Pragmática contractual de las imágenes

Diego Lizarazo Arias

Desde una perspectiva pragmática es necesario transitar de la noción de imagen a la de acto icónico que implica el proceso de articulación entre objeto-imagen y mirada, en la que cada uno de sus polos debe contar con ciertas condiciones para hacer posible la experiencia. Esta relación es concebida aquí como una dinámica que se establece sobre un acuerdo cultural, a veces implícito, al que podemos llamar contrato icónico y que constituye el principio de su regulación y condicionamiento. El contrato icónico no es la experiencia de la imagen, pero constituye el marco en el que ésta se hace posible.

Surcados por fotografías y diagramas, urdidos en nuestra colectividad por efigies mediáticas de alcances inverosímiles, tramados en nuestra intimidad por videocintas y digitalizaciones, alcanzados y representados por los íconos que bordan nuestros sueños; tejidos, a veces, por utopías que imaginamos en la línea de un horizonte nuestro y ajeno, las imágenes son a la vez una afluente de sentido y una fuente de preguntas sobre su significación, enigmática o explícita. Sendas y caminos múltiples han articulado las miradas teóricas sobre la imagen, a veces encrucijadas y a veces itinerarios paralelos. La imagen figura en algunos ámbitos como una estructura articulada de punta a punta por claves convenidas y reglas culturales, artificio de la historia que no dice más que aquello que una nomenclatura semiótica vierte en ella (Aumont, 1992; Eco, 1988; Gombrich, 1979). En contraste, otros mundos conceptuales como la hermenéutica de Eranos, densifican la imagen convirtiéndola en la manifestación de sentidos cósmicos, arquetipos universales que nos muestran el fondo común de una humanidad de la que provenimos y que sólo a través de figuraciones e iconismos reveladores y profundos puede hablarnos (Eliade, 1979; Durand, 1976; Garagalza, 1990). Por una ladera, la imagen onírica lleva a la superficie energías impertérritas del fondo subjetivo (Freud, 2000; Lacan, 1990); por otro rumbo, es la revelación analógica e iniciática de poderes emergentes de una condición

universal irreductible (Jung, 1964). Miradas que buscan restituir las coordenadas vastas del sentido de la imagen, atendiendo a sus implicaciones de más largo alcance. Finalmente son ámbitos que buscan descifrar la esencia de lo que llamamos imagen, que esperan llegar a su naturaleza, que aspiran a develar *su ontología*. Será prudente entonces allanar caminos alternos con preguntas, que no buscarán descentrar la sustancia o la horadación icónica, sino que intentarán comprender la puesta en escena que los individuos hacemos de las imágenes. Esta perspectiva será entonces de orden pragmático porque asistirá al despliegue de acontecimientos icónicos. En clave más definitoria: buscaremos el *acto icónico*. Ante este complejísimo panorama que parece jugarse entre múltiples lecturas semióticas y hermenéuticas de las imágenes, es posible establecer la intuición inicial de que la significación icónica se gesta en la relación entre una estructura plástica y una mirada que la aborda y la sustenta. Intentamos caracterizar el bosquejo de las articulaciones básicas que hacen posible esa experiencia pragmática transversal de las sociedades humanas: la experiencia del acto icónico.

Actos icónicos

Trabajamos, tenemos relaciones familiares o vecinales, quizás estudiamos o estamos interesados en la política, probablemente enfrentamos problemas económicos o tenemos creencias religiosas. Nuestra múltiple condición histórica y nuestros intereses y preocupaciones concretas están vivas 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* controlada de algunas creencias y representaciones ordinarias.[1] El carácter de dicha inflexión,

[1] Es probable que, como bien me ha sugerido Josefina Vilar, esta noción del *acto icónico* tenga un alcance más general y plantee las características de lo que podríamos llamar *acto semiósico* o *acto simbólico*. Esto significa que toda relación con textos y símbolos (sean representaciones teatrales, clips virtuales o danzas koguies) implica los rasgos del vínculo que aquí abordamos. Probablemente también dicha vinculación general involucra los contratos culturales que más adelante describimos. Esta es una manera adecuada de leer lo que aquí esbozo. Sin embargo, procuro no enunciar el asunto aún como una suerte de pragmática general de los actos simbólicos porque dicho planteamiento requiere un examen de las diversas correlaciones texto/intérprete que aún no realizo. Por otra parte,

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 recordar 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, como explicaremos con más detalle en otro momento.

Respecto de otras relaciones icónicas, se dan también ciertas inflexiones en el sujeto, de orden distinto seguramente, pero que también 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, en una remodulación perceptiva. Hemos de reconocer, sin embargo, que los olvidos mencionados no son nunca totales, y quizás 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

---

porque lo aquí presentado constituye el marco inicial de lo que más específicamente presentaré en otros documentos como descripción de la *acción icónica*.

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 suerte de *adecuación semiótica* del vidente. Esta adecuación implica 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 el film se ubica ante las imágenes-relato coinci-diendo o rechazando los sentidos y las consecuencias valorativas que allí se ponen en juego, como quien escudriña la fotografía-documento de la prensa, interpretando el significado social o político de lo que allí se muestra.

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 fruicivas. Esto exige desbordar la noción de imagen como objeto y apuntar a una concepción de la imagen como *acto*. No podemos hablar de imágenes más que en la medida 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 quienes se establece esta conexión?: se realiza entre un *objeto-imagen* y un *sujeto imaginal*.

El sujeto imaginal

Al iniciar este artículo señalábamos que la experiencia de ver una u otra clase de artefacto icónico exige del observador una suerte de olvido

voluntario[2] 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 intelectiva. Actualizar dichas disposiciones es hacernos sujetos para la imagen y recuperar el objeto-imagen como imagen para nosotros:

a) Realizamos un *disposicionamiento perceptivo imaginal* en el que no vemos las imágenes como vemos las cosas. Adoptamos ante los objetos-imágenes una 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. 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.[3] 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. Sólo por señalar una adecuación evidente digamos que aceptamos el trastocamiento de las propiedades físicas de los objetos (la mesa-foto es evidentemente menor a la mesa-referente, y la mesa-foto carece de volumen mientras la mesa-referente es tridimensional, la mesa-foto es sólo papel, mientras

[2] 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 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.

[3] El marco importa en dos sentidos: *a*) en la medida 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 convencionalidad 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", etcétera. 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*.

la mesa-objeto es madera o metal), y asumimos una mirada capaz de reconstruir los perfiles iconizables (según reglas culturales) de las cosas. 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 imaginales. 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 significante, 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. 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: una deflación probablemente 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 quizás 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 significante, 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.

b) 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*, 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 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 de 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; dos horas convertidas en los sesenta años del protagonista o los diez años de la guerra. Conciencia de mis dos horas que se seden 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 y marca con poder sus condiciones, en la imagen se ductiliza, se encoge y se agranda, 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 intelectiva lo permite y articula entre ellas una coherencia. Pero el asunto adquiere una dimensión mayor, cuando comprendemos que esta disposición intelectiva imaginal implica la puesta en juego 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 intelectiva *sui generis* que esto representa, cuando pensamos, por ejemplo, en la regla narrativa de la *alternancia* utilizada en aquellos relatos fílmicos que nos cuentan como 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 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 mirada humana ante el horizonte. Pero la pintura abstracta, por ejemplo, bien podría exigirnos otra sintaxis: la que deshace la referencia gravitacional donde lo que vemos no son elementos sobre un terreno físico, sino puntos sobre un campo abstracto. Es nuestra movilidad intelectiva la que permite una u otra experiencia.

Así, el acto icónico involucra una suspensión y una actualización. Configura un evento *sui generis* 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 ha indicado algunas de las condiciones que ha de tener un artefacto para ser objeto de una experiencia estética (Sánchez Vázquez, 1992), 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.

a) *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 foto-sensible no hay cine.

b) *Propiedades icónicas*. No todo en el objeto físico es *sensible*, es decir, no todo en él es perceptible por los sentidos y, por tanto, no todo en él es icónico. La configuración atómica de los objetos es física, pero no es perceptible por nuestros sentidos y, por 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 las condiciones de aprehensibilidad para que alcance su estatuto.

c) *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*, parte de la *enciclopedia icónica de la cultura*. Una piedra cuenta con 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 intelectiva.

El acto icónico no proviene entonces ni de una experiencia subjetiva interna del vidente, ni de unas propiedades materiales inmanentes 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 y a la vez 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 el que se establece. En otros términos lo que acontece al interior del monitor o del marco de la fotografía, responde a dimensiones específicas no sometidas a las reglas del mundo circundante. Mientras vemos el film o revisamos una foto periodística ocupamos una banca en un teatro, o un sillón en nuestra casa al lado de otras personas que tienen una historia definida y que, como nosotros, pertenecen a un mundo social, económico y cultural. El espacio que ocupamos, la sala cinematográfica, o la habitación doméstica es, digamos, un *espacio real*, o más precisamente, un *espacio recepcional*. En cambio, el espacio y los objetos que aparecen proyectados en la pantalla o que se hallan ilustrados en la foto constituyen un *espacio semiótico* o *diegético*. Ese mundo configurado en el interior de la pantalla o en el plano del papel no se halla sometido a las reglas y leyes del mundo *exterior* que ocupamos, es un mundo construido por la creatividad artística, o la racionalidad técnica. En pocas palabras, el mundo representado en el interior de la pantalla cinematográfica 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 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 *animé* establecen relaciones distintas con la imagen, pero ambos se producen sobre un cierto pacto. En ambos hay normas de lectura y posicionamientos *sui generis*; la diferencia entre una y otra radica en las reglas específicas que se ponen en juego, las disposiciones prácticas que se asumen, las competencias de los implicados, y los tramados institucionales que enmarcan y avalan y/o regulan el pacto. 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 cordillera 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 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 puestas en juego se encuentran 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 retícula 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 experiencias o encuentros) que no podrán ser abrazados por contrato alguno, así como ciertos contratos que no contienen nada, es decir, que ya 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 puede desactualizar contratos, o puede rehacerlos, pero también puede 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 quizás 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 hálito 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 están 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. 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 (Ricoeur, 2001). No hay acceso directo a la conciencia, nos concebimos con los signos lingüísticos que nos permiten auto-mirarnos. 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*.

a) 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 exhibición 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 pongamos en juego 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. 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.

b) 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 el texto cuente con las propiedades icónicas realistas que lo hacen posible. El compromiso de construcción 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 construidos 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

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 re-generativa. 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*.

a) Estrategias de construcción icónica. 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. 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, etcétera, gobiernan su construcción. 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 encuentra 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 organización y las propiedades de la imagen se hallan conectadas con los criterios que orientaron su génesis. Respecto de 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. 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 presenta, 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 que debe identificarse unívocamente, propicia más bien un campo de sentidos y experiencias.

b) Estrategias de fruición icónica que refieren a las dinámicas de interpretación de los textos icónicos, a los procesos de semantización y experienciación de las imágenes. Las significaciones que una u otra clase de iconismo evocan, así como la experiencia sensual que precipitan parece diferencial entre individuos de diversas condiciones. Buscamos cosas distintas en las imágenes, a veces información, a veces placer, a veces consuelo o revelación. El observador realiza un *trabajo icónico* que consiste en experienciar, elaborar, asignar sentidos, completar sugerencias, erigir significaciones, realizar juicios. Este trabajo icónico implica ciertas *estrategias de fruición*: algunas maneras de ver guiadas por intereses y necesidades icónicas. Estrategias que se fundan en tres elementos maestros: las *competencias imaginales*, es decir, el conjunto de capacidades y habilidades que permiten al observador relacionarse con el esquema gráfico y realizar tanto la asignación de valores (emocionales, ideológicos, sensibles...) a las propiedades plásticas, como atribuir sentidos a dichos valores; los *campos de fruición* a los que pertenecen o por los que transitan, es decir los espacios sociales estructurados donde los individuos realizan prácticas de fruición icónica, relacional e institucionalmente articuladas, y el *horizonte cultural icónico* en el que habitan, entendido como el marco de representaciones icónicas de las complejas sociedades a las que pertenecemos y que actúa como telón de fondo para nuestras prácticas.

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 lo icónico.

Bibliografía

Aumont, J. (1992), *La imagen*, Paidós, Barcelona.
Durand, G. (1976), *L'imagination symbolique*, Press Universitaires de France, París.
Freud, S. (2000), *La interpretación de los sueños*, Alianza Editorial, Madrid.
Garagalza, L. (1990), *La interpretación de los símbolos*, Anthropos, Barcelona.
Jung, C. (1964), *Man and his Symbols*, Doubleday, Nueva York.
Lacan, J. (1990), *Escritos,* vol. I, Siglo XXI, México.
Sánchez Vázquez, A. (1992), *Invitación a la estética*, Grijalbo, México.