

**Escritura e Imagen**

ISSN: 1885-5687

<https://dx.doi.org/10.5209/esim.93093>EDICIONES
COMPLUTENSE

Naturaleza del icono tradicional y del icono/ídolo contemporáneo. Solapamiento del icono y del ídolo en la cultura de masas¹

Guillermo Aguirre Martínez²

Recibido: 22-02-2023 / Aceptado: 14-07-2023

Resumen: El presente artículo analiza la naturaleza del icono/ídolo contemporáneo en relación/contraste con el icono tradicional. A partir del estudio comparativo entre ambos modelos encontramos aspectos que posibilitan ahondar en la condición de la imagen y del sujeto en la contemporaneidad. La superposición en la época presente del sujeto creador y del objeto creado permite atender el modo en que realidad e idealidad quedan solapadas hasta el punto de anularse la significación tradicional de la una y de la otra.

Palabras clave: Icono tradicional; icono contemporáneo; símbolo; aura; cultura de masas.

[en] The nature of the traditional icon and the contemporary icon/idol. Overlapping of the icon and idol in mass culture

Abstract: This article examines the nature of the contemporary icon/idol in relation/contrast to the traditional icon. Through a comparative study between both models, we identify aspects that enable a deeper exploration of the condition of image and subjectivity in contemporaneity. The overlap in the present era of the creative subject and the created object allows us to address how reality and ideality become so intertwined to the extent that the traditional significance of both is nullified.

Keywords: Traditional icon; contemporary icon; symbol; aura; mass culture.

Sumario: 1. Icono tradicional e icono/ídolo contemporáneo; 2. imagen acontecimiento; 3. devaluación simbólica; 4. consideraciones finales.

Cómo citar: Aguirre Martínez, G. (2023) “Naturaleza del icono tradicional y del icono/ídolo contemporáneo. Solapamiento del icono y del ídolo en la cultura de masas”, en *Escritura e Imagen* 19, 43-55.

¹ Este trabajo se ha realizado gracias a un contrato como Profesor visitante (2023) en la Otto-Friedrich-Universität Bamberg en el marco de promoción de la diversidad.

² Universidad Complutense de Madrid
guillermo.a.m@ucm.es; guillermo.aguirre@professional.universidadviu.com

1. Icono tradicional e icono/ídolo contemporáneo

Partiremos de algunas peculiaridades propias del icono ortodoxo, de origen bizantino, a la hora de explorar la naturaleza de la imagen dominante en la sociedad y el arte contemporáneos. Observamos en el iconostasio un rostro y un fondo, unas vestiduras y unas manos, todos ellos ceñidos a unas pautas poco dadas a posibilitar la originalidad del artista³. Cabría, por de pronto, sustituir el término artista por el de artesano, dado que el creador de la imagen no se corresponde, en esta tradición, con la persona que la dota de forma –por lo común, cabe añadir, no es un individuo, sino muchos, quienes se encargan de su realización, ocupándose cada uno de estos artesanos de un aspecto concreto del trabajo–, sino que se considera que el autor del objeto es, directamente, el canon, la regla dispuesta por la tradición⁴. En lo que aquí se desea resaltar, los autores que han atendido a este objeto conforme a las premisas de la llamada perspectiva invertida⁵ no dejan de aludir al desbordamiento que la imagen ha de provocar en quien la observa, en tanto que –así lo recuerda Florenski– dicha imagen atesora la cualidad –no en rigor, pero si desplazadamente– de *acheiropoietá*⁶. Con ajuste, por consiguiente, a su naturaleza de objeto cuya potencia simbólica no queda cerrada⁷, y en consecuencia puede volverse, en un momento dado, contra quien en verdad lo proyecta, se presentarán una serie de premisas y consideraciones que posibiliten contrastar/vincular dicha tipología de imágenes con aquellas otras, contemporáneas, relativas tanto al mundo de la publicidad como al de las redes sociales, que condicionan nuestro acercamiento a la realidad⁸.

³ “La Iglesia ortodoxa jamás ha tolerado que se pinten iconos siguiendo la imaginación del pintor o según un modelo vivo. Esto significaría la ruptura total con el prototipo” (Uspenski, L.A., *Teología del icono*, Salamanca, Sígueme, 2013, p. 178).

⁴ En esto es posible advertir afinidades con la imagen proyectada por las redes sociales, ceñida a un patrón predefinido y construida –postproducida– por el sujeto que, desde dichas redes, se proyecta ya no como sí mismo, sino como una idealización de uno mismo. Pero a su vez, conforme a la concepción y fundamento de la una y de la otra, se presentan diferencias radicales, como en estas páginas se expondrá.

⁵ Alude Florenski a la “liberación de la perspectiva como renuncia al principio de su poder –característica [...] del subjetivismo y el ilusionismo– [...]” (Florenski, P., *La perspectiva invertida*, Madrid, Siruela, 2005, p. 31). Propuestas afines las encontramos en L.A. Uspenski, V. Lossky, P. Evdokimov o A. Losev, autor, este último, influido por Soloviov, a su vez cercano a N. Fiódorov –ideólogo del Cosmismo–.

⁶ Así, en las páginas de *El iconostasio* leemos: “Pero no sois vosotros [los pintores de iconos] los que habéis creado estas imágenes, no sois vosotros los que habéis revelado ante nuestros ojos jubilosos estas ideas vivas. Estas ideas e imágenes se han revelado por sí mismas a nuestra contemplación, vosotros sólo habéis retirado los obstáculos que nos impedían ver su luz” (Florenski, P., *El iconostasio*, Salamanca, Sígueme, 2016, p. 76). En la presentación del libro *Teología del icono*, en proximidad al pasaje recién presentado, señala Ramón Jimeno que “un icono no se «lleva» a un sitio u otro, sino que él «visita» este o aquel lugar. Y un icono que estaba perdido no se «encuentra», sino que él mismo «aparece»” (Uspenski, L.A., *Teología del icono*, op. cit., p. 9).

Por lo demás, en rigor, y no en el sentido generalizado presentado por Florenski, esta tipología de imágenes se corresponde con unos pocos objetos bien especificados por la tradición.

⁷ Pues, aunque la tradición de la que surgen estos objetos los considere vinculados a la palabra divina, la potencia de la imagen es tal que en cualquier momento puede violentar el sentido a ella prefijado. Este temor a la potencia de las imágenes acaso se advierte desde el mismo momento en que, como recuerda Jimeno, “En ruso no se dice «pintar», sino «escribir un icono» (*pisat ikonu*)” (Uspenski, L.A., *Teología del icono*, op. cit., p. 9).

⁸ Se presentarán, ante todo, puntuales diferencias entre ambos modelos icónicos, más allá de que no deja de ser posible vincularlos e incluso, por momentos, identificarlos, en tanto que la forma y el sentido del uno y del otro vienen dados por estructuras controladoras de la psique del sujeto, en referencia a la religión y a la publicidad/medios/mercado, en parte asimilables y con ajuste a cuyas reglas los creadores –el artesano de iconos y el individuo, cualquiera, en la sociedad proyectada en las redes sociales– construyen un modelo de imagen prefijado. Ahora bien, si en la contemporaneidad el original posee una naturaleza des-idealizada respecto de la copia –aun cuando ésta pronto se desmascara como ausencia de idealidad–, en la tradición del icono, por el

A estas últimas imágenes –fundamentalmente digitales– tendemos a mirarlas con desconfianza, incapaces, como nos vemos, de, a través de ellas, delimitar conceptos y antagonismos tales como copia/original o realidad/idealidad. Se trata, a su vez, de una desconfianza que ha de vincularse con una renovada, actualizada alteridad entre iconoclastia e iconodulia. Esta situación es justamente la que invita a realizar un contraste –tomando aquello que pueda resultar de ayuda y dejando de lado problemáticas puntuales vinculadas con la distancia entre los modelos y contextos trabajados– entre las imágenes contemporáneas y aquellas otras de origen ortodoxo-bizantino –aquí comprendidas a partir de una concreta perspectiva–. Lo destacable, en lo tocante a esta perspectiva y yendo al origen del conflicto, remite al hecho de que, en el mismo momento en que, en el Imperio bizantino, en los siglos VIII y IX, se produce la llamada Querrela iconoclasta, se renueva una defensa de las imágenes conforme al argumento de que éstas no poseen la naturaleza de ídolos sino que, contrariamente, remiten a un absoluto velado⁹. Es justamente este aspecto el que generará una inicial oposición entre los emperadores bizantinos en tanto que su poder quedaba potencialmente desplazado hacia un dominio no controlable políticamente¹⁰, más allá, como no se dejará de aludir cuando así sea pertinente indicarlo en estas páginas, de que en un momento posterior tal dominio se torne efectivo. Entre los autores que defenderán la pertinencia de las imágenes icónicas encontramos a Juan Damasceno (siglos VII-VIII), cuyas ideas han de vincularse con las de Pseudo Dionisio Areopagita (siglos V y VI), rearticuladas de nuevo en el pensamiento de Florenski o, entre otros, de Uspenski –centrales en este trabajo–, pero también, sin ir más lejos, en la obra de Malévich, conforme a un nuevo programa de afán disolutivo. Es la comprensión de la imagen icónica de estos autores la guía que tomaremos en este recorrido. Si bien poner frente a frente el icono tradicional y el contemporáneo –a partir de la autodeificación del sujeto por medio de las imágenes digitales fundamentalmente– puede parecer un ejercicio forzado cuando no fuera de lugar, no ha de despreciarse el hecho de que, dada la naturaleza misma de las imágenes contemporáneas tratadas en este trabajo, y el modo en que las recibimos –fenómenos que no dejan de ser convergentes en lo tocante a una tendencia a acentuar la prevalencia de la copia sobre el original–, sea posible encontrar, a partir del contraste propuesto, aspectos que permitan ahondar en la naturaleza de la imagen contemporánea con la vista puesta en un pasado que hoy, acaso, nos resulte demasiado lejano.

La intelección de una imagen que irrumpe y desborda las coordenadas existenciales

contrario, la copia es revelación –inmediata– de aquello tomado como perfección.

⁹ Así, leemos en Grabar que “Juan Damasceno completaba la antítesis «sombra-verdad» del canon con el tercer término de «cosa» (=realidad transcendental) y de su comentario sacaba una explicación mística del icono” (Grabar, A., *La iconoclastia bizantina*, Madrid, Akal, 2012, p. 92). Esta veta mística ha de identificarse con el componente disolutivo al que en estas líneas se hace referencia, tan presente en Dostoievski.

¹⁰ Grabar es rotundo, al respecto, al hablar de cómo entre alguna gente y entre el más alto poder político “el retorno al uso y al culto de las imágenes les parecía más bien una innovación peligrosa. [...] Lo que conduce a un hecho, tan evidente como esencial, a saber, que la iconoclastia bizantina fue desencadenada por emperadores” (Grabar, A., *La iconoclastia bizantina*, op. cit., p. 24), justamente por su capacidad de despojar de poder a las instancias políticas –y por tanto religiosas–. Este potencial de las imágenes se mantiene en las contemporáneas –en referencia a aquéllas vinculadas a lo que Gómez de Liaño denomina religión de la publicidad (y de la autopropaganda)–, por supuesto –el hecho de contrastar ambos modelos da a entender una relación entre ambos fenómenos–, pero la confusión generada por su naturaleza y por el contexto en el que surgen, así como por sus peculiaridades, limita o retiene dicha potencia.

–y gnoseológicas– del sujeto conforme al desbordamiento provocado por el icono tradicional difiere, en líneas generales, de la que en la contemporaneidad se proyecta en forma de imagen icónico-idolátrica¹¹, negadora de una mantenida acumulación de potencia deseante en el sujeto¹² –y con ello anuladora de su capacidad de generar cambios reales–¹³. De igual modo que el icono tradicional adquiere su valor en relación con un sistema teológico envolvente, el icono/ídolo característico de la cultura popular se nutre de cuanto sobre él proyecta un concreto sistema sustitutivo, en el modelo tomado como punto de partida, del papel de la iglesia como estructura generadora de imágenes.¹⁴ En relación con esto último, la función de atracción de la libido –del deseo– por parte de la imagen contemporánea con ajuste a un fin orientado hacia el consumo velocísimo y la satisfacción narcisista del sujeto queda expuesta, desde un sentido crítico, por Ignacio Gómez de Liaño en el siguiente pasaje:

La utilización económica y política de las imágenes da lugar a su devaluación como instrumentos de conocimiento y arte. La nueva religión es la economía, y su liturgia, la publicidad. La religión tradicional fue imponiendo a lo largo de los siglos el repertorio de imágenes y lugares que era más congruente con su ideario y con el mantenimiento de ese ideario. En el día de hoy esas funciones las ejercen las agencias de publicidad y los poderes que de ellas se sirven para estimular los deseos que más les convienen para llevar adelante su negocio.¹⁵

Nos situamos por tanto, en lo tocante a este mundo de imágenes diseñadas, proyectadas y expresadas por los medios y las agencias de publicidad –así como por el sujeto entendido como agencia de publicidad de sí mismo–, ante objetos cotidianamente manipulados y cambiantes y, cercano a ello, expresivos de una degradación óptica que, en lo relativo a la imagen proyectada desde las redes sociales, ha de vincularse con la exposición de uno mismo como objeto idolatrado conforme a la naturaleza que concedemos a nuestros auto-referenciales dioses. El sujeto se instala así en el curso del mito, que pasa por la elevación y por su cíclico sacrificio. Se da con ello una identificación entre la imagen icónico-idolátrica, la idealización de uno mismo y una caída que acaba por negar a aquél cuya identidad queda desplazada por su sublimada imagen duplicada. La condición liminal –ausente/presente– de

¹¹ Cuya significación vira hacia el concepto de imágenes-simulacro expuesto por Emmanuel Alloa en su texto «Entre transparencia y opacidad: lo que la imagen da a pensar», en Alloa, E. (ed.), *Pensar la imagen*, Santiago de Chile, Metales pesados, 2020, p. 16.

¹² En el sentido de que el deseo es rápidamente satisfecho. Si se prefiere ver de otro modo, se da una sobreexcitación que convierte al sujeto en puro deseo, según se acaba de decir, inmediatamente satisfecho; un deseo desustanciado en tanto que su constante carga-descarga imposibilita una acumulación de fuerzas –no necesariamente violentas– de cambio.

¹³ A la hora de determinar el contenido de los objetos culturales resulta más que sintomático el siguiente pasaje de Boris Groys: “Se considera que la alta cultura se acabó, porque la economía actual está dispuesta a satisfacer «en la vida misma» todos los deseos que la alta cultura proponía satisfacer exclusivamente a un nivel simbólico. Pero si convenimos en que la «alta cultura» opera con el deseo infinito –o, lo que es lo mismo, con el deseo de lo infinito–, la idea de que cualquier economía realmente existente puede satisfacer todos los deseos posibles deja ver de inmediato su carácter utópico” (Groys, B., *Obra de arte total Stalin*, Valencia, Pre-Textos, 2008, p. 23).

¹⁴ En referencia, todavía en la época de la Querrela iconoclasta, al antiguo monacato bizantino, en el punto de mira de los emperadores –*basileis*–, que veían en él una amenaza para su poder, fenómeno reemergente con fuerza en las primeras décadas del siglo XX –el destino de Florenski es prueba, sin ir más lejos, de ello–.

¹⁵ Gómez de Liaño, I., *Filosofía y ficción*, Málaga, EDA, 2020, p. 84.

ambos objetos –icono tradicional y contemporáneo– se distingue así por la función de punto de fuga que en un caso la imagen atesora, y en el otro por su valor de copia de un modelo, en relación con dicha copia, degradado, quedando la copia a modo de idealidad inmediatamente consumible¹⁶.

Cuanto encontramos es, contrastando los dos modelos presentados, una imagen del mundo que, en su fragmentación y compulsiva duplicación, delata una transición desde la que un objeto no tocable –la imagen icónica– deviene en objeto aprehensible, ponderable y consumible. Frente a la distancia, radical, entre el objeto y el sujeto en el modelo icónico tradicional, cuanto ahora se plantea y posibilita, en referencia a las imágenes/idealizaciones actuales de continuo manipuladas y cambiantes conforme en función de las demandas del mercado, es la aparente posesión del objeto por parte del sujeto –fenómeno enteramente reversible, en tanto que el objeto mismo determina o al menos dirige las necesidades del sujeto–,¹⁷ ejercicio generador de una violencia conforme a la que la libido del individuo, lejos de permanecer en una constante tensión respecto de una idealidad, es en mayor o menor grado (re)compensada con puntual regularidad y, en consecuencia, incesantemente satisfecha, provocando, por sobreestimulación, un agotamiento en el sujeto y una nada paradójica insatisfacción subsiguiente. Mediante la apropiación y el control de la imagen se toma lo aparente, se toma lo consumible, y se rechaza su hipotético resto de idealidad –aun cuando ésta nada sea (lo que aquí carece de importancia)–. Una imagen así comprendida denota una pérdida de categoría óptica o, yendo a un lugar común, encuentra en su reproductividad la exclusiva condición de dicha idealidad. Frente a una imagen que demanda su no apropiación¹⁸, la imagen-ídolo¹⁹ se ofrece en el marco de un orden de relaciones en el que lo ideal, la copia, llega a poseer –en referencia a las imágenes proyectadas en las redes– mayor valor que un presunto original orientado o impelido a ser sustituido por su expresión pseudo-idealizada, justamente dado que dicho original pasa a ser un objeto que ha de ser artificialmente sublimado. Se define con todo ello, expuesto metafóricamente, un panteón de ídolos muertos cuya imagen queda vinculada, en última instancia, a la propia identidad, construida de modo artificial sobre la alabanza del dios-yo en tanto que todo parte de su proyección aislada –y escenificada– y en esas lindes se apaga.²⁰ En la cultura del autorretrato, la

¹⁶ Desde esta dinámica nuestras realidades se confunden fácilmente con nuestras idealidades. A lo sumo, conforme a la nivelación por la base del par idealidad-realidad, icono e ídolo convergen. De algún modo, podría sintetizarse, vivimos rodeados de espejos que, como en el cuento, devuelven la imagen voluptuosamente creada y consumida en forma de espectro; aspecto, este último, central tanto en Mitchell como en Belting: “La imagen de uno queda, como un fantasma, y uno trata de controlarla, o se aleja definitivamente de ella” (Belting, H., *Faces. Una historia del rostro*, Madrid, Akal, 2021, p. 200).

¹⁷ Si bien esta posesión –mutua– no deja de darse en el modelo de partida –icono tradicional–, no por ello anula el que, en rigor, más allá del mensaje proyectado por el objeto, la infinitud del mismo acaba por alzarse sobre el sujeto en grado tal que éste pasa a ser poco menos que una nada, siendo esta condición, tal como se comprende en la tradición teológica negativa y en la vía hesicasta –muy presente en Florenski, de cuyas premisas interpretativas, o de algunas de ellas, hemos partido–, lo que implica la situación de superioridad de la imagen en relación con el sujeto.

¹⁸ Sin que se ignore la trampa que tal idealización puede llegar a ser, o directamente es, con vistas a la configuración del sujeto como objeto ideológicamente controlado. Insistimos en que lo que aquí nos interesa del icono tradicional es su, en lo teórico, radical alteridad, con ajuste a las premisas de una específica tradición presente ya en el momento en que surge la controversia en torno a la naturaleza de esta tipología de imágenes.

¹⁹ En referencia a un ídolo próximo al concepto de fetiche, al que Alloa se refiere como “un dios «fabricado»” (Alloa, E., «De la ideología. Heidegger y la arqueología de una ciencia olvidada», en Alloa, E. –ed.–, *Pensar la imagen*, op. cit., p. 107).

²⁰ Desde una visión que no queda lejana de la aquí expuesta, menciona Benjamin que “la humanidad, que antaño,

representación y duplicación que uno hace de sí se evidencia como síntoma de una sociedad idolátrica al tiempo que iconofóbica.

2. Imagen acontecimiento

Los patrones contemporáneos de interacción con el mundo invitan a proyectar nuestro yo y nuestra imagen sobre todo objeto, al tiempo que nos llevan a rechazar la existencia de lugares de realidad que cuestionen nuestra interpretación del mundo²¹. Lejos de acercarnos al mundo como lugar de renovación de la mirada, el marco socioeconómico que habitamos alimenta nuestro ver ensimismado. La fisionomía de lo estético, disuelta en un modelo sociocultural cuyos objetos se mimetizan con aquella no sólo en el ámbito de lo que Groys denomina alta cultura, sino en todo orden de realidad, queda deformada y, en último término, velada²². Sobre dichos objetos haremos lo posible por entronizar nuestra mirada, en completa inversión a aquello que podríamos denominar imagen-acontecimiento, en referencia a aquella imagen que irrumpe ante nosotros cuestionando deseablemente nuestras convicciones y provocando con ello un desbordamiento de nuestras coordenadas cognitivas. La imagen “otra”, en este sentido, y desde la naturaleza disolutiva que atesora, se da como aquello que niega, en oposición a la imagen que afirma y complace propia de la publicidad y del mundo de las redes, por medio de la que se da un engañoso y metafórico encuentro del sujeto con la idealidad –a modo de experiencia místico-capitalista de sublimación del yo propiciada por la iglesia publicitaria–.²³

en Homero, era un objeto de espectáculo para los dioses olímpicos, se ha convertido ahora en espectáculo de sí misma. Su autoalienación ha alcanzado un grado que le permite vivir su propia destrucción como un goce estético de primer orden” (Benjamin, W., *Discursos interrumpidos I. Filosofía del arte y la historia*, Madrid, Taurus, 1990, p. 57).

²¹ Frente a ello, ponemos nuestro énfasis en una perspectiva ofrecida desde la imagen misma –lo que nos sitúa en el orden de cosas asumido por el icono tradicional en el sentido propuesto por Florenski–. Desde otro ángulo, el de los estudios visuales, Coccia señala que “si hay algo sensible en el universo, no es porque haya un ojo mirando las cosas. No es un ojo lo que abre el mundo, es lo sensible en sí mismo lo que abre el mundo frente a los cuerpos y frente a los sujetos que piensan” (Coccia, E. «Física de lo sensible. Pensar la imagen en la Edad Media», en Alloa, E. (ed.), *Pensar la imagen*, op. cit., p. 103). Se presenta de este modo un planteamiento central vinculado a lo que se ha denominado giro icónico, en referencia a la desconfianza y duda del individuo respecto del mundo encerrado en el lenguaje e incluso reducido a éste. Dejando de lado el marco epistémico en el que queda instalado el icono tradicional, y atendiendo –como aquí se hace– específicamente a su condición de imagen metafóricamente producida por sí misma, frente al filtro lingüístico desde el que interpretamos la realidad, la imagen icónica –en sentido general– viene a mostrarse como una irrupción de lo real no mediatizada conceptualmente, en proximidad a los planteamientos de G. Boehm, W.J.T Mitchell, H. Bredekamp o H. Belting, entre otros.

²² Se trata de un aspecto, con todo, que habría que matizar, aun cuando queda, conforme a lo expuesto, expresada la idea fundamental, relativa a la no distinción –por inexistencia de tal distinción– entre realidades sensibles e idealidades –dada la evanescencia de estas últimas–. Ahora bien, el sujeto se ve con ello obligado a satisfacer –puntualmente– su deseo mediante la necesidad de adquirir, de consumir el objeto, en último término identificable con uno mismo –la imagen proyectada en las redes sociales es un ejemplo notorio–, en lo que puede comprenderse como un acto de auto-antropofagia. Se pasa, en otros términos, de preservar el ideal –y devorarlo, en el rito, metafóricamente (lo que para la satisfacción de la libido es suficiente)–, a engullirlo en forma de cotidiano autocanibalismo.

²³ Si bien también aquí se podría dar una identificación entre la experiencia correspondiente a ambos modelos a poco que se gire de ángulo y se tome todo como mero simulacro, lo fundamental en lo que nos ocupa atañe a la exagerada estimulación del narcisismo del individuo en el modelo contemporáneo, donde el deseo regresa, necesariamente, hacia el sujeto que lo proyecta. No cabe negar, por lo demás, la concesión de poder que en el primer modelo se llega a potencialmente se puede llegar a dar por parte del sujeto hacia el órgano de control que

Conforme a nuestra forma natural de conocer, cualquier posibilidad de interacción con un estrato de nuestra identidad no definido culturalmente queda cercenada: cuanto tenemos frente a nosotros pasa a ser una proyección de nuestras seguridades –delatoras de nuestros miedos–. En este sentido, acercándonos a las imágenes con ajuste a las pautas y formas de de interpretación socialmente dadas,²⁴ no dejamos de permanecer encerrados en nosotros mismos y, con ello, de fortalecer nuestra mirada, tomada como idealidad, aun cuando esta última es todo menos eso mismo dado que la idealidad no es sino el límite al que uno se dirige –tendencia que en rigor implica, a su vez, sustraerse a un modelo cognitivo estandarizado, y una permanente negación–. Nada conoceremos, en el momento de aproximarnos a la imagen-ídolo –un ídolo que se acaba por identificar con el propio yo, a su vez reflejo de un espectro de proyecciones socioculturales– que no conozcamos ya, en contraste con una imagen tomada, ya desde su raíz –o desde una de sus raíces–, como objeto disolutivo y enteramente otro.

De acuerdo con esta alteridad, una suspensión de las mediciones convencionales²⁵, aquéllas que más nos reconfortan pero que, a su vez, más nos oprimen, se le presenta al sujeto como una salida de sí, ejercicio frente al que generalmente ofrecemos resistencia dado que implica la aceptación de un diferente modo de ver –no ensimismado–, lo que a su vez conlleva una desvinculación entre experiencia estética y placer sensorial. Advertido el objeto desde su mismidad radical, necesariamente se ofrecerá una intelección de lo real distinta de la que manejamos desde nuestras parciales aproximaciones²⁶. Este objeto podrá perfectamente causarnos repulsión,

determina la naturaleza de la imagen, pero tampoco el que en el segundo modelo, conforme al bucle generado, sea el propio individuo quien cae presa de sí, de modo tal que en el hipotético momento de alzarse contra su esclavitud no puede sino agredirse a sí mismo en tanto que origen inmediato de su frustración, a su vez devenida de la imposibilidad –que le ha sido prometida– de adquirir no la copia, sino un –así es su naturaleza– inexistente o degradado ideal.

Siendo todo ideal un límite inaccesible en tanto que ausente, la distancia que se da, en el caso del icono tradicional, entre el objeto y el sujeto, mantiene en movimiento, y preserva, la potencia del deseo.

²⁴ Recibidas por el individuo con poco margen para mostrarse crítico en su forma de mirar, conforme al bucle del que la imagen y el ojo que la mira participan, así como la apenas existencia de puntos de fuga –pues cuantos se presentan quedan, al momento, integrados en dicho circuito solipsista, o, a lo sumo, de resultar efectivos tales intentos de fuga epistémica, retiran la condición social del sujeto, tal como si dichas imágenes, como aquí se propone, se inscribiesen como dispositivos de control de una férrea religión/ideología–. Lo que aquí se plantea en su conjunto, como puede entenderse, es la idea de que una tipología de imagen como lo es la identificada con el icono ortodoxo en el contexto referido, llega a presentar más fisuras que aquellas imágenes instaladas en el circuito cerrado de la sociedad de consumo, en el sentido de que, si así puede decirse, cada uno de nosotros no dejamos de generar iconos-ídolos conforme a un doble rol activo-pasivo; esto es, asumimos a un tiempo el rol de autoridad y el de creyente.

²⁵ Mediciones de sentido reificador vinculadas con aquello que Keith Moxey relaciona con la domesticación de las imágenes (Moxey, K., «Los estudios visuales y el giro icónico», *Estudios visuales: Ensayo, teoría y crítica de la cultura visual y el arte contemporáneo*, 6 (2009), pp. 8-27.), y Jack Goody con una domesticación del pensamiento salvaje (Goody, J., *La domesticación del pensamiento salvaje*, Madrid, Akal, 2015).

²⁶ De nuevo en el sentido trabajado por Coccia y Alloa, pero también –en relación con el lenguaje– por Gadamer cuando comenta que el sujeto creador –en su caso el poeta– y el sujeto que contempla lo creado se ven sobrepasados “por lo que propiamente es” (Gadamer, H.-G., *Estética y hermenéutica*, Madrid, Tecnos/Alianza, 2006, p. 80).

Dejando de lado el plano vinculado a lo poético desde el que nos habla Gadamer, y acogiéndonos a un marco plenamente imaginal, W.J.T. Mitchell añade que “lo que las imágenes quieren, en última instancia, es simplemente que se les pregunte qué quieren, teniendo en cuenta que la respuesta muy bien puede ser «nada»” (Mitchell, W.J.T., «¿Qué quieren realmente las imágenes?», en Alloa, E. (ed.), *Pensar la imagen*, Santiago de Chile, op. cit., p. 203). Nos situamos próximos al acontecimiento como apertura, como fondo o pregunta ante el que cualquier posicionamiento subjetivo sobra, en tanto que escoria del entendimiento.

extrañeza, incomodidad, y sin embargo será capaz de cumplir, desde el aturdimiento que genera, con su función primera, que no es gustar, sino desbordar. Cuanto se espera de esta imagen es una conmoción, una contradicción, un choque devenido de un poner frente a frente –y de este modo contrastar– nuestra realidad con aquella otra no predefinida por nuestros temores y deseos. La imagen acontecimiento²⁷, aquélla que violenta las presiones del medio, aquélla que a su vez es recibida, de forma inesperada, con toda su potencia áurica²⁸, logra poner en duda el modelo epistémico del observador. Dicha imagen, así tomada, se sustrae a todo modelo cultural definido (aun quedando asentada en uno o en otro)–. Cuanto entonces surge es una pervivencia; o, en los términos de Didi-Huberman, una supervivencia²⁹.

El icono, desde su comprensión aquí priorizada como objeto que atesora un potencial disolutivo en el momento de ser contemplado por el individuo, no se ofrece como idealidad consumible y consumada, sino que denota una alteridad absoluta que, como se ha indicado, llega a tambalear la identidad de quien lo observa, posibilitando incluso con ello la función terapéutica, conocida desde tiempos remotos, atesorada por las imágenes. Desde este enfoque, aquello que se ha de buscar en la imagen es ante todo una apertura, una desubicación de la visión³⁰. Lo recién expuesto nos aproxima a la naturaleza del símbolo en tanto que objeto determinado por su permanente metamorfosis y por la imposibilidad de poseerlo³¹. Se hace, por lo

²⁷ Da igual si estética o no, en línea con los planteamientos de Boehm, Belting y Bredekamp, según recuerda Moxey, K., «Los estudios visuales y el giro icónico», op. cit., p. 15.

²⁸ Pudiéndose hablar de distintas gradaciones y conceptos de lo áurico, ya vinculado con las imágenes-luciérnaga (Didi-Huberman, G., *Supervivencia de las luciérnagas*, Madrid, Abada, 2012), ya con las expresiones originarias (Boehm, G., «Lo que se muestra. De la diferencia icónica», en Alloa, E. (ed.), *Pensar la imagen*, op. cit., pp. 29-46) o, en general, con aquellos objetos emergentes poseedores de una naturaleza próxima a lo epifánico, aun en su sentido secularizado. Didi-Huberman, en *Supervivencia de las luciérnagas*, hablará de la posibilidad de dar con fogonazos o resplandores que irrumpen en nuestra realidad, puntualmente, como testimonios o presencias de lo real.

²⁹ Relativa a aquello que Coccia, de modo próximo a Didi-Huberman, vincula con un conocimiento de territorios no iluminados, o con un saber de lo que no está ni presente ni enteramente ausente. Coccia propone, al respecto, una micro-ontología (Coccia, E., «Física de lo sensible. Pensar la imagen en la Edad Media», op. cit., pp. 87-105). Acude para ello a la filosofía árabe del medievo e incluso a planteamientos relativos a lo que Corbin explora desde la categoría de mundo imaginal (Corbin, H., *Templo y contemplación. Ensayos sobre el Islam iranio*, Madrid, Siruela, 2003). En relación con esto último, Tom Cheetham, en su estudio sobre el mundo imaginal en el autor francés, señala que “todas las cosas son imágenes, y una imagen puede ser considerada un icono sólo si nosotros mismos nos transformamos en personas *imaginales*, personas con capacidad de ver realidades *imaginales*” (Cheetham, T., *El mundo como icono*, Girona, Atalanta, 2019, p. 236). La reflexión posee el mayor interés en tanto que, dejando las evocaciones metafísicas de lado, se traslada al sujeto la posibilidad o responsabilidad de dirigir una mirada activa incluso en el marco de un mundo –precisamente por saturación de reflejos– opacado. Esta naturaleza activa de la mirada es central, dicho sea de pasada, en Goethe, asimismo influido por el sufismo persa.

³⁰ En un sentido afín a la concepción de lo abierto en Heidegger, así como, por establecer lazos, en este caso con un poeta y ensayista contemporáneo, en Hugo Mujica, en cuyo reciente estudio sobre la noción de lo abierto en el autor de *Caminos del bosque* deja escrito: “Las palabras, esas huellas de lo abierto con que apenas lo llegamos a señalar” (Mujica, H., *Señas hacia lo abierto. Los estados de ánimo en la obra de Heidegger*, El hilo de Ariadna, Buenos Aires, 2021, p. 224). Cuanto con ello se destaca es la dialéctica entre una manifestación y un ocultamiento, esto es, entre un objeto expuesto que señala hacia aquello no expuesto.

³¹ Con el fin de sintetizar el valor y la cualidad del símbolo como objeto revelador, recogemos las palabras de Gilbert Durand: “Al no poder representar la irrepresentable trascendencia, la imagen simbólica es transfiguración de una representación concreta con un sentido totalmente abstracto. El símbolo es, pues, una representación que hace aparecer un sentido secreto; es la epifanía de un misterio” (Durand, G., *La imaginación simbólica*, Buenos Aires, Amorrortu, 2003, p. 15).

Por su parte, Heidegger vincula el concepto de libertad con este salir a la claridad –en nuestro caso articulado por medio del símbolo, desde su doble función de ocultar y liberar, proteger y mostrar–: “La libertad administra

demás, preciso insistir en este punto en que cuanto interesa aquí del icono tradicional atañe específicamente a su condición de imagen de superior naturaleza óptica cuyo contacto con el sujeto se da en forma de negación, entendida desde su vínculo con la prevalencia de una perspectiva que en modo alguno debe ser reflejo de ese sujeto –dada la naturaleza abisal de la imagen– y, en consecuencia, como aquello que ha de empequeñecer radicalmente al individuo; todo ello en oposición al falso efecto de poder que la imagen no icónica genera en el sujeto.

Siguiendo la cadena de la que el objeto simbólico toma parte, hemos de comprender que el lugar liminal en el que lo sensible se desvanece define un punto de fuga capaz de alterar y dilatar nuestra percepción de lo real. Este fenómeno le resultará paradójico al individuo atrapado en el dinamismo de la cultura de masas; un sujeto confundido por la profusión de imágenes publicitarias y de autopropaganda. Frente a la mayor categoría óptica de la imagen icónica respecto del sujeto que la observa, la imagen priorizada en nuestra cultura se corresponde con una entidad sutilmente idealizada pues, al tiempo que se da como tal, resulta hecha a medida del sujeto, que a su vez proyecta sobre ella sus efímeras idealidades. En contraste con esto último, sólo una vez asumida la limitación del sujeto ante aquello que surge “a pesar” suyo hace posible la generación de la distancia que permite el desequilibrio de una concreta disposición de la mirada. De esta forma se posibilita, en paralelo, una recuperación del aura en el sentido de potencia que atrae hacia una no vislumbrada idealidad³², aun cuando ésta sea una nada.

3. Devaluación simbólica

La naturaleza de nuestros ídolos revela nuestras aspiraciones. En lo que respecta a nuestra sociedad, idolátrica en el sentido de que aquello que del símbolo tiende a tomar no es su capacidad para abrir mundo, sino meramente su imagen, advertimos que, al ritmo decidido por la economía, por los medios publicitarios y por la propaganda, encumbra sin pausa a sus dioses u objetos y de inmediato los destrona. El icono/ídolo contemporáneo, y en esto no difiere respecto del icono tradicional en estas páginas tomado como modelo de partida, remite a un ideal vinculado con el grado máximo de realidad imaginable para una cultura determinada. Aquello que se representa constituye un panteón de jóvenes y caducos dioses: Marlyn, Elvis, Maradona –por nombrar tres referentes del pasado siglo–. ¿Dioses tan perentorios como la vida del sujeto? Tan perentorios, sí, como los dioses de cada una de las civilizaciones. Según qué objeto sacralicemos –y acto seguido sacrifiquemos–, en fin, así será la naturaleza de nuestras deidades, y así nuestra propia existencia –condicionada por la fuerza de las imágenes, al lado de las cuales el lenguaje se

lo libre en el sentido de lo despejado, es decir, de lo que ha salido de lo oculto. El acontecimiento del hacer salir lo oculto, es decir, de la verdad, es aquello con lo que la libertad está emparentada de un modo más cercano e íntimo. Todo hacer salir lo oculto pertenece a un albergar, a un ocultar. Pero ocultado está, y siempre está ocultándose, lo que libera, el misterio. Todo hacer salir lo oculto viene de lo libre, va a lo libre y lleva a lo libre” (Heidegger, M., *Conferencias y artículos*, El Serbal, Barcelona, 1994, p. 29).

³² La mayor saturación ontológica del objeto respecto de la atesorada por el sujeto tiene su proyección en la significación de la luz cegadora –carente de sombra– en el icono, tal y como lo expone Uspenski: “La pintura de iconos representa las cosas como si estuvieran producidas por la luz, y no iluminadas por una fuente de luz [...]” (Uspenski, L.A., *Teología del icono*, op. cit., p. 182).

comporta poco menos que como una marioneta—. Cada uno de los personajes recién nombrados se presenta como divinidad de usar y tirar, hasta el punto de que su curvatura simbólica, además de reducida, denota tanto o más una limitación que un rebasamiento. El aura que en grado exiguo irradia de estas figuras, esto es, el elemento que dota a la imagen de doble fondo —en relación con el par idealidad/realidad—, a duras penas “sobrevive” como un rescoldo en el objeto³³. La sustitución de un plano de idealidades por realidades fundamentalmente cuantificables denota la naturaleza del icono contemporáneo, reducido ahora a **ídolo** —comprendiendo que en nuestro territorio cultural ambas entidades tienden a converger por la base—. El puente que en un modelo iconográfico tradicional vincula el objeto con su fondo de idealidad delata así el solapamiento de ambas entidades.

Frente a la idea de creación artesanal mencionada al referirnos al icono tradicional, conforme a la que se da una clara jerarquización entre el objeto³⁴ y el sujeto³⁵, en una sociedad saturada de imágenes-espejo el sujeto se configura como *sui generis* divinidad de un cosmos de igual medida que su radio de visión. A ojos de este sujeto, la realidad queda volatilizada en tanto que cobra la imagen y dimensión de uno mismo, viéndose así reducido, en última instancia, ese todo —aquello que para el individuo se identifica con la realidad— a una mera proyección de un apocado yo. Es en la representación o proyección que de sí mismo el individuo realiza en grado desmedido —en lo relativo a nuestra cultura de las redes sociales— donde mejor se advierte este ofrecimiento de uno como modelo de idealidad, esto es, como icono idolatrado y al momento sacrificado —objeto venerado y sujeto venerador coinciden, por tanto, como entidades intercambiables—. Las imágenes autoidealísticas con las que cotidianamente convivimos —seguimos pensando en los *selfies*, entendidos como objetos alegóricos— constituyen, así observado, el altar al que nos alzamos y del que al momento caemos para luego compartirnos y en último término darnos ritualmente en ofrenda. Idealidad y realidad se solapan, según se ha señalado, dada la hipertrofia del yo y dado el rechazo a asumir territorios vacíos de significación —fracturas, abismos— desde los que se impone una suspensión de sentido fijada al concepto de acontecimiento. De negarse esta fractura del orden de realidad, de la imagen y del lenguaje, nuestra visión del mundo resultará, necesariamente, especular. El icono de la cultura de masas, conforme a su ser **idolátrico**³⁶, no deja de representar un efímero objeto a la medida del ideal del creador, del observador —a menudo coincidente con el creador, tenido como sujeto que hace de su exhibirse su modo de interacción con el mundo—, y del marco de cultura sobre el que se asienta la

³³ Thomas Crow, en las páginas del trabajo referenciado en la bibliografía, apunta, en alusión a las pinturas que Warhol hace del rostro de Marlyn, además de a una rearticulación del culto a la diosa, a los fondos cromáticos que quedan tras la actriz, y que vienen a cumplir con la función de una nueva revisión del aura de las pinturas icónicas tradicionales. (Crow, T., *Modern Art in the Common Culture*, USA, Yale University Press, 1996, pp. 51, 53). En el caso de, por ejemplo, la figura de Elvis —aún en referencia a la obra de Warhol—, el patrón se reitera, siendo de interés, por tanto, un acercamiento al modelo como deidad encarnada y, conforme al curso del mito, sacrificada.

³⁴ Un objeto que, en la tradición iconológica, ya desde la época de la Querrela, se considera que no se venera, sino que se respeta —tal es su distancia respecto del sujeto—.

³⁵ Según se ha dicho, aun cuando la imagen no deja de ser un objeto ideológicamente configurado, aquello que se desea recalcar es la idea de una reducción de la envergadura del sujeto respecto de una realidad-otra.

³⁶ Con ello no dejamos de poner el acento, claro está, en una disposición de la mirada, si bien ha de comprenderse que esta última, con acuerdo a premisas fenomenológicas, queda determinada por la fisionomía de las propias imágenes, al tiempo que por el marco interpretativo/epistemológico en el que se asientan.

imagen. Si bien ambos modelos –icono tradicional y contemporáneo– no dejan de funcionar como dispositivos de control que operan con las demandas pulsionales del sujeto, la capacidad que en el segundo caso el sujeto posee para adquirir duplicadas idealidades necesariamente deriva en una alabanza de la propia identidad.

4. Consideraciones finales

El horizonte áurico se ofrece en el icono/ídolo moderno desde su identidad con un objeto no tenido como línea de fuga, sino más bien como obsolescente –y aprehensible– idealidad. Se trata de un fenómeno expuesto, con su habitual agudeza, por Warhol medio siglo atrás. Idealidad y materialidad, en sus creaciones, se nivelan no para apuntar a una realidad no definible ni aprehensible, sino a una accesible y al alcance de cualquiera. Querámoslo o no, comprendiendo todo ello desde los presupuestos aquí señalados, la lata de tomate Campbell presentada por el artista expone y celebra de modo inmejorable las cualidades o atributos del símbolo moderno precisamente dada su caducidad, dado su inminente vaciamiento, dada su reproductibilidad –tantos dioses como latas, tantos dioses como hombres–. La idealidad del objeto, para bien y para mal, se evidencia como dios caído en tierra, y aun cuando aquí es también la tradición aquello sobre lo que queda fundamentado el sentido de la imagen³⁷, a un tiempo es expresado el cíclico vaciarse de la mirada. La intuición de Warhol, en suma, participa de una sutileza dialéctica digna de la mejor tradición escolástica³⁸, haciendo de su trabajo una expresión agudísima de la forma y sensibilidad de nuestro imaginario.

Entre el icono tradicional y el icono/ídolo moderno se da tanto una asimetría como una similitud, por de pronto, en el hecho de que aquello que determina el sentido del objeto representado –o presentado una y otra vez– es la esfera de idealidad última con la que éste nos relaciona. Lo áurico define la naturaleza de lo sacro –también en su sentido secularizado– para una u otra sociedad, en nuestra época orientado a su consumo inmediato. El establecimiento de un vínculo entre dos objetos en principio diferentes como el icono tradicional y el icono/ídolo contemporáneo lleva a reparar con la mayor nitidez en la membrana que disocia y, a un tiempo, articula ambas expresiones. Situar ambos objetos uno en relación con el otro ha permitido apreciar realidades que definen nuestro estar en el mundo. En el caso del icono tradicional, su ser –presencia y ausencia– rebasa de su marco de realidad e ilumina, dada la distancia evidenciada, una negatividad, tal como se presenta, una vez rearticulado el fenómeno –o, sin más, adaptado a un distinto modelo cultural–, en la obra de

³⁷ En forma de evangélico mensaje publicitario.

³⁸ La palabra recibida por el fiel en la tradición religiosa es de la misma sustancia que la palabra del anunciante –asimismo recibida por el fiel– en la religión publicitaria.

Malévich³⁹, definiéndose a su vez un punto de encuentro con la estética conceptual⁴⁰. En el caso del icono/ídolo contemporáneo, y en lo relativo a su paroxístico estado, el objeto acaba por perder su cualidad de idealidad –o la reduce a su más exigua proporción– en el instante en que el oxígeno que debiera envolver al objeto se condensa y confunde con su materialidad. El imaginario presente, en este sentido, a la hora de mostrar campos de energía, radiaciones –así podemos comprender también el aura–, tiende a hacer de dicho concepto –el aura– un agónico rescoldo o a lo sumo el humo que de él se eleva.

Referencias bibliográficas

- Alloa, E. (ed.), *Pensar la imagen*, Santiago de Chile, Metales pesados, 2020.
- Alloa, E. «Entre transparencia y opacidad: lo que la imagen da a pensar», en Alloa, E (ed.), *Pensar la imagen*, Santiago de Chile, Metales pesados, 2020, pp. 11-25.
- Alloa, E. «De la idolología. Heidegger y la arqueología de una ciencia olvidada», en Alloa, E (ed.), *Pensar la imagen*, Santiago de Chile, Metales pesados, 2020, pp. 107-130.
- Belting, H., *Faces. Una historia del rostro*, Madrid, Akal, 2021
- Benjamin, W., *Discursos interrumpidos I. Filosofía del arte y la historia*, Madrid, Taurus, 1990.
- Boehm, G., «Lo que se muestra. De la diferencia icónica», en Alloa, E (ed.), *Pensar la imagen*, Santiago de Chile, Metales pesados, 2020, pp. 29-46.
- Cheetham, T., *El mundo como icono*, Girona, Atalanta, 2019.
- Coccia, E., «Física de lo sensible. Pensar la imagen en la Edad Media», en Alloa, E (ed.), *Pensar la imagen*, Santiago de Chile, Metales pesados, 2020, pp. 87-105.
- Corbin, H., *Templo y contemplación. Ensayos sobre el Islam iranio*, Madrid, Siruela, 2003.
- Crow, T., *Modern Art in the Common Culture*, USA, Yale University Press, 1996.
- Didi-Huberman, G., *Supervivencia de las luciérnagas*, Madrid, Abada, 2012
- Durand, G., *La imaginación simbólica*, Buenos aires, Amorrortu, 2003.
- Florenski, P., *La perspectiva invertida*, Salamanca, Sígueme, 2005.
- Florenski, P., *El iconostasio. Una teoría de la estética*, Salamanca, Sígueme, 2016.
- Gadamer, H.-G., *Estética y hermenéutica*, Madrid, Tecnos/Alianza, 2006.
- Gómez de Liaño, I., *Filosofía y ficción*, Málaga, EDA, 2020
- Goody, J., *La domesticación del pensamiento salvaje*, Madrid, Akal, 2015.
- Grabar, A., *La iconoclastia bizantina*, Madrid, Akal, 2012.
- Groys, B., *Obra de arte total Stalin*, Valencia, Pre-textos, 2008.
- Heidegger, M., *Conferencias y artículos*, Barcelona, Ediciones del Serbal, 1994.
- Mitchell, W. J. T., «¿Qué quieren realmente las imágenes?», en Alloa, E (ed.), *Pensar la imagen*, Santiago de Chile, Metales pesados, 2020, pp. 179-203.

³⁹ Natalia Timoshenko, en el prólogo al *Iconostasio* de Florenski, señala reveladoramente que: “una de las posibles lecturas [de los campesinos sin rostro presentados por Malévich] podría tener que ver con la interpretación del rostro como «símbolo de lo que hay de divino en el hombre» (J. Chevalier, *Diccionario de símbolos*, Herder, Barcelona 2007, 495), de modo que los campesinos sin rostro representan un mundo nuevo en el que el régimen totalitario comunista ha suprimido a Dios [por paradójico que acaso resulte, en lo referente a la supresión de Dios por «lo que hay de divino en el hombre»] y trata de formar un hombre emancipado” (Florenski, P., *La perspectiva invertida*, op. cit., p. 16), que asimismo, añadimos ahora sobre la indicación de la autora, queda libre, desde su alianza o identificación con una negación, de las cadenas de ese mismo régimen autoritario.

⁴⁰ Tomando por tanto al artista ruso como autor protoconceptual.

- Moxey, K., «Los estudios visuales y el giro icónico», *Estudios visuales: Ensayo, teoría y crítica de la cultura visual y el arte contemporáneo*, 6 (2009), pp. 8-27.
- Mujica, H., *Señas hacia lo abierto. Los estados de ánimo en la obra de Heidegger*, Buenos Aires, El hilo de Ariadna, 2021.
- Uspenski, L.A., *Teología del icono*, Salamanca, Sígueme, 2013.