixed by Prehistory: An Inquiry into Modern Art and Time* (Zone Books, 2022).

que mencionas me suenan bien -especialmente la mortaja en la escultura-. Inmediatamente pienso en el gran trabajo de Marina Abakanowicz, *Agora*, en Chicago, con montones de figuras vacías vestidas sin cabeza que dan vueltas en grupos desconectados. Una multitud solitaria, quizá debiendo algo a la idea de un cuerpo ausente que ha dejado su mortaja atrás, como en las *Mortajas espectrales* de Robert Morris. Las escenas del transporte de la Virgen amortajada que has encontrado tan sorprendentes tienen algo similar al efecto de Cristo y al amortajamiento de las víctimas de tortura, donde se entiende que el cuerpo todavía está ahí, bajo la mortaja, produciendo el sentimiento de una extraña «presencia real» que está oculta durante un tiempo. Por supuesto, también hay cuestiones prácticas. La mortaja protege el objeto oculto del daño material y el polvo, por no mencionar la profanación de transportarlo a través de espacios seculares, no consagrados. Pero estas notables fotografías muestran el poder imbatible de la imagen para congregarse a una multitud de creyentes que la acompañen en su viaje.

Se me pueden ocurrir muchas otras imágenes, objetos y cuerpos amortajados que podrías considerar. Claramente has dado en el clavo de un tema y de una «práctica de la imagen» que resuena por todas partes. Busca la historia de la pintura italiana de la Virgen de la localidad de Impruneta, que está velada bajo siete capas de mortaja y que se desvela sólo una vez al año (aunque está disponible en las reproducciones de postales). La pintura viaja a Florencia sólo en situaciones de emergencia, como una inundación, para invocar la intervención divina que detenga el desastre.



Fig. 2. Traslado de la Virgen del Rocío hasta Almonte (21/08/2019). Diario ABC: (https://sevilla.abc.es/roocio/sevi-imagenes-traslado-virgen-rocio-302915940536-20190820110405_galeria.html#imagen19).

— **Sergio Martínez Luna:** Has dicho que tu trabajo se sitúa en el medio entre las preocupaciones por las formas de significación de la imagen y las orientaciones hacia la crítica social, histórica e ideológica de las representaciones visuales.

De hecho, has argumentado que esta distinción, al menos si se toma en términos de oposición, no aporta mucho a los Estudios Visuales. En cualquier caso, ambas aproximaciones dejan abierta la cuestión de las formas específicas de acción y de las prácticas concretas que las imágenes hacen posibles. En otras palabras, te has preguntado por lo que quieren las imágenes, pero ¿cómo quieren?, ¿cómo formulan sus deseos, cómo nos interpelan, cómo ejercen su agencia?

— *W.J.T. Mitchell*: Creo que me has identificado correctamente como alguien que unifica antes que separa. No veo razón para dividir las cuestiones del significado, la forma y la representación de la política y las cuestiones sociales, o para verlas como alternativas opuestas. La política es el significado; la vida social está saturada de representaciones sobre prácticas semióticas. ¡De hecho, para mí no hay elección entre unificar o separar! Pensar demanda ambas prácticas, tanto en la percepción de la diferencia como en el descubrimiento de la similitud, la semejanza, lo común y la conectividad.

Por lo que, como tú has intuido, no hay una sola respuesta a la pregunta por la agencia y el deseo en las imágenes, del mismo modo que no hay un «nosotros» homogéneo sobre los cuales las imágenes ejercen su agencia. Creo que tu pregunta implica una relación de poder entre las imágenes y las personas en la que las imágenes actúan sobre o incluso cautivan al receptor. «Una figura nos mantuvo cautivos», nos recuerda Wittgenstein, «y no podíamos salir». Wittgenstein está hablando metafóricamente sobre la metáfora, lo que Hans Blumenberg denominará la «metáfora absoluta». Pero la agencia no es simplemente la capacidad para capturar o cautivar, también implica actuar en nombre de algún imperativo transmitido por un agente mayor. «Soy un agente de un poder externo». «Soy un agente secreto, espiando las cosas extrañas que hace la gente con las imágenes». Por lo tanto, cuando la gente me pregunta «¿qué quieren las imágenes?» esperando una respuesta unívoca, normalmente les recuerdo que no deberían esperar una respuesta única o simple a la pregunta por el significado de las imágenes. Primero enseñame la imagen a la que quieres interrogar y después podemos hablar sobre lo que quiere.



Fig. 3: Marina Abakanowicz, «Agora». Grant Park, Chicago, 2014.

— **Sergio Martínez Luna:** Una de las líneas principales de tus investigaciones es la relación entre texto e imagen, entre lo verbal y lo visual. ¿Cómo se conforma esa relación en las imágenes digitales? No me refiero al hecho de que, como en otras imágenes, los textos, las palabras, los sonidos aparecen en ellas, sino a que las imágenes digitales están hechas de datos, códigos, números y operaciones informáticas. ¿Hay una relación específica entre imagen y texto en ellas? ¿Cómo es aquí la relación entre lo legible y lo visible, entre el logos y la imago?

— **W.J.T. Mitchell:** Siempre he tratado de simplificar este tema invocando el análisis de Nelson Goodman sobre la relación digital-analógico. Este emparejamiento de códigos precede a los ordenadores, pero no a los números y operaciones, y se manifiesta en prácticas como el hilado y la pintura con arena. Cuando pienso en esta cuestión, me recuerda al momento en *Matrix* cuando Neo se enfrenta a los Agentes y ve a través de sus cuerpos analógicos las líneas de código que los constituyen. Esta revelación del Código como lo Real que subyace a la Apariencia nos provee de una moderna mitología, un nuevo platonismo numérico como el fundamento de la realidad. Pero las artes antiguas (¿O son artesanías? ¿Cuál es la diferencia?) del hilado y el tejido ya delataron esta infraestructura geométrica y numérica. El patrón visible de los tapices es la apariencia analógica, pero para lograr que estas imágenes cobren existencia es necesaria la red de tela o los rápidos bucles binarios, lazos, nudos y puntos de las agujas. Y ahora las máquinas dirigidas por algoritmos computacionales pueden hacer este trabajo por nosotros. Pero todavía hace falta una mente humana para llevar las instrucciones desde los dedos a la máquina.

Para Goodman, la relación entre lo analógico y lo digital es una cuestión de caracteres (por ejemplo, puntos, letras, números u otros signos). En un sistema digital hay un número finito de caracteres (26 letras, 10 numerales, el 1 y el 0 de la computación binaria); en un esquema análogo los caracteres son infinitos, y entre cada signo y cada otro signo hay siempre potencialmente otro signo.

— **Sergio Martínez Luna:** Para concluir, me gustaría mencionar lo que llamas la iconología 3.0. Has señalado que la iconología 2.0 se refiere al momento en el que las ciencias de la información y la dialéctica entre lo analógico y lo digital convergieron con las ciencias de la vida, generando imágenes vivientes (clones) que son parte tanto de la cultura digital como del laboratorio científico. ¿Cómo definirías la iconología 3.0? ¿Cuál sería la meta-imagen de nuestro tiempo? Ya has señalado que esta estaría articulada con cuestiones ligadas a las condiciones materiales, a la ecología, y, en fin, a la supervivencia de la especie humana. ¿Puedes decir algo más sobre esto?

— **W.J.T. Mitchell:** Debería esperar hasta ver *Jurassic World*, en la que los dinosaurios imaginarios han escapado de su confinamiento (véase escapismo, más arriba) y están ahora en una lucha a vida o muerte con los seres humanos para ver quién es el mayor depredador.

Pero, al respecto de la iconología 3.0: Creo que la iconología 3.0. tiene que ver con las imágenes del tiempo que vivimos. Marzo de 2020 marcó una época en la historia humana, con una plaga global matando a millones de personas y reestructurando la vida diaria por todo el mundo. Existen estados de emergencia en numerosos países, violentos estallidos de guerras y eventos climáticos extremos. Todo esto nos llega me-

diado a través de las imágenes. Para muchos, como los «trabajadores esenciales» detrás de las mascarillas y las mamparas de los mostradores, las imágenes eran demasiado reales: un desfile de posibles portadores del virus con los que se relacionaban cara a cara durante ocho horas. Para los que no somos trabajadores esenciales, las imágenes lo son todo, por supuesto. Quizás ésta sea la lucha de clases hoy en día.

Este número de LAOCOONTE se terminó de editar el 14 de diciembre de 2022.
En su maquetación se usaron las tipografías Calisto MT, diseñada en 1986 por Ron Carpenter para Monotype, y Futura, diseñada por Paul Renner en 1927 para Bauer Type Foundry.

«¡Qué silenciosa es una manzana al lado del Laocoonte!
¡Un círculo es aún más silencioso! Más aún que una manzana»

Wassily Kandinsky, *La gramática de la creación*



EDITA

SEyTA.
SOCIEDAD ESPAÑOLA
DE ESTÉTICA Y TEORÍA DE LAS ARTES

CON LA COLABORACIÓN DE

