

Suprima las imágenes

Por Jorge Luis Marzo

Publicado en Joan Fontcuberta, *Camouflages*, Maison Europeenne de la Photographie, Paris, 2014



En abril de 1939, aparecía en la prensa argentina un anuncio de una compañía fabricante de receptores de radio en el que figuraba el mensaje “Suprima las imágenes” impreso sobre la ilustración de unas montañas alpinas o andinas. Cuando por casualidad di con el anuncio en internet me intrigó sobremanera. Primero, no pude establecer en qué revista había sido publicado. Luego pregunté a algunos amigos argentinos sobre el posible sentido del mensaje, partiendo del hecho de que la televisión aún no existía y de la asunción de que el cine era la única experiencia visual lo suficientemente masiva como para dar sentido a un eslogan tan imperativo. Pero tampoco pudieron aportar ninguna luz sobre el asunto, más allá de las divagaciones en las que yo mismo andaba metido. “Suprima las imágenes”. ¿Cuál sería el beneficio de deshacerse de la visualidad y de sustituirla por el sonido? ¿En qué contexto o actividad convendría anular las imágenes y preferir la radio? ¿Qué tendrían de malo las imágenes en el marco comunicacional y simbólico de entonces? ¿Se trató, acaso, de una estrategia publicitaria, al jugar con las diferencias perceptivas del canal sonoro con respecto al canal visible en un medio impreso como una revista? Por otro lado, en el anuncio, la palabra “imágenes” también aparece reflejada, invertida, sobre las aguas de un lago. Bien mirado, ¿a qué viene ese reflejo? ¿Es una casualidad gráfica? ¿Quisieron mostrar que las imágenes tienen un doble significado, que pueden parecer lo que no son? ¿transmitir la idea de que en la radio se producía un mayor nivel de verdad que en las imágenes? ¿Eran situacionistas, quizá? Lo desconozco, e invito al lector a que si tiene información relevante sobre la cuestión no dude en compartirla conmigo.

De todas formas, poco importa el detalle de las razones y causas que llevaron a la creación de aquella imagen, más allá de la curiosidad arqueológica. Posee la fuerza de su simulacro, la capacidad de sostenerse en el aire más allá de su inconsistencia. Cuando las imágenes simplemente simulan significado tan sólo pueden significarse a sí mismas. Esta es la potencialidad histórica de aquella imagen. Nos invita a suprimir la veracidad del medio, a dejar de creer en su eficacia como registro garantista de la realidad, pero lo hace a través mismo de una imagen con montañas y palabras esculpidas como monumentos. Una

magnífica metáfora para comprender los cambios en el estatuto de la imagen durante el siglo XX.

La imagen ha sido sometida a iguales torturas que las sufridas por la humanidad. El arte moderno despedazó, decoloró, rasgó, borró y suspendió la imagen. Masas y gobernantes quemaron las imágenes en señal de suspensión de un orden simbólico. Las imágenes, antes objeto de culto en altares y palacios, pasaron en la modernidad a ser objetos de culto mientras se consumían en la hoguera o en la vitrina. El espectáculo estaba en su supresión, garantía perpetua de que siempre habría muchísimas imágenes y muchísimas vitrinas. No obstante, el deseo de hacer desaparecer a la imagen, no pasaba, naturalmente, por borrarla, sino por borrar el sentido realista de la imagen. De ahí que los dos medios más técnicamente comprometidos con la representación verista, la fotografía y el cine, se convirtieran en el principal objetivo del asalto iconoclasta inaugurado, por ejemplo, cuando se hizo la primera fotografía de algo que no existió como tal frente al objetivo, cuando se falsificó. En esa fotografía se condensaría uno de los principios de la imagen moderna: quedar exenta de realidad y declarar la suya propia.

Al principio de la Guerra Civil española, la oleada de actos de iconoclastia religiosa llevó al gobierno a realizar, entre otras cosas, una campaña de concienciación. En uno de los posters, sobre la ilustración de una escultura, se leía: "No veas en una imagen religiosa más que el arte. ¡Ayuda a conservarla!". Se ofrecía la posibilidad de ver sólo la obra de arte no lo que transmite. Los nazis presentaron las obras de arte que consideraban degeneradas en una exposición en la que se invitaba al público a percibir las sin el ropaje de lo artístico, y, al menos tal y como se aprecia en las fotografías hechas en las salas, los visitantes adoptaron las mismas posturas y actitudes que tendrían en cualquier otro museo o exposición, observando los materiales expuestos como si fueran objetos de un museo de historia.

La fotografía ilusionista o la iconoclastia religiosa e ideológica son dos buenos ejemplos del denodado esfuerzo acometido para acabar con el estatuto de representatividad antaño implícito en las imágenes. Ello pasa también por una

profunda sospecha de la incapacidad de las imágenes por representar ciertas magnitudes. Günther Anders explicó a Claude Eatherly, el piloto que protagonizó una épica lucha para defender su derecho a sentirse culpable por haber participado en el *raid* atómico de Hiroshima, que el problema de la bomba era que negaba la capacidad para representarla, que no se podía imaginar. Asumir un proceso iconoclasta implica, pues, averiguar qué poder tienen esas imágenes cuando son lo que muestran, y por consiguiente, se hacen intolerables. Por ello, las actitudes iconoclastas son, a la vez, idólatras. El gesto iconoclasta no es expresión de una actitud atea o escéptica, ha señalado Boris Groys: en el anhelo que ataca las imágenes por lo que representan o por lo que no pueden representar, subyace el reconocimiento del ídolo, del objeto del que emana un mal que debe ser extirpado. Rasguen una foto de su amante en su presencia y verán. El poeta persa Mahmud Shabistari escribió en el siglo XIII: “Somos ciegos porque vemos imágenes”. Lo que podría parecer el resultado de las cuitas iconoclastas musulmanas escondía en realidad algo más: “Lo absoluto es tan desnudamente aparente a ojos del hombre que no es visible”.

El lamento a propósito de las imágenes presupone a menudo la fe en una realidad absoluta, imposible de reflejarse en las imágenes, ha comentado Hans Belting. De ahí la enormidad del discurso de la comunidad en el ámbito de las imágenes *después de Google* (parafraseando a Fontcuberta). Las imágenes adquieren un nuevo estatus, no por su dimensión mimética, sino porque se convierten en signos de consenso político, en información, en la *religio* comunicacional: la imagen como texto que siempre te conduce a otra parte. Si la imagen estuvo en su día vinculada a la realidad como “la otra parte”, ahora la otra parte es el mero archivo, la metaconexión de datos que hacen de la realidad una interfície siempre contingente, la secuencia lógica que rastrea las conexiones y las presenta de la forma más cómoda y civilizada posible. La realidad de la imagen es su información. Belting ha indicado que ese proceso es una “idolatría rebelde”: “Le retiramos a las imágenes la creencia de que son más que imágenes y por eso ya no necesitamos tampoco rechazarlas. Ya que sabemos que las imágenes están vacías, disfrutamos de la ficción con la que

brillan”. Así, la imagocracia se convierte en un espacio de (aparente) negación del conflicto político, convirtiéndose en símbolo de libertad individual frente a las iconoclastias extremistas promovidas por religiones e ideologías: la política de las imágenes se dirige a una comunidad de fieles, siempre ávidos de participar y atentos a toda imagen que dé placer. En la imagen no se celebra lo que representa, sino nuestra participación en ella.

La torturada vida de la imagen es producto del reconocimiento de unos determinados poderes que debemos domesticar. El arte, el relato patrimonial y la publicidad (entendiendo ésta como la publicidad de los acontecimientos de la realidad, que pueden también venir perfectamente realizados en formato de ficción o que pueden ser producidos estrictamente pensando en el acontecimiento que dará pie a su publicidad), son los medios más habituales para conseguirlo. Al mismo tiempo, también puede ocurrir que un objeto completamente domesticado, como, por ejemplo, una rueda de bicicleta, adquiera poder al ser tocada por la varita del arte, como ocurre cuando queda emplazada en un museo, envuelta de un relato que le cambia el significado. La imagen quedaba sujeta a un proceso de trasferencias de sentido propio de las alegorías, trozos expelidos de la explosión de la veracidad de la imagen, y que quedaban libres de todo contrato fijo y de residencia habitual. Robert Musil ya percibía cómo las palabras “saltaban como los monos de un árbol a otro”. Raymond Williams se quejaba en 1975 de cómo los conceptos eran manoseados a fin de sustraerles sus sentidos habituales y *convertirlos: público, producción, derecho, común...* eran términos *reconvertidos*. También citaba la imagen. En definitiva, las imágenes también encarnaron el lenguaje de la obsolescencia, teleología comercial que dispone cómo y cuando una imagen significa algo.

Este es un aspecto central en la obra de Joan Fontcuberta. La aparente democratización de las imágenes y su estatuto de neutralidad al ofrecerse como simple información, como espacio nivelador de disensiones, como instrumento revelador de la pluralidad comunitaria, fomenta que éstas sean percibidas en categorías cómodamente definidas, en *tags*, de forma que nunca

puedan ser intolerables y siempre perfectamente intercambiables. Uno de los ejes vertebradores en muchas de las obras de Fontcuberta es el cortocircuito de la normalidad y naturalidad de ese flujo licuado: mediante la dislocación de algunas de las categorías presuntamente adscritas a ciertas imágenes, el fotógrafo persigue la generación de un cierto malestar, o cómo el mismo manifiesta: hacer que la fotografía se vuelva *furiosa*. Y, en efecto, para llevarlo a cabo, su principal empeño es contaminar tanto la posición desde la que miramos y ordenamos las imágenes, como el relato contextual que constituye el paraguas que legitima la oferta ética y estética (placer, verdad, bondad) que aquellas proyectan. El análisis de la obsolescencia del sentido y significado de las imágenes es, en mi opinión, el principal argumento de su trabajo. Al impostar ciertos relatos técnicos y categorías imaginales (museísticas, periodísticas, históricas, científicas) en contextos celebrados como eficaces a fin de transmitir veracidad, Fontcuberta plantea “la otra parte” de la imagen como el centro del actual problema perceptivo, no en la imagen misma, devolviendo en parte a lo social lo que ha sido sustraído de la imagen: no se trata tanto de lo que creo y no creo al ver imágenes (al fin y al cabo, las imágenes sólo simulan la realidad, y acaso la realidad sólo la reconocemos como emulación de las imágenes), sino de nuestra inhabilidad para establecer principios de acción comunicativa. El artista busca la repolitización de la mirada como vía para cuestionar la programación obsoleta de la imagen del mundo sin que esto quiera decir que persiga un regreso a la imagen unidimensional, todo lo contrario: lo que se explora es la función de la obsolescencia. Gombrich decía que las imágenes son el uso que de ellas se hace en cada momento. Fontcuberta parece haber emprendido un trabajo de zapa en la lógica de cada momento: “ya no se trata de producir obras sino de prescribir sentidos”, ha manifestado el fotógrafo.

En este punto, Fontcuberta se acerca al poeta sufí Shabistari: el mundo no es que engañe, sino que es el hombre el que pergeña el engaño en su inhabilidad para ver. En pocas palabras, lo que decía Joseph Conrad respecto a su sociedad: “Al hombre occidental le repelen las explicaciones”. *You just click, we do the rest*. Quieres una imagen que no dé problemas, que exista por sí misma,

que sea maleable y dúctil, aunque te reserves ciertas áreas como reducto de una imagen veraz: la imagen documental, las instituciones académicas y culturales, la inmediatez y ubicuidad de la comunicación interpersonal portátil. Fontcuberta establece una prioridad constante en sus obras: la centralidad del problema del contexto y del relato en el proceso de comprensión de la imagen contemporánea. Es el relato en el que reside la legitimidad del sentido de la imagen. Sabotea el relato y podrás intervenir la imagen.

La comunicación actual vive una paradoja: los contextos que la modernidad generó para hacer visible el arte o bien para crear un valor objetivo de información, como en el caso del periodismo, el museo, la fotografía o la televisión, a menudo se revelan poco útiles cuando se persigue transmitir lo que es precisamente un claro signo de los tiempos: la ruptura de un cierto “sentido” del medio. Los medios ya son otros medios, y en las venas de todos ellos corren las mismas imágenes a raudales. Los efectos son similares tanto en los medios como en las imágenes. La instantaneidad asociada en la comunicación interpersonal a través de redes de usuario se convierte en argumento de veracidad, vinculado a toda una cadena de imágenes a su vez conectadas a otras partes, que acaban generando su propia genealogía. La autoridad de los contextos se mantiene como última línea de defensa del sentido de las imágenes, naturalmente, comunalizada. La academia, la información, el planeta *password* que da acceso a los arcanos y secretos de la realidad, son los que garantizan que el sentido de las imágenes se mantenga más o menos invariable. Romper la cadena de sentido que emana de medios como la televisión o el museo permite reconocer que el asunto de la imagen no radica, ni mucho menos, en ella. Me contó Fontcuberta un día que en la exposición de *Fauna* en el Museo de Zoología de Barcelona, un visitante acompañado de su hijo se azoró cuando el pequeño le rebatió los argumentos de autenticidad de lo que estaba expuesto allí (que era ficticio). El padre, harto de discutir, exclamó: “Claro que es verdad, esto es un museo”. El problema de la imagen ya no radica en ella: vive del préstamo, no de la realidad sino del relato que el medio imprime.

Por consiguiente, el vaciado de la imagen coincide con la existencia de espacios resistentes a abandonar a las imágenes a su suerte: desde actitudes muy distintas, los que están a favor o en contra del estatuto de la imagen contemporánea, los que son idólatras o los que son iconoclastas, muchos se concitan en una militancia activa y proselitista. Esa urgencia por denunciar la deriva de la imagen procede sobre todo de la desazón que parece producir la visión de una imagen que está en un sitio que no le corresponde; o, por el contrario, de la interrupción voluntaria del sistema al insertar una imagen donde no se la espera. Esa es la llaga de Tomás por la que se cuelan muchos artistas hacia el resbaladizo territorio del engaño, la impostura y el camuflaje como formas de deconstrucción crítica de valores -como el de la realidad y credibilidad del registro visual- y de respuesta al grado de falsa seguridad que éstos llevan implícitos.

Desde el arte contemporáneo se han realizado variadas exploraciones de estas paradojas y procesos sobre la *usabilidad* de la imagen¹. Así, una respuesta a esta demanda ha sido el recurso al cambio de contexto o medio, a la redirección del sentido artístico o informativo, cuestionando explícitamente la relación heredada entre productor o artista y público o usuario: infiltraciones, camuflajes, *fakes*, *pranksters*, *docuficciones*, falsificaciones, guerrilla, activismo. Un espejo, por lo demás, perfecto de lo que ocurre también en el marketing, la propaganda o la publicidad, ámbitos en donde se celebran las ventajas de usar el camuflaje en las imágenes a la espera de *activarlas* o no cuando convenga.

La coincidencia en la adopción de estas estrategias de infiltración y camuflaje en contextos aparentemente disímiles como el arte, la política y el mercado, ilustran hasta qué punto hay una enorme transformación en el sistema comunicacional actual, cada vez más sostenido por las técnicas ventriloquiales.² La fuerza de la ventriloquía radica en su asombrosa adaptabilidad a la expresión del biopoder moderno, tan necesitado de hacerse

¹ Intenté analizar esta línea de actuación en el arte contemporáneo en “El arte fuera de contexto”; en Mariano Barbieri y Pancho Marchiaro (eds), *Buscando señal*, Centro Cultural de España, Córdoba, Argentina, 2010. Disponible en <http://www.soymenos.net/>

² Asunto del que también me ocupé en “La ventriloquía: un modelo de comunicación”; *Quinzena d’Art de Montesquiu/QUAM*, 2002. Disponible en <http://www.soymenos.net/>

ubícuo y de insertarse con naturalidad, pero también en su capacidad para el camuflaje y para la crítica, cada vez más segura de que el cortocircuito de la naturalidad es un sendero por el que se hace urgente transitar, y que, además, responde a la certeza de que nuestras voces no son ya unidimensionales, sino muchas, que utilizamos tanto como somos utilizados por ellas. Nuestra supervivencia viene definida por una flexibilidad notable para dar lugar (o resistirse) a esas numerosas y variables voces perpendiculares, ya no producto de identidades, sino de estrategias narrativas que asumen la variabilidad identitaria.

Así, la ventriloquía, orden fundamental del discurso del camuflaje político-comercial, también puede convertirse en contrafiltración, en deconstrucción, en desmontaje, en remontaje. Hacerse pasar por otro para precisamente desvelar desde qué mismidad aquel pretende hacerse pasar: la memorable escena protagonizada por *The Yes Men* cuando, haciéndose pasar por portavoces de la empresa estadounidense Dow Chemical, anunciaron en una entrevista televisada en la BBC que finalmente la compañía pagaría las indemnizaciones por el desastre químico en Bhopal (India), que causó la muerte de 20.000 personas y secuelas en cerca de 600.000 en 1984. El cortocircuito moral creado por aquel camuflaje fue sensacional. O, sin ir más lejos, el insurrecto ejercicio de Fontcuberta al responder a un correo *scam* procedente de un tal Capitán Hook, y mantener correspondencia con él haciéndole creer –con material gráfico– que era cura de la Sagrada Familia de Barcelona. No obstante, a diferencia del anuncio camuflado, de la noticia manipulada, o del discurso distractor (renuentes a mostrar sus procesos y motivaciones), las prácticas artísticas que usan del camuflaje para destapar el circo de las falsas identidades tienen (en los casos más críticamente articulados) un objetivo explícito: revelarse un vez realizadas, hacer aflorar las inconsistencias ventriloquiales, disipar las nubes de hielo seco que acompañan la comunicación: poner a disposición elementos de salubridad.

Fontcuberta se ha referido a menudo a la *postfotografía* a fin de designar un estadio de la imagen en el que ésta ya no se deja distinguir de lo real, por lo

que, como señaló en su día Baudrillard, la ilusión tampoco ya es posible: “No podemos establecer lo que es imagen y lo que parece imagen”. Pero más allá del mero concepto de simulacro, Fontcuberta parece dispuesto a otorgarle otra dirección añadida: la de que el archivo universal en el que el actual flujo infinito de imágenes se ha convertido es también un ecosistema del simulacro, cuya endogamia biopolítica impide poner fin a su supuesta insalubridad. El artista cita al crítico Clément Chéroux cuando éste escribe: “Desde un punto de vista de los usos, se trata de una revolución comparable a la instalación de agua corriente en los hogares en el siglo XIX. Hoy disponemos a domicilio de un grifo de imágenes que implica una nueva higiene de la visión”.³

La referencia a la *higienización* del archivo global es una cuestión que promete cierta fecundidad. En general, este ha sido un argumento clásico entre las actitudes iconoclastas. La sufragista Mary Richardson, que rajó en 1914 la *Venus del Espejo* de Velázquez en la National Gallery de Londres, declaró años después que lo hizo porque detestaba la forma en que los hombres miraban el lienzo. Cuando, en 1974, el activista pacifista Tony Shafrazi utilizó el *Guernica* de Picasso colgado en el MOMA como soporte para la pintada “Muerte a todas las mentiras”, dijo ante las cámaras, una vez detenido: “Lo he hecho para que se sepa la verdad... para acabar con la mentira del arte”. La iconoclastia persigue la purificación del entorno, juzgando inadmisibles la contaminación y falsedad que algunas imágenes proyectan cuando la dimensión de lo real es apabullante. Ya lo hemos comentado al inicio de este texto. Sin embargo, la apelación a la higiene del sistema visual podría conducirnos a pensar que hubo alguna vez un estadio en el que la imagen era capaz de ser trascendente, que albergaba una pureza ahora perdida o banalizada. Nada más lejos, creo yo, de la voluntad de artistas como Fontcuberta. Éste no defiende la existencia de una imagen antaño sostenida por la verdad que vehiculaba, sino que plantea y explora la forma en que las verdades se sostenían (aún hoy) a través de las imágenes.

³ *From Here On*, catálogo de exposición comisariada por Clément Chéroux, Joan Fontcuberta, Erik Kessels, Martin Parr y Joachim Schmid, Rencontres Internationales de la Photographie, Arles, 2011.

Este aspecto también es fundamental en la obra del fotógrafo, y se muestra bien a las claras en la constante ironía que aplica sobre la historia del medio. Fontcuberta se ríe del principio de autoridad fotográfica. No en vano, una de las arqueologías presentes en su obra procede de excavar aquellas disciplinas asociadas al criminalismo forense, a la fisiognomía, a la frenología, a la fotografía antropológica o etnográfica. No hubo jamás una imagen acorde con la realidad, sino la ilusión política de crear una realidad legitimada en la propia imagen. Es, en ese sentido, que hay que entender uno de sus mayores intereses: el proporcionar imágenes que “no pudieron ser” porque la realidad no quiso legitimarse en ellas ya que no las encontraba adecuadas, ya que no transmitían su verdad institucional. *Sputnik*, por ejemplo, no nos cuenta solamente algo que no ocurrió pero que podría haber ocurrido, sino que presenta lo que ocurrió bajo imágenes que no pudieron ser posibles “de esa manera”. Así, mediante el recurso a un palimpsesto diacrónico de lo que pudo llegar a ser (el archivo tiene vocación de exhaustividad y de jurisprudencia visionaria: debe reunir y representar todo aquello que se encuentra fuera de él), *Sputnik* nos contaba la verdad sobre la ficción de la realidad soviética, sobre la ficción de nuestra interpretación de la realidad soviética, y al mismo tiempo, cuestionaba nuestra capacidad para vislumbrar la verdad a través de los formatos herederos de aquellas ficciones. El fotógrafo cuestionaba, en definitiva, el relato por el cual la realidad se muestra o se oculta en las imágenes, el espacio en el que éstas cobran o pierden la vida.

La potencia de la ficción no radica únicamente en su “fingir” una mimesis verosímil, sino en su capacidad para establecer todo un marco comunicacional que haga posible la creación de sedimentos de verdad. La ficción no es hoy una interrupción en el orden mecánico y determinista de la realidad, sino que es la realidad la que a veces irrumpe en la ficción: lo real es el asalto súbito a la secuencia de acontecimientos generada por la ficción. Es la guerra entre las imágenes y el arte, entre el poder de las imágenes atadas a lo real y el poder de las imágenes atadas a la ficción. En ese campo de batalla el artista despliega su exploración sobre el malestar de una sociedad amante del engaño como forma de ordenación, de indexación, de control de las fuerzas de la

realidad, siempre sospechosamente dispuestas a desbaratar el espectacular orden de lo ficticio. En este sentido, la obra de Fontcuberta está cerca de la imaginación y lejos de la fantasía, entendiendo lo primero (como los niños) como la facultad de revelar la relación oculta de las cosas, y lo segundo a modo de ejercicio que las niega y las sustituye por otras. La imaginación concede la posibilidad de recuperar un cierto control sobre las imágenes, aunque sólo sea para reírse de ellas, mientras que la fantasía sigue alimentando la indistinción entre la evidencia y la falsificación.

Podríamos suprimir las imágenes pero no llegaríamos a la verdad; sin embargo, podríamos suprimir la verdad y llegaríamos a las imágenes. Esta es la encrucijada en la que nos encontramos: nos hemos deshecho, afortunadamente, de las verdades para así establecer argumentos: ¿por qué, entonces, deberían existir imágenes que mostraran verdades? ¿No deberían ser las imágenes los vehículos solamente de los argumentos? Pero, los argumentos, ¿no están siendo desposeídos en una imagen, a su vez desposeída de toda evidencia, a fin de convertir la realidad en un mero acontecimiento del que celebramos y difundimos su brillo, no su potencial grado de verdad, por pasajera que ésta sea?