

# Pensar la fotografía en la era digital

Javier Marzal Felici  
Universitat Jaume I

FONTCUBERTA, Joan (2001).

*La cámara de Pandora. La fotografía después de la fotografía.*

Barcelona, Gustavo Gili.

Señalemos, de entrada, que la lectura del último ensayo de Joan Fontcuberta, tal vez el fotógrafo-artista y pensador sobre la fotografía más reconocido a nivel internacional de nuestro país, no decepciona al lector. Por el contrario, nos hallamos ante una de las obras más interesantes e inteligentes de los últimos años, que nos propone un conjunto de reflexiones acerca del estatuto de la fotografía en el contexto de la cultura visual digital contemporánea.

La aparición de *La cámara de Pandora*, compuesto de dieciséis textos breves, además de la introducción, en los que Fontcuberta va desgranando sus ideas y reflexiones en torno a la fotografía digital, se produce en el contexto de un fuerte debate sobre «la muerte de la fotografía» que diferentes autores como William Mitchell (1992), Nicholas Mirzoeff (2003), Hans Belting (2007) o Fred Ritchin (2009), certifican como consecuencia de la aparición de la fotografía digital que, de este modo, es entendida como un acontecimiento que habría transmutado la naturaleza misma del medio fotográfico, diluido en el universo de la imagen digital. La irrupción de las tecnologías digitales en el campo de la fotografía, como ha ocurrido en general en el campo de la imagen –cine, televisión, videojuegos, internet–, ha provocado un auténtico terremoto en la forma misma de pensar la fotografía en la actualidad, tanto en lo que se refiere a la relación de la fotografía con *lo real*, es decir, en lo que respecta a la verdad y objetividad que «contiene» la fotografía, pero también en la misma forma de relacionarnos con las fotografías, asunto no menos trascendental.

Como hemos señalado en otros lugares (Marzal, 2007, 2008), es conveniente recordar que la fotografía ha sido caracterizada tradicionalmente como una forma

de representación que mantiene una estrecha relación con lo real, en tanto que *huella e índice*, al tratarse de una imagen que «rinde una cuenta fiel del mundo» (Dubois, 1986: 19). Su aparición en el segundo cuarto del siglo XIX provocó una crisis sin precedentes en la historia de las artes plásticas, por haber contribuido a liberar a la pintura de su «obsesión por la semejanza» (Bazin, 1990: 23-30), y haber provocado, si se quiere indirectamente, el desarrollo de las artes no figurativas, puesto que la fotografía venía a culminar, con una eficacia hasta entonces desconocida, la concepción del arte como mimesis.

Como explica el propio autor en la introducción, «la fotografía argéntica aporta la imagen de la sociedad industrial y funciona con los mismos protocolos que el resto de la producción que tenía lugar en su seno» (Fontcuberta, 2010: 12). Por el contrario, «la fotografía digital es consecuencia de una economía que privilegia la información como mercancía, los capitales opacos y las transacciones telemáticas invisibles» (Fontcuberta, 2010: 12). La fotografía digital ha pasado así a formar parte de los flujos de información que circulan por las redes, con lo que se ha transmutado su condición material, tradicionalmente vinculada a lo fotoquímico, en inmaterial. Pero lo que es más importante, la fotografía digital ya no se concibe como «huella», «índice» o «certificación» de lo real, como afirmaban Benjamin (1973) o Barthes (1990), entre otros. Nos recuerda el autor que «existimos gracias a las imágenes» (Fontcuberta, 2010: 18), porque «la fotografía ha estado tautológicamente ligada a la memoria y en la actualidad se empieza a quebrar ese vínculo» (Fontcuberta, 2010: 27), y por ello, en *Blade Runner* de Ridley Scott (1982), los replicantes llevaban encima fotografías para recrear un pasado que nunca existió, porque gracias a la fotografía (en este caso «falsas fotografías»), «la memoria les da identidad y la identidad los hace reales» (Fontcuberta, 2010: 27).

Con la aparición de la fotografía digital se ha producido una profunda crisis del fotoperiodismo, tal vez la principal «víctima» de la revolución digital, cuestionado más que nunca en estos momentos, por la permanente sospecha de que todas las imágenes que vemos están retocadas o manipuladas. Esta extendida creencia, sin embargo, olvida una idea tan básica o primaria como que toda fotografía siempre es reflejo de una mirada que ha seleccionado el campo visual y el momento temporal que registra la imagen, por lo que cualquier imagen siempre posee una condición de «manipulación» de lo real, de manera intrínseca: «la tecnología digital desacredita genéricamente la credibilidad del documento fotográfico» (Fontcuberta, 2010: 64), que «incluso nos permite travestir nuestra identidad o voluntad» (Fontcuberta, 2010: 101). Por esta razón, se puede afirmar que la fotografía digital nos está ayudando a tomar conciencia de su *naturaleza icónica*, como construcción discursiva convencional. De ahí que Fontcuberta emplee la metáfora de «la cámara [caja] de Pandora», en el sentido de que «la tecnología digital provee calamidad para unos y liberación para otros» (Fontcuberta, 2010: 13).

En efecto, la irrupción de la tecnología digital en la fotografía ha precipitado un cambio muy importante en la forma misma de entender la fotografía. Si la tradición dictaba que la fotografía testimonia un «instante decisivo», como afirmaba Cartier-Bresson, con la fotografía digital se ha multiplicado exponencialmente la necesidad de «capturarlo todo», de tal modo que «las fotos ya no sirven tanto para almacenar recuerdos, ni se hacen para ser guardadas». Por el contrario, «sirven como exclamaciones de vitalidad, como extensiones de unas vivencias, se comparten y desaparecen, mentalmente y/o físicamente», de tal modo que «transmitir y compartir fotos funciona así como un nuevo sistema de comunicación social, como un ritual de comportamiento que queda igualmente sujeto a particulares normas de etiqueta y cortesía» (Fontcuberta, 2010: 38-39), idea que, por cierto, hemos podido confirmar a través de un estudio empírico sobre los usos y hábitos de consumo de fotografías por estudiantes de comunicación en la era digital (Marzal y Soler, 2011). En este sentido, la fotografía digital permite desarrollar la dimensión narrativa sobre la descripción del «instante», tradicionalmente asociada a la fotografía fotoquímica. Si la fotografía analógica o fotoquímica se regía por una economía del deseo —el acto de fotografiar como modo de poseer las cosas o los acontecimientos, de apropiarnos de ellos a través de la fotografía, como diría Susan Sontag (1981)—, la fotografía digital parece invertir los términos, al haber colonizado nuestras vidas, por la omnipresencia de las fotografías en todo nuestro universo. En el actual contexto cultural, la circulación de las fotografías digitales expresa, sobre todo, la aparición de una forma distinta de relacionarnos con las imágenes, en definitiva, asistimos a un nuevo régimen de las imágenes en el contexto de la cultura visual contemporánea. De este modo, para Fontcuberta la «fotografía digital contiene poco de fotografía según sus patrones genealógicos» (2010: 188).

Así pues, Joan Fontcuberta afirma que no se puede dar la espalda al advenimiento de la *era postfotográfica*. En un texto bastante reciente, titulado «Por un manifiesto postfotográfico», publicado en el suplemento cultural del periódico *La Vanguardia*, el pasado once de mayo de 2011, Fontcuberta reincidía en estas ideas, y señalaba que la fotografía digital ha dinamitado la tradicional figura del creador-fotógrafo, en la medida en que con la foto digital todos somos ciudadanos-fotógrafos. Precisamente, su «decálogo postfotográfico» comienza afirmando que el papel del artista no es «producir obras sino prescribir sentidos», de tal modo que «el artista se confunde con el curador, con el coleccionista, el docente, el historiador, etc.», dentro de una lógica «donde se impone una ecología de lo visual que penalizará la saturación y alentará el reciclaje», y en la que más importante que el contenido de las imágenes es su circulación, ya que «compartir es mejor que poseer». Para Fontcuberta, en el campo del arte se van imponiendo las «prácticas apropiacionistas» frente al concepto de originalidad, en el que «lo lúdico» es un valor en alza y el arte se manifiesta como «la acción de agitar conciencias», por lo que su manifiesto tiene una vocación marcadamente política, con una decidida desacralización de la figura del autor, incluida su desmitificación, puesto que en el contexto postfotográfico «el autor

se camufla o está en las nubes [icloud] (para reformular los modelos de autoría: coautoría, creación colaborativa, interactividad, anonimatos estratégicos y obras huérfanas)».

Finalmente, cabe destacar que resulta realmente muy difícil encontrar en el panorama artístico fotográfico contemporáneo una obra artística y reflexiva tan coherente como la de Joan Fontcuberta. En efecto, la creación fotográfica de Fontcuberta constituye, en sí misma, una reflexión casi obsesiva acerca de la naturaleza de la fotografía, que invita constantemente al espectador a interrogarse sobre el estatuto de verdad y de objetividad de la imagen fotográfica. Baste citar algunas de sus producciones fotográficas como *Fauna secreta* (1989), *Sputnik* (1997), *Orogénesis* (2001), *Karelia. Milagros y compañía* (2002), *Deconstruyendo Obama* (2007) o *Googlegramas* (2005-07), entre su prolífica obra. Y todavía resulta más extraño hallar a un artista que exhibe una penetrante capacidad de reflexión teórica acerca de la propia actividad fotográfica que desarrolla, con una escritura aguda, cargada de ingenio y brillantez en la exposición de sus ideas (Fontcuberta, 1989, 1997, 1998, 2003). Nos hallamos, pues, ante un ensayo importante, de escritura ágil e inteligente, como la propia frescura, brillantez e inteligencia que destila la obra artística de Joan Fontcuberta, siempre sorprendente y sugerente. Habremos de seguir atentos a su prolífica producción artística y teórica, lo que es sencillamente un placer.

## Referencias

- Barthes, Roland (1990). *La cámara lúcida. Nota sobre la fotografía*. Barcelona: Paidós (edición original: 1980).
- Bazin, André (1990). Ontología de la imagen fotográfica. En: *¿Qué es el cine?* Madrid: Rialp (edición original: 1966).
- Benjamin, Walter (1973). La obra de arte en la era de su reproductibilidad técnica. En: *Discursos Interrumpidos I*. Madrid: Taurus (1ª Edición: 1936).
- Belting, H. (2007). *Antropología de la imagen*. Buenos Aires: Katz Ediciones.
- Dubois, Philippe (1986). *El acto fotográfico. De la representación a la recepción*. Barcelona: Paidós (edición original: 1983).
- Fontcuberta, Joan (1997). *El beso de Judas: fotografía y verdad*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Fontcuberta, Joan (1998). *Ciencia y fricción: fotografía, naturaleza, artefacto*. Murcia: Ediciones Mestizo.
- Fontcuberta, Joan (2003). *Fotografía. Crisis de historia*. Barcelona: Actar Editorial.
- Fontcuberta, Joan (2010). *La cámara de Pandora. La fotografía después de la fotografía*. Barcelona: Gustavo Gili.

Marzal, Javier (2007). *Cómo se lee una fotografía. Interpretaciones de la mirada*. Madrid: Cátedra.

Marzal, Javier (2008). La muerte de la fotografía: la revolución digital y la crisis de identidad del medio fotográfico. *Revista de Occidente*, nº 328, septiembre. Madrid.

Marzal, Javier y Soler, Maria (2011). Hábitos de consumo y usos de la fotografía en la era digital entre estudiantes de comunicación en España. *Comunicar. Revista Científica de Comunicación y Educación*, nº 37. Huelva: Grupo Comunicar.

Mirzoeff, N. (2003). *Una introducción a la cultura visual*. Barcelona: Paidós.

Mitchell, W.J. (1992). *The Reconfigured Eye. Visual Thruth in the Post-Photographic Era*. Cambridge, Massachussets: MIT Press.

Ritchin, F. (2009). *After Photography*. Nueva York: W. W. Norton & Company, Inc.

Sontag, Susan (1981). *Sobre la fotografía*. Barcelona: Edhasa (edición original: 1973).

### **Referencia de este artículo**

Marzal Felici, Javier (2011). Pensar la fotografía en la era digital. A propósito del libro de Joan Fontcuberta *La cámara de Pandora*. En: *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, nº 2. Castellón: Asociación para el Desarrollo de la Comunicación adComunica, Universidad Complutense de Madrid y Universitat Jaume I, 221-225.