



Fig.3. Ideoscena fidelísima. Marco Aurelio hace un sacrificio a Júpiter Capitolino. Museos Capitolinos, Roma. Foto © Musei Capitolini, Roma.

El poder de la imagen: la formación de la idea de Monumento

Javier Verdugo Santos

Arqueólogo Conservador de Patrimonio de la Junta de Andalucía, España

Resumen

La idea de monumento está unida a determinadas imágenes, objetos y construcciones cargadas de intención. Consecuentemente ello nos conduce a dos conceptos, primero al de la *imagen* y su poder sobre la mente humana; a su valor simbólico, a su capacidad de transmisión de valores religiosos, cívicos o de permanencia y a su poder de seducción y atracción como objetos en función de su valor económico, cualidades artísticas o su carácter de reliquia. Y en segundo lugar a la idea de *monumento intencionado* tanto público como privado, que se distingue de la obra de arte.

Palabras clave: Imagen, intención, valor simbólico, significado, monumento.

Abstract

The idea of the monument is linked to certain images, objects and buildings full of intention. Consequently this leads to two concepts, first image and its power over the human mind; to its symbolic value, their transmission capacity of religious, civic or permanence values and their power of seduction and attraction as objects based on their economic value, artistic qualities or character of relic. And secondly the idea of intentional public and private monument, which is distinguished from the artwork.

Keywords: *Image, intention, symbolic value, meaning, monument.*

I. El poder de la imagen

Por imágenes debemos entender toda “*figura, representación, semejanza y apariencia de algo*” (DRAE) que son creadas por el ser humano en su afán de representar ideas o símbolos, manifestaciones de sus creencias, imitando unas veces a la propia naturaleza o dando rienda suelta a su fantasía. Hay pues muchas clases de imágenes y múltiples intenciones en su formalización. Pero, ¿por qué las personas recurren a las imágenes?

I.1. El valor simbólico de la imagen

Los seres humanos, a través de su sistema nervioso, interpretan el mundo por medio de objetos significativos y emotivos. La persona posee un pensamiento simbólico, es un “*animal simbólico*”¹. Nada hay en el intelecto que antes no haya estado en los sentidos. De esta manera la percepción visual se convierte en pensamiento visual, tras procesar la información en bruto que el mundo refleja sobre la mente, que es probado, examinado, reorganizado y almacenado². Pero el ser humano no sólo interpreta y da sentido a lo perceptible, sino que también da forma perceptible a lo imperceptible, a través de la simbolización. De este modo el hombre recurre al símbolo para expresar realidades abstractas, sentimientos o ideas. Estas expresiones de lo imperceptible o de lo perceptible, a través de símbolos, constituyen lo que conocemos por imágenes. La imagen es la formalización material de un símbolo, de una idea.

En el mundo de las imágenes y de los símbolos está presente la llamada *pulsión icónica* que nos hace ver formas figurativas en contornos o perfiles absolutamente casuales o aleatorios –nubes, manchas de las paredes, entre otras– lo que pone de manifiesto una tendencia natural en el ser humano a dar un sentido a sus percepciones imaginarias (Fig. 1). Este orden dependerá de cada cultura, que asignará, de acuerdo con sus concepciones y simbologías, un puesto y un sentido a lo informe, dotando de orden al desorden y tratando de “*semantizar los campos perceptivos aleatorios, imponiéndoles un sentido figurativo*”³. A la inversa se producen las llamadas *ideoescenas* que es el resultado de convertir ideas o teologías en imágenes (Fig. 2). La religión o el poder se sirven de *ideoescenas* para actuar directamente sobre el hombre por medio de la imagen. Siguiendo nuevamente a Gubern⁴ la producción de imágenes en Occidente ha estado dominada por una doble intención y una ambigüedad esencial. De un lado, el deseo de conseguir una “*copia fidelísima de las apariencias ópticas del mundo visible tan criticado por Platón*”, quién lo consideraba un engaño (Fig. 3). Y por otro lado, frente a aquélla, basada en el doble, en el simulacro o imitación realista, se alza la del carácter críptico de la imagen (Fig. 4). Esta última no dice lo que muestra o aparenta. Hay en ella un deseo de ilusión, de transmitir mensajes, pero que sólo unos pocos pueden entender. Esta doble intención se halla también en el significado de las palabras. *Imago*, en latín, se utiliza tanto para designar la imagen, como la sombra y el alma y en griego, *eidós*, significa proyecto o modelo y apariencia.

La imagen simbólica o hermética es una llamada de atención selectiva, que debe reunir dos características: una, ser claramente definible por la pureza de su color y la simplicidad de su forma y dos, distinguirse lo bastante de todo lo que sea comúnmente visible en el medio circundante, tal como ocurre con las pirámides, los templos egipcios y griegos, los obeliscos u otras formas arquitectónicas simbólicas, que además de

1. CASSIRER, E., *Antropología filosófica*, México, Fondo de Cultura Económica, 1968, pág. 27.

2. ARNHEIM, R., *El pensamiento visual*, Buenos Aires, Paidós Ibérica, 1986, págs. 27-28.

3. GUBERN, R., *Del bisonte a la realidad virtual*, Barcelona, Anagrama, 1996, págs. 11-12.

4. *Ibid.*, págs. 8-10.



Fig. 1. Pulsión icónica. Peña de los Enamorados. Antequera, España © Dominio público.



Fig. 2. Ideoscena. Los Tetrarcas abrazándose por parejas. Parece que procedían de una columna gigantesca erigida sobre el *Forum Tauri* de Constantinopla, de donde fueron traídas a Venecia tras el saqueo de 1204. Popularmente fueron considerados *guardiani* del Tesoro y también imágenes de ladrones en el acto de concertar un delito. ©Javier Verdugo.

destacar del resto del mundo visual, deben responder a las necesidades del espectador. Palacio, tumba y templo serán los espacios o arquitecturas donde se manifiestan principalmente la representación de imágenes simbólicas. Con Grecia y Roma asistiremos también a la representación de imágenes en los espacios públicos: ágora o foro, y en ellos veremos las primeras muestras de monumentos cívicos. El ágora y el foro serán lugares privilegiados para desarrollar imágenes de propaganda que de manera pedagógica inculquen a los ciudadanos principios y hazañas que los conecten con la sociedad de la que forman parte y con el poder que las genera. Al mismo tiempo esas imágenes por el carácter simbólico, ejemplar y patriótico se considerarán sagradas y dignas de respeto y conservación para las generaciones futuras, serán “*monumentos cargados de intención*”.

1.2 Las imágenes con significado

La imagen se expresa, pues, por medio de signos y éstos constituyen el fin de la comunicación. Ahora bien, el ojo humano no es neutro sino un instrumento condicionado y sujeto a un aprendizaje cultural, a una serie de convenciones culturales. ¿Cuáles son esas convenciones culturales? El hombre desde el momento que alcanza la razón se ha venido planteando preguntas sobre su existencia, sobre el mundo en el que habita o sobre su futuro: el destino y la muerte. El resultado es la necesidad de construir un armazón de ideas y convicciones que den respuesta al sentido de la vida.

De este modo en las sociedades arcaicas y primitivas el mundo es concebido como una realidad física “*en torno a*

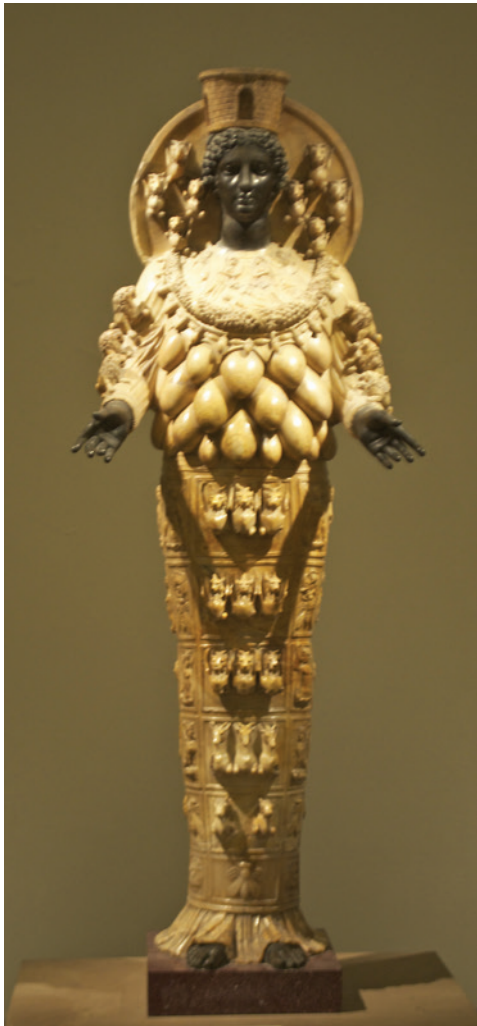


Fig.4. Ideoescena hermética. Artemis Efesia. Museo Nazionale, Nápoles ©Javier Verdugo.

un centro”; un espacio hecho cosmos, habitado y organizado, mientras que el exterior de ese cosmos está formado por “*una región desconocida y temible de los demonios, de las larvas y de los muertos*”⁵. Ese mundo exterior al microcosmos de la existencia es hostil, y a menudo el hombre establece una serie de defensas que ahuyenten esos peligros, a través de la magia, de los ritos y de la divinidad. En este caso recurre a los símbolos mágicos que hace representar por medio de imágenes. Otra derivación de este mundo bipolar: cosmos frente a caos, será la creencia en la existencia de *centros* o lugares sagrados en las regiones habitadas, y en esos centros se manifiestan las distintas formas religiosas, dando como resultado una geografía sagrada y mítica, donde el espacio sagrado es el espacio real por excelencia. La idea de centro, concebido como espacio sagrado, está presente en las civilizaciones más primitivas. Además, ese *centro* es un lugar de confluencia del Cielo, la Tierra y el Infierno, donde se produce la comunicación entre estas tres regiones cósmicas, y cuyo concepto lleva a lo absoluto, a la divinidad y es el punto de partida del movimiento de lo oculto a lo manifiesto, de lo eterno a lo temporal. Junto al centro otra idea-símbolo es el *círculo* que reúne las propiedades de perfección; el sentido cíclico del tiempo, a la vez que se identifica con el cielo y es el “*símbolo del mundo espiritual trascendente*”⁶. El círculo está asociado en la Antigüedad a los muertos, al fuego, a los héroes, a las divinidades y a las fuentes; los templos *heroa* dedicados a honrar la memoria de los héroes son circulares, como también lo serán los *martyria* cristianos. Junto al *círculo* aparecerá el *cuadrado*, que simboliza la tierra. Servirá también como planta de templos, ciudades o campamentos. En él se reúnen los cuatro elementos: el agua, el fuego, la tierra y el aire. También la *cruz* forma parte de los símbolos primordiales, y está estrechamente relacionada con los otros elementos. De este modo, la intersección de sus brazos coincide con el *centro*; se inscribe en el *círculo* al que divide en cuatro partes y también engendra el *cuadrado*. La *cruz* simboliza la tierra y posee una orientación espacial, los ejes Este-Oeste y Norte-Sur, asimismo ordena espacios sagrados, como templos y ciudades, y por último posee el carácter de símbolo ascensional por el que las almas llegan a Dios⁷.

Para el hombre, el cielo es el lugar donde habitan los dioses, donde toma forma un mundo distinto al terrenal, a veces paralelo. En sus creencias y convicciones, el cielo es un lugar al que se asciende. De esta *ascensión* deseosa y deseada se derivan múltiples imágenes como la montaña o la escalera. En la iniciación religiosa y/o mística, los peldaños de una escalera simbolizan las distintas fases del neófito en su ascensión

5. SEBASTIÁN, S., *Mensaje simbólico del arte medieval*, Madrid, Encuentro, 1996, págs. 24-25.

6. *Ibid.*, págs. 26-27.

7. *Ibid.*, págs. 28-29.

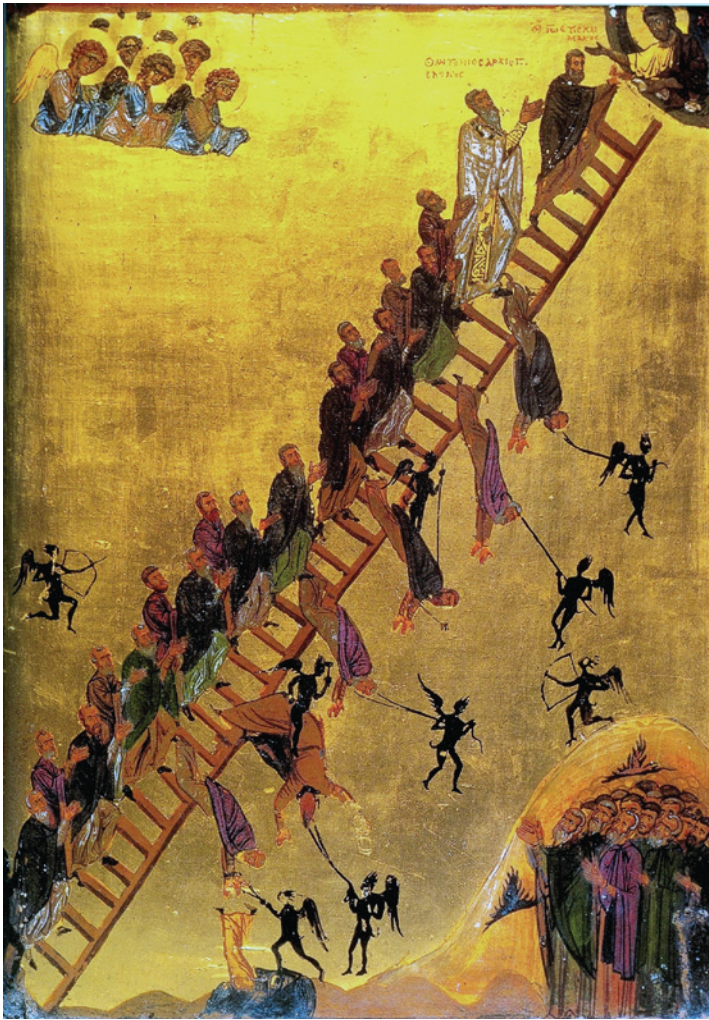


Fig. 5. Icono del siglo XII del Monasterio de Santa Catalina del Sinai, que representa la Escalera de la Ascensión Divina de Juan Climaco autor de un tratado de ascetismo escrito en el 400 d. C. En él se aprecia a los monjes subiendo por la escalera al encuentro de Jesús. ©Biblioteca Nacional de Francia (BnF).

a los misterios (Fig. 5). La escala o escalera es un símbolo de constante y gradual perfección. También la montaña reúne esa idea de centro y ascensión⁸, aproxima a los cielos y es punto de encuentro entre lo terrenal y lo celestial. Este carácter de lugar de encuentro entre el hombre que sube y el dios que desciende, ha convertido a la montaña en la forma más perfecta de concebir un edificio templario. Los *zigurats* son montañas artificiales, que representan el mito bíblico de Babel: el castigo a la soberbia humana en su afán de ascender. Los templos mayas de Kukulcán de Chichén Itzá (Fig. 6) o el azteca de Tenochtitlán, representan la idea de *kuxam sum*, o “cuerda viviente”, un camino que conecta a los reyes con el cielo, una especie de cordón umbilical que une a los linajes reales con sus antepasados⁹. La pirámide también es un edificio ascensional, que además es la tumba de un dios-hombre, que forma una figura perfecta que reposa sobre una base cuadrangular. También en el imaginario humano las piedras cumplen un cometido preciso. Las piedras por sus colores y texturas fascinan y atraen la atención de los hombres. Y a ellas se les atribuyen poderes y caracteres mágicos o sagrados, que hacen que se utilicen como altares o como objeto de culto. Precisamente el altar, es también

otro elemento simbólico que sirve para “poner en comunicación los diferentes pisos o niveles del mundo [...] el altar está en comunicación con el mundo de los muertos [...] un mundus que pone en relación lo subterráneo con lo terrestre y lo celeste”¹⁰. También los conceptos de espacio y de lugar forman parte de las convicciones del hombre, el primero es concebido como un sistema relativamente estable de <imágenes> del medio que rodea al hombre, y que indica que este espacio circundante es una parte necesaria de la estructura de la existencia y el lugar hace referencia a dimensión como espacio que cada organismo reclama como característicamente suyo y por tanto inalienable”¹¹. También los emblemas pueden constituir un lenguaje específico de poder, que es también utilizado sacra-

8. Ibid., pág. 31.

9. RIVERA DORADO, M., *El pensamiento religioso de los antiguos mayas*, Madrid, Trotta. Colección Paradigmas, 2006, pág.177.

10. SEBASTIÁN, S., *Mensaje simbólico...*, op.cit., pág.34.

11. Ibid., pág. 41.



Fig. 6. Templo de Kukulkan ("El Castillo") de Chichen Itza. Mérida. México © Javier Verdugo.

lizadamente, por el aparato eclesiástico, y que en su versión más antigua son los jeroglíficos, que revelan la inclinación del pensamiento religioso hacia la elocuencia silenciosa de la imagen simbólica¹².

Todas estas convicciones, se ven reflejadas en imágenes. El ojo del espectador es una avanzadilla entre el cerebro y el mundo. Y esa relación esta condicionada por su capacidad perceptiva y por esas convicciones, por los afectos y las creencias, modeladas estas últimas en función de su pertenencia a una época de la historia, a una cultura. En definitiva, como veremos a lo largo de todo nuestro trabajo, la percepción de las imágenes varía según las circunstancias de lugar y de tiempo, y como no podía ser menos por la ideología y el imaginario del momento. Además en todo ello influye la propia intención primera de la imagen. Como afirma, Aumont¹³, *"en todas las sociedades se han producido la mayor parte de las imágenes con vistas a ciertos fines de propaganda, de información, religiosos, ideológicos en general.... pero [...] una de las razones esenciales de que se produzcan las imágenes (es) la que deriva de la pertenencia de la imagen en general al campo de lo simbólico y que, en consecuencia, la sitúa como mediación entre el espectador y la realidad"*. La imagen se presenta ante el espectador de dos maneras, una inmediata que hace referencia a lo que ella representa en sí, y que se manifiesta por su forma, textura y color, y otra por lo que representa. A esto se le llama *"doble realidad de las imágenes"*. La *representación* de la imagen está unida a la *identificación*, lo que presupone que el espectador posee un capital gnósico acumulado en el pasado, una memoria semántica que sirve para el reconocimiento (Fig. 3). El individuo descifra de este modo los significados de la imagen, captando lo que ha venido en llamarse el halo verbal: aquello que nos revela la imagen, lo que da cuenta de su alcance significativo¹⁴. De

12. FLOR, F., *Emblemas. Lecturas de la imagen simbólica*, Madrid, Alianza Forma, 1995, pág. 17.

13. AUMONT, J., *La imagen*, Barcelona, Paidós Ibérica, 1992, pág. 82.

14. FLOR, F., *Emblemas...*, op.cit., pág. 11.

este modo el sujeto descubre el código de la significación de la imagen, que aparece como “*arquitectura plástica del imaginario*”¹⁵. La imagen es un soporte físico de información y a la vez una representación icónica, es decir una categoría perceptual, cognitiva y de representación que transmite información acerca del mundo percibido visualmente, en un modo codificado por cada cultura:

“La imagen icónica es una modalidad de comunicación visual que representa de manera plástico-simbólica, sobre un soporte físico, un fragmento del entorno óptico –percepto–, o reproduce una representación mental visualizable –ideoescena–, o una combinación de ambos, y que es susceptible de conservarse en el espacio y/o en el tiempo para constituirse en experiencia vicarial óptica: es decir, en soporte de comunicación entre épocas, lugares y/o sujetos distintos, incluyendo entre estos últimos al propio autor de la representación en momentos distintos de su existencia”¹⁶, es una convención plástica motivada –no arbitraria–, que combina en diferente grado el principio del isomorfismo perceptivo y ciertas aportaciones simbólicas de tipo intelectual, propias de cada cultura, que plasman propiedades de los sujetos u objetos representados”¹⁷.

Convención, es decir un pacto o un convenio, un entendimiento e incluso un trato; plástica, con forma y textura, motivada, es decir razonada, justificada. Que plasma propiedades, es decir atributos, naturalezas o esencias. Finalmente debemos tener en cuenta que la lectura de una imagen es cosa de tres: del productor, del texto icónico y de su lector. Pero, se pregunta Gubern¹⁸ ¿dónde reside la soberanía semántica del texto icónico: en la intención de su productor o en el desciframiento de su lector? El resultado es incierto, sin duda muchas veces la intención no será entendida con toda la intensidad con que hubiese querido el inductor, otras veces el espectador interpretará de una forma diferente la intención, o desconocerá las claves semánticas de las *ideoescenas*. Y sobre todo con el paso del tiempo el texto icónico puede ser absolutamente opuesto a la intención del inductor. Y al igual que el imaginario común de la Humanidad, se expresa de forma diversa en cada cultura, cada época buscará formas y diálogos diferentes para sus textos icónicos, y asistiremos a formas plásticas superestructurales –arte oficial egipcio o romano– frente a las expresiones individuales no del todo contaminadas con este oficialismo. Y cuando esas imposiciones desaparecen el arte individual o popular resurge, como el arte plebeyo romano¹⁹.

La imagen es un producto social e histórico, que sólo puede ser entendida por medio de códigos que descifran la intención de sus creadores. Las mutaciones diacrónicas o sincrónicas que la imagen sufre, normalmente preservan su significado primitivo, pero sin el conocimiento de los códigos no podremos interpretarla adecuadamente, por lo que a veces resulta indescifrable para espectadores de otras culturas o épocas, que se enfrentarán a la imagen con actitudes diversas, de admiración, miedo o mero afán utilitario, de reaprovechamiento.

No todas las imágenes formalizadas se incorporan a la memoria y se hacen *eternas*. Cuando estas materializaciones simbólicas dejan de tener interés para los contemporáneos, por cambio cultural o nuevas creencias, son expulsadas del imaginario y postergadas de la memoria colectiva, convirtiéndose en nada, en algo

15. *Ibid.*, págs. 16-17.

16. GUBERN, R., *Del bisonte...*, op.cit., pág.21.

17. *Ibid.*, pág.25.

18. *Ibid.*, pág.26.

19. BANDINELLI, B., *Del Helenismo a la Edad Media*, Madrid, Akal, 1981.

amorfo, destruible o aprovechable. Otras, por el contrario, se insertan en la memoria convirtiéndose en algo eterno, atemporal, llenas de plenitud y sentido para los seres humanos de cualquier tiempo. Estas imágenes poseen un significado que las hace merecedoras de la consideración general, asumiendo el papel de *herencia*, de patrimonio de todos. Veremos como a lo largo de la historia determinadas imágenes se convierten en memoria, en monumento. Unas veces lo serán por su espectacularidad, como las *Septem Orbis Spectaculis* del mundo antiguo, o las maravillas del medioevo. Otras estarán cargadas de intención reconocible y serán dignas de respeto por su simbología, ya sea ésta política, histórica o religiosa, como las reliquias de los santos. También algunas pertenecerán al *recuerdo* como presencia simbólica de una ausencia y destinada a exhortar visualmente con sus formas, texturas y colores la función semántica de su observador. Nos referimos a aquellas imágenes icónicas que tienen un carácter conmemorativo o funerario.



Fig. 7. Septem Orbis Spectaculis. Zeus de Olimpia. Moneda de Alejandro el Grande (336-323 a.C.). Tetradracma de plata. Cabeza de Hércules y Zeus en su trono de Olimpia. La estatua fue llevada a Constantinopla por Lausus, praepositus sacri cubiculi, en época de Teodosio II (406-450) tras la supresión de los festivales olímpicos en el 394. También sabemos que el templo de Zeus en Olimpia se incendió en el reinado de Teodosio II. En cuanto a la escultura fue destruida por un incendio del palacio de Lausus en el 475, con toda su colección © Javier Verdugo.

1.3 El carácter edificante de la imagen

Determinadas imágenes infunden sentimientos de piedad o virtud, entendida la primera como amor y devoción por las cosas santas y objetos venerandos, que son respetados por lo que representan o recuerdan y están presentes en la memoria colectiva; y la segunda por la virtud, concebida ésta última como una disposición del espíritu hacia las acciones conformes con la ley moral tendentes a obrar rectamente. Las imágenes al infundir sentimientos sobre los espectadores ejercen un importante poder sobre ellos, llegándose en muchos casos a producirse una identificación entre quienes las miran y lo que ellas representan²⁰. Así mismo, las imágenes como signos se convierten en la encarnación viva de lo que significan. Si el espectador cree en la divinidad que está representada en la imagen aquélla se hace presente y se produce lo que Freedberg²¹, denomina: fusión de la imagen con el prototipo. Un testimonio acerca de ello nos lo ofrece Dión de Prusa²² refiriéndose a los efectos que causaba la contemplación de la estatua de Zeus de Fidias (Fig. 7): “todo aquel que se encuentre en el estado de agotamiento después de apurar desgracias y tristezas a lo largo de su vida y de no poder ni siquiera conciliar un sueño agradable, al ponerse delante de esta imagen, se olvidará, creo yo, de todas las cosas terribles y duras que se sufren en la vida humana”²³. Posteriormente en el Renacimiento italiano veremos cómo se continúa esa percepción. Esta vez será Leon Battista Alberti²⁴ quién dice que la pintura “hace presentes los ausentes [...] representa como vivos a los que murieron hace siglos [...] el que la pintura haya representado a los dioses que

20. FREEDBERG, D., *El poder de las imágenes*, Madrid, Cátedra, 1992, pág. 23.

21. *Ibid.*, págs. 46-48.

22. DIÓN CRISOSTOMO o DE PRUSA, *Discursos XII-XXXV. XII. Discurso Olímpico. Sobre el primer concepto de Dios*. Traducción, introducción y notas de Gonzalo de Cerro Calderón., Madrid. B.C.G. 127, 1989, XII, 51, págs.33-34.

23. DESIDERI, P., “Lo Zeus di Olimpia emblema di pace secondo Dione di Prusa”, *ARYS*, nº 11, 2013, pág. 245.

24. ALBERTI, L. B., *De Pictura* (1435). *De la pintura y otros escritos sobre el arte*. Introducción, traducción y notas Rocio de la Villa, Madrid, Tecnos, 2007, Lib. VIII, 25, pág. 89.

veneraba la gente, debe considerarse que es el máximo don concedido a los mortales, pues la pintura ha contribuido a la piedad que nos une a los seres superiores y a preservar el ánimo con la religión". Estas palabras de Alberti son válidas para cualquier imagen o construcción cargada de intención:

1. Vuelve presente al ausente.
2. Mantiene vivo al difunto. Prolongando la presencia de quienes han muerto.
3. Ayuda a no perder la memoria. Mantiene vivo un acontecimiento o un hecho histórico, o una hazaña. Y es un instrumento al servicio de la educación y conformación de virtudes cívicas.
4. Expresa un reconocimiento.
5. Puede inspirar miedo o admiración sobre el espectador. La mirada de la imagen, cautiva al espectador, pareciendo que te "habla" "qué te sigue con "su" mirada.
6. Despierta la piedad.

1.4 El carácter lúdico de la imagen

Siguiendo a Huizinga²⁵, el arquitecto, el artista, el escultor o pintor, en general el artista decorador, lleva a cabo la producción de imágenes por medio de un trabajo aplicado y lento. Su creación tiene una vocación de perdurabilidad. Su manufactura no depende de una ejecución especial "por otros" como en la música o en la poesía. Una vez terminada la obra de arte –inmóvil y muda– ésta ejerce su "acción", mientras haya gente que dirija su mirada sobre ella. En principio, Huizinga llega a una primera conclusión: no hay nada lúdico en la creación de la obra de arte o en el monumento, pero seguidamente lo niega, pues lo lúdico está presente, en muchos casos, desde el momento de la contemplación o goce de la imagen. Así, cuando la obra de arte o el monumento se asocia al rito, a la fiesta y a los acontecimientos sociales, su *fruizione* está vinculada al *ludus*, al espectáculo. Cuando la obra de arte se asocia al culto o participa en el mundo sagrado está cargada de una serie de potencias: fuerza mágica, significación sagrada, identidad representativa con seres cósmicos o divinos, valor simbólico, o carácter sacro o representativo de valores cívicos o sociales. En estos casos las imágenes tienen un componente lúdico. Los certámenes o la celebración de misterios o ritos, se hacen en torno a un santuario, donde la imagen cultural o los edificios vinculados a las distintas fases místicas o de culto, focalizan la atención, convirtiéndose en parte esencial del espectáculo, del *ludus*. Pero no solo en el "uso" de la obra de arte o del monumento apreciamos el espectáculo, sino muchas veces en la propia ejecución de una obra o de un edificio, aparece la idea de "concurso", de competición. Un impulso agónico en el que los artistas o los arquitectos ponen en práctica su espíritu competitivo, es decir lúdico. Un ejemplo al respecto de esta idea de certamen, la tenemos en la "competición" a la que se vieron avocados, según Plinio²⁶, los escultores Cresilas, Fidias y Policleto que participaron en Éfeso en el concurso de representar una amazona o la competición artística incitada por Eris, la Porfía, a la que fueron castigados por Zeus y Hera, Polycetenos y su esposa Aedon, quienes se vanagloriaban de amarse más que los dioses. Esta idea del concurso es una constante hasta hoy día, en la que la cuestión de buscar una utilidad práctica no nos deja ver la verdadera intención que no es otra que la viejísima función lúdica de la competición. Muchos ejemplos tenemos en la historia en la que la función agonística se impone al sentido utilitario. Nadie se deja sorprender por la verdadera intención del concurso de la ciudad de Florencia en 1418, para la cúpula de la catedral, que ganó Brunelleschi, contra trece rivales. Nada más lejos de la utilidad que esta cúpula, o la moda de construir torres por las familias

25. HUIZINGA, J., *Homo ludens*, Madrid, Alianza 30 aniversario, 1998, págs. 284-293.

26. PLINIO CECILIO, Segundo el Viejo. *Textos de Historia del Arte*. Edición de Esperanza Torrego, Madrid, Antonio Machado Libros, La Balsa de la Medusa, 13, 2001, Libro XXXIV, 53, pág. 52.



Fig. 8. Detalle del fresco de las estancias sistinas de la Biblioteca Vaticana, con escena del traslado del obelisco Vaticano. Al fondo se aprecia la cúpula de San Pedro en construcción © Musei Vaticani. Roma.

florentinas que tenían una clara función de ostentación. También algunas “hazañas” como el traslado del *Obelisco* (1586) a la Plaza del Vaticano (Fig. 8) corresponde al criterio de ostentación y clara intencionalidad simbólica, es decir lúdica²⁷.

También en la peregrinación pagana o cristiana está presente la faceta lúdica, la diversión, como ocurre también en la procesión donde además de rendir homenaje y culto a una imagen, se busca la diversión en el contacto con los demás sujetos. Una mezcla de alegría y esperanza, en la que, además, juegan un importante papel dos espacios fundamentales: el santuario, en la peregrinación y la vía de la procesión, es decir el camino sobre la que aquella transcurre. La peregrinación puede buscar la ayuda ante un problema, pero también puede significar un viaje gozoso, alegre para dar gracias por un favor recibido. Y en el transcurso del viaje la gente además de rendir pleitesía a la divinidad procura divertirse en el camino. Y ambas, peregrinación y procesión, tienen un elemento focal: el papel mediador de la imagen. Tal es el caso de las *Erótidas* y las *Museia* que celebraban los habitantes de la ciudad beocia de Tespías, cada cuatro años, y a la que acudían muchos peregrinos, como Plutarco quién con ocasión de asistir junto a su esposa a estas fiestas nos ha dejado su libro *Amatorius*²⁸. El Helicón era un monte “alegre” que cada cuatro años en estas fiestas dedicadas a Eros y a las Musas congregaba a una multitud que gozaba y se divertía en torno al santuario de Eros y a su imagen.

27. Doménico Fontana, el arquitecto que ganó el concurso para el traslado fue considerado un héroe por su hazaña, recibiendo el sobrenombre de *cavaliere della guglia* (*guglia*, obelisco) recibió de Sixto V (1585-1590) el título de *cavaliere dello sperone d'oro*, la ciudadanía romana y una pensión de 2.000 escudos, junto a otros regalos y prebendas y una medalla en su honor, véase VERDUGO SANTOS, J., “La reinterpretación cristiana de los monumentos de la Antigüedad en la Roma de Sixto V (1585-1590)”, *Archivo Español de Arqueología*, nº90, 2017, págs.68-72, doi: 10.3989/aespa.090.017.003.

28. PLUTARCO, *Obras morais. Diálogo sobre o amor. Relatos de amor*, traducción, introducción y notas Carlos A. Martins de Jesús, Coimbra, Centro de Estudios Clásicos e Humanísticos (CECH), 2009, pág. 117.

Precisamente de las esculturas de Eros que se conservaban en Tespias nos hace una descripción Pausanias²⁹: “Para los de Tespias hizo [...] Lisipo un Eros de bronce, y antes que aquél Praxiteles uno en mármol pentélico [...] el Eros de nuestro tiempo lo hizo Menodoro de Atenas imitando la obra de Praxiteles”. Lo que nos muestra una prueba de la calidad e importancia de la imagen que de Eros se quería transmitir a los peregrinos.

Pero sin duda, la peregrinación más importante de la Antigüedad fue Eleusis. Una peregrinación iniciática cuyos contenidos no conocemos, pero en la que parece que los sacerdotes participantes sometían al iniciado a una representación³⁰, consistente en la visión beatífica de la propia imagen de Coré, que surgía del propio suelo del Telesterión. Un ritual lúdico que se iniciaba con la procesión anual de Atenas a Eleusis, que se hacía entre el 27 o 28 de septiembre (*Boedromión*) y celebraban en Eleusis la noche santa en honor de la Madre y de la Hija. Un rito de obligado cumplimiento para todos los hombres, de tal manera que, cuando aquéllos no pudieron acudir, según nos relata Heródoto³¹, como ocurrió el 27 o 28 de septiembre del 480 a.C., víspera de la Batalla de Salamina, fueron los mismos dioses los que lo realizaron, apoyando así a los griegos combatientes que vencieron en la batalla naval. Un ritual dotado de tanta fuerza, que hizo desobedecer a Vecio Agorio Pretextato, Procónsul de Grecia, la orden de Valentiniano del 364 por la que se prohibía cualquier celebración nocturna, porque ello habría hecho inviable la vida en Grecia. Los ritos de Eleusis y su gozosa peregrinación formaban parte de la vida griega. Una iniciación misteriosa que hizo decir a Cicerón³²: “Así por ellos hemos llegado a conocer en realidad los principios de la vida, y hemos aprendido una pauta no sólo para vivir con alegría, sin también para morir con una esperanza mejor.”

Las peregrinaciones han sido y continúan siendo una iniciación, una búsqueda de cierta verdad. Y constituyen también, un testimonio de cómo las imágenes y los lugares a ellas asociadas ejercen una importante atracción sobre las personas. En la peregrinación ya hemos afirmado que hay un componente de iniciación, de renovación, pero también de diversión, incluso de juego. Ya nos hemos referido al papel importante del santuario en toda peregrinación. Pero no debemos olvidar el de la imagen. Todo el recorrido de una peregrinación está lleno de estaciones, de paradas, donde el peregrino o el viajero se vuelven a encontrar con la imagen que persigue³³. En cada parada, hay un elemento, una imagen, a la que se rinde oración, y se prende un recuerdo, para seguir el camino. Son imágenes sencillas, colocadas muchas veces en los árboles. Otras veces son pequeñas capillas o templos de divinidades, que nos van propiciando el camino. Y en cada parada también está presente lo lúdico y lo competitivo. No todos alcanzan la meta, muchos perecen o se retiran, lo que nos muestra, nuevamente, la presencia de lo agónico en la peregrinación. La historia está llena de peregrinaciones. Desde Eleusis a los Santos Lugares, desde el Camino de Santiago, a las peregrinaciones a las tumbas de Pablo y Pedro en Roma. Y también tenemos testimonios de peregrinaciones a lugares milagrosos, como la milagrosa Virgen de Ratisbona cuya iglesia fue construida tras la demolición de la sinagoga judía, cuyo icono hizo que miles de peregrinos se acercaran a ella con el deseo además de llevarse una copia de recuerdo. Pero lo que nos importa resaltar es como alrededor de estas imágenes o santuarios se produce el efecto de la diversión, asociada a la imagen que se pretende adorar, como la fiesta de la Virgen del Arco,

29. PAUSANIAS, *Helladós Periegesis (Descripción de Grecia)*, Madrid, B.C.G., edición María Cruz Herreo Ingelmo, 1994, Libro IX, 27.3-4, págs.302-303.

30. KERÉNYI, K., *Eleusis. Imagen arquetípica de la madre y la hija*, Madrid, Ediciones Siruela, 2004.

31. HERÓDOTO DE HALICARNASO, *Los nueve libros de la Historia*. Ed. Elaleph.com, 2000, Lib. VIII, 54, págs. 51-53.

32. CICERÓN, M.T., *De las leyes*, traducción, introducción y notas de Carmen Teresa Pabón de Acuña, Madrid, B. C. G., 381, 2009, Lib. II, XIV, 36, pág. 92.

33. FREEDBERG, D., *El poder...*, op.cit., págs. 127-167.

pintada por Caetano Gigante (1825) o la feria del día de San Jorge, pintada por Bruegel en 1560-1570. Una actitud de la gente hacia las imágenes que aún perduran como las peregrinaciones a Lourdes en Francia o las vírgenes de La Cabeza y del Rocío en España.

I. 5 Las imágenes intencionadas

La imagen es la representación de una idea cargada de intención en un proceso comunicativo del emisor al receptor. Es una persuasión que pretende comunicar un mensaje al espectador³⁴. Por otro lado, el efecto de las imágenes sobre quiénes las contemplan no es unívoco. No es idéntica la respuesta del iniciado que el de una masa inculta, aunque ambos participan de una percepción interna similar: miedo, excitación. Las “respuestas” o el “intercambio” con las imágenes están condicionadas por la cultura – no es igual la percepción de una imagen en Heródoto, Pausanias o Petrarca, que en un campesino o una persona no ilustrada-, pero también es cierto que todos tienen respuestas similares propias de los procesos psicológicos que las imágenes provocan en todos los hombres, que conducen a dotarlas “*con poderes que las hacen funcionar*”³⁵. Tal es el caso del testimonio de Valerio Máximo³⁶, del siglo I. d.C., relativo a la reacción de la gente que contemplaba una pintura que representaba la escena de Pero, alimentando con la leche de sus pechos a su padre en prisión. Valerio hace el siguiente comentario: “*Los ojos humanos miran con atención y se quedan atónitos cuando contemplan un cuadro que representa un hecho semejante y renuevan, con la admiración de un espectáculo que tenemos ante la vista, la escena de un acontecimiento antiguo y les parece ver en aquellas figuras de mudos miembros cuerpos que aún viven y respiran.*”

Las imágenes están codificadas de forma que comunican determinadas cosas a culturas o grupos concretos, culturas o grupos de los que nacen tales imágenes³⁷. Ello hace difícil interpretarlas o entender su significado adecuadamente, en la medida que los principios o esquemas culturales evolucionan con el paso del tiempo, ya que al aplicar los esquemas de representación, o lo que es lo mismo, de percepción de un momento temporal posterior a esas formas del pasado o de otras culturas, éstas aparecen “inadecuadas” para los nuevos criterios de representación o son confundidas con representaciones equívocas al personificar en ellas otros “seres” o “ideas” del nuevo imaginario evocando, de este modo, a través de imágenes del pasado seres, divinidades o ideas del presente. Lo que puede llevar a su “veneración” o “destrucción” según qué casos. Son “reinventadas” o “resacralizadas”. Cargándolas de una nueva “intencionalidad”. Las imágenes evocan poderosas respuestas en el espectador que las contempla –el mensaje que la imagen transmite, a veces no coincide con “la intención” de su “creador”– y otras produce un “intercambio” con la del espectador, que de este modo recrea una nueva intención, que sustituye a la inicial. Así, la estatua ecuestre de Marco Aurelio en Roma, que un principio responde a la intención de una estatua honorífica al Emperador (Fig. 9), va “intercambiando” su intención inicial con la de los espectadores sucesivos hasta convertirse en la representación de Constantino o en el “villano” salvador de la ciudad³⁸. Esta “reversión” de la intención la hace merecedora de respeto y la convierte en icono “valorado” y “venerado” y en emblema del poder primero religioso y después civil de Roma. Ello trasciende la racionalidad y se convierte en divino e eterno, a la vez que la “preserva” por ser parte del “patrimonio” de todos.

34. AUMONT, J., *La imagen...*, op.cit., pág.15.

35. FREEDBERG, D., *El poder...*, op.cit., pág. 67.

36. MÁXIMO, V., *Hechos y Dichos Memorables*. Ed. Fernando Martín Acera, Madrid, Gredos, 1988, Lib. V, IV, págs. 311-312.

37. FREEDBERG, D., *El poder...*, op.cit., pág. 41.

38. LA ROCCA, E., “L’imperatore a cavallo”, Milano, *FMR*, 51, 1987, págs. 24-31.

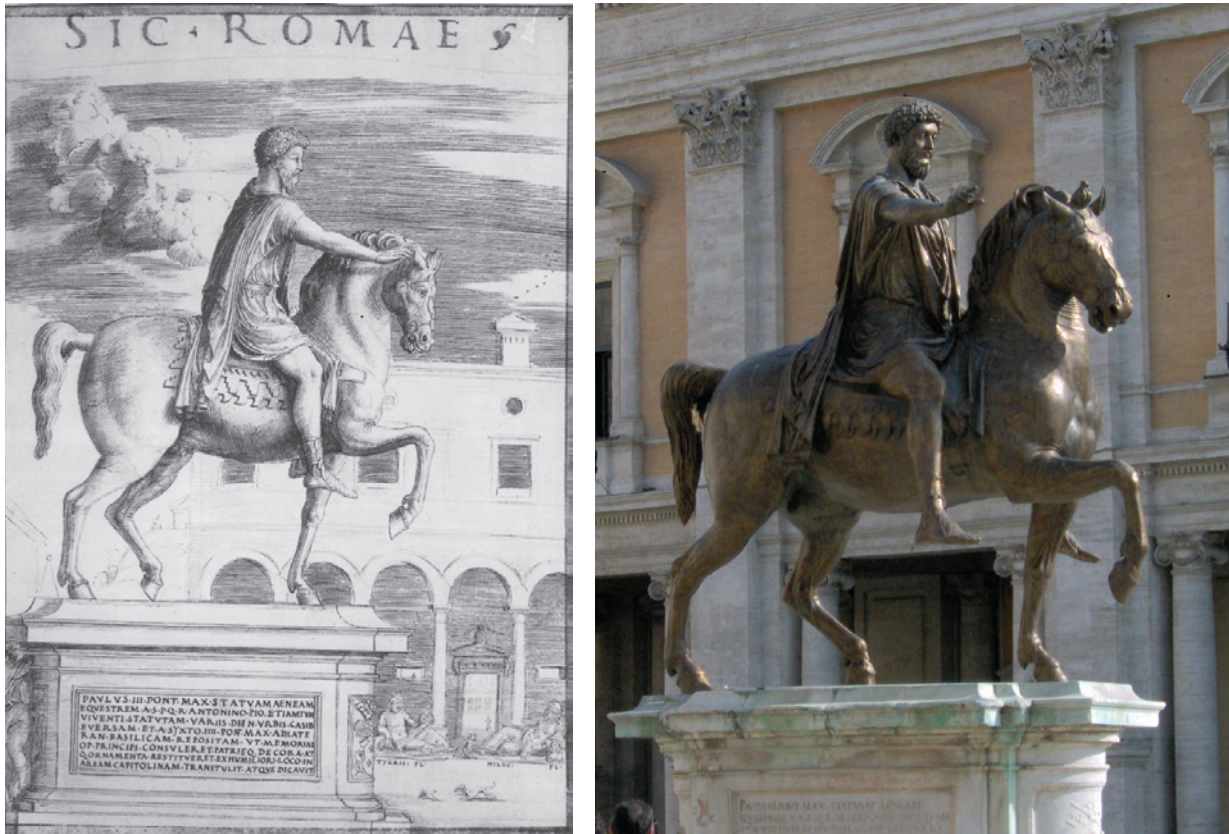


Fig. 9. A la izquierda de Francisco de Hollanda, estatua de Marco Aurelio sobre el pedestal proyectado por Miguel Ángel. Escorial © Ackermann, J. (L'Architettura di Michelangelo, Torino, Einaudi, 1968, figura 62). A la derecha estado actual de la copia instalada en el Campidoglio © Javier Verdugo.

II. La idea de monumento

Las imágenes icónicas que cargadas de intención son asumidas por el imaginario colectivo como algo merecedor del respeto y la veneración, son los llamados monumentos, a los que a continuación intentaremos analizar conceptualmente. Según Riegl³⁹, “*por monumento, en el sentido más antiguo y primitivo, se entiende una obra realizada por la mano humana y creada con el fin específico de mantener hazañas o destinos individuales o un conjunto de éstos siempre vivos y presentes en la conciencia de las generaciones venideras*”. Estos monumentos tienen una clara intencionalidad: la de transmitir e inmortalizar un acontecimiento con deseo de perdurabilidad, de ahí el mandato implícito a las generaciones venideras de la exigencia de su conservación. La idea de monumento va unida a la del *pensamiento evolutivo*⁴⁰ entendido como que lo que ha existido no sólo no puede volver a existir, sino que además constituye un eslabón imprescindible e indesplazable de una cadena evolutiva. Por consiguiente, todo hecho o resto del pasado tiene derecho a reclamar para sí un valor histórico. Ello nos lleva a la idea de memoria colectiva es decir al imaginario: concebido como el conjunto de valores ideológicos que caracterizan una determinada fase cultural. De este modo el monumento es un legado a dicha memoria colectiva. Es la expresión material de la memoria. Como afirma Le Goff⁴¹:

39. RIEGL, A., *El culto moderno a los monumentos*, Madrid, Visor, 1987, pág. 23.

40. *Ibid.*, pág. 24.

“La palabra latina monumentum está ligada a la raíz indoeuropea men que expresa una de las funciones fundamentales de la mente (mens), la memoria (memini). El verbo monere significa hacer recordar, de donde avisar, iluminar, instruir. El monumentum es un signo del pasado. El monumento si nos atenemos a los orígenes filológicos, es todo aquello que puede reclamar el pasado, perpetuar el recuerdo, por ejemplo, los actos escritos. Cuando Cicerón habla de los monumenta huuis ordinis (Philippicae, XIV, 41) indica los actos conmemorativos, es decir los decretos del Senado. Pero desde la antigüedad romana el monumentum tiende a especializarse en un doble sentido: 1) una obra de arquitectura o de escultura con intencionalidad conmemorativa: arco de triunfo, columna, trofeo, pórtico... 2) un monumento fúnebre destinado a transmitir el recuerdo en un campo en el que la memoria tiene un valor particular, la muerte”.

El monumento tiene un sentido educador, que rememora acciones o ideas, o pone sobre aviso al espectador sobre algo, a la vez que pretende llevar la luz a la mente sobre cosas y conceptos que sus constructores querían transmitir o instruir. El monumento nos lleva a la relación entre historia y memoria (Le Goff, 1997:9). Son testigos de una determinada concepción de la cultura y de la realidad, ejemplos de la memoria de los pueblos, que nos transmiten sus intereses y sus conceptos vitales. Otra característica fundamental es la relación entre monumento y poder. Las imágenes que se materializan a través de los monumentos son símbolos pétreos del poder. Representan los valores de una determinada sociedad y son producidas o monopolizadas por los círculos de poder de esas sociedades. El monumento es una pieza de propaganda destinado a manifestar el poder o su representación. Pero no todas las piezas de propaganda pueden ser consideradas monumentos. La diferencia estriba en que mientras las piezas de propaganda son temporales y van dirigidas a convencer de forma mediática a los súbditos de la bondad de un determinado y concreto ejercicio del poder, los monumentos manifiestan creencias o ideologías realizados con la intención de perdurar en la memoria de la sociedad, manteniéndose siempre vivos y presentes en la conciencia de las generaciones venideras, que están obligadas a su conservación como expresión eterna y perdurable. Este último sentido cobrará especial importancia con la aparición del monumento civil, que se inicia en Grecia y que tiene su máxima expresión en Roma. A partir del final de la república, Roma y las ciudades romanas se distinguen por una extraordinaria profusión de imágenes. Tanto en los espacios públicos como en los privados. Ello parece responder a dos factores, el primero viene determinado por los cambios sociales y económicos que propiciaron que los sectores altos de la sociedad necesitaran propagar y escenificar su poder, a la vez que los segmentos medios –libertos principalmente–, también deseaban proclamar su nuevo *status* social. El segundo factor sería la recepción en toda su plenitud de la cultura helenística adoptando el modo de representación de la cultura griega, de la que es receptiva la aristocracia senatorial y el propio poder imperial, el cual además abre poco a poco el carácter divino del *princeps* con la aparición del culto imperial y la veneración del emperador⁴². Esta traslación del concepto de monumento cívico estará presente durante la Edad Media y Moderna en el sepulcro cristiano⁴³.

II.1.- Monumento y obra de arte: más allá de la estética

La obra de arte es *“toda obra humana apreciable por el tacto, la vista o el oído que muestra un valor”*⁴⁴. Una pieza destinada al disfrute estético, que manifiesta determinados valores simbólicos de la cultura y del gusto de una

41. LE GOFF, J., “Documento/Monumento”, *Revista de Archivistica II*, IRARGI, 1989, págs. 104-131, para la cita pág. 104.

42. ZANKER, P., *Un'arte per l'impero. Funzione e intervensione delle immagini nel mondo romano*, Milano, Electa, 2002, págs. 7-28.

43. HERKLOTZ, I., *Sepulcra e Monumenta del Medioevo. Studi sull'arte sepolcrale in Italia*, Roma, Edizioni Rari Nantes, 1985.

sociedad y de sus estamentos de poder. Aunque monumento y obra de arte cumplen un cometido de comunicación no verbal reafirmando convicciones o manifestaciones espirituales, podemos establecer que la diferencia entre monumento y obra de arte consiste en que el primero tiene una intención de transmitir creencias o ideologías de una manera perdurable, lo que le confiere un valor histórico, mientras que la segunda sólo busca el placer estético. Hegel⁴⁵ afirma que el hombre se ha servido siempre del arte como un medio para tener conciencia de las “*ideas e intereses más sublimes del espíritu*” y que los pueblos han depositado sus concepciones más elevadas en las producciones del arte, manifestándolas y tomando conciencia de ellas a través del mismo. Incluso, nos dice, que muchas religiones se han servido de él como medio de expresión de las ideas nacidas del espíritu.

¿Qué concepción ha existido de los objetos bellos? ¿Podemos decir que un monumento entra en la categoría de lo bello? Ello es inexacto, pues no todo monumento es bello. Más bien ese concepto se correspondería con obra de arte. Siguiendo de nuevo a Hegel⁴⁶, los objetos bellos son variados: escultura, pintura, arquitectura, entre otras, y varían según las culturas y las épocas. Ello nos llevaría a considerar qué objetos han sido considerados bellos según qué épocas y qué pueblos. Lo que según Hegel nos llevaría a una ciencia de lo bello, pero inmediatamente niega tal posibilidad, pues al ser el arte tan variado y múltiple sería imposible constituir sobre él una ciencia de lo bello. No nos sería posible saber lo que es bello y lo que no lo es. Siempre se utilizó el criterio de que lo bello es aquello que produce en nosotros “*sensaciones agradables*”⁴⁷, y a la ciencia que lo estudia se le llamó estética⁴⁸.

La belleza artística se dirige pues a los sentidos, a la sensación, a la intuición, a la imaginación y puede adoptar una gran variedad de formas, lo que nos llevaría a reconocer en la naturaleza humana un instinto de lo bello, que está presente en la propia naturaleza, y que hay que descubrir, interpretando su lenguaje.

El espíritu se ve así mismo reflejado en la obra de arte. “*La obra de arte, en la cual el pensamiento se enajena de sí mismo, forma parte del terreno del pensamiento conceptual, y el espíritu, al someterla al examen*

44. RIEGL, A., *El culto moderno...*, op.cit., pág. 24.

45. HEGEL, G. W. F., *Introducción a la estética*, Barcelona, Península, 2001, pág.14.

46. *Ibid.*, pág. 24.

47. *Ibid.*, pág. 26.

48. Con el humanismo se produce un cambio de actitud frente al mundo y la vida, que vemos reflejado en la siguiente expresión de Poggio Bracciolini: “Dejarán de edificarse templos y pórticos; desaparecerán todas las artes: tanto nuestra vida como la cosa pública se verán trastornadas, si cada uno de nosotros acaba contentándose con lo necesario” (*De avaritia*, XII, 6-7, BRACCIOLINI, Poggio (1428-1429 [1994]): *De Avaritia: dialogus contra avaritiam*, trad. Giuseppe Germano, Livorno: Belfore Editore). Las primeras teorías sobre la belleza de las cosas pueden retrotraerse a Petrarca con su concepto de lo bello en la poesía y con Boccaccio, teorías que se continuarán con Nicolás de Cusa. Alberti o Ficino entre otros (TATARKIEWICZ, W., *Historia de la estética. III. La estética moderna 1400-1700*, Madrid, Akal, 2004, págs. 11-45, 79-85), esto supone la aparición de una “estética nueva,” aunque en el Renacimiento no hay un concepto de estética, sino una “poética” humanista, en el sentido aristotélico con un culto a la belleza y a las artes (CASTELLI, P., *La estética del Renacimiento*, Madrid, La Balsa de la Medusa, 2011, pág. 14). El primero en introducir el término estética es BAUGARTEN. AG., (*Aesthetica*, Francfort, Gottlieb, 1750, 1758), y aunque no puede considerarse fundador de la estética como ciencia si señaló un camino a la investigación en el ámbito filosófico y alcanzó amplia difusión. Debemos a Kant en 1764 la primera formulación entre “lo sublime” y “lo bello” (KANT, E. *Observaciones acerca del sentimiento de lo bello y lo sublime*, Madrid, Alianza, 1990, págs. 29-37), o la elaboración en 1790 de su obra fundamental para entender el gusto como la capacidad de juzgar lo bello y el “juicio estético” (KANT, E., *Crítica del Juicio*, Madrid, Tecnos, 2017, pág. 113 y ss.) que va unido a la sensación de satisfacción, referida al sujeto, al sentimiento de la vida del mismo -como placer o dolor- añadiendo una forma particular de discernir y de juzgar que no añade nada al conocimiento, sino que se limita a poner la representación dada en el sujeto frente a la facultad total de las representaciones. Este juicio, afirma Kant es totalmente referido al sujeto y es siempre estético, a diferencia de aquel que se realiza solo sobre el objeto, en cuyo caso es lógico. Si analizamos un monumento exclusivamente respecto a sus características y funcionalidad estaremos haciendo un juicio objetivo, empírico y lógico, y será estético cuando lo hacemos respecto a la sensación que nos causa es decir subjetivo. Una sensación de satisfacción que viene determinada por el gusto (como capacidad de juzgar lo bello) y que es desinteresada. Basada en una mera contemplación. Finalmente, Kant en la obra citada de 1790 definirá la “emoción”, el “ideal de belleza”, lo “bello” o el “gusto” como facultad de juzgar una representación mediante una satisfacción o un descontento, sin interés alguno. Años más tarde, en 1832, aparecerán las Lecciones de estética de Hegel, que fueron escritas en 1819, diversas publicaciones sobre estética entre las que destacan: Zimmermann en 1858, Schlaser en 1872 o Bonaquet en 1892. Y finalmente la de Tatarkiewicz en 1970.

*científico, no hace más que satisfacer la necesidad de su naturaleza más íntima*⁴⁹. De acuerdo con Venturi⁵⁰, para entender el arte hay que recurrir a la estética, que “*como todo tipo de conocimiento espiritual, sólo puede ser histórico*”. La estética vista así tiene como objetivo definir el “concepto” del arte. En la obra de arte, el artista se mueve por sensaciones e impulsos, pero está, lógicamente, condicionado por el ambiente en el que vive. Un concepto asociado a la obra de arte es del “gusto”. Ahora bien, el gusto es una *preferencia contingente*⁵¹, que está condicionada por el tiempo y el lugar. El gusto siempre ha perseguido la belleza, que también ha sido el centro de la estética. Pero la belleza puede ser concebida de formas distintas y lo que es bello para unos no lo es para otros. En conclusión ¿qué diferencia el monumento de la obra de arte? ¿Puede tener un objeto ambas cualidades? Naturalmente que sí, puede existir un monumento cargado de intención, que a su vez sea una obra de arte, es decir que cause una sensación agradable a nuestros sentidos. A su vez hay obras de arte, pinturas, esculturas o arquitecturas, que como afirma Venturi⁵² son *interesantes* porque constituyen “*los documentos históricos de los sentimientos, la voluntad y las ideas de las respectivas civilizaciones y representan los denominados valores ilustrativos*”.

El monumento está vinculado al pasado, a la memoria, mientras que la obra de arte, sólo al placer estético, al gusto. Y no todos los objetos del pasado son monumentos, en el sentido de transmitirnos una intencionalidad de sus hacedores o constructores; cualquier reliquia u objeto del pasado forma parte de nuestro patrimonio histórico, pero no todos son monumentos. Éstos son los que nos interesa estudiar, averiguar qué es lo que los hace únicos, y sobre todo cómo es posible que muchos de ellos a pesar del esfuerzo de sus constructores y de la fascinación que produjeron en sus contemporáneos y en muchas generaciones sucesivas, de repente dejaron de interesar y fueron dejados a su suerte o destruidos intencionadamente. La idea del pasado y de la memoria cambia con el tiempo, es también un fenómeno contingente.

II.2 Las construcciones con significado

Se ha afirmado que la arquitectura es un acto social. Es el resultado de un trabajo en equipo y está ahí para ser usada por grupos de personas –una tumba, una familia o clan, una casa, un panteón, un dolmen– o por toda la sociedad –el Coliseo de Roma–. Los sistemas sociales generan un tipo de arquitectura, y un tipo de monumentos, que responden a una ideología oficial, que convierte algunos edificios en “trascendentes”, pertenecientes a todos, y que cumplen una función política o religiosa: son los monumentos intencionados. Este sistema, si desaparece, arrastra consigo al monumento por la pérdida de interés, de motivación social, cuando no se busca su destrucción intencionada, por representar algo que se considera incompatible con el nuevo imaginario. Es necesario analizar en qué *contexto* ha sido producido un determinado monumento, pues como afirma Kostof⁵³, cada edificio representa un artefacto social con su específica energía, impulso y compromiso. De ahí que tengamos que buscar el *significado* de aquellos que están cargados de una especial intención, escrutando su peculiar naturaleza, pues constituyen nuestra herencia, nuestro patrimonio histórico material. Deben estudiarse los monumentos dentro de su contexto y como algo indivisible. Ningún edificio es un objeto aislado y autosuficiente, sino que forma parte de un

49. HEGEL, G.W. F., *Introducción a la ...*, op.cit., pág.34.

50. VENTURI, L., *Historia de la crítica de arte*, Barcelona, Gustavo Gili, 1982, pág. 22.

51. *Ibid.*, pág. 30.

52. *Ibid.*, pág. 38.

53. KOSTOF, S., *Historia de la Arquitectura I*, Madrid, Alianza Forma, 1988, pág. 23.

marco más amplio: su entorno natural o artificial que lo contiene. Los edificios del pasado o del presente “no son cuerpos permanentes en el vacío”⁵⁴, sino componentes de una ordenación variada sujeta a constantes cambios. Todo monumento aparece vinculado a un territorio y a un paisaje. Ello se aprecia de modo especial en los templos egipcios⁵⁵ y en la configuración del espacio en la arquitectura griega, que constituyen un rito de iniciación para el espectador que se acercaba por la vía de las procesiones hacia el santuario o templo. Todo ellos estaban enmarcados en el ambiente natural que les servía de escenario buscando acrecentar el carácter sagrado del lugar⁵⁶.

El monumento como algo que se perpetúa en el tiempo está sujeto al devenir histórico y es una imagen que se transmite, tanto al imaginario de sus habitantes contiguos como a los viajeros. Los monumentos son también reinterpretados dependiendo de la carga ideológica del espectador, pues la impresión que produce sobre cada uno se ve condicionada por la predisposición del observador. Un ejemplo de esto nos lo ofrece la doble interpretación que del Partenón hicieron James Stuart y Nicholas Revert (1760-1830) en 1751, cuando Atenas era una ciudad turca y la Acrópolis era la residencia del gobernador; lo aprecian desde una doble perspectiva, la contemporánea y la arqueológica. Sitúan al templo entre casas modestas apiñadas de forma desordenada, y se aprecian las bóvedas de una iglesia bizantina, en el interior del templo⁵⁷. Estas interpretaciones contrastan con la realizada en un dibujo por Ciriaco de Ancona en su primer viaje a Atenas (1443), que se centra sólo en el aspecto concreto del monumento, no exenta de cierta ingenuidad, pues no la pone en relación ni con su entorno, ni con el paisaje, lo que constituye una visión claramente anticuaria, frente a la arqueológica y arquitectónica de los viajeros británicos.

Al igual que hemos establecido una distinción entre obra de arte y monumento debemos también distinguir entre arquitectura monumental y construcción. La primera va más allá de los criterios funcionales o estructurales y responde a un interés estético, político, simbólico, posee un significado: “una construcción [...] que trasciende los requisitos prácticos de función y estructura”⁵⁸. Responde en parte, aunque sólo en parte, a la cualidad, que Vitruvio llamó *venustas* (belleza), distinguiéndola de otros dos componentes prácticos de la arquitectura: *utilitas* (función) y *firmitas* (estructura). Sin embargo, sería un error si sólo apreciáramos las construcciones monumentales en función del criterio de su belleza y consideráramos que la historia de los monumentos está ligada a las de las obras de arte excluyendo su cualidad más importante: la intencionalidad política, religiosa, personal, es decir la intencionalidad simbólica. Los monumentos hay que estudiarlos sin aislarlos de su contexto social y político ni de su entorno, y sobre todo hay que valorar el esfuerzo social que los mismos han requerido y la fuerza ideológica que hizo posible dicho esfuerzo: como ocurre con las pirámides que exigieron la construcción de verdaderas ciudades para los trabajadores que hicieron posible su edificación, que tienen el mismo valor que el edificio monumental. Y junto a ello no debe olvidarse que muchos monumentos responden a una significación política que deseaba simbolizar su poder a través de ellos. En el significado del monumento juegan dos ideas: tiempo y finalidad⁵⁹. El *tiempo* implica sucesión, proceso evolutivo pues todo edificio se basa o aprovecha una experiencia constructiva anterior, y una vez erigido se convierte en paradigma, en otro elemento de la tradición.

54. *Ibid.*, pág. 28.

55. GIEDION, S., *El presente eterno: los comienzos de la arquitectura*, Madrid, Alianza Editorial, 1986, págs. 331-408.

56. MARTIENSSEN, R., *La idea de espacio en la arquitectura griega*, Buenos Aires, Nueva Visión, 1967.

57. KOSTOF, S., *Historia de la...*, op.cit., pág. 30, figura 1.13.

58. *Ibid.*, pág.33.

Se incorpora al continuum, a la memoria e, incluso, al imaginario. Si además la intención o significado por el que se erigió sigue en la *mens* de los contemporáneos, ora por que aún los comparten –intención viva en el imaginario, ora porque les evoque el pasado, más o menos glorioso o incluso terrible, –monumento simbólico–, el edificio alcanza la categoría de *monumentum*, de memoria. Otras veces los edificios surgen buscando una finalidad, ser un ideal, un deseo convertido en piedra: así el imperio de Carlomagno vuelve conscientemente a la arquitectura de Roma y Rávena con el fin de inspirar que estaba reviviendo el Imperio Romano. Posteriormente, el propio Renacimiento procurará diseñar sus aspiraciones basándose en el modelo de la antigüedad clásica. También responden a la necesidad de construir edificios o monumentos que eclipsen el esplendor o superen el tamaño de otros monumentos legendarios del pasado, evocando también, a veces, no su forma física, sino la fama del prototipo. Así el templo de Salomón influirá como estereotipo, como paradigma, en otros monumentos como Santa Sofía o El Escorial, de este modo Justiniano pudo decir el 27 de diciembre de 537, “*Nekika se Solomon*”, “*He superado a Salomón*”.



Fig. 10. Pirámide de Keops en Gizeh © Dominio público

Posteriormente, el propio Renacimiento procurará diseñar sus aspiraciones basándose en el modelo de la antigüedad clásica. También responden a la necesidad de construir edificios o monumentos que eclipsen el esplendor o superen el tamaño de otros monumentos legendarios del pasado, evocando también, a veces, no su forma física, sino la fama del prototipo. Así el templo de Salomón influirá como estereotipo, como paradigma, en otros monumentos como Santa Sofía o El Escorial, de este modo Justiniano pudo decir el 27 de diciembre de 537, “*Nekika se Solomon*”, “*He superado a Salomón*”.

La *finalidad* es para Kostof⁶⁰ la forma en que un edificio se acomoda a la *función* que la ha sido pre-establecida, aunque él prefiere mejor la palabra *ritual*, porque “*función puede aminorar y mecanizar el concepto de finalidad*”. De este modo, continúa diciendo, aunque la función de una tumba es alojar al muerto, ello hasta qué punto es válido para la tumba-pirámide de Keops (Fig. 10), dónde se ve desbordada la función. ¿Para qué tanto esfuerzo, tantos ladrillos, para la tumba de un hombre? ¿Por qué una Basílica tan descomunal como Santa Sofía, si sólo se necesitaba un espacio grande para albergar grandes congregaciones? Cuando la función excede de la proporción surge la intención, ligada al símbolo y al ritual, pretendiéndose de este modo comunicar algo más importante. Es a lo que se refería Ruskin⁶¹ en su *lámpara del sacrificio* cuando habla del empleo de materiales preciosos en una obra arquitectónica religiosa o conmemorativa, no porque éstos sean útiles y necesarios, sino porque son excepcionales, porque son expresión perdurable de la ofrenda o del testimonio. Es entonces, y sólo entonces, cuando el edificio supera la escala de lo funcional y se transforma en mensaje, en algo eterno, en memoria, en monumento.

Tal es el caso de la pirámide de Keops cuya función es la seguridad y depósito del cadáver, pero que, sin embargo, a través del ritual de su construcción, hace tangible para el pueblo la esperanza en que allí reside algo perpetuo, eterno. Y de igual manera, Santa Sofía, expresa en su ritual el misterio cristiano y aunque su función es el culto en el que el hombre es simple usuario, también es la casa de Dios: un usuario invisible e

59. *Ibid.*, pág.39.

60. *Ibid.*, pág. 40.

61. RUSKIN, J., *Las siete lámparas de la arquitectura*, Barcelona, Alta Fulla, 2000, págs. 8-24.

impredecible⁶². Quizás por esa razón van más allá de la mera utilidad y se convierten en función de ese deseo, de esa intención, en algo distinto, en algo monumental.

Conclusiones

1. Las imágenes producen diversas respuestas en la mente del espectador desde la veneración al miedo según sean capaces de entender su significado o de compartirlo.
2. Los poderes políticos y religiosos se han valido de la imagen para comunicar mensajes y manifestar su poder. Ello se realiza utilizando elementos figurativos o ideoscenas en soportes de diversos tamaños que van desde las simples monedas, estelas, esculturas o pinturas hasta la utilización de formas arquitectónicas complejas a las que se les suele denominar monumentos.
3. La idea de monumento está referida a la de “memoria” como recordatorio de principios válidos que se pretenden perpetuar en el imaginario colectivo. Son formas cargadas de intencionalidad dirigidas a la propaganda política o la plasmación de valores religiosos.
4. La aceptación por parte del espectador de las ideas y valores comunicados a través del monumento lleva consigo la aceptación de su conservación y la idea de sacrilegio en el caso de destrucción y el oportuno castigo por su infracción.
5. Mientras los valores que se expresan a través de los monumentos, continúan vigentes y por tanto aceptados y reconocidos en la conciencia del espectador, aquéllos son respetados y tutelados formando parte de su imaginario.
6. Por el contrario, cuando los valores transmitidos son desconocidos, ajenos u opuestos a los contemporáneos, se produce un rechazo de las antiguas expresiones, que son ignoradas o demonizadas, llevando aparejado en todo caso su abandono, reutilización de los materiales o su destrucción intencionada.
7. A lo largo de la historia percibimos la aparición de monumentos que responden a dos categorías: una religiosa o sagrada y otra pública. Cada una de ellas son respetadas, conservadas y admiradas por sus contemporáneos, pero causan distintas reacciones a las generaciones posteriores, pasando desde el respeto, porque conocen su significado y sus valores, a la admiración, aunque desconozcan su significado o a la destrucción por el temor que les suscitan. Así mismo se produce también un interés por averiguar por qué y por quiénes fueron construidas generándose así un interés por el pasado.

Fecha de recepción: 21/09/2016

Fecha de aceptación: 18/11/2016

62. KOSTOF, S., *Historia de la...*, op.cit., pág.41.