

# LAOCOONTE

REVISTA DE ESTÉTICA Y TEORÍA DE LAS ARTES

Nº 9 · 2022 · ISSN 2386-8449

---

## UT PICTURA POESIS

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

---

## PANORAMA: IMÁGENES, ACCIÓN Y PODER

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

---

## CONVERSANDO CON

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

---

## TEXTO INVITADO

El acto icónico, **Horst Bredekamp**

---

## ARTÍCULOS

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

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

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

La imagen apostrófica. Un ensayo de iconomitología

La imagen en la contemporaneidad del museo

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

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

---

## RESEÑAS

---

EDITA

**SEyTA.**  
SOCIEDAD ESPAÑOLA  
DE ESTÉTICA Y TEORÍA DE LAS ARTES

---

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

## COORDINACIÓN EDITORIAL

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

## SECRETARÍA DE REDACCIÓN

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

## COMITÉ DE REDACCIÓN

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

## COMITÉ CIENTÍFICO INTERNACIONAL

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

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

## DIRECCIÓN DE ARTE

**El golpe. Cultura del entorno**

## REVISIÓN DE TEXTOS

**Antonio Cuesta**



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

EDITA

# SEyTA.

SOCIEDAD ESPAÑOLA  
DE ESTÉTICA Y TEORÍA DE LAS ARTES

CON LA COLABORACIÓN DE

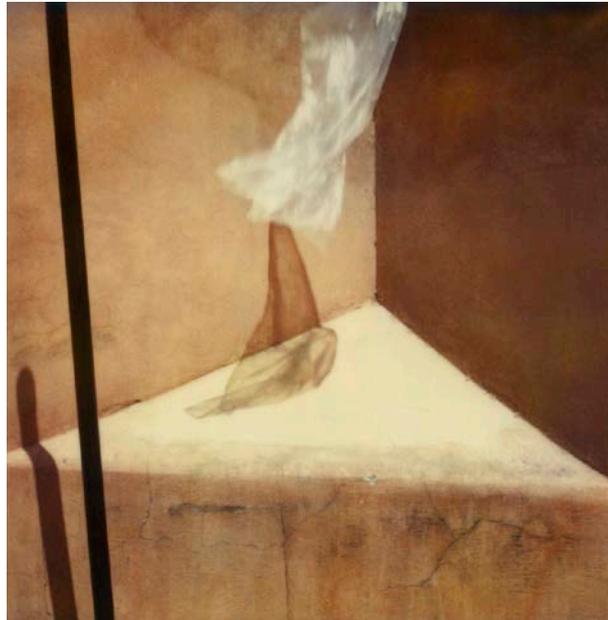


LAOCOONTE aparece en los catálogos:



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

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



# LAOCOONTE

REVISTA DE ESTÉTICA Y TEORÍA DE LAS ARTES

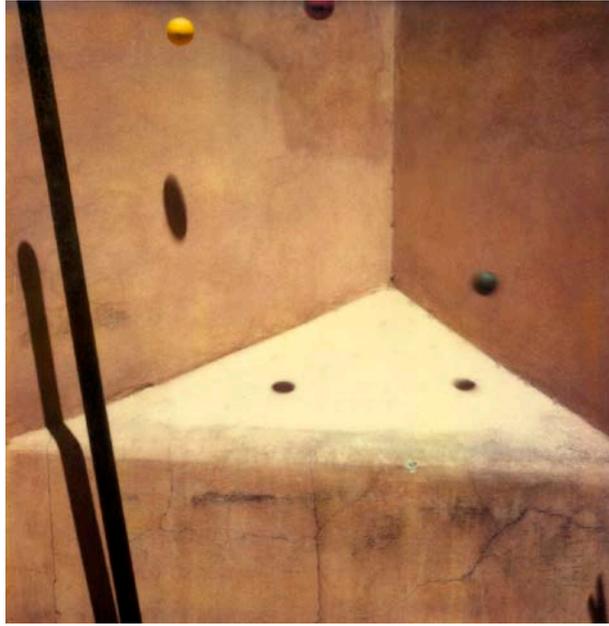
Nº 9 · 2022

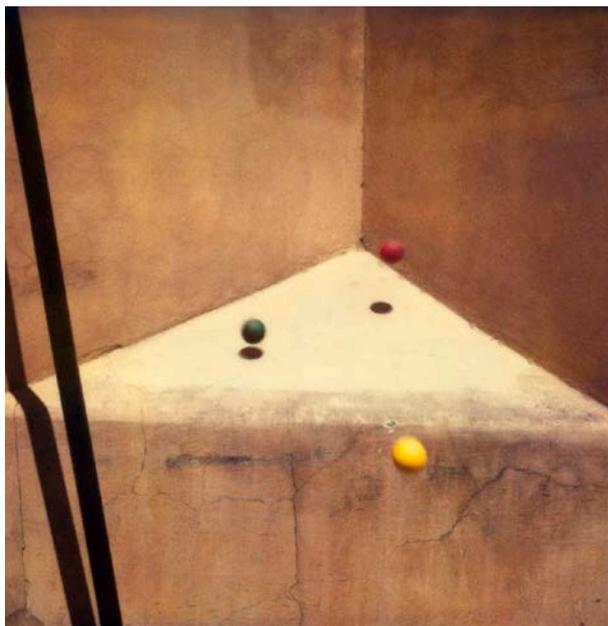
PRESENTACIÓN .....	7
UT PICTURA POESIS .....	9
<i>The Interzone</i> , <b>Marco Barbon</b> .....	11
Imágenes de <i>Laocoonte</i> n. 9, <i>Cronotopie</i> , <b>Marco Barbon</b> .....	35
PANORAMA	
IMÁGENES, ACCIÓN Y PODER .....	37
Imágenes, acción y poder. La pregunta por las formas de agencia de la imagen,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

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

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

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





## LOCOONTE

PANORAMA: IMÁGENES, ACCIÓN Y PODER  
Ana García Varas, Sergio Martínez Luna (Coordinadores)



## Imágenes, acción y poder. La pregunta por las formas de agencia de la imagen

Ana García Varas\* y Sergio Martínez Luna\*\*

La multiplicación de imágenes a nuestro alrededor que ha tenido lugar en las últimas décadas ha producido nuevas formas de comportamiento que se apoyan y se desarrollan en la imagen, posibilitando que, de manera cada vez más frecuente, pensemos, transmitamos y, sobre todo, hagamos cosas en y con imágenes. Tal y como se ha puesto de manifiesto de manera clara en los años de pandemia, la presencia de la imagen no cesa de crecer no solo en nuestra comunicación, sino en nuestro mismo acceso a lo real. Más allá de la consabida industria del entretenimiento y de las omnipresentes redes sociales, las imágenes han asumido una multitud de nuevas funciones, imbricándose en nuestra vida cotidiana de maneras hasta hace poco insospechadas y dando forma a numerosas nuevas conductas que se sostienen en ellas. Lo icónico, asimismo, toma el espacio público y parece adquirir movimiento propio, empujándonos en muy distintas direcciones: las imágenes seducen, cambian nuestra forma de ver el mundo y sin duda nos movilizan. De esta manera, aparecen tanto por un lado formas de acción cuyo objetivo central es su conversión en imágenes o la producción de su propia representación icónica (desde viajes turísticos a atentados terroristas que buscan eminentemente su propagación icónica), como por otro lado imágenes poderosas que nos mueven a la acción, como es evidente en la propaganda, en las luchas iconoclastas –que destruyen la imagen precisamente ensalzando su poder– o en todas las acusaciones de manipulación o idolatría que suscita el ámbito de lo icónico. Así, las imágenes han estado históricamente vinculadas al poder: pero no solo lo reflejan y permiten su expansión, sino que también, pareciendo *cobrar vida*, lo encarnan y lo ejercen. Y es esta «vida aparente» de la imagen la que provoca desde hace siglos tanto fascinación como recelo y desconfianza. De esta forma, desde las luchas bizantinas y los numerosos debates religiosos sobre la imagen a la popularización de la imagen digital, las imágenes han sido tanto por un lado criticadas y temidas como ídolos poderosos y posibles manipuladoras, como por otro lado despreciadas por trivializar la cultura, la figura divina o aquello que debería permanecer irrepresentado – desde lo sublime al sufrimiento ajeno.

\* Universidad de Zaragoza, España [anagar@unizar.es](mailto:anagar@unizar.es) Este trabajo se integra en los resultados del proyecto de investigación *Materias de la imagen (Picture Matters, PID2021-122762NB-I00, 2022-2025)* y es consecuencia asimismo de la labor del proyecto *Imágenes, acción y poder: agencia icónica y prácticas de la imagen contemporánea (FFI2017-84944-P, 2018-2021)*.

\*\* Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED), España [sermarti@fsf.uned.es](mailto:sermarti@fsf.uned.es)

Ya sea entonces desde la admiración ante la imagen o desde el miedo a sus efectos se reconoce un poder específico a lo icónico, un poder que hace patente la atracción que las imágenes ejercen y el hecho de que, por tanto, nuestra relación con ellas está lejos de ser meramente instrumental, según un modelo en el que la imagen sería una simple herramienta a nuestra disposición. De acuerdo con ello, parece claro que en una sociedad inundada de imágenes, como se repite desde hace al menos dos décadas y media, el poder de lo icónico es un elemento de reflexión básico para entender cómo nos movemos y cómo articulamos nuestra sociedad. Ahora bien, sería un error atribuir este poder de la imagen exclusivamente a su abundancia actual, a la proliferación de imágenes en nuestro entorno o al desarrollo de las tecnologías de reproducción y transmisión de imágenes. El poder de la imagen no solo depende de su multiplicación, sino especialmente de aquello que Gotfried Boehm ya en los años setenta llamaba la potencia de la imagen, su *Überschuss* o su inagotabilidad, desde la que surge la iconicidad y su forma específica de significar (Boehm 1978). Esa potencia, que ha recibido muy distintos nombres a lo largo de los últimos treinta años en el llamado giro icónico de las ciencias humanas, es la que nos atraería en las imágenes actuales, pero, asimismo, define imágenes muy anteriores a nuestra sociedad icónica.

Las imágenes, como artefactos producidos por el ser humano, no son desde luego organismos vivos independientes –y esta es una idea clave que, a pesar de las sugerentes metáforas acerca de la animación de la imagen, es irrenunciable para una teoría de la acción icónica–, pero sin embargo imponen una presencia particular que parece ir a más allá de la mera transmisión de intenciones ajenas. Tal presencia, su potencia en palabras de Boehm, es la que nos acecha y nos afecta y la que produce el tipo de experiencias abrumadoras ante las imágenes que mueven a la acción, como aquellas que James Elkins describe en su libro *Imágenes y lágrimas: una historia de la gente que ha llorado frente a pinturas* (Elkins 2001). De acuerdo con todo ello, las cuestiones acerca de la relación de acción e imagen y acerca del poder de lo icónico y, en definitiva, acerca de una pragmática de la imagen entendida en sentido amplio, han cobrado una especial relevancia en los últimos años. Con ello no se trataría únicamente de abordar la complejidad de usos de las imágenes (¿cómo las manipulamos?, ¿cómo las utilizamos?) dentro de una teoría de la práctica icónica, sino, asimismo, de comprender dicha potencia de la imagen, sus capacidades y sus límites.

En esta línea, la investigación reciente sobre las imágenes se ha visto transformada: así, si la pregunta que instauró el giro icónico en los años noventa y que dio lugar tanto a los estudios de la ciencia de la imagen alemana (*Bildwissenschaft*) como a los estudios visuales anglosajones era «¿qué es la imagen?» –con el título del libro de Boehm de 1994 *Was ist ein Bild?*– y en los primeros años dos mil la pregunta central fue «¿cómo crean sentido las imágenes?» –de nuevo con la obra de Boehm, en este caso de 2007, *Wie Bilder Sinn erzeugen?* – acerca de las condiciones semánticas de la imagen, podemos decir que en la última década la pregunta por sus formas de acción, «¿qué hacen las imágenes?», se ha convertido en una de las más urgentes en nuestro contexto.

En respuesta entonces a estas preocupaciones han aparecido en los últimos años importantes estudios en este ámbito<sup>1</sup>. Por un lado, tenemos dos obras sin duda clave en el giro icónico que abordan y discuten esta cuestión buscando definir primeramen-

1 Para un desarrollo más amplio de todas estas ideas ver García Varas, A. (2019): «Imágenes, agencia e intencionalidad. Modelos alternativos para una acción estética».

te el rol activo de la imagen en la acción icónica: el libro *What Do Pictures Want? The Lives and Loves of Images* (2005) de W.J.T. Mitchell, dentro de los estudios visuales, y *Theorie des Bildakts* (2010) de Horst Bredekamp desde la ciencia de la imagen alemana. Por otro lado, tenemos así mismo las teorías pragmáticas de la imagen planteadas por autores como Søren Kjørup o Klaus Sachs-Hombach (Kjørup 1978, Sachs-Hombach 2016a y 2016b). Las teorías pragmáticas tienen como objetivo reformular las estructuras planteadas para el ámbito del lenguaje en la teoría de los actos de habla para adaptarlas a la imagen y siguen por tanto muy de cerca el modelo verbal. Es precisamente esta cercanía íntima con el lenguaje y la frecuente subordinación de lo icónico a lo verbal la que constituye el primer y más claro objeto de crítica en estos modelos, ya que, tal y como han enfatizado autores como John Michael Krois o el propio Horst Bredekamp (Bredekamp 2010, Krois y Bredekamp 2011), esta subordinación hace perder de vista y olvidar en buena medida los modos en que las características propias de las imágenes conforman específicamente la acción. Asimismo, y como seguidoras de la pragmática tradicional, estas posiciones acentúan la función en dicha acción de quien crea la imagen, enfatizando únicamente la productividad y el hacer humanos y arrinconando otras capacidades y formas de interacción con los objetos e imágenes a su alrededor (Krämer 2005).

En oposición explícita a las teorías anteriores, tanto Bredekamp como Mitchell tienen como referente el trabajo de David Freedberg *El poder de las imágenes* (Freedberg 1989), en el que el autor planteaba una pregunta fundamental: ¿qué hacen las imágenes con nosotros? Y señalaba al respecto: «Debemos considerar no solo los síntomas y el comportamiento del espectador, sino también la efectividad, la eficacia y la vitalidad de las imágenes en sí mismas, no solo lo que hacen los espectadores, sino también lo que parecen hacer las imágenes» (Freedberg 1989, p. xxii). En consonancia con ello, Mitchell y Bredekamp trasladan el énfasis de la acción a la imagen. Tal y como Bredekamp indica literalmente: «las imágenes no son receptores pasivos, sino creadoras de experiencias sensibles y de comportamientos» y acciones, dado que poseen una «fuerza generativa» que produce, en el acto de imagen, un efecto «en la sensibilidad, el pensamiento y la acción» del espectador. En esta misma línea, Mitchell (2005) decide tomar a las imágenes como entes animados con sus propios deseos y necesidades, oponiéndose así a la idea de que las imágenes son únicamente signos que han de ser interpretados, y, utilizando un amplio registro de perspectivas teóricas, discute lo que llama «la vida de las imágenes» en un dilatado campo de estudio.

La obra de Horst Bredekamp (2010) sobre los actos de las imágenes ha tenido una considerable influencia en distintos ámbitos como son la historia del arte, la historia o los estudios de la cultura alemanes (Paul 2010), tanto a través de sus publicaciones como a través de sus amplios proyectos de investigación *Bildakt und Verkörperung* o *Bild, Wissen, Gestaltung*. Bredekamp aborda las imágenes analizando el tipo de actos o gestos que producen y llama la atención sobre su capacidad conformadora. Así, haciendo hincapié en la mencionada «fuerza generativa» icónica, establece una tipología de los actos de imagen y realiza con ella un amplio análisis de la historia de las imágenes, mostrando cómo las mismas mueven a la acción y tienen efectos concretos en quienes las observan y en lo real. De manera explícita, Bredekamp indica que su teoría de los actos de imagen pretende, respecto a la teoría de los actos de habla, situar a la imagen en el lugar del hablante, de quien ejerce efectivamente la acción, a diferencia de las teorías pragmáticas de la imagen que pretenderían colocar a la imagen en el lugar de

la palabra. Esta posición acerca de la agencia de la imagen ha sido el núcleo de importantes críticas que su obra y su planteamiento han recibido desde la publicación de su libro en 2010, críticas que por otro lado el propio Bredekamp anticipaba y que en gran parte de los casos ha compartido con las propuestas de Mitchell y de Freedberg (a este respecto ver Danto 1990 o Wiesing 2013). De entre dichas críticas, la objeción más notable es la que acusa a dichas obras de defender una forma de animismo (Hornuff 2012, Rauterberg 2010) en la que las imágenes son tratadas como seres con «vida» o «deseos» propios (otras críticas relevantes hacen referencia a la antropomorfización de las imágenes en esta perspectiva o a su descontextualización histórica, Treiber 2020). En un debate abierto, en el que han participado también miembros de los proyectos de investigación liderados por Bredekamp –haciendo hincapié ellos, por un lado, en que el proyecto de este tiene una manifiesta vocación ilustrada y, por otro, cuestionando que las fronteras entre lo estrictamente racional y lo mítico en el origen del sentido sean tan nítidas (tal y como hacen, acudiendo a las obras de Benjamin, de Warburg o de Cassirer, Freyberg y Blühm 2014)–, en el año 2015 Bredekamp publicó una nueva edición de su libro, con el título reducido de *Bildakt* (Acto icónico), en el que renunciaba a la pretensión de presentar una teoría completa y declaraba que concebía la noción de acto icónico como una «hipótesis científica».

Por su parte, la aproximación de Mitchell a la vida de la imagen se orienta a entender de manera productiva las paradojas que surgen cuando se la toma como una forma de vida y al mismo tiempo como artefacto producido por el ser humano (pero también, cabe señalar, por otros seres vivos y por máquinas). El poder taumatúrgico de la imagen, su capacidad para obrar prodigios y encarnar aquello que representan, persiste más allá de los territorios de lo religioso. El proyecto de una iconología crítica significa, para Mitchell (1995), tomarse en serio las imágenes con el objetivo de estudiarlas desde las articulaciones variables que se despliegan en los encuentros entre su vitalidad y las expectativas que tienen quienes las miran e interactúan con ellas en situaciones concretas. En la entrevista que se incluye en este número de la revista *Laocoonte* Mitchell lo expresa con claridad al señalar que para la pregunta de qué quieren las imágenes no existe una respuesta unívoca: «primero enséñame la imagen a la que quieres interrogar y después podemos hablar sobre lo que quiere». La capacidad de las imágenes para actuar de forma autónoma, desidentificándose de los propósitos de sus creadores y de las obligaciones de las que son objeto, pone en cuestión tanto la idea del significado anclado en la intencionalidad como la de que aquel se revela con el estudio del contexto cultural, histórico e ideológico en el que aparecen y son recibidas. Las imágenes siguen actuando más allá de ambos marcos, de maneras muy diversas y no necesariamente previstas, por lo que reclaman ser comprendidas más allá, o más acá, de sus funciones representativas. De ahí el retorno de la noción de presencia en el análisis cultural diagnosticado por pensadores tan distintos como Boehm o Keith Moxey (2015) o de la resistencia al significado que alimenta la vitalidad de la imagen. Para Mitchell, estos desplazamientos, lejos de ser descartados como una recaída en la irracionalidad supersticiosa, exigen un análisis de los modos en los que las imágenes parecen cobrar vida, convirtiéndose en entes animados con deseos, anhelos e instintos propios. La idea de que para entender las imágenes no basta solo con remitirlas a sus significados las sitúa, ha insistido Mitchell, en una posición paradójica que nos conduce no solo a reconocer su poder sino también su impotencia, el hecho de que tienen, en efecto, significado, pero que también se resisten a este (y acaso no tienen ninguno), que

quieren poder precisamente porque no disfrutan de él (y acaso ni siquiera saben cómo reclamarlo), que no están vivas ni son seres independientes, pero parecen tomar una vida autónoma que se impone como una presencia refractaria a intenciones y diseños ajenos. Lejos de aspirar a dar por resueltas tales paradojas, resumidas por Mitchell como la doble consciencia que rodea a las imágenes —es decir, no creer, en realidad, que las imágenes quieran o puedan querer algo, pero comportarnos como si de hecho lo creyéramos—, será más fructífero en su opinión mantenerlas en tensión.

Asimismo, y, por otro lado, estas ideas conectan el debate sobre la relación de imágenes y acción con el desarrollado en el contexto de las teorías de la cultura material acerca de las formas de agencia de las cosas, desde la obra de Alfred Gell *Art and Agency* (1998) o la de Bruno Latour a los más recientes trabajos realizados al respecto desde la antropología, la arqueología o los nuevos materialismos (como los de Lambros Malafouris o Tim Ingold). Tales investigaciones plantean de distintas maneras interrogantes acerca de cuestiones centrales para comprender las prácticas icónicas como son, entre otras, la definición de la noción de agencia, la relación y los límites entre animismo y racionalidad, la dialéctica entre presencia y representación simbólica o las formas de intencionalidad en la acción. Además, y de manera especial, estas posiciones ponen en relación directa la problemática de la acción icónica con la cuestión clave de la materialidad de la imagen, fundamental para comprender tanto el lugar de la misma en el contexto amplio de la cultura material como para entender las transformaciones actuales de las imágenes en nuestra sociedad (dentro, entre otros, de los procesos de digitalización y de pretendida desmaterialización contemporáneos) y los cambios que estas traen consigo en nuestras prácticas.

En este contexto, este número de la revista *Laocoonte* ha querido dar cabida a las distintas posiciones que reflexionan sobre las múltiples formas de acción y de poder asociadas hoy día a las imágenes. Por un lado, participan en él como invitados tanto Horst Bredekamp como W.J.T. Mitchell: el primero de ellos, con un texto invitado en el que presenta y describe las características esenciales de su noción de acto icónico (*Bildakt*) y el segundo, en una entrevista dentro de la sección *Conversando con* que fue realizada entre los meses de junio y agosto de 2022. Por otro lado, la sección *Panorama: Artículos* se nutre de un amplio número de contribuciones presentadas a la convocatoria de este número que abordan, desde la multiplicidad de perspectivas teóricas actuales y a partir de muy diversas prácticas de la imagen, las complejas relaciones entre la acción y lo icónico.

Dentro de la sección *Conversando con*, la entrevista a Mitchell refleja su preocupación por las derivas hacia la violencia política en Estados Unidos, que no son ajenas a las formas en que el poder de la imagen es cooptado para producir y hacer proliferar la desinformación o, simplemente, las mentiras descaradas. Pero también aparece en esta conversación la cuestión clave de la agencia, digamos icónica, que para este teórico siempre es relacional, dinámica e incardinada en situaciones reales. La pregunta por la agencia se reformula como una pregunta por el qué hacen, o son capaces de hacer, las imágenes. El qué quieren las imágenes requiere ahora una aproximación orientada a la acción icónica, a sus condiciones, facultades y alcances. La agencia no solo remite a alguna forma de captura o cautivación porque en cuanto que su naturaleza es relacional puede desplegar otras modalidades de efectividad de la imagen y, por tanto, otras formas de implicar e interpelar a sus espectadores y usuarios distintas a aquellas. Sean estas las que sean, hay que subrayar que se encuentran articuladas con los imperativos,

constricciones y posibilidades de las tecnologías digitales, que sitúan la cuestión de la visión de las máquinas, tramada entre la vigilancia, el espectáculo y la automatización, como una cuestión clave para el análisis de la imagen y de la cultura visual contemporáneas. Esto no quiere decir, como advierte Mitchell y como estudian algunos de los artículos incluidos en ese número, que las imágenes de otras épocas y culturas hayan carecido de agencia y de poder.

Dentro de *Panorama: Texto Invitado*, se recoge la contribución de Horst Bredekamp *Acto icónico*, un texto que, creemos, presenta muy ajustadamente su posición y sus líneas de investigación. En él Bredekamp describe por un lado el concepto de acto icónico y el contexto teórico en el que lo plantea, así como las diferentes formas principales del mismo: el acto icónico esquemático, el acto icónico sustitutivo y el acto icónico intrínseco. Esta clasificación le permite además investigar espacios fundamentales de acción de las imágenes, dando cuenta de sus maneras particulares de efectividad: de esta manera, explora aspectos como el carácter ejemplar de las imágenes, la conexión de imágenes y terror (por la que se destruyen imágenes como si fueran personas y se asesinan personas para convertirlas en imágenes), la práctica del castigo a las imágenes o la reflexión sobre sí que producen los elementos formales de la imagen. Por otro lado, Bredekamp reflexiona sobre los límites del acto icónico, sobre su posible reducción a lo humano (una reducción que él niega) o al mundo configurado y artificial. Finalmente, pone en relación esta noción de acto icónico tanto con ideas como con obras relevantes de la historia del pensamiento filosófico, de Aristóteles, Lucrecio o Leibniz al enactivismo o la filosofía de la corporeización (*Verkörperung*), para hacer hincapié en la idea clave de que el acto icónico insiste y conserva «una tensión recíproca con lo que se nos acerca».

La sección *Panorama: Artículos* incluye una serie de trabajos que recogen estas preocupaciones desde una amplia variedad de perspectivas. Mateo Belgrano hace una aproximación a la agencia de la imagen que pone en juego muchas de las cuestiones a las que nos hemos venido refiriendo en esta introducción. A partir de una lectura de la teoría del acto icónico de Horst Bredekamp analiza el problema de la agencia y su condición relacional. De este modo, se pregunta por la pervivencia de la intencionalidad de las personas creadoras, diseñadoras, artistas en ese marco relacional, con respecto al poder o la vida de la imagen y los actos de quienes reciben las imágenes. La propuesta es que, para dar cuenta de este juego de relaciones y evitar conceder a alguno de esos polos una suerte de preeminencia o soberanía sobre los demás, puede acudir al modelo de la voz media. Esta voz, presente en lenguajes como el griego, el hebreo o el sánscrito, perfila un tipo de agencia que, determinada entre lo pasivo y lo activo encuentra su eficacia en una ambigüedad que coloca a los sujetos y a las imágenes como partícipes de una situación que nunca pueden dominar completamente. Es lo que Belgrano denomina la mediopasividad de la imagen, con el fin de caracterizarla como paciente y agente al mismo tiempo.

Por su parte, el artículo de Roger Ferrer Ventosa es un ejemplo de que la vitalidad de la imagen no es solo, como apuntábamos más arriba, un tema propio de la teoría de la imagen y de la cultura visual contemporánea. Ferrer Ventosa aborda la cuestión de la estatua que cobra vida remontándola a la estatuaria medieval y articulándola tanto con los discursos sobre la imagen provenientes de la tradición de la teología cristiana como con las manifestaciones artísticas de la época. Además, mostrando como este motivo es recurrente en distintos momentos, formas de hacer y discursos sobre la agen-

cia icónica, también analiza su presencia en la cultura visual posmoderna. Cercano también al problema de la agencia y de la iconoclasia está el artículo de Inmaculada Murcia Serrano. Partiendo de la subasta de una pintura de Bansky que fue destruida en el momento de la puja, Murcia Serrano hace una reflexión sobre la vida que cobra la imagen en ese proceso, sobre un peculiar retorno de la sensibilidad y las prácticas iconoclastas y sobre los imperativos de institucionalización, mercantilización y fetichización de los objetos de arte en nuestras sociedades. Estas tendencias se enlazan, y a la vez friccionan, con las poéticas del arte conceptual orientadas a la desmaterialización del objeto artístico.

Carlota Fernández-Jáuregui Rojas hace un ejercicio de lectura comparada entre imágenes de tiempos y contextos muy distintos para elaborar el concepto de imagen apostrófica, que le permite reflexionar a su vez sobre las relaciones entre medios verbales y visuales. El gesto abordado es, en concreto, el de levantarse las faldas, que aparece en una célebre secuencia de la película *Viridiana*, pero que ya está presente en esculturas jonias del siglo IV. Los mitos sobreviven transmitiéndose a través de procesos iconológicos que tejen redes sintácticas y argumentales. La pervivencia de este gesto a lo largo de un arco temporal tan amplio señala, para la autora, una misma forma de gestualidad atávica que liga la obscenidad femenina a la risa dentro de contextos sagrados y místicos. Se trata de un gesto-imagen apostrófico en cuanto que supone tanto un cambio de registro en el discurso, como una salida del espacio enunciativo y una ruptura visual dentro de un espacio icónico.

Mario Rodríguez-Hernández ubica las inquietudes y líneas teóricas ligadas a la presencia y al poder de la imagen en el contexto de las políticas expositivas del museo de arte contemporáneo, atendiendo especialmente a las consideraciones de Jacques Rancière sobre el destino de las imágenes. Esto le sirve para cuestionarse precisamente el concepto de contemporaneidad sobre el que se articula el discurso museístico y las condiciones de experiencia estético-artística que este propone. En su artículo, José Joaquín Parra Bañón aborda de nuevo la cuestión de la iconoclasia, en esta ocasión desde el punto de vista de la literatura. Entiende a esta como una forma de hacer que combina la decreación y la recreación. En un momento en el que el influjo del giro visual está desplazando a la literatura como medio privilegiado para la producción y colonización de los imaginarios, la escritura de autores como Gabrielle Wittkop y Juan Rodolfo Wilcock muestra las posibilidades de la contaminación entre géneros y medios, entre representaciones verbales, textuales y visuales, desde una concepción productiva de iconoclasia que viene a señalar los límites de la significación.

La agencia de la imagen también es la de la su supervivencia a través de contextos históricos, culturales y mediales a los que trasciende. La sección *Panorama: Artículos* se cierra con la contribución de Patricia García Gómez. Atendiendo a motivos como los de la imagen digital y la obra de Daniel Canogar, su artículo se aproxima al problema de la temporalidad en una época, la nuestra, en la que abundan las proclamaciones del fin de la historia y de lo político. Esta clausura es, no en último lugar, una clausura de los imaginarios y de la posibilidad de otras formas de ver y mirar. Sin caer en reduccionismos tecnológicos debemos tener en cuenta que las formas de poder y agencia de la imagen están modeladas, agenciadas, por los aparatos y transformaciones de la digitalización. Para pensar críticamente estas tecnologías no valen posiciones tecnofílicas ni tecnofóbicas. Se trata más bien, como muestra la autora en su análisis de la obra de Canogar, de ensayar modos de apropiación de esas tecnologías para contestar a aquellas

clausuras, al presentismo en el que se apoyan, e interrumpir los hábitos temporales y perceptivos en los que estamos atrapados, desde el reconocimiento de las dimensiones creativas y políticas que la imagen despliega desde su potencial performativo.

### Bibliografía

- Boehm, G. 1978. „Zu eiener Hermeneutik des Bildes”. Pp. 444-473, en Gadamer, H.G. (ed.), *Die Hermeneutik und die Wissenschaften*. Suhrkamp: Frankfurt a. M.
- Boehm, G. (ed.). 1994. *Was ist ein Bild?* München: Fink.
- Boehm, G. 2007. *Wie Bilder Sinn Erzeugen. Die Macht des Zeigens*. Berlin: Berlin Univ. Press.
- Bredenkamp, H. 2010. *Theorie des Bildakts. Frankfurter Adorno-Vorlesungen 2007*. Frankfurt/M.: Suhrkamp. [Edición en castellano: Bredenkamp, H. 2017. *Teoría del acto icónico*. Madrid: Akal]
- Bredenkamp, H. 2015. *Der Bildakt. Frankfurter Adorno-Vorlesungen 2007*. Berlin: Wagenbach.
- Danto, A. C. 1990. «David Freedberg, “The Power of Images: Studies in the History and Theory of Response” (Book Review)», en *The Art Bulletin*. New York. Vol. 72, Iss. 2: 341.
- Elkins, J. 2001. *Pictures and Tears: A History of People Who Have Cried in Front of Paintings*. Londres: Routledge.
- Freedberg, D. 1989. *The Power of Images*. Chicago: Chicago University Press [Edición en castellano: Freedberg, D. 2009. *El poder las imágenes*. Cátedra]
- García Varas, A. 2019. «Imágenes, agencia e intencionalidad. Modelos alternativos para una acción estética», en García Varas, A. *Acción y poder de la imagen. Agencia y prácticas icónicas contemporáneas*. Madrid: Plaza y Valdés.
- Gell, A. 1998. *Art and Agency: An Anthropological Theory*. Oxford: Clarendon Press [Edición en castellano: Gell, A. 2016. *Arte y agencia: una teoría antropológica*. Sb editorial]
- Hornuff, D. 2012. *Bildwissenschaft im Widerstreit. Belting, Boehm, Bredenkamp, Burda*. München: Wilhelm Fink.
- Kjørup, S. 1978. «Pictorial Speech Acts». *Erkenntnis*, 12: 55-71.
- Krämer, S. 2005. *Performativität und Medialität*. München: Fink.
- Krois, J. M. y Bredenkamp, H. (eds.) 2011. *Sehen und Handeln*. Berlin: Walter de Gruyter.
- Malafouris, L. 2014. *How Things Shape the Mind: A Theory of Material Engagement*. The MIT Press.
- Mitchell, W. J.T. 1995. *Picture Theory: Essays on Verbal and Visual Representation*. Chicago: Chicago University Press. [Edición en castellano: Mitchell, W.J.T. 2009. *Teoría de la imagen*. Akal]
- Mitchell, W.J.T. 2005. *What Do Pictures Want? The Lives and Loves of Images*. Chicago: University of Chicago Press. [Edición en castellano: Mitchell, W.J.T. 2017. *¿Qué quieren las imágenes?: una crítica de la cultura visual*. Sans Soleil]
- Moxey, K. 2015. *El tiempo de lo visual. La imagen en la historia*. Vitoria Gasteiz: Sans Soleil.
- Paul, G. (ed.) 2010. *Das Jahrhundert der Bilder*. 2 Bde. (Bildatlas I: 1900-1949, II: 1949 bis heute). Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Rauterberg, H. 2010. „Theorie des Bildakts. Rezensionennotiz”. *Die Zeit*, Nr. 50, 09.12.2010, p. 53.

- Sachs-Hombach, K. 2016a. «Acting With Pictures», en *Punctum. International Journal of Semiotics*, 2(1): 7-17.
- Sachs-Hombach, K. 2016b. «Pictorial Act Theory: Images as Communicative Media», en Zarko Paic and Krešimir Purgar. *Theorizing Images*. Cambridge: Cambridge Scholars Publishing.
- Freyberg, S. y Blühm, K. 2014. „Bildakt Demystified. Remarks on Philosophical Iconology and Empirical Aesthetics”. Pp.51-68, en Marienberg, S. y Trabant, J. (ed.). *Bildakt at the Warburg Institute*.
- Treiber, E. 2020. „Das Bild als Subjekt? Eine Zusammenfassung der Kritik an Horst Bredekamps *Theorie des Bildakts*”. In: *IMAGE. Zeitschrift für interdisziplinäre Bildwissenschaft*. Heft 32, Jg. 16, Nr. 2: 5-15.
- Wiesing, L. 2013. *Sehen lassen. Die Praxis des Zeigens*. Berlin: Suhrkamp.



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

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

Wassily Kandinsky, *La gramática de la creación*





EDITA

**SEyTA.**  
SOCIEDAD ESPAÑOLA  
DE ESTÉTICA Y TEORÍA DE LAS ARTES

CON LA COLABORACIÓN DE

