ÉTICA, POÉTICA Y PROSAICA
ENSAYOS SOBRE FOTOGRAFÍA DOCUMENTAL

por

DIEGO LIZARAZO * JUAN PABLO AGUILAR
ÁNGELES ERAÑA* JUAN ANTONIO MOLINA
LAURA GONZÁLEZ * ALBERTO CARRILLO
GABRIEL MERAZ * KATYA MANDOKI
ALFREDO CID * JORGE CLARO * JOHN MRAZ
REBECA MONROY * JOSÉ ANTONIO RODRÍGUEZ

coordinado por

IRERI DE LA PEÑA

siglo veintiuno editores
MÉXICO
ARGENTINA
ESPAÑA

EL DOLOR DE LA LUZ. UNA ÉTICA DE LA REALIDAD

Diego Lizarazo

La ética de la fotografía se inscribe en el marco más vasto de una ética de las imágenes, y debe resultar claro que no son las imágenes las que reclaman una ética, como no lo es la naturaleza, sino el uso humano de ella; o los objetos, sino su apropiación. La ética de las imágenes compromete el orden completo de operaciones, transacciones y relaciones humanas en las que aparecen y desaparecen las imágenes. La ética refiere al mundo humano de la libertad de elección, trazado sólo por la organización de la cultura, y reticulado por la definición personal. La ética de las imágenes es en realidad la cuestión de aquello que los seres humanos hacemos con ellas, al producirlas, al ponerlas a circular, al consumirlas. No sólo se trata de la relación de las imágenes con su productor directo, sino también de los argumentos, de las ideas, de los intereses y representaciones que las instituciones y las estructuras mediáticas realizan con ellas, y de lo que la sociedad pone en juego al interpretarlas. Fotografías como las de las torturas ejercidas por integrantes del ejército de Estados Unidos en la prisión de Abú Graib, o imágenes de los asesinatos que los paramilitares realizan en el Putumayo en Colombia, o las fotografías terribles de los enfrentamientos en Liberia, parecieran pedir de las personas y las sociedades algo más que un instante de perplejidad seguido por el olvido. La nuestra es una cultura a la vez hiperdensa de imágenes pero indolente y desmemoriada. El asunto de la ética icónica involucra de alguna manera un trazado muy vasto en el que habríamos de preguntar por una civilización humana que mezcla, como lo hacemos, imágenes de jabones con masacres terribles, sin que alcancemos a discernir sus implicaciones, deshaciendo su significado simbólico y humano. Involucra también preguntarse por lo que las grandes industrias mediáticas hacen con las imágenes. No se trata sólo del asunto del fotoperiodista ante su registro, se trata de unos medios que constituyen en sí mismos un poder crucial de la sociedad contemporánea y que hacen de su posibilidad casi ubicua de enunciación y enjuiciamiento la base de la intervención pública no como mediadores sino como actores que ejercen su poder. Así la

ética de la imagen no sólo compromete al fotoperiodista, involucra al medio en el que labora, a la reglamentación jurídica de su contexto, a las relaciones complejas entre las estructuras e instancias mediáticas y los poderes públicos y sociales, a la propia sociedad que al aceptar o rechazar las imágenes, que al ser apática o activa ante sus implicaciones contribuye a darles un sentido, una fuerza y un significado. Este escenario reclama entonces una perspectiva que nos ayude a entender el abigarrado tinglado que constituye la significación de la imagen fotográfica, como recurso para plantearse atinadamente su condición ética. De esta monumental tarea sólo presentaré aquí un componente: la reglamentación cultural implícita que gobierna el *vínculo realista* con las imágenes. Esto supone que hay una suerte de norma cultural tácita según la cual las personas se relacionan de cierta forma con ciertas imágenes. Esta modalidad es lo que podemos llamar el *contrato de veracidad*: aquel vínculo reglamentado según el cual vemos acontecimientos en las imágenes. Desde esta estructura básica procuraré plantear el origen de la cuestión ética que se reclama a la imagen racionalista que propone el fotoperiodismo.

COORDENADAS DE UNA ÉTICA IMAGINAL

¿En qué podemos fundar una ética de la imagen? El sentido común aporta una primera respuesta: en su *verdad*. La imagen se halla sometida a la exigencia del no mentir y de la honestidad. Sin embargo para el sentido común la mentira o la verdad se asocian primariamente con el decir. La verdad icónica no es igual a la lingüística: mientras que la verdad del lenguaje radica en que el sentido del discurso corresponda con los hechos, la verdad de la imagen se halla en la *transparencia*: que presente el aspecto efectivo de los objetos o las escenas de las que es su representación. De inmediato el asunto se hace más complejo porque exige la separación entre dos clases de imágenes: aquellas que se construyen como reportes del mundo (las imágenes constatativas, referenciales o documentales) y las que no se plantean compromisos de esta índole (imágenes fictivas o poéticas).[1]

[1] Obviamente es posible plantearse los territorios mezclados e interfectos: imágenes poéticas/imágenes constatativas, sin embargo tácticamente decido suspender dicho tránsito en este artículo.

Tres cuestiones se derivan de esta premisa ética inicial del sentido común sobre la imagen:

1. La exigencia ética de la verdad es en clave icónica una exigencia de *transparencia*. La verdad en imagen es *analogía* con el acontecimiento.

2. La norma de la transparencia sólo abarca las imágenes referenciales, dado que la imagen fictiva no tiene compromiso con lo real.

3. La ética de la imagen poética o fictiva es ambigua o requiere dilucidación.

Cada una de estas cuestiones es problemática, y en particular las dos primeras alcanzan la región de la imagen fotoperiodística, la última sólo lo hace indirectamente. La tercera cuestión nos advierte que el sentido común aplica irregularmente la norma de la transparencia en la imagen fictiva, porque no se trata de la imitación de un acontecimiento, sino de la *producción de una impresión*. No se compromete a mostrar "lo que es", sino "lo que podría ser". La imagen fictiva no se halla sometida a la verdad, sino a la verosimilitud. Es el reino del hacer sentir y hacer creer. Sin embargo convoca una especie de eticidad *lúdica*, casi en el lindero con la estética: esperamos que la imagen fictiva sea convincente y "sincera". El primer atributo refiere a la calidad de su construcción: aunque el personaje ante nuestros ojos y la situación que vive sean resultado de la fantasía de su creador, esperamos que convenza nuestros criterios perceptivos e intelectuales en el régimen de excepción que pone en juego, como en el cine o la pintura figurativa de ficción. Es decir, que su construcción sea adecuada: una caricatura realista que viola las reglas de perspectiva difícilmente resultará creíble. La *sinceridad* refiere, en cambio, a la actitud con que el creador de la imagen se ubica ante su obra, y consiste en algo que anunciaba Hegel: la obra auténtica es el resultado de la genuina expresión del artista que en ella declara lo que siente, nos dice lo que piensa, como resultado de su esfuerzo más logrado, de su voluntad íntegra. Se trata de una clase singular de sinceridad, que podríamos llamar *sinceridad estética* y que reclama del productor de imágenes ya no la transparencia para no engañar mostrando como referencial lo que es inventado o lo que ha sido trastornado, sino cómo *no engañarse a sí mismo* y ser capaz de comunicar el contenido propio. Pero especialmente como resultante de un proceso de indagación, experimentación o elaboración en el que se *alcanza* algo. Se trata de una clase de imágenes que proviene de la interioridad, o en todo caso, de la manera en que un autor construye a partir de referencias visuales públicas una representación propia; estas imáge-

nes convocan éticamente la manifestación auténtica bajo un camino que busca darles cauce honesto. Pero debemos reconocer que cierta clase de imágenes sólo serían éticamente aludidas por la norma de la sinceridad, dado que ni aun la norma de la convicción les incumbe. Se trata de las imágenes abstractas, en las que la referencia es nula. La imagen abstracta sólo habla de sí o de su lenguaje, entonces nada en ella *imita* o *busca imitar*. Por esta razón, en su absoluta libertad de mundo, sólo pueden ser aludidas éticamente por el reclamo de que su generación sea resultante de un trabajo genuino, apasionado, "verdadero", sólo la *sinceridad estética* constituye su parámetro ético. Ésta es quizá la normatividad más frágil por la dificultad de dar cuenta de dicha sinceridad consigo misma, con la expresión de sí. Hay obras pictóricas que muestran la intensidad, la urgencia de su expresión, no obstante su abstracción (quizás ésa es una de las cuestiones que más seduce en Pollock o en Soulages), mientras que otras parecen desleídas, rutinarias y deshonestas.[2]

Volvamos ahora a las dos primeras cuestiones, que podrían sintetizarse en una fórmula: la ética de la imagen fotoperiodística se funda en su transparencia con respecto al acontecimiento que refiere. Se trata de una fórmula porque en ella nada traiciona el sentido común y se expresa con tal generalidad que parece pertinente para todo, pero lejos de cada caso en particular. De inmediato podemos problematizar la fórmula: la transparencia parece referirse sólo a la producción de la imagen, pero sería equívoca e ingenua una ética de tal tipo. Porque la fotografía implica cuando menos dos procesos adicionales: su utilización discursiva, y su interpretación. Los semiólogos han planteado una multiplicidad de dispositivos y recursos a través de los cuales una imagen fotográfica puede ser, prácticamente rehecha, al introducirse en determinado co-texto.[3] Roland Barthes

[2] La norma de la sinceridad enfrenta el problema del estilo: dado que ciertas formas de hacer imagen pueden implicar como principio la expresión de una experiencia pictórica des-comprometida y apática (como en el arte posmoderno). Pero justo allí el problema no es la apatía sino que la representación la exprese *sinceramente*, que no se trate de una intensidad o de una apatía *falsamente producida*, es decir, como el resultado de un cálculo intencionado por expresar lo que no se siente. Es fácilmente reconocible que aquí las cosas adquieren una densidad mayúscula, dado que, como advertíamos previamente, en este territorio ética y estética se intersectan.

[3] El co-texto es el texto en el que se inserta un signo, en este caso una imagen. La fotografía periodística significa no sólo por lo que muestra en sí misma, sino también por la página del periódico, la revista o la web en el que aparece, por las otras fotos allí incluidas, por los pies de página, por los titulares y textos allí incluidos.

ha sido el pionero de esta reflexión a través del señalamiento de las funciones del texto lingüístico respecto al texto icónico: el anclaje y el relevo (véase: Barthes, 1992). Los hermeneutas por su parte, podrían aportar una magna reflexión sobre las implicaciones de la interpretación de la imagen en su fruición. Esta tarea está aún por desarrollarse. La cuestión es que tanto la estructuración textual de la foto (en el periódico o el noticiario, en la página Web o en el espectacular), como la observación e intelección que de ella hace la sociedad y la persona, exigen una reflexión ética irreductible. Así la ética de la transparencia no sería sólo de la producción, sino también de la *textualización* e interpretación fotográficas.

No obstante que esta línea de reflexión parece más satisfactoria que la simple pretensión de fundar la ética fotoperiodística en la analogía, su punto de partida es el mismo. En una concepción más analítica esta perspectiva es errada.

El problema de fondo de una premisa como ésta es doble: *a*] supone que la foto es una cosa, o que posee una esencia, y *b*] supone que la imagen es analogía. Poner en cuestión estos supuestos implica un reordenamiento radical de la perspectiva del sentido común e implica violentar la manera en que las personas imaginan las imágenes. No es, sin embargo, una tarea nueva. Podríamos decir que cuando menos dos de las más prolijas vertientes del pensamiento contemporáneo sobre las imágenes han dado cuenta de la relatividad, y en última instancia, de la inconsistencia de la premisa *b*]. El carácter analógico de la imagen ha sido cuestionado por la semiótica icónica, que tiene su punto de partida más consistente en el ensayo de U. Eco sobre la crítica al iconismo (1968) y en la amplísima historia de la percepción artística de E. Gombrich sobre la construcción de la ilusión en el arte (1979). En las dos perspectivas lo que se concluye es que la analogía es una invención histórica: las culturas y las tradiciones iconográficas (tanto de los productores como de los consumidores de imágenes) definen lo que se *parece* en la imagen a su modelo. Así la analogía deja de verse como una propiedad natural de los signos icónicos (algo es imagen porque se parece a su referente), y se convierte en un criterio y una regla construida histórica y textualmente. Algo es imagen porque cumple con las reglas de diseño plástico, denotativo, diegético, simbólico, etc. que la tradición icónica y la regularidad textual definen como tales: no reposa el mismo criterio realista en la foto de prensa que en el manga japonés o en la imaginería celta. En última instancia cada tradición cultural definiría lo que considera una imagen y lo que espera de ella. La transparencia y la universali-

dad de las imágenes miméticas o realistas, por ejemplo, en realidad sería el resultado del proceso de extensión en el nivel mundial de las reglas de la perspectiva, la cromática y la narrativa de la iconografía occidental desde el Renacimiento. Por su parte la premisa *a*], la de la esencialidad de la foto, es, a mi modo de ver, más relevante y mucho más concerniente a la cuestión ética. Cuestionarla significa que la imagen no es una esencia. Esto implica fundamentalmente salir de la teoría de que las imágenes son cosas, o que su significación es algo que ellas contienen. Implica reconocer que sólo son posibles las imágenes cuando se miran, cuando se insertan en una práctica de observación que busca algo en ellas o que experimenta algo con ellas. Es decir, se trata de una perspectiva que piensa las imágenes como *actos*.

EL ACONTECIMIENTO FOTOGRÁFICO

Es abstracto e iluso hablar de imágenes si no son vistas y referenciadas por los seres humanos en sus distintas circunstancias históricas y sociales. La imagen resulta siempre de una sinergia, la que se produce en la fusión de la mirada y lo mirado. La imagen entonces no es algo unitario y distinto de su observador-intérprete (bien sea su creador o su fruidor), constituye un acontecimiento. La fotografía no es una excepción a esta condición icónica: en realidad podemos hablar de fotografía gracias a un doble acto: el que se produce cuando el fotógrafo elige el evento de luz que suscita la imagen, y el que se produce cuando la mirada del observador-intérprete hace suya dicha imagen. Comprender la imagen como un acontecimiento exige recolocar los parámetros con que tradicionalmente se ven las imágenes, en particular porque la atención no se fija tanto en las propiedades y especificidades de las imágenes en sí mismas, sino en los tipos o clases de relación que las personas establecen con ellas. Ésta es la esencia del giro que aquí se propone y a partir del cual será posible plantear el horizonte de una ética de la fotografía. Las personas se relacionan con las imágenes según diversos propósitos, según sus condiciones y en distintas circunstancias. El neurólogo que mira una tomografía parece relacionarse de forma distinta con la imagen a como lo hace un niño que colecciona un manga o una estampa de caricatura. Aunque en ambos casos se trata de ver algo en la imagen, las rutas de interpretación de los rasgos gráficos en ellas contenidos son significati-

vamente distintas. Recuerdo vivamente la impresión que me produjo el reconocimiento de la mirada que un grupo de jóvenes trabajadores de una población ladrillera a las orillas de la ciudad de Bogotá que, en su descanso, veían en la televisión de la tienda del paraje un *talk show* americano sobre la obesidad. Los personajes daban testimonio de sus problemas con la comida y un dietista comentaba de los riesgos de la incontinencia alimentaria. Uno de los obreros dijo, mirando a sus compañeros: "Allá se mueren de comer tanto." La representación gráfica de los problemas de la obesidad interpretados desde la condición de miseria de unos cuerpos famélicos por el hambre no podía producir alarma, preocupación, o siquiera alguna clase de educación, producía, naturalmente, *ironía*. Los fieles mexicanos suelen encontrar en las paredes, los árboles o los más extraordinarios lugares imágenes de la Virgen de Guadalupe, y guardan con ellas una relación de sacralización que contrasta notablemente con la mirada del antropólogo o del sociólogo que allí descubre más bien un fenómeno socio-simbólico, o incluso con la mirada del artista plástico que podría reconocer en ellas ciertos valores estéticos. La cuestión es que en cada uno de estos casos difícilmente podemos decir que asistimos a una imagen idéntica para todos, se trata más bien de un grupo de acontecimientos icónicos que se articulan en torno a los mismos artefactos.[4] Ver en una estructura gráfica la figura metafísica de una virgen o un santo, apreciar una configuración plástica o encontrar en ella los rasgos de una determinada institución histórica (como lo haría el historiador de las religiones o el arqueólogo) implica que quien ve, tiene cierta *iniciativa* ante lo visto, digamos que el observador-intérprete realiza un trabajo icónico que consiste en apreciar, elaborar, asignar sentidos, completar sugerencias, erigir significaciones sobre la imagen. Hacer esto es poner en juego unas *estrategias de observación e intelección icónica* que se fundan tanto en las necesidades y expectativas individuales, como en los recursos, formaciones y condiciones culturales en las que se inscriben las personas. Si de un lado el acontecimiento icónico es visible como una experiencia singular (el joven ladrillero que interpreta y experimenta ciertas cuestiones al ver la imagen televisiva, o la devota que descubre la virgen en la fachada

[4] Mukarovsky distingue entre *artefacto* y *objeto estético*, con el primero refiere a la estructura física sobre la cual la fruición social, a través de la conciencia social produce un *objeto simbólico* (Mukarovsky, 1977). Dicho objeto es una obra. Diríamos, paralelamente, que la imagen no es *estructura gráfica* sino construcción icónico-simbólica resultante del encuentro con la conciencia.

de su casa); es también un acontecimiento social porque dichas miradas han sido *formadas* en tradiciones sociales particulares, y pertenecen, digamos, a maneras colectivas de ver.

El trabajo icónico se sustenta en una reglamentación cultural, en una suerte de normatización implícita que nos dice cómo ver, que nos señala cómo posicionarnos ante las imágenes para apreciar y experimentar ciertas cosas con ellas. Esta reglamentación puede entenderse como una especie de instrucción cultural que involucra cuestiones muy concretas: ver imágenes implica ser capaces de instaurar un régimen de excepción cognoscitiva a la relación con dichos objetos (los íconos). La excepción prima radica en que no vemos las imágenes como vemos las cosas, pero las aceptamos como representación de las cosas. En el caso de la fotografía, las aceptamos como huellas, efigies, evidencias de las cosas. Se trata de una doble actitud: en la foto vemos las cosas del mundo y a la vez suspendemos varios de los criterios realistas que las enjuiciarían como artificios.

Para ver una imagen requerimos ponernos en una intelección y una sensibilidad especial: aquella de quien acepta las características específicas del texto, como condiciones para hacer contacto con él. Asumimos una *disposición intelectual imaginal* en la 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, 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 fuese un tiempo de acciones, un tiempo-acontecer. 2. La fotografía, la pintura, el cine o el video hacen una *apropiación plástica* del espacio. El espacio de los objetos en la imagen se ductiliza, se encoge y se agranda, se roma o se agudiza sin que se destruya su integridad. En una serie fotográfica podemos ver perfectamente primero una toma panorámica de un recinto y al cuadro siguiente, en la misma extensión espacial del periódico o la revista, el rostro de uno de los asistentes al lugar ocupando todo el cuadro. Nuestra disposición intelectiva lo permite y articula entre ellas una coherencia.

El vínculo con la imagen exige una suerte de *adecuación semiótica* del observador-intérprete, que consiste en suspender la continuidad ordinaria y entrar en las claves icónicas. Pero también implica recuperar las localizaciones y experiencias ordinarias en tanto la relación axiológica con las imágenes es la restitución de posiciones ideológicas, políticas, éticas, o estéticas del individuo. No dejamos de ser estudiantes o fotógrafos, madres o ingenieros cuando miramos una fotografía. Nuestra historia humana y social está viva cuando nuestra vista se encuentra con las imágenes impresas del periódico o de la revista. Sin embargo, ver una imagen implica cierto proceso de abstracción, cierta *inflexión* controlada de algunas creencias y representaciones ordinarias, o, podríamos decir, cierta *focalización* peculiar de nuestras representaciones e intereses. El carácter de la inflexión o la focalización depende de la clase de relación icónica que establecemos. El filme de ficción exige una *inflexión perceptiva e intelectiva* que consiste en la asunción de verdad transitoria (lúdica) de una mentira: la de la historia, los personajes, los escenarios, el tiempo, los lugares que se nos muestran. La focalización propia de la fotografía periodística se funda, por su parte, en un trabajo doble: *a*] la abstracción de las condiciones *opacas* de la representación fotoperiodística, en pro de lo representado: es decir, ese *trabajo icónico* referido previamente en el que aceptamos que las manchas de tinta sobre el papel del periódico o del medio en cuestión son la representación de ciertos acontecimientos; y *b*] la concentración en ciertos juicios e intereses para hacer posible nuestra fruición de la foto. Si lo que observo es la imagen de la confrontación entre un grupo de pobladores con la policía en una vía pública seguramente para interpretar dicha experiencia convoco mis ideas y opiniones sociales, ideológicas o políticas, mientras que mis apreciaciones acerca del amor sensual o mis gustos estético musicales no vienen al caso. Estas ideas resultarán *anestesiadas*. Digamos que estas formas de abordaje terminarían por obstruir el acceso a la cuestión semántica que reclama la imagen.[5] La especificidad de la fotografía del evento político requiere, de alguna manera, una disposición lectora adecuada, de lo contrario, se frustra su poder semántico. Ver una foto implica entonces a la vez la sus-

[5] Esto no significa que en ciertas circunstancias no sean posibles e incluso idóneas estas localizaciones simbólicas (por ejemplo si soy jurado en un certamen de fotoperiodismo y debo fijarme no sólo en el tema sino también en la factura estética de la imagen), si no que, precisamente, la localización simbólica del intérprete está dada por las condiciones y la modalidad del acto icónico que constituye.

pensión de ciertas condiciones perceptivo-intelectivas, la emergencia de ciertas actitudes y disposiciones *sui generis*, y la actualización de las opiniones, representaciones y percepciones idóneas. La relación de observación-interpretación de la foto periodística no es entonces un vínculo desnudo, es una relación que exige de quien mira una iriada de acomodos y disposiciones que se hallan regidos por reglas implícitas. Estas regulaciones pueden comprenderse adecuadamente como una suerte de pacto, o un contrato cultural tácito que regula la relación social con las imágenes. En términos transversales la relación primaria *abre* y resulta *acotada* por dicho pacto. La relación se sostiene sobre un convenio sujeto / imagen que define su carácter, pero a la vez, es dicha relación la que hace venir al caso el convenio. Digamos que sin relación no hay convenio alguno, y el convenio hace posible la relación porque la instituye, y especialmente, define el embone o el engranaje de las dos partes. A este convenio fundacional de la relación icónica podemos llamarlo *contrato icónico*.

EL CONTRATO ICÓNICO FOTOGRÁFICO

El contrato icónico se establece a partir de una regla prima y elemental: el observador-intérprete verá lo pertinente en el objeto-imagen, y la imagen tendrá las condiciones idóneas para ser imagen. Si el observador 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 el objeto imaginario sino el objeto-imagen), no hay posibilidad para el contrato icónico; si la imagen no tiene las condiciones físicas necesarias para su observación (si está excesivamente sobreexpuesta o subexpuesta en la impresión periodística, si se exhibe al revés y no se permite ver la imagen impresa), igualmente el vínculo se trunca porque se ha violentado la regla básica. Sobre esta regla se deriva una multiplicidad de reglamentaciones secundarias de las que no puedo dar cuenta aquí, pero que constituyen el tramado normativo básico del contrato icónico. Por lo pronto, viene al caso registrar dos cuestiones: *a*] que la relación con la imagen es siempre un acontecimiento singular (se trata de su vivencia de ver cierta foto en particular); pero es social, en tanto que contrato; y *b*] que la relación imagen-observador no se haya regida por un solo contrato, sino que podríamos hablar de una multiplicidad de convenios según las utilidades públicas y privadas de las imágenes. Aquí

sólo daremos cuenta, naturalmente, de la clase de contrato que se establece entre un observador-intérprete que busca información constatativa en un texto icónico, una imagen fotográfica. A este contrato podemos llamarlo contrato de veracidad.

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 aborda 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. Todo contrato implica un *acuerdo*, gracias al cual las partes establecen una clase de relación sobre algún tipo de compromiso. El acuerdo consiste en *comprometerse* a algo. Del lado del observador-intérprete hay un *compromiso de observación* que radica en cierta actitud de interpretación que hace idónea la información de la imagen. Así, por ejemplo, nuestra lectura no es la misma cuando abordamos una fotografía periodística que cuando apreciamos una pintura abstracta. Esta actitud diferencial, es una *adopción* por parte del intérprete, es algo que hace (aun cuando lo realice de forma poco reflexiva y automática, digamos que es un *ponerse en posición*): 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.[6] Quien ve la pintura abstracta busca en ella apreciar relaciones cromáticas y geométricas entre objetos plásticos (para tener una vivencia placentera de tipo sensorial e intelectual), quien ve una fotografía de prensa busca en ella el registro visual de acontecimientos que le interesan, para tener evidencias o explicaciones al respecto. Así podemos señalar que los compromisos de observación se distribuyen en un diagrama rico de modalidades de lectura icónica que pueden llevarnos, por ejemplo, al observar imágenes en claves fictivas o poéticas, referenciales o argumentales. 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 observación*,

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

lo que significa que leerá la imagen en cierta actitud de interpretación socialmente configurada según un horizonte histórico. Por su parte, el *texto icónico* asume un *compromiso de construcción* que permite al observador tener una experiencia idónea, es decir, propia de la clase de vínculo del que tiene expectativa. De alguna manera la fotografía de prensa que esperamos nos de información de un acontecimiento debe tener la claridad objetual suficiente para que podamos reconocer en ella a los sujetos y las situaciones relevantes. De nada nos servirá que su composición sea estéticamente valiosa si es informativamente nula. No pasará lo mismo con la fotografía artística o experimental. Esto significa que la imagen se elabora con base en reglas semánticas, sintácticas y pragmáticas. Un complejo de tradiciones culturales e institucionales 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, lo que produce diversos textos visuales: textos icónicos narrativos o poéticos, textos icónicos constatativos o argumentales implicarán reglas diferenciales de construcción.[7] 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 en el caso de la icónica poética encontramos en el intérprete una lectura que busca una experiencia sensible, sensual o estética y una lectura informativa, extractiva o reconstructiva en el caso de la icónica constatativa.

Es posible identificar, en este camino, los grandes ejes socioculturales en que se organizan los contratos icónicos; o de otra manera, las problemáticas humanas fundamentales en las que se contraen los contratos icónicos que produce la cultura. Sin duda la historia cultural define sus contratos sobre el eje problemático de lo *epistémico* en la medida que los usos y relaciones de las imágenes contribuyen a construir, fijar, cuestionar, transmitir, adquirir, abjurar nuestros conocimientos; de igual forma podría identificarse ejes *éticos*, *políticos*, y sin duda también *estéticos*. Nuestra relación con las imágenes es múl-

[7] Las propiedades reglamentarias específicas de cada contrato son perfectamente identificables aunque aquí no sea el contexto idóneo para presentarlas.

tiple y flexible: buscar en ellas información es también degustarlas estéticamente y esto, probablemente involucra su valoración ética. De la multiplicidad de contratos posibles que cruzan la actividad social de producción e interpretación de la imagen fotoperiodística, es el contrato de veracidad la cuestión central. Si el problema de la verdad en la imagen, o la verdad de la imagen llama lo epistemológico, también sin duda llama lo ético: ¿podemos confiar en la imagen?, y de allí a lo político: ¿de dónde proviene la imagen que se dice verdad y hacia quién se dirige?, ¿qué persigue la imagen que se dice verdad?

CONTRATO ICÓNICO DE VERACIDAD

¿En qué radica la diferencia entre ver imágenes documentales de un conflicto e imágenes narrativas de un filme sobre esa misma guerra? La respuesta más obvia y más simple diría que en un caso se trata de imágenes *reales*, y en el otro de imágenes *ficticias*. Sin embargo no toda la cuestión concluye aquí. Una imagen genuinamente tomada de una escena del conflicto puede convertirse en imagen ficticia sólo con poner un pie de foto en un periódico que la describa erróneamente,[8] y muchas veces una imagen simulada es capaz de expresar de forma más certera los acontecimientos, que imágenes tomadas en el lugar mismo de los hechos. Sin duda preferimos los diagramas de objetos complejos a sus filmaciones y preferimos un mapa a una fotografía aérea de una ciudad, por que plantea con más claridad las relaciones y formaciones del territorio. La veracidad de la imagen no parece reposar en su pura inmanencia. La veracidad parece provenir de alguna clase de conexión entre las propiedades del texto icónico y los saberes y expectativas de quienes lo iconizan. En el contrato icónico de veracidad cada uno de los polos asume un compromiso particular, que parece ser de este modo: el *texto icónico* se presenta y compromete como un *reporte transparente* de los acontecimientos. El intérprete por su parte, se compromete a aceptar las imágenes como una *referencia satisfactoria* de la denotación. El contrato se rompe cuando alguna de las partes viola su compromiso: bien sea porque el texto constatativo incurre flagrantemente en la tergiversación de un

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

acontecimiento, o porque su observador niega apáticamente su veracidad. Las dos cosas están estrechamente enlazadas. Pero el asunto es más sutil. Un texto icónico *constatativo*[9] se presenta *como si reportase* la realidad; desde el punto de vista textual se conforma como *elaboración transparente de los acontecimientos*, desde el punto de vista referencial, lo que debe quedar claro, es que se supone denotativo, pero es siempre *construcción de acontecimientos* (Veron, 1983). En tanto que texto, la realidad que presenta, es, inevitablemente realidad construida.[10] En el plano de la expresión (o más propiamente, en el *iconizante*) se haya sometido a las *reglas del mimetismo*, y en el plano del contenido se encuentra en relación con ideologías informativas o con paradigmas teóricos, o incluso políticos. La imagen constativa responde también a unas reglas discursivas, que podrían ser descritas exhaustivamente para articular una suerte de *gramática de la veracidad*. Por mencionar sólo algunas cosas, tendríamos que apelar a ciertas convenciones de encuadre, de tipo de registro visual, e incluso, ciertos procedimientos sintácticos, que nos dicen, que lo visto es un *documental*.[11] El cine incluso ha reconocido con tal claridad esas reglas visuales que ha establecido un intertexto al que se le identifica como *ficción documental* o *docuficción*, en el que las narraciones ficticias se construyen con los criterios visuales y narrativos del documental. Ejemplos ruidosos fueron "Kids" (Larry Clark, EEUU, 1995), "Festen" (Thomas Vinterberg, Dinamarca, 1998) y "The Blair Witch Proyect"(Eduardo Sánchez y Daniel Myrick, EEUU, 1999). Allí la impresión documentalista sin embargo no se alcanza del todo por que el procedimiento no está completo: la actitud del espectador no se asume plenamente y, en especial, la lógica institucional en la que

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

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

[11] En el documental fílmico, por ejemplo: un cierto tipo de encuadre y recursos ópticos (utilización del *zoom in* y *zoom back* antes que del *travelling*), un movimiento específico (la cámara subjetiva móvil y aberrante, antes que la cámara objetiva y límpida), unos materiales y formatos de registro (el video casero antes que el betacam o la película cinematográfica), e incluso unos procedimientos de iluminación (luces directas y sin matices sobre los actores y los acontecimientos, antes que iluminación "silenciosa" y "anónima").

se articula no avala su veracidad (el espectador entra a los textos *sabiendo*, por la lógica institucional, que son *ficciones*).

El observador de la imagen constatativa asume una *actitud documentalista* en la medida que concede a las imágenes un valor realista, y suspende, precisamente la *perspicacia constatativa*, que lo obligaría a estar examinando paso por paso y tramo por tramo la validez de la imagen que observa.[12]

Como hemos indicado, las estrategias de construcción de la imagen en el contrato de veracidad, implican cierta estructuración institucional que las avala. Por lo general tendemos a aceptar la validez y la transparencia del documental, por que se nos presenta bajo las *fórmulas discursivas de los documentales* (las propiedades textuales que posibilitan el contrato icónico, lo que llamamos aquí compromiso de construcción) y bajo el sello legitimador de la institución que los produce, es decir, la *autoridad moral que garantiza su transparencia*. El documental de "Discovery Channel" se produce indudablemente en una lógica narrativa, con una selección de la realidad, y especialmente a partir de una concepción científica, que lejos de ser universal es una posición teórica ante otras. Un video documental sobre las prácticas agrarias y religiosas de los indígenas tzotziles, implica, no sólo un paradigma científico (si los antropólogos que lo producen son funcionalistas o estructuralistas), sino también una posición política respecto a la situación social en la que viven. En esta medida, es necesario reconocer que hay un campo de relaciones sociales entre instituciones, que en algún sentido regula y define principios de aceptabilidad o estigmatización de las imágenes, que intervienen sustancialmente en su constitución. Una fotografía puede o no adquirir un peso social como documento, no sólo por las propiedades internas con que cuenta, sino también por los procesos de interacción entre instituciones del espacio social que permiten avalar la *ética* y *profesionalismo* con que han sido producidas. En este sentido, en buena medida, el medio en el que aparecen es la garantía final de su fiabilidad, y como se ve, ésta no es una cuestión fehaciente de la propia foto, sino un *pacto de creencia* con el público. Por supuesto que dichos avales están en relación con toda una *tecnología para la verificación* consistente en la exhibición de criterios y el desarrollo de operacio-

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

nes que permitan fijar la transparencia de su diseño, pero también con una cuestión más sutil: una suerte de frágil *pacto de honestidad*, en un contexto tecnológico donde progresivamente se va adquiriendo el poder de producir, por medios digitales, casi cualquier clase de imagen mimética.

De manera más radical podríamos decir que ante los ojos del intérprete, la ética de la imagen sólo puede reposar en un pacto de honestidad que la sociedad establece con las estructuras mediáticas, porque en las condiciones de desarrollo tecnológico actuales es posible producir cualquier imagen como imagen factiblemente realista en términos iconográficos. Desde el punto de vista de los posibles icónicos, cualquier persona puede aparecer con cualquier otra en cualquier lugar, haciendo cualquier cosa de forma tal que resultan satisfechos los criterios y exigencias de la iconografía realista de nuestro tiempo, al margen de que lo mostrado en la imagen haya acontecido o no. Si así son las cosas, el problema ético de la imagen fotográfica no puede reposar simplemente en la anacrónica (no por lo moral sino por lo técnico) exigencia de la adecuación analógica de la imagen a su modelo.

La cuestión es que este pacto de honestidad tiene muchos bemoles: porque no vibra sólo, está en relación con lo ideológico y lo político, es decir, se encuentra sometido no a una suerte de código abstracto de ética profesional o institucional de corte kantiano, sino a un complejísimo territorio histórico en el que intervienen las relaciones políticas e ideológicas del campo de los medios y el campo de la política, de las correlaciones entre el mercado informativo y el público (porque los medios deciden presentar una imagen no sólo por su valor informativo sino también por el cálculo que hacen de su rentabilidad pública en puntos de *rating*), y de la innovación tecnológica y su extensión social. Sin duda el escenario se va modificando cuando, literalmente, es factible que a través de un teléfono celular cualquier ciudadano pueda fotografiar o videograbar escenas de un acontecimiento y luego distribuirlas por la red. La sociedad hipertécnica es en ese sentido sociedad ubicua. Si por un lado el desarrollo técnico extiende el poder de los *mass media* de fincar una representación icónica de la historia, es posible también una más beligerante y multívoca resistencia visual, porque las "otras imágenes" de los acontecimientos logran, de una u otra forma, aflorar (no es otra cosa lo que pasó en Abu Graib o lo que ocurrió en México después de la ocupación policiaca de la población resistente de Atenco: los medios mostraban la golpiza a la policía, y después las "otras imágenes" lo-

graron, poco a poco, que aparecieran las imágenes de la represión sobre los pobladores).

En este horizonte técnico-simbólico la validez de la imagen no se halla en sus *índices de realidad* (producibles digitalmente) sino en una frágil y evanescente *voluntad de verdad* de las instituciones y empresas con poder para generarlas y exhibirlas públicamente. Es obvio que esta clase de cuestiones interviene sobre el carácter mismo del *contrato icónico* que los usuarios establecen con las imágenes. En buena medida su compromiso de creencia se haya estrechamente conectado con esta validación institucional. Digamos que, en última instancia, la imagen constatativa (aquella que se produce y se consume con un afán referencial o informativo) se haya trenzada en un *pacto de honestidad* implícitamente firmado entre las instancias que la producen y las sociedades que las consumen. En una perspectiva ética la imagen constatativa reclama de su productor una aspiración por un conjunto de valores que asumiría como criterios de sentido para su producción: la *serenidad*, la *ecuanimidad*, la *tolerancia*, y especialmente, como hemos señalado, la *voluntad de sinceridad*. En su conjunto podríamos decir que la producción de la imagen constatativa implica un *compromiso de veracidad*, que tendrá dos elementos maestros: la voluntad de sinceridad señalada, y la *vocación de transparencia enunciativa*. La imagen constatativa contemporánea (la que circula por los *mass media*), tiene en el recurso de la elisión enunciativa uno de sus elementos gramaticales primordiales (en esa gramática de la veracidad): las imágenes se presentan como si no fueran producidas por nadie, al mostrarse con esta suerte de pureza generativa, concitan la impresión de *realidad*. Ese componente psicológico que ya advertía Bazin, y que se refiere a la experiencia recepcional de que fueron registradas de la realidad. Pero esto no se refiere a que una u otra institución niegue que hubiesen camarógrafos o reporteros registrando la imagen, sino al efecto discursivo a través del cual *se borran la racionalidad* y *los intereses de su producción*, especialmente en términos de su posicionamiento axiológico (en todos sus sentidos: ético, político, ideológico, estético, etc.). La *vocación de transparencia enunciativa*, supera la visión ingenua del productor de la imagen, que suponiéndose un exhibidor de la realidad, es inconsciente o desinteresado respecto a su irreductible lugar en la generación del documento. No se trata de que se exima del esfuerzo por exhibir con transparencia los acontecimientos, sino que se reconozca que toda imagen que producimos lleva nuestro sello, y proviene de nuestras disposiciones. En este sentido, esta vocación de transparencia enunciativa reclama una

tarea concreta: presentar explícitamente la posición que adoptamos ante las imágenes documentales que ofrecemos. Es decir, se trata de que no simulemos "presentar la verdad", "ofrecer los hechos", cuando lo que mostramos es nuestra versión de los acontecimientos, porque también son actores en ellos. La apariencia utópica de alcanzar el pacto de honestidad que exige desde el punto de vista ético la imagen documental, se matiza cuando se reconoce el lugar y las posibilidades del polo de los usuarios sociales de las imágenes. Su posibilidad radica en la relación de tensión que supone el acuerdo, y en las mutuas exigencias que propicia. Desde el punto de vista epistémico, la imagen constatativa exigía en el intérprete una actitud documentalista (es decir, una disposición a aceptar la referencia satisfactoria de lo que se nos muestra, una suerte de *entrega a la verdad* del texto), desde el punto de vista ético, parece reclamar una disposición contraria: la *actitud de sospecha*, una actitud crítica en la que se hurga el texto tratando de reconocer sus pliegues, y en especial dos cuestiones: la *figura del enunciador*, es decir, su posición *en* y *ante* el texto icónico que ha construido, y, lo que Ricoeur llamaría la "relación de distorsión" (Ricoeur, 1998). En el primer caso el compromiso ético del destinatario de las imágenes documentales es el de leer en el texto las huellas de los individuos, instituciones o grupos sociales que hablan a través de sus imágenes, en el segundo caso se trata de una operación de develación en la que se reconocen los traslapes y desplazamientos de los sentidos de la imagen. Pero en realidad el compromiso ético de la recepción de la imagen documental implica dos momentos: el primero se caracteriza por esta *actitud de sospecha*,[13] el segundo, por lo que podemos llamar la *actitud argumentativa*, donde una vez que a sido reconocido el lugar axiológico desde el cual se enuncia la imagen, ha de establecerse un diálogo razonado con ella, una discusión crítica de versiones, o más propiamente, una dinámica de contraste y negociación entre *visiones*.

La cuestión ética de la imagen no remite solamente a las imágenes documentales, muchas imágenes se encuentran al margen del problema de la veracidad o la constatación, y sin embargo tienen implicaciones éticas. La imagen poética, por ejemplo, no se pretende a sí misma como un reporte de la realidad no obstante porta una

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

experiencia y una visión del mundo que exigen un contrato ético con sus lectores, y especialmente propone una clase de comunicación del sentido. Obviamente este contrato no tiene las mismas propiedades de lo que aquí hemos planteado acerca de la imagen constatativa, principalmente informativa. Los contratos se articulan en el contexto de las complejas relaciones entre instituciones y fuerzas sociales productoras y consumidoras de imágenes, entre ellas hay una dinámica de conflicto y concertación permanente que define su *valoración*. Quizás el valor ético supremo que la imagen puede entrañar sea aquel que define su propiedad comunicativa por excelencia: su poder para generar el encuentro entre personas, grupos o mundos. Axiológicamente la imagen no sólo nos debe permitir manifestar experiencias y concepciones (lógicas o poéticas), también ha de facilitarnos un medio para *vivir en común*.

BIBLIOGRAFÍA

Barthes, R., *Lo obvio y lo obtuso*, Barcelona, Paidós, 1992.
Eco, U., *La struttura assente*, Milán, Bompiani, 1968.
Gombrich, E., *Arte e ilusión*, Barcelona, Gustavo Gilli, 1979.
Mukarovsky, I., *Escritos de estética y semiótica del arte*, Barcelona, Gustavo Gilli, 1977.