

Col·lecció «Humanitats»
e-Humanitats, 2

EL ANÁLISIS DE LA IMAGEN FOTOGRAFICA

RAFAEL LÓPEZ LITA
JAVIER MARZAL FELICI
FCO. JAVIER GÓMEZ TARÍN
(EDITORES)



El **ANÁLISIS** de la imagen fotográfica / Rafael López Lita, Javier Marzal Felici, Fco. Javier Gómez Tarín (editores). – Castelló de la Plana: Publicacions de la Universitat Jaume I, D.L. 2005

il. ; cm. — (e-Humanitats, 2)

–ISBN 84-8021-522-4

Ponències presentades al “Primer Congreso de Teoría y Técnica de los medios audiovisuales”, 13 i 15 d’octubre 2004, Castelló. –Bibliografia.

1. Fotografia artística-Congressos. I. López Lita, Rafael, ed. lit. II. Marzal Felici, José Javier, ed. lit. III. Gómez Tarín, Francisco Javier, ed. lit. IV. Congreso de Teoría y Técnica de los medios audiovisuales (1er: 2004: Castelló de la Plana) V. Universitat Jaume I. Publicacions, ed. VI. Sèrie.

77.04(063)

Cap part d’aquesta publicació, incloent-hi el disseny de la coberta, no pot ser reproduïda, emmagatzemada, ni transmesa de cap manera, ni per cap mitjà (elèctric, químic, mecànic, òptic, de gravació o bé de fotocòpia)sense autorització prèvia de la marca editorial.

© Del text: Els autors, 2005

© De la present edició: Publicacions de la Universitat Jaume I, 2005

Edita: Publicacions de la Universitat Jaume I. Servei de Comunicació i Publicacions

Campus del Riu Sec. Edifici Rectorat i Serveis Centrals.

12071 Castelló de la Plana

Fax 964 72 88 32

<http://www.tenda.uji.es>

e-mail: publicacions@uji.es

ISBN: 84-8021-522-4

Imprimeix: Digital Gràfic C.B. Tel. 961 710 317

<http://www.digitalgrafic.net> c/e: info@digitalgrafic.net

Dipòsit legal: V-3755-2005



ÍNDICE

PRESENTACIÓN	10
INTRODUCCIÓN	13

PONENCIAS

BERNARDO RIEGO AMÉZAGA. <i>Mirando las fotografías desde su entorno: La llave del imaginario</i>	19
SANTOS ZUNZUNEGUI. <i>La huella de la forma</i>	33
JAVIER MARZAL FELICI. <i>Una propuesta de análisis de la imagen fotográfica mediante la utilización de tecnologías digitales e informacionales</i>	49
RAÚL EGUIZÁBAL MAZA. <i>La fotografía publicitaria</i>	81
RAMÓN ESPARZA. <i>La construcción del observador en la imagen fotográfica</i>	99

COMUNICACIONES

El análisis de la imagen fotográfica y su historia

AURELIO DEL PORTILLO GARCÍA. <i>Tiempo y ritmo en las imágenes fijas</i>	120
ENRIC MIRA PASTOR. <i>Realidad y deseo de una teoría de la fotografía</i>	136

PEDRO POYATO SÁNCHEZ. <i>Hacia una metodología del análisis fotográfico</i>	151
JACQUES TERRASA. <i>La muerte desenfocada</i>	168
CONCHA BAEZA LORO. <i>La colección de negativos fotográficos de Antonio García del archivo de la Diputación Provincial de Valencia</i>	185
HUGO DOMÉNECH FABREGAT. <i>Pequeña historia sobre una fotografía: El Miliciano Muerto por Robert Capa</i>	199
PABLO FERRANDO GARCÍA. <i>El referente como función simbólica</i> ..	212
FRANCISCO JAVIER GÓMEZ TARÍN. <i>Tiempo y narración en la imagen fotográfica. Algunas reflexiones en torno a lo inmóvil.</i>	225
ANA MARÍA MARTÍN LÓPEZ. <i>A la innovación por la oposición del pictorialismo a una fotografía moderna en el marco de la real sociedad fotográfica.</i>	240
MANUEL MORENO DÍAZ. <i>Mito e ironía: en torno a dos fotogramas de Greta Garbo.</i>	249
ÁUREA ORTIZ VILLETA. <i>En el estudio del fotógrafo: Puesta en escena e identidad.</i>	260
JOSÉ ANTONIO PALAO ERRANDO. <i>Lo que no soporta el recuerdo: El punctum en el recorte de los textos.</i>	277
JOSÉ FERNANDO VÁZQUEZ CASILLAS. <i>Nuevos comportamientos en el ámbito fotográfico. La transgresión de los límites: Análisis de la concepción artística de Eduardo Cortils.</i> ...	292

- FRANCESC VERA CASAS. *Aproximació a la fotografia de reportatge en la revista Estampa (1928-1938)*306
- El estatuto artístico de la fotografía
y la construcción del espectador en el hecho fotográfico*
- JORGE LATORRE IZQUIERDO. *El estatuto de lo fotográfico,
entre el arte y la tecnología*322
- RIÁNSARES LOZANO DE LA POLA. *La realidad como género artístico:
El retrato fotográfico.*344
- JULIO MONTERO DÍAZ Y JAVIER ORTIZ-ECHAGÜE. *Usos
documentales de la fotografía artística:
José Ortiz-Echagüe en el museo del traje*359
- MARISOL ROMO MELLID. *La evocación del cuerpo siniestro.
Desde lo fotográfico: del cuerpo del «delito» al
cuerpo del «relato»*375
- JOSÉ CARLOS SUÁREZ FERNÁNDEZ. *Fotomontaje versus montaje
fotográfico: especificidad artística y construcción
de realidades*391
- LONGI GIL PUÉRTOLAS. *Una mirada clandestina.
Análisis de la mirada documental en la película
Furtivos de Borau*409
- NOELIA IBARRA RIUS. *La (re)producción de un
imaginario genérico.*416
- JESSICA IZQUIERDO CASTILLO. *El espectador
de la imagen digital:
¿Un nuevo agente del proceso comunicativo?*430

JOHANNA MORENO CAPLLIURE. <i>Araki-Traspasando lo porno-estéreo. Discurso sobre la acción fotográfica como acto performativo.</i>	443
GEMA PASTOR ANDRÉS. <i>La miniatura en la inmensidad del paisaje fotográfico. El mapa en las imágenes de Andreas Gursky</i>	455
ALFRED REMOLAR FRANCH. <i>A propòsit del logosímbol de Gran Hermano: El telespectador que controla o el telespectador controlat?</i>	467
MARÍA DEL MAR RODRÍGUEZ CALDAS. <i>El efecto de la mirada artística sobre la fotografía. Cambios de funciones y desplazamientos del significado y del valor.</i>	482
EMILIO SÁEZ SORO. <i>La desprivatización de la fotografía personal</i>	499
CARLOS TEJO VELOSO. <i>Los nuevos usos de la fotografía en el arte cubano contemporáneo: Marta María Pérez Bravo</i>	505
TOMÁS ZARZA NÚÑEZ. <i>Del álbum de familia a los weblogs y los moblogs. La representación de lo cotidiano como elemento discursivo.</i>	521
 <i>Función social de la fotografía: fotografía de prensa y fotorreportaje y el estudio de la fotografía desde la dimensión económica e industrial</i>	
ÁNGEL J. CASTAÑOS. <i>Información y manipulación en las fotografías del 11-M</i>	535

EMILIO C. GARCÍA FERNÁNDEZ. <i>Álbum familiar. La emoción contenida.</i>	550
CARLOS MUÑIZ MURIEL, JUAN JOSÉ IGARTUA PEROSANZ Y JOSÉ ANTONIO OTERO PARRA. <i>Imágenes de la inmigración a través de la fotografía de prensa. Un estudio de los principales periódicos españoles.</i>	565
NEKANE PAREJO JIMÉNEZ. <i>Códigos simbólicos en las fotografías sobre los atentados de ETA</i>	581
JOSEP RAMÓN TILLER FIBLA. <i>Una lectura periodística de información gráfica de la prensa valenciana</i>	597
ROBERTO ARNAU ROSELLÓ. <i>La fotografía a vueltas con el poder: Las imágenes de la prisión de Abu-Grahib.</i>	617
ÁNGELES DURÁN Y PABLO SÁNCHEZ. <i>Tratamiento editorial de la imagen en el periódico universitario VOX UJI</i>	631
ELENA GALÁN FAJARDO Y JAVIER TRABADELA ROBLES. <i>Análisis de las fotografías galardonadas con el premio Fotografía del Año en el concurso World Press Photo (1995-2004)</i> . . .	644
LORENA LÓPEZ FONT. <i>El autorretrato del publicitario en prensa especializada.</i>	658
FERNANDO REDONDO NEIRA. <i>La perversión de los códigos de representación icónica en las fotografías de torturas</i>	675
MARÍA SOLER CAMPILLO. <i>Efectos de la migración digital: los efectos económicos en las grandes multinacionales fotográficas</i>	683

*Las determinaciones tecnológicas en el análisis fotográfico
y el análisis de la fotografía de moda, industrial y publicitaria*

- JOSÉ GÓMEZ ISLA. *De la fotografía digital a la poligrafía visual* . . .698
- TOYA LEGIDO GARCÍA. *Del referente virtual al referente cultural* . .714
- EDUARDO JOSÉ MARCOS CAMILO. *Antonimias de la fotografía
publicitaria: de la ostentación a la elisión de los objetos* . . .728
- JOSÉ MANUEL SUSPERREGUI. *La tecnología de la fotografía
aplicada a la imagen publicitaria: el ejemplo del automóvil* .746
- JOSÉ A. AGUILAR GARCÍA. *La filosofía de la nueva tecnología
digital basada en las enseñanzas de Ansel Adams*760
- MARÍA VICTORIA CARRILLO DURÁN Y ANA CASTILLO DÍAZ.
*«El culto al cuerpo» en la imagen publicitaria de
principios del siglo XX: revista Nuevo Mundo, 1925-1929.* .775
- ALFONSO CUADRADO ALVARADO. *La doble dirección de
la estética digital: del hiperrealismo fotográfico
a la esencia de la imagen sintética*791
- CÉSAR FERNÁNDEZ FERNÁNDEZ. *Jaques y enroques de la
representación y de la fotografía: Blossfeldt,
Michals e informática gráfica*805
- MARÍA JOSÉ GÁMEZ FUENTES Y ESTHER BLÁZQUEZ CHAVES.
*Mujeres y publicidad: de la representación de la violencia
de la representación*821
- JOSÉ LUIS GARRALÓN VELASCO. *Evolución de la imagen digital:
del formato fotográfico JPEG, al MPEG4*831

ANTONIO LARA MARTÍNEZ. <i>¿Es la fotografía digital un nuevo arte?</i>	848
JORGE LENS LEIVA. <i>Tendencias de la fotografía publicitaria contemporánea: grandes marcas, grandes conceptos.</i>	860
FRANCISCO LÓPEZ CANTOS. <i>Software fotográfico. El lugar de la frontera creativa en la imagen fotográfica</i>	873
VICENTE LLORENS CASANI. <i>La moto digital</i>	878
MARÍA DEL MAR MARCOS MOLANO. <i>De la fotografía a la imagen fotográf@. Fotografía analógica, fotografía digital</i>	892
JUAN L. MORENO-BAQUERIZO BALSERA. <i>La fotografía electrodomesticada</i>	900
EVA BREVA FRANCH Y MAGDALENA MUT CAMACHO. <i>El discurso iconográfico del bebé en la publicidad de productos infantiles</i>	915
PASCUAL PESET FERRER. <i>Implantación de las técnicas digitales de captura en el sector de fotografía industrial y publicitaria</i>	930
AGUSTÍN RUBIO ALCOVER. <i>Nuevas texturas, universos posibles: potencialidades expresivas del vídeo digital según Anthony Dod Mantle</i>	944
NIEVES SÁNCHEZ GARRE. <i>Evolución técnica de la fotografía: desde la cámara oscura a la herramienta digital</i>	960
CURRÍCULUM ABREVIADO DE LOS PARTICIPANTES	973

PRESENTACIÓN

El presente libro recoge las ponencias y comunicaciones que fueron presentadas al *I Congreso de Teoría y Técnica de los Medios Audiovisuales*, celebrado en la Universitat Jaume I de Castellón entre los días 13 y 15 de octubre de 2004.

Para la dirección de este congreso, cuya primera edición ha girado en torno al tema «El análisis de la imagen fotográfica», su celebración ha conocido una gran respuesta de convocatoria, con la participación de importantes expertos en la materia, 62 comunicaciones presentadas por investigadores de numerosas universidades españolas y algunas de fuera de nuestro país (Francia y Portugal), y más de 250 asistentes matriculados en el evento. Todo ello ha hecho posible que el nivel de discusión científica haya sido realmente muy notable.

El congreso ha permitido crear un marco idóneo para el debate intenso y apasionado sobre la naturaleza de la imagen fotográfica y los modos de aproximación a su estudio y análisis, desde perspectivas muy diferentes. Se podría afirmar que ha existido una coincidencia entre las distintas aportaciones: la necesidad de desarrollar metodologías de trabajo no excluyentes que permitan abordar el análisis inmanente del texto fotográfico, sin perder de vista la necesidad de tener en cuenta las circunstancias históricas y sociales, que son fundamentales para anclar el sentido de una fotografía.

Más allá del estudio científico de la fotografía, este congreso ha permitido constatar el gran interés que ésta posee en la iconosfera contemporánea y su importancia como fuente de conocimiento del mundo que nos rodea. En este sentido, el desarrollo de esta actividad, que se ha situado en el marco de las III Jornadas sobre Imagen, organizadas por el vicerrectorado de Promoción Universitaria, tiene pleno sentido como forma de promover la atención y sensibilidad hacia esta forma de expresión.

Queremos expresar nuestro agradecimiento al esfuerzo realizado por todas las personas que han hecho posible su buen desarrollo: al equipo técnico del Servei d'Activitats Socioculturals, y en concreto al Aula de Fotografía de la Universitat Jaume I, al profesorado del Área de Comunicación Audiovisual y Publicidad y, en especial, a los técnicos del Laboratorio de Comunicación Audiovisual y Publicidad.

MARGARITA PORCAR MIRALLES
Vicerrectora de Promoción Universitaria, Sociocultural
y Lingüística-UJI

RAFAEL LÓPEZ LITA
Catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad-UJI

JAVIER MARZAL FELICI
Profesor Titular de Comunicación Audiovisual
y Publicidad-UJI

Directores del
I Congreso de Teoría y Técnica de los Medios Audiovisuales:
El Análisis de la Imagen Fotográfica

INTRODUCCIÓN

Una de las razones principales que han justificado, de forma especial, la celebración de este I Congreso de Teoría y Técnica de los Medios Audiovisuales, ha sido la necesidad de articular una plataforma para la presentación de una larga investigación dirigida por el Catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad, D. Rafael López Lita, financiada por la convocatoria de proyectos de investigación que organizan cada año la entidad Bancaja y la Universitat Jaume I, en el periodo 2001-2004, y su debate científico con expertos en esta materia.

La investigación ha sido desarrollada por el Grupo de Investigación *ITACA UJI* (Investigación en Tecnologías Aplicadas a la Comunicación Audiovisual) que ha elaborado una exhaustiva metodología de análisis de la imagen fotográfica, bajo la coordinación del Dr. Javier Marzal Felici. Debemos felicitarlos por el hecho de que la respuesta de los asistentes a la presentación del proyecto fuera muy favorable por su magnitud y calidad.

La investigación presenta en soporte hipermedia, por el momento en el sitio web www.analisisfotografia.uji.es, una metodología de análisis de la imagen fotográfica que sigue la distinción de 61 conceptos, estructurados en cuatro niveles de análisis: nivel contextual (datos identificativos de la fotografía, parámetros técnicos, datos biográficos y críticos), nivel morfológico (descripción del motivo fotográfico, análisis de elementos morfológicos), nivel compositivo (análisis del sistema sintáctico o compositivo, del espacio y del tiempo de la representación) y nivel interpretativo (articulación del punto de vista, interpretación global del texto fotográfico).

La novedad de este planteamiento es su grado de exhaustividad, y la presentación de numerosos ejemplos para ilustrar los conceptos desarrollados en la descripción de la metodología de análisis, con una selec-

ción de unas 400 imágenes de un banco de fotografías con más de 900, cada una con su pequeña ficha técnica, que se ha creado a propósito para esta investigación. El sitio *web* se completa con la presentación de 30 fotografías analizadas siguiendo esta metodología de análisis, en la que se analizan los 61 parámetros antes referidos. Si se tuviera que imprimir en papel el número de páginas que contiene el sitio *web* se obtendrían aproximadamente unas 1.200 páginas impresas. También hay que valorar que este sitio *web* está abierto a la consulta de todo el que disponga de conexión a internet, por lo que estamos convencidos de que será una herramienta para la enseñanza del análisis de la imagen en todo el mundo, ya que se trata de una iniciativa inédita. En pocos meses estará disponible una versión en francés y en inglés.

El libro que prologamos recoge las ponencias y comunicaciones presentadas al I Congreso de Teoría y Técnica de la Imagen: El Análisis de la Imagen Fotográfica.

En la primera parte del libro se incluyen las ponencias presentadas por los profesores Bernardo Riego (viceconsejero de Industria y Desarrollo Tecnológico del Gobierno de Cantabria, e historiador de la Fotografía), Santos Zunzunegui (Universidad del País Vasco), Ramón Esparza (Universidad del País Vasco), Raúl Eguizábal (Universidad Complutense de Madrid) y Javier Marzal Felici (Universitat Jaume I).

La segunda parte recoge las comunicaciones presentadas al congreso, organizadas en torno a una serie de temas predefinidos, que permitieron mostrar el alto nivel científico de la investigación en torno a la fotografía en nuestro país. Los temas tratados se centraron en «El análisis de la imagen fotográfica y su historia: teoría vs. historia de la fotografía», «El estatuto artístico de la fotografía», «La dimensión social de la fotografía: la fotografía de prensa y el fotorreportaje», «Las determinaciones tecnológicas en el análisis fotográfico: fotografía fotoquímica vs. digital y el estudio de la fotografía desde la dimensión económica e industrial», «El análisis de la fotografía de moda, industrial y publicitaria» y «La construcción del espectador en el hecho fotográfico». En nuestra opinión, el planteamiento interdisciplinar a la hora de abordar el estudio de la fotografía es uno de los aspectos más ricos de la propues-

ta de trabajo, como así fue valorado por los especialistas asistentes al congreso.

A través de las intervenciones de ponentes y comunicantes quedó claramente reflejado que en el momento actual es necesario potenciar en el mundo académico universitario la enseñanza y la investigación de la fotografía, cuyo conocimiento es fundamental para asegurar la formación de los futuros profesionales de la imagen, con independencia de si trabajarán o no en el futuro en el campo concreto de la fotografía profesional.

Esperamos que los cuantiosos materiales que recoge este texto sean de utilidad a quienes se aproximen al estudio de la fotografía y puedan servir de estímulo para introducirse en este campo de investigación todavía demasiado descuidado en el panorama académico español.

RAFAEL LÓPEZ LITA
JAVIER MARZAL FELICI
FRANCISCO JAVIER GÓMEZ TARÍN
(EDITORES)

La reproducción de textos e imágenes en este libro de carácter didáctico y analítico se acoge al texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, en cuyo artículo 32 del Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril (BOE número 97, de 22 de abril) con las modificaciones dadas al mismo por la Ley 5/1998 de 6 de marzo (BOE número 57, de 7 de marzo) y la Ley 1/2000 de 7 de enero (BOE número 7 de 8 de enero), se dice lo siguiente:

Es lícita la inclusión en una obra propia de fragmentos de otras obras ajenas de naturaleza escrita, sonora o audiovisual, así como la de obras aisladas de carácter plástico, fotográfico, figurativo o análogo, siempre que se trata de obras ya divulgadas y su inclusión se realice a título de cita o para su análisis, comentario o juicio crítico. Tal utilización sólo podrá realizarse con fines docentes o de investigación, en la medida justificada por el fin de esa incorporación e indicando la fuente y el nombre del autor de la obra utilizada.

PONENCIAS

MIRANDO LAS FOTOGRAFÍAS DESDE SU ENTORNO: LA LLAVE DEL IMAGINARIO

BERNARDO RIEGO AMÉZAGA

Gobierno de Cantabria

*Dedicado a Miguel Ángel Cuarterolo, soldado de la memoria de la Fotografía
Argentina. In Memoriam*

La Historia tiene un sentido cuando alguien puede ver lo que ha ocurrido y aplicar o aprender lecciones para el presente o para el futuro. Estamos asistiendo a un momento de ruptura de muchos de los que han sido grandes paradigmas visuales, lo cual nos permite igualmente entender aspectos que están en el fondo de lo que está ocurriendo en la actualidad: sobre la apariencia de las imágenes se articulan mensajes, discursos políticos y sociales, aprendizajes sociales. Somos constructores y analistas de la realidad a través de un vehículo tan atractivo y que ha acompañado a los humanos durante todo nuestro devenir en la tierra como son las imágenes.

En el ámbito de las Ciencias Sociales, las imágenes son una forma de comunicación social, conectan con las sociedades, nacen, mueren, pierden su sentido, porque una sociedad las entiende y las siguientes generaciones ya no las entienden. Uno de los oficios de los historiadores de las imágenes es hacer arqueología de ese conocimiento que el tiempo ha borrado. Autores clásicos como David Freedberg (1992), en *El poder de las imágenes*, explican cómo, a lo largo de la historia y de las diferentes culturas de las cuales nosotros somos herederos, las imágenes han tenido diferentes valores y significados. Igualmente, y desde ámbitos más clásicos de las Ciencias Sociales se están empezando a preocupar por el poder de esas imágenes, por ejemplo Peter Bruke, en su libro *Visto y no visto*, hace un análisis, no solamente de imágenes como fotográficas, sino también de todo tipo de representaciones y menciona como desde las disciplinas basadas en el texto escrito es necesario prestar atención a las imágenes como fenómeno social actual.

En este sentido, puede ser indicativo también algo que he percibido por mis investigaciones y que pongo de manifiesto en mis últimos libros: el hecho de que no podemos aislar ningún fenómeno de comunicación de los demás, y obviamente de la sociedad; no podemos seguir trabajando en términos aislados. Cuando algunos autores como Umberto Eco y otros hablan de «intertextualidad», de que las imágenes se devoran a sí mismas y se reproducen constantemente, están hablando de fenómenos que están muy relacionados con la cultura actual, pero también con la cultura de las imágenes, el hecho de que los textos circulen, se cambien, se modifiquen, se refieran unos a otros, etc.

Por lo tanto, no hay estanqueidad en el tipo de imagen según la tecnología que la produce, todo forma unos fenómenos culturales que obviamente han de ser abordados desde las singularidades, las especialidades, pero también debe existir quien haga el esfuerzo de integrar dicho conocimiento. Uno de los últimos trabajos que he realizado fue *Memorias de la mirada*; este título refleja la ambigüedad presente en unas máquinas u objetos, artilugios que guardan algo que no tiene memoria como es la mirada. Nosotros miramos, y la mirada se retiene en cierta forma en nuestro recuerdo, pero en sí misma no tiene capacidad, algo que sin embargo sí poseen las máquinas que la crearon.

Este proyecto muestra, desde el siglo XVIII en España hasta la llegada del cine mudo, cómo las tecnologías de la imagen han ido construyendo una realidad. En este trabajo es posible ver cómo fenómenos que por ejemplo estaban en la linterna mágica, se vuelven a ver en el cine mudo. Por ejemplo, incluso, se dice que la famosa película de cine mudo *El Regador Regado* de los hermanos Lumière, es una historia de la linterna mágica que los Lumière pasan a las primeras películas que hacen comerciales de su catálogo.

En conclusión, vamos hacia una necesidad de integrar conocimiento y no podemos especializarnos excesivamente en algo sin entender que alrededor hay otros fenómenos que están contaminándose unos de otros.

Cuando se manejan imágenes del pasado es necesario reconstruir sus significados. La clave no es la imagen singular, sino el imaginario que se ha construido en una determinada época, que es propiedad de cada

generación o de cada grupo generacional, y que el tiempo va borrando. La llave del imaginario es la que da la clave de todo el significado cultural de muchas representaciones, más allá de la apariencia de una singular. Eso es, quizás, lo que diferencia, por ejemplo, mi área de investigación, que pone el énfasis en el hecho de cómo se comparte el conocimiento social de las imágenes, respecto a otras áreas como la Historia del Arte, que ponen el énfasis en la autoría, en la singularidad del autor, en la expresividad del autor.

Si uno comprende los valores culturales de una época y las imágenes que maneja, inmediatamente está comprendiendo ese tiempo. Por ejemplo, si alguien que quiere manejar nuestro densísimo mundo de imágenes, nuestra iconoesfera, no entiende que hoy tenemos imágenes censuradas, como todas aquellas imágenes publicitarias que hacen referencia al tabaco, no podrá comprender cómo ciertas representaciones publicitarias del tabaco en este momento aluden de una manera metafórica al tabaco sin representarlo.

La fotografía se ha entendido durante mucho tiempo y diversos análisis como una expresión artística. Además, los fotógrafos del siglo XX reivindican que es una escritura personal, lo cual es legítimo. Es una manera cultural de ver la fotografía, pero, sin embargo, también es posible plantear esta cuestión de otra forma, desde la perspectiva tecnológica.

La fotografía hace algo en la historia de las imágenes que nunca había ocurrido hasta ese momento. Es una tecnología, y por lo tanto un sistema complejo que rompe la tradición de las imágenes. No hay en la historia de las imágenes nada como la fotografía, aunque algún autor mencione la obra *Las Verónicas* como un referente de la fotografía, sin embargo, eso no deja de ser una metáfora cultural más o menos afortunada. Por lo tanto, hay una base científica en la fotografía, y lo interesante para empezar a entender ese imaginario en el que se construye esa realidad, es entender que la fotografía nace en un momento en el que se está construyendo una sociedad europea muy acelerada, como está pasando ahora con lo digital y con otras bases ideológicas, una sociedad muy acelerada con invenciones que están cambiando y sobre todo en un momento en el que se está construyendo también una visión objetiva de la reali-

dad. No es casual que la fotografía va a dar soporte a teorías como las de Compte, es decir, todo el paradigma de la objetividad, y la fotografía como tecnología automática de imágenes va a contribuir a reforzarla.

Por lo tanto, aceleración europea, nuevas invenciones, y la aparición de lo que Jonatan Crauly llama las dislocaciones perceptivas: el tiempo, el espacio y la memoria aparecen alterados y cambiada su percepción. El concepto de tiempo altera la realidad y dos tecnologías en su momento de aparición lo muestran claramente: el ferrocarril y el telégrafo; éste último rebasa el tiempo humano pero, sin embargo, lo humano consigue atraparlo. La abolición del espacio también queda reflejada en otra tecnología paralela a la fotográfica, que es el ferrocarril. El ferrocarril en estos años del siglo XIX, de 20 kilómetros por hora, o 30 kilómetros por hora, supone una ruptura con los viejos modos de transporte, como mencionan autores de la época como Antonio Flores.

La tercera, y más asumida por todos los investigadores, de las dislocaciones que introduce es la memoria. Esta idea aparece reflejada en los primeros textos del siglo XIX que hablan de la fotografía, por primera vez tenemos algo que transmitir a las generaciones futuras y verán la realidad tal como era, siendo auténtica memoria fijada

Por lo tanto, una premisa para analizar la fotografía es el hecho de ser una tecnología y por tanto estar compuesta por una serie de elementos. La segunda idea es el soporte, la idea de que las imágenes fotográficas no tienen referentes históricos, no hay nada anterior a la historia de las imágenes como la fotografía. Hasta el momento en que surge la fotografía todas las representaciones estaban en la mano del dibujante, en la mano humana que creaba la forma, el contorno, la apariencia, etc. Además, la conciencia de que las imágenes dibujadas son imágenes imperfectas desde el punto de vista de la objetividad, de la realidad, nace con la aparición de la fotografía. Hasta ese momento, en los textos del siglo XVIII y del XIX, los autores en los grabados, los dibujos, etc, están viendo la realidad, no ven la imperfección. La fotografía va a marcar justamente una brecha, una frontera entre el viejo tiempo de representación manual y el nuevo tiempo de representación fotoquímica. Ahora curiosamente estamos en un debate muy interesante de cómo la imagen digi-

tal restituye parte de las viejas habilidades de la imagen manual, del escritor, del pintor y del dibujante, con los programas de retoque fotográfico digital. Se vuelven a integrar dos elementos de antítesis que rompe la fotografía: la parte de creación manual sobre la imagen y la parte de objetividad del sistema que capta, ya sea una cámara u otro mecanismo.

Esta ruptura tiene dos componentes: el primero, muy interesante porque actualmente vivimos en una sociedad, en una cultura tan acelerada tecnológicamente que no tenemos espacios de reflexión del pasado. El hecho de que nuestro mundo es el mundo del facsímil que forma parte de nuestra realidad. Sin embargo, el facsímil es una conquista que se inicia también con la fotografía. Realmente, uno de los temas que está flotando en los inicios de la historia de la fotografía, no es el debate sobre la guerra entre Francia e Inglaterra, es que en el mundo científico de la época estaba abierto el problema del facsímil. El copiado automático de imágenes, explica además que hasta este momento estén censados veinticuatro pioneros de la fotografía en el mundo. Esto es debido a que no se está indagando en lo que conocemos como fotografía, se está indagando en el problema del facsímil y, hasta la llegada de la solución química o fotoquímica, para el facsímil el único sistema que se tenía para hacer representaciones, para hacer copias, eran máquinas como el pantógrafo, una máquina que lo que hacía era repasar con un punzón, con una especie de lapicero repasaba la imagen, y dibujaba a escala, retrazaba. Es decir, hemos dado con la química, con la fotoquímica, un salto abismal, y es lo que ha creado una nueva cultura, la cultura de la copia, que en la actualidad forma parte de nuestra vida.

También hay una cuestión de tipo ideológico, el discurso de lo que va a ser la fotografía como tecnología operadora y triunfante en la sociedad contemporánea. El hecho de si es artista o no el fotógrafo del siglo XIX, que la fotografía, el operador, el fotógrafo, no deja de ser un mero conocedor de la técnica, pero es la propia realidad reproduciéndose a sí misma en forma de luz; la luz tiene una capacidad de captar, de captarse a sí misma a través de la química y de representarse a sí misma. Por lo tanto, estamos poniendo las bases de este discurso ideológico de la objetividad. Y de ahí ha llegado un paradigma que ya está absolutamente

desgastado en nuestro tiempo que es la veracidad de la cámara, y que es la base de todo el discurso informativo, de toda la mitología informativa. Sobre eso se pueden poner las capas que se quieran de interpretación. Pero el paradigma tecnológico es que la fotografía es la propia luz trabajando sobre sí misma y quedando de manera permanente gracias al conocimiento químico, y por lo tanto, en los primeros textos, cuando se habla del tipo, de la primera tecnología disponible, se dice: «Lo que ha hecho Daguerre, no es más que una invención y un descubrimiento. Ha inventado una técnica, pero ha descubierto un secreto de la naturaleza, ha descubierto cómo la luz puede quedarse permanentemente fijada sobre sí misma y, por lo tanto, remitirse al futuro.»

La tercera de las premisas es que la propia significación cultural y social de la fotografía ha ido transformándose. Hoy en día el discurso de la objetividad en fotografía, entender que el fotógrafo no es más que un operador sin ningún tipo de intervención sobre el dispositivo, es un discurso muerto; por lo tanto las imágenes, las representaciones, van cambiando, pero también lo hacen en función de los valores sociales. El siglo xx y la instantaneidad cambia la propia concepción de lo fotográfico, y cambia también la propia forma de representar.

Desde luego, el siglo xx es el siglo de la fotografía como escritura personal, como escritura incluso de sentimientos, y el siglo xix es el siglo de la fotografía como espejo de la realidad. Por lo tanto, si nosotros vemos fotografías del siglo xix o del xx, tenemos que saber que quienes las hicieron las estuvieron interpretando en su propia ideología tecnológica de una manera diferenciada. Si no conocemos esto, si no tenemos este valor, realmente estamos haciendo interpretación sesgada y por lo tanto, poco interesante.

Otra cuestión también de propuesta de análisis es, tomando un término de la historia contemporánea, más concretamente de Jacques LeGoff, el hecho de que las imágenes del pasado son monumentos o documentos.

Las imágenes del pasado pueden tener una doble percepción: son monumentos en el sentido de que son piezas del pasado que hay que preservar, y existe una legislación y un cuerpo especializado de preservación de esos objetos peculiares. Son documentos porque nos hablan

de una época, y como documentos están textualizando conocimiento de un tiempo. Un ejemplo puede ser el de las fotografías que realiza Clifford en 1860 dentro de la campaña de propaganda del régimen de Isabel II. La reina recibe un aviso de que la Corona está en peligro, de hecho en 1868 irá al exilio, y por ese motivo del año 1858 al 1866, se dedica a hacer una serie de viajes por el país en los cuales, parte de la propaganda es llevar un fotógrafo previo que haga imágenes de las obras, de los acontecimientos más importantes del régimen de Isabel II.

Por lo tanto, desde esa perspectiva, tenemos un monumento, el monumento de las imágenes de Clifford, y un documento que nos informa de aspectos objetivos. Pero, no se puede olvidar tampoco que las imágenes fotográficas, como cualquier base de imágenes, tienen trasferencias a otros soportes. Estos viajes van acompañados de un álbum y de un libro que se distribuyen a todas las Instituciones españolas de la época, y sobre la base de la imagen de Clifford, se construye un discurso político.

Por lo tanto, el cruce en muchos casos de las imágenes como documento, también produce diferentes interpretaciones.

Otra cuestión interesante es la intertextualidad. Es una característica que ahora mismo utiliza frecuentemente la imagen publicitaria, a través de diversos mecanismos. Estamos llenos de microficciones publicitarias que hacen referencia a textos visuales anteriores, con anuncios que hablan de películas, de iconos pictóricos instalados en la cultura y que, por lo tanto, vehiculan información más rápida. Esa intertextualidad que ahora se ha acelerado por las características culturales de nuestro tiempo ya estaba en el embrión de la conformación de las imágenes contemporáneas.

En 1843, Haderboots, publica un libro sobre los amantes de Teruel y la portada será utilizada para reproducirse en el mercado fotográfico de la época. Estas primeras representaciones fotográficas hacen referencia a un texto escrito, pero también a la iconografía que ya ha creado el grabado en este caso. Esa transferencia de lo fotográfico desde imágenes manuales o al revés, que también se produce, nos da idea de la interconexión que está presente en toda la cultura de las imágenes contemporáneas, del hecho de que hay contaminaciones constantemente.

Ésta es una característica de la intertextualidad, pero también hay otro aspecto, el hecho de la transferencia a otros medios, tanto del grabado a la fotografía, como de la fotografía al grabado. Un ejemplo puede ser la representación del general Espartero, el icono político más importante del siglo XIX español. Espartero se representa de todas las maneras, es de alguna forma el mito de la libertad decimonónica española. Su figura es posible observarla en el tiempo. En la colección «Castellano» de la Biblioteca Nacional de Madrid aparecen unas imágenes de él en 1855, en las cuales por primera vez se fotografía ante una cámara y se le ve azorado, asustado. Pocos años después, en 1865, es posible observar cómo ha aprendido a posar, a representarse. En este caso, la transferencia se produce al mercado litográfico, y así se idealiza mucho más.

Por lo tanto, las imágenes, aluden a discursos entre sí, pero también se transfieren de soporte en soporte, lo que supone una nueva característica de análisis de la fotografía y, sin duda, de cualquiera de las imágenes contemporáneas.

Uno de los grandes bloques iconográficos es la fotografía de estudio. Este tipo de imágenes es muy abundante y puede resultar reiterativo. Uno de los riesgos de cualquier análisis de imágenes es que, cuando se ven muchas representaciones parecidas, se agota el significado de las mismas. La propuesta metodológica que propongo es que sobre esa repetición se exploren los significados. Si estamos trabajando con unas imágenes que son muy reiterativas, es porque, aparte de las rutinas que tengan, también tienen valores culturales instalados, es decir, quien iba al estudio a representarse, en el caso de la fotografía de estudio, iba justamente a representarse de acuerdo a unos parámetros que tenían que ver con valores instituidos. Justamente, en el siglo XIX, la foto de estudio es una imagen de modernidad, quien va a representarse allí, va a representarse como una imagen, como algo moderno, como alguien que forma parte de esa modernidad, frente al mundo antiguo y variopinto que se está desmontando con los valores burgueses.

Lo primero a tener en cuenta son los elementos funcionales que hay dentro del espacio, del estudio. La fragmentación del espacio de representación permite que aparezca la proyección simbólica de los

elementos funcionales de la escena. Nunca podemos olvidar, en el caso de la fotografía, que estamos ante una tecnología, y por lo tanto, tiene limitaciones técnicas. En el caso de la foto de estudio del siglo XIX, aparecen varios problemas, entre los cuales podemos destacar: existencia de un campo limitado de enfocar y emulsiones muy lentas, lo cual implica la necesidad de una cierta inmovilidad, o una inmovilidad real del personaje. Esto se va mejorando y en la fotografía de mediados del siglo XIX, 1860 aproximadamente, ya no hay que sujetar al fotografiado para que no se mueva, pero sí que hay que hacer que esté apoyado en algo de tal manera que consiga con ello una cierta inmovilidad. Pero ese algo tiene que ser noble, tiene que tener unas referencias culturales de su tiempo. Por lo tanto, estos elementos funcionales que sirven en un caso concreto para enfocar, pero sobre todo para sujetar, también se representan simbólicamente en la escena ennobleciendo el espacio, este espacio teatral, que es el espacio del estudio fotográfico.

Otro aspecto a destacar es la presencia física y el tipo de vestimenta. Las imágenes fotográficas de estudio del siglo XIX, las cartas de visita, reproducen retratos distintos con la misma vestimenta. El fotógrafo es quien tiene el *atrezzo* porque realmente es un acto teatral lo que realiza el retratado, y en muchos casos lo ofrece para que las personas se disfracen y valga para el acto de representarse mediante el retrato. La vestimenta también nos da claves del valor social que se atribuye a la persona retratada, sin embargo no representa lo que es, el tipo de trabajo que realiza, representa el valor simbólico que el retratado quiere manifestar. Mientras que el propietario de la tierra, el artesano de cierto nivel económico que va al estudio, se viste de una manera, sin embargo se representa de otra. Incluso, el espacio se construye de otra forma. Por lo tanto, la vestimenta no vincula tanto a la persona, sino que vincula su proyección simbólica en la representación.

La tercera de las cuestiones que podemos explorar en los elementos figurativos es el fondo del estudio. El fondo del estudio está aludiendo a algo que también tiene que ver con el valor de los retratos en estos momentos, y está reconstruyendo, interiorizando, introduciendo el elemento natural dentro del espacio urbano. En la medida en que las ciudades

se van convirtiendo en espacios antinaturales, y en este momento ya empiezan a serlo, sobre todo las grandes ciudades europeas, la aparición del elemento escénico de un fondo natural, nos está dando referencias a esa naturaleza que está fuera, que está siendo, de alguna manera, alejada de los ámbitos urbanos y que se restituye por la vía de la representación.

El fondo tiene valores simbólicos muy curiosos; por ejemplo, al manejar cantidad de fotografías es posible observar, sobre todo en los casos referidos a la primera época, que cuanto más rural o menos urbano es el lugar donde se han hecho las fotografías, el fondo desaparece. El fondo tiene valor en la medida en que es un estudio en lugares en los que existe un predominio del espacio urbano frente a la naturaleza. También tiene valores de tipo noble, un valor cultural de que la naturaleza es un elemento noble.

El espacio que construyen las fotografías en el siglo XIX y una parte del siglo XX, está basado en la pose, en el hecho de que se finge lo natural en base a elementos de inmovilidad. En parte por la tecnología, por las dificultades técnicas, y en parte también por la fuerte cultura del grabado informativo que ha creado un espacio informativo construido que la fotografía imita bastante.

Un caso muy paradigmático, muy típico, lo tenemos en la fotografía que realiza Clifford de los gitanos en la Alhambra, de 1862, dentro del viaje de Isabel II a Andalucía. Se lleva unos gitanos a los que hace posar en la Alhambra como si estuvieran tocando palmas y la guitarra. Pero, a poco que nos fijemos en detalle en la fotografía, lo que realmente está ocurriendo es que todos están inmovilizados, hay una falsificación del movimiento. Esto alude, como mencionaba antes, a las dificultades tecnológicas de la fotografía, pero también a que el grabado obligaba a una cierta teatralización de la escena. Todo tenía que estar muy claro para el espectador, todo el mundo tenía que saber lo que estaba pasando. Además, las poses permiten ver sobre el espacio construido las jerarquías. Por lo tanto, la pose tiene en su origen un elemento tecnológico, conseguir que la imagen sea definida, un elemento de contaminación del grabado, conseguir que la imagen sea entendible para el espectador, pero también un elemento jerárquico en el cual todo el mundo está en su lugar.

La pose aún sigue funcionando, son reminiscencias de este momento, se ha transmitido una cultura de esa falsificación del tiempo congelado que ha ido pasando a lo largo del tiempo y que es posible observar en el periodismo actual. Un ejemplo claro pueden ser las fotos oficiales en diversos actos políticos.

La fotografía en el siglo XX aporta la instantaneidad, abre una nueva época, una nueva forma de ver, aunque ciertamente no es una forma humana de ver. Falsifica la realidad desde un punto de vista humano, pero sin embargo crea una cultura de la visión instantánea, de la visión espontánea, que está más cercana a nuestra percepción.

Esta nueva visión tiene connotaciones también políticas, ideológicas, estéticas, y una nueva posibilidad en tecnología.

Otro punto que merece ser considerado tiene que ver con las posiciones ideológicas de la tecnología. La fotografía sobre todo y ante todo es una tecnología sobre la que ciertamente se construye arte, documentos, etc. Una de las cuestiones clave que hay que comprender para entender la fotografía decimonónica es que la fotografía es uno de los grandes orgullos del siglo XIX, pero no por razones culturales, estéticas, etc, sino porque la ciencia decimonónica ha conseguido que la luz se refleje a sí misma, y autores españoles como Castelar y otros muchos hablan precisamente de ese orgullo de vivir en un siglo en el que incluso hemos conseguido atrapar la luz y conseguir que refleje imágenes. Por lo tanto, es un valor de progreso, la fotografía es un símbolo del progreso decimonónico y por ello está con todos los valores de progreso republicanos del siglo XIX. A los decimonónicos no les importan las imágenes, les importa la tecnología porque es el símbolo de ese mundo que ha traído el ferrocarril, el telégrafo, el vapor, la electricidad y la fotografía, entre otras muchas cosas. Por lo tanto, esa posición ideológica es fundamental.

Otro aspecto a tener en cuenta es el análisis de las colecciones. Una gran parte de las colecciones que ahora valoramos como grandes colecciones fotográficas están basadas en elementos funcionales. Los grandes museos decimonónicos necesitan fotos para documentar una serie de monumentos nacionales, de objetos artísticos, etc. y eso es lo que hoy

pasa por la página del tiempo, se han convertido en objetos artísticos en sí mismos, aunque en muchos casos, en su origen, fueron fotos que se realizaron con elementos funcionales. Las fotografías de Isabel II de Clifford, son fotos de propaganda política, que el tiempo ha transformado en fotos artísticas, que están en mercados de coleccionistas o en museos, fotos en suma que el tiempo ha dado un valor que no tenía en su origen. Esto es una reflexión también sobre cómo hemos construido una parte de la historia de la fotografía.

Una cuestión muy interesante es la mirada, las miradas que se posan sobre la imagen. Por un lado, la mirada de quien construye la imagen, y aquí entramos, de nuevo, en el concepto de autor. Desde la perspectiva más estética-artística, el autor es el creador de la fotografía, es quien la ha hecho. Desde una perspectiva de análisis social de las imágenes, el autor es la cadena institucional, que pone en circulación la imagen, desde el que la crea, que es fundamental, obviamente, pero también todo el circuito que la pone, que la hace visible. Porque, obviamente, cuando alguien trabaja para un medio, sabe que tiene unos condicionantes implícitos. Cuando alguien fotografía en un estudio sabe que puede representar una serie de maneras, pero sabe que hay otras que es imposible porque comercialmente no funcionarían. Por lo tanto, el concepto autor, en imágenes, vistas como fenómenos de comunicación social, es un concepto complejo que no puede ser entendido como estrictamente de una persona singular, con la idea romántica con la que lo hace la Historia del Arte, es más complejo.

Pero hay una mirada, que es legítima; es la mirada del autor, y es indiscutible; una mirada del historiador, de las vistas de las imágenes, y una triple mirada que es la de quien mira desde otro tiempo.

Por lo tanto, las miradas en las imágenes siempre son un elemento complejo y hay que analizarlas desde muchas perspectivas. Nosotros, que somos gente del siglo XXI, que hemos aprendido a ocupar diferentes posiciones frente a la realidad, y es en nuestra cultura algo constante, no podemos ver las imágenes de una manera unívoca, tenemos que verlas desde muchas posiciones. Si estamos trabajando de manera provisional con ellas, obviamente, como espectadores, disfrutamos y

nos olvidamos, pero si queremos analizar valores culturales, tenemos que mover e integrar posiciones.

Una última propuesta es el hecho de la complejidad de las imágenes fotográficas: los ámbitos sociales y culturales. Cuando nos encontramos con imágenes, lo hacemos con diferentes usos sociales que aluden, además de a tipologías diferentes de creación de imágenes, a funcionalidades diferentes. Por ejemplo, la película de Amenábar, *Los otros*, mostraba un álbum de muertos, un hecho absolutamente cotidiano en el siglo XIX y que, sin embargo, causa cierta confusión en el espectador contemporáneo, que quizás lo ve por primera vez. La imagen no es sólo la imagen, es el ámbito, ámbito de difusión, ámbito de creación, tiempo en el que circuló, y la mirada actual en muchos casos puede tener relevancia, o no tenerla.

Para finalizar, menciono un paradigma muy diferente en el que nos encontramos ahora: el paso de la veracidad fotográfica a la digital. La fotografía, uno de los grandes paradigmas, representaba lo real, tenía unas connotaciones sobre la objetividad, que ahora son diferentes. También está ligada a otra idea, el mercado de la fotografía como monumento, como copia singular que se cotiza. Lo interesante es que la propia objetividad de la fotografía, desde el paradigma clásico, no es el paradigma digital, está rota en su propia esencia. El propio paradigma objetivo de la fotografía química, fotoquímica, estaba roto en sus orígenes, pero sin embargo ha funcionado como ideología hasta la llegada de la foto digital.

BIBLIOGRAFÍA

BURKE, Peter (2001): *Visto y no visto*, Madrid, Crítica.

FREEDBERG, David (1992): *El poder de las imágenes*, Madrid, Cátedra.

LA HUELLA DE LA FORMA

SANTOS ZUNZUNEGUI

Universidad del País Vasco

In memoriam Jean-Marie Floch

Este texto carecerá de ilustraciones. Para ello me acogeré a la autoridad de Susan Sontag que publicó un notabilísimo libro sobre fotografía sin incluir en él una sola imagen. Igualmente podría recurrir a la autoridad de Roland Barthes cuando, en *La cámara lúcida*, tomó la decisión de no publicar la foto central sobre la que pivotaba su reflexión, esa famosa foto de su madre que decidió resguardar de la curiosidad de sus lectores.

Mi propósito es de corte metodológico. Se trata simplemente de plantear algunas preguntas sobre qué podemos hacer con este objeto complejo que es la fotografía y cómo podemos abordarla. Para ello me centraré en un solo ángulo, de entre tantos posibles; enumeraré, primero, una lista de campos potenciales de trabajo para, luego, reducir el alcance de mi intervención y pasar de la mirada telescópica a una mirada más microscópica, más cercana al objeto. No renunciaré a insistir una y otra vez en determinados puntos. No por inútil afán de redundancia, sino porque estoy persuadido de que uno nunca repite lo suficiente determinadas ideas en la medida en que siempre hay gente que no quiere oír las cosas que uno dice. De la misma manera es pertinente advertir que lo que yo voy a señalar en las páginas que siguen no es contradictorio con algunas cosas de las que, con plena conciencia, no voy a ocuparme. Con lo que quiero apuntar que, cuando propongo un programa de trabajo no lo hago porque crea que sea ni el único viable o posible, ni el más importante de los que se puedan aplicar a este objeto difícil que llamamos fotografía. Es el momento de decirlo: para mí, la fotografía es un objeto difícil, un objeto complicado, un objeto básicamente silencioso, y hacer hablar a ese tipo de objetos no es fácil. Precisamente ese es uno de los problemas que hay que poner, con urgencia, sobre el tapete.

Para entender adecuadamente lo que voy a desarrollar a continuación debo advertir al paciente lector que voy a hacer un uso metafórico del famoso esquema de las funciones de comunicación que Roman Jakobson puso sobre la mesa y que todo el mundo conoce. Roman Jakobson diseñó un esquema de la transmisión de la información que, en el fondo, no es sino una relectura del paradigma de la teoría de la información, transplantado a la lingüística. De manera voluntariamente somera diré que el insigne lingüista sostiene que la comunicación es un proceso que se realiza entre un emisor y un receptor a través de los cuales circula un mensaje a través de un canal, que ese mensaje está organizado a través de un sistema que llamamos código y que, finalmente, ese mensaje funciona en un contexto. Éstas son las famosas funciones de la comunicación (a las enumeradas hay que añadir la fática para completar las seis identificadas por el lingüista ruso) y si las traigo aquí es para intentar vincular con cada una de estas funciones algunos trabajos que se pueden realizar en torno a la imagen fotográfica. De nuevo me veo en la obligación de prevenir al lector que una de las particularidades del texto que tiene entre las manos es que, siendo un texto sobre metodología de análisis fotográfico, aspira a no ser sólo metodología de análisis la imagen fotográfica. Por la sencilla razón de que la fotografía no vive aparte, cortada ni separada de los demás medios de comunicación de masas y que en el interior de eso que algunos han llamado, con una expresión un tanto grandilocuente, la iconoesfera contemporánea, la fotografía convive con otras miles de formas de imágenes, con las que mantiene una relación inestable, una relación compleja, en la cual los centros de mayor o menor influencia, sobre los mecanismos de constitución de eso que hemos dado en llamar el «imaginario social», se reconfiguran con el tiempo, de manera permanente. Es evidente que la aparición de la fotografía modificó el imaginario social como lo hizo, luego, la llegada del cine. Como sucedió, por supuesto, con la irrupción de la televisión y como lo está haciendo ahora la llegada de Internet. Lo que no quiere decir que desaparezcan o que pierdan importancia los demás medios. Ya se ha señalado el hecho de que la nueva tecnología digital va a suponer un *revival* de la fotografía al menos bajo dos as-

pectos que siempre han estado ahí, pero que ahora quizás van a cobrar un nuevo impulso: el *aspecto artístico*, por supuesto, pero también el *aspecto lúdico*, es decir, el aspecto de la foto amateur, la foto que cobra o está llamada a cobrar, a través de la facilidad del uso de la máquina, un peso probablemente mayor en un futuro no muy lejano.

Por tanto, haciendo uso, repito, metafórico, del paradigma de Jakobson sobre la comunicación, sostendré (afirmación, en sí misma banal) que la fotografía es un objeto que tiene que ver con todos los elementos de la comunicación. Si nosotros queremos enfatizar el lado del *emisor* fotográfico, podemos centrar el trabajo sobre la fotografía en ese campo en el que incluiríamos todo aquello que queda *antes* de la existencia de la foto. En otras palabras, la foto tiene que ser producida para ser vista, lo que quiere decir, por tanto, que existe una fase anterior, una historia de la fotografía entendida no en el sentido convencional de la fotografía como historia, sino una historia de la fotografía entendida como historia de aquellos elementos que llevan en dirección y acaban confluyendo en ese objeto que llamamos fotografía: historia social, historia también particular, historia de las condiciones sociales en las que trabaja el fotógrafo, historia, si se quiere, de la psicología fotográfica, o de la psicología del fotógrafo, con referencia a la intencionalidad que subyace en la imagen fotográfica.

Si se quisiera enfatizar la función del *canal* podríamos discutir interminablemente sobre los problemas de las especificaciones técnicas de la fotografía, territorio en donde podríamos colocar, por ejemplo, el debate entre lo analógico y lo digital, los problemas derivados de la emergencia de las nuevas tecnologías que afectan de manera tan obvia a la fotografía de nuestros días. Si ahora pensamos en la función *código*, en esa función que organiza los objetos comunicativos como tales objetos comunicativos y que permite vincular una expresión con un contenido, nos introduciremos de lleno en un debate interminable (aunque relativamente terminado, desde mi punto de vista) pero que siempre retorna una y otra vez como una especie de fantasma en las discusiones sobre la fotografía, planteándonos, una y otra vez, la discusión en torno a qué tipo de signo sea la fotografía: la fotografía como un índice, como ico-

no, como símbolo; si estamos ante un índice, un icono indicial pero que puede ser utilizado simbólicamente, etc. Debate inaugurado con el artículo decisivo, y nunca mejorado, de André Bazin, publicado en 1945 y que se llama «ontología de la imagen fotográfica», auténtico texto fundador de esta reflexión, prolongada luego, sin duda, por Roland Barthes, o si se prefiere una formulación más académica de la misma, por el volumen de Philippe Dubois, *El acto fotográfico*, texto que de alguna manera pone ya todos los puntos sobre las íes, o, entre nosotros, por los trabajos de Jesús González Requena cuando sostiene su teoría de lo radical fotográfico que, en cierta medida, es una reformulación o una derivación, con matices, de la vieja idea de Bazin de la fotografía como un método de despellejar la realidad. Con todo, me parece que esta discusión basada en la tripartición de Peirce (índice, icono, símbolo) está incompleta en la medida en que ahora sabemos que hay una categoría más, una categoría especialmente útil en el análisis de la visualidad, que es la categoría de los sistemas semi-simbólicos. No existen, por tanto, sólo los símbolos, sino también, eso que llamaremos los sistemas semi-simbólicos, aquéllos en los que la correspondencia entre los elementos de la expresión y el contenido no se realiza término a término sino categoría a categoría.¹

Por supuesto está el tema del *contexto* que tanta tinta ha hecho correr. ¿Quién no ha repetido alguna vez el mantra que dice que «para entender un mensaje hay que entenderlo en su contexto»? Pero, ¿qué difícil es saber lo que queremos decir cuando decimos eso! ¿El contexto, cuál es? ¿Es el contexto en el que recibimos el mensaje? ¿Es el contexto de producción? ¿Se trata del contexto de recepción? ¿Todos a la vez? Y, si es el contexto de producción, ¿cuál es el económico, el social, el político, el psicológico en el cual la fotografía fue hecha? Si nos interesamos por el de recepción nuevamente nos vemos obligados a declinar todos los tipos de contextos, en busca de cuál sea ese contexto en concreto. De hecho, buena parte de los trabajos de fotografía se agotan

1. Ver entrada «semi-simbólico (sistema, lenguaje, código)» en greimas y courtés (1991: 227-230).

en interminables discusiones acerca del contexto y nunca abordan el análisis de la fotografía propiamente dicha, como si declinando interminablemente el contexto, eso nos aliviara de la pesada carga final de tener que mirar cara a cara ese pequeño objeto visual que es la fotografía y hacer cuentas con y de lo que ahí vemos. Por tanto, hablamos de todo lo que está *alrededor* pero nunca de eso que vemos *ahí*. Otro tanto sucede si queremos tomar en cuenta la posible dimensión *fática* del objeto fotográfico. Cualquiera puede imaginar multitud de situaciones en las que la circulación de una o varias fotografías funciona como mera forma de «mantener el contacto», de comprobar si los canales de comunicación siguen abiertos.

Por último, (en realidad anteúltimo, porque ya he dicho que aparcaba el problema del *mensaje* para el final), hay que decir que si estudiamos el problema de la fotografía desde el punto de vista del *receptor* (pero no sólo de la fotografía, sino cualquier mensaje) podemos poner sobre la mesa el gran debate entre el *uso* y la *interpretación* de los mensajes. Los mensajes se pueden interpretar pero los mensajes se pueden usar. Y se trata de dos cosas bien distintas. Al menos, algunos estudiosos, Umberto Eco entre ellos, sostienen que esta distinción es pertinente y necesaria para obviar algo que amenaza los trabajos que llevamos a cabo en torno a los distintos tipos de mensajes: que caigamos en la literatura y que el análisis se convierta en un ejercicio literario, más o menos brillante, pero que no dé cuenta de lo que realmente se juega en el objeto comunicativo. Ese tipo de análisis literario, sin duda, usa la fotografía o cualquier otro tipo de mensaje como disparador, como trampolín para saltar desde ahí a una serie de reflexiones en torno a la foto que pueden llegar a ser fascinantes y apasionantes pero de las que uno acaba preguntándose hasta qué punto son capaces de ofrecer un saber real sobre el objeto que, se supone, les sirve de punto de partida. Quiero ser claro en este punto, el uso es tan lícito como la interpretación, no se trata de sostener que debemos interpretar los mensajes y no usarlos fuera de la rigidez de la interpretación. En absoluto, ambas cosas son igualmente lícitas, simplemente conviene saber cuándo estamos en una y cuándo estamos en otra, cuándo nos movemos en el terreno de una in-

interpretación razonable y sostenida por el objeto que analizamos y cuando nos movemos en el terreno de la literatura, el uso o el sentido amplio. Aquí también podríamos situar eso que algunos autores, muy en concreto Rosalind Krauss, llamó en su momento los espacios discursivos. Decía Rosalind Krauss que cuando nosotros vemos, por ejemplo, fotos de Atget, el gran fotógrafo del siglo XIX francés, o cuando vemos las fotos de Timothy O'Sullivan, realizadas cuando viajaba como fotógrafo de las expediciones geológicas que recorrían el medio oeste norteamericano, las tratamos como obras de arte, las incluimos en lo que ella llamaba el espacio discursivo del arte. Esas fotos las colgamos en museos, pero esas fotos nunca han sido pensadas para eso. Atget levantaba un inventario de edificios de París con una finalidad puramente catastral y O'Sullivan hacía fotos en el marco de una expedición en busca de nuevos minerales y que intentaba dar a conocer los espacios del Oeste. Es decir, originalmente, sostiene Krauss, no son *fotos* propiamente dichas, son *vistas*. De alguna manera, cuando nosotros decidimos que esas fotos son obras de arte las estamos cambiando de espacio discursivo, con lo que estamos hablando de un mismo objeto de dos maneras bien distintas, usándolo para fines bien diversos. Como puede verse, las fronteras entre el uso y la interpretación son porosas y deben ser tratadas con plena conciencia de este hecho.

Dicho lo cual es el momento de plantear, en positivo, mi propuesta. Propuesta que se enuncia con extraordinaria simplicidad y en forma de eslogan fácil de recordar: «mantenerse en la fotografía». Lo que quiere decir, *strictu sensu*, mantenernos cerca del objeto fotográfico. Todas las tareas que he comentado antes se pueden y se deben hacer, pero queda otra, y esta es la razón por la que he dejado el *mensaje* (el núcleo duro del esquema de la comunicación) para el final. Razón que no es otra que la de intentar dar cuenta de la particularidad de cada fotografía. Porque cada fotografía es un elemento distinto o particular, un objeto «comunicativo» singular, un objeto visual que me interpela, me habla, me dice algo. ¿Qué me dice? ¿Cómo sé lo que me dice? Recordemos esa idea nodal de Barthes: «la foto lo único que dice es que eso estaba allí cuando se tomó» y nada más. Por eso señalaba antes que la foto es

un elemento extraordinariamente silencioso y hacerla hablar es mucho más difícil que a otro tipo de objetos, que a una película, que a un texto literario, por ejemplo. La foto es un objeto singularmente refractario al análisis, por más que nosotros hablemos de ella con una cierta desenvoltura. De donde deduzco que no merece la pena, a estas alturas, perder demasiado tiempo debatiendo hasta la eternidad la especificidad de la foto, demos por zanjado el tema de su especificidad y aceptemos que la fotografía sea un índice o un icono indicial que puede hacer funciones simbólicas, es decir, cumplir con todos y cada uno los elementos de la tripartición de Charles S. Peirce. Podemos poner el acento en la parte «huella», índice, en la parte icono (en el parecido figurativo), o podemos poner el énfasis en una utilización simbólica de la misma. Pero vayamos a estudiar la fotografía como objeto de sentido. Para mí, como semiólogo, la fotografía, una fotografía cualquiera es, sencillamente, un conjunto de formas significantes que son portadoras de un significado.

En la medida en que creo en el buen sentido de la división del trabajo entre los estudiosos, mi campo de estudio va a ser muy parcial. Todo a lo más que aspiro es a decir unas poquitas cosas sobre la foto, muy pocas cosas sobre cada foto en concreto. Por eso necesitaré recurrir a la ayuda de un historiador que me diga otras cosas que yo no sé, ni puedo saber; necesitaré que venga un especialista técnico y me aclare algunos elementos que se me escapan; necesitaré a alguien que me ilustre sobre todas esas cosas que quedan *al margen* de mi competencia específica. Lo único que sostengo es que hay un pequeñito saber parcial que se puede aportar desde el campo de la semiótica y que no sólo no es contradictorio sino que puede dialogar con otros saberes, y este saber tiene que ver, en concreto, con la manera en que la fotografía (cualquier objeto del mundo a la hora de la verdad) se constituye en potencial portador de significado. En el fondo los semiólogos (visualistas o no) trabajamos amparados, primero, por la reflexión de Merleau-Ponty, cuando recordaba que el hombre es un ser condenado al sentido. Después, por la de Gombrich, que señalaba un hecho que se suele olvidar: nuestros sentidos no nos fueron dados para captar formas sino significados.

Por tanto, a mí lo que me interesa es comprender de manera adecuada los sistemas de relaciones que hacen que una foto sea un objeto de sentido, que autorizan a postular que una foto diga algo. Por tanto, a lo que me aplico es a comprender cómo una foto significa y qué hace que una foto signifique algo. Con otras palabras, que a algunos todavía les sonarán aunque su eco nos llega cada vez más lejano: análisis concreto de la situación concreta. Eso es lo que propongo, coger unas fotografías, analizarlas concretamente en su aspecto más material y más particular; no teorizar sobre la mitología individual de la fotografía, los mensajes y el código, el hecho antropológico, la actualización del mito de Orfeo, etc. En el fondo propongo abandonar el campo de lo que Roland Barthes llamaba el «deseo ontológico del fotógrafo».

Por el contrario, la tesis que yo sostengo, de la mano de unos de mis maestros, Jean Marie Floch,² es que la fotografía es un lenguaje visual entre otros que propone una articulación entre lo sensible y lo inteligible. Hay algo que vemos, que nos entra por el sentido de la vista y que nos propone algo que entendemos. André Bazin, en el texto antes citado decía que «toda imagen debe ser sentida como objeto y todo objeto como imagen». La propuesta es sugestiva: sintamos la imagen como objeto. ¿Por qué? Para no situar cada fotografía concreta bajo el gran paraguas de la fotografía. Para, al contrario, enfatizar la diversidad, señalar que cada fotografía es un mundo, cada fotografía es un objeto significante distinto. Es verdad que existe, cómo no, el fenómeno de la intertextualidad: una foto habla con otras fotos, pero también habla con textos literarios, también habla con textos científicos, habla con la tecnología, dialoga con una situación social. Es decir, en la fotografía obviamente la intertextualidad no tiene que ver únicamente con el que esa foto me recuerde a tal o tal cuadro, eso es una manera demasiado mecanicista de hablar. La fotografía es una cosa algo más compleja, y por eso la tarea de los analistas consiste en comprender su lógica, la lógica a través de la cual la fotografía se organiza como un objeto significan-

2. Para un conocimiento de los trabajos de Jean-Marie Floch sobre la fotografía véanse sus obras de 1985, 1986 y 1992.

te y dice cosas. Insisto, podemos teorizar interminablemente sobre la foto, pero al final siempre tenemos que hacer cuentas con esa foto, con esa foto que me interpela. Roland Barthes afrontó a su manera el tema: «no muestro esa foto, puesto que no quiero que nadie la vea». Mi invitación es la contraria: veamos qué hay ahí para mí en esa fotografía. ¿Para qué? Entre otras cosas para encontrar qué valores subyacen en la fotografía. Porque la fotografía, como todos los discursos, es portadora de valores y en el fondo, cualquier mensaje no es sino un lugar donde circulan valores, donde se intercambian valores, donde se proponen una serie de valores y se nos pide a nosotros, receptores de dichos mensajes, que hagamos nuestros esos valores unas veces, otras que los rechazemos. Esos valores se despliegan también en la fotografía convencional, por ejemplo a través de algunas prácticas bien conocidas, como sucede cuando la fotografía se presenta como auxiliar de las ciencias. Nada impide que una fotografía ponga en primer término su carácter auxiliar, que funcione como un documento, un recuerdo, una prueba, un testimonio. Territorio en el que podemos declinar todos esos casos en los que la fotografía lo que hace es levantar acta de una determinada realidad.

Pero la fotografía puede ser también concebida como un arte. Para algunas personas el uso de sus fotografías es una manera de expresión personal, aunque, a fuer de sincero, no creo que el arte sea un problema de expresión personal, aunque sí un lugar de expresividad que es cosa bien distinta. En este campo la fotografía no está al servicio de documentar nada, sino por el contrario de crear una realidad. Éste es el campo que pondríamos bajo la advocación de la utopía. Utopía de la fotografía o la utopía del cinematógrafo o utopía de cualquier discurso. La foto puede ser utópica, puede ser práctica, pero también puede ser lúdica: la foto como forma de ocio, esas fotos que hago cuando voy de vacaciones y fotografío incluso antes de mirarlos los lugares en los que estoy para tener una prueba a posteriori de que he estado allí. Sobre esta dimensión existe un clásico de la literatura fotográfica, obra de Pierre Bourdieu, *Un arte medio*, que levanta un inventario sociológico extraordinario del uso lúdico de la fotografía amateur, campo de altísimo interés. En el momento actual en el cine, por ejemplo, se está descubriendo

que el interior de lo que se llama «cine amateur» antes despreciado, o *film de famille* como lo denominan los franceses, o *home movie* en la expresión inglesa, existe un mundo extraordinariamente interesante, fascinante, a través del cual podemos acceder a gran cantidad de elementos significativos de la vida social que han quedado recogidos en esas imágenes que levantan acta de nuestros ritos familiares. De la misma manera nada impide que alguien ponga al día los estudios sobre la fotografía desde este punto de vista estudiando, por ejemplo, la fotografía desde el ángulo de aquellos a los que lo que les gusta no es tanto hacer fotografía sino que sienten pasión por el material fotográfico, como es el caso de ese *bricoleur* que monta y desmonta sus aparatos, que mide, que prueba el objetivo nuevo, que se interesa por todos los aspectos de las nuevas tecnologías y para el que hacer fotos es algo que siempre puede diferirse en la medida en que siempre hay nuevas cosas que explorar en el dispositivo fotográfico, entendido en sentido amplio.

Para ir, por razones de seguridad, a un campo en el que me he movido con anterioridad haré ahora referencia a un texto mío antiguo incluido en un libro que se llama *Paisajes de la forma* donde analizaba la foto de paisaje. La foto de paisaje es uno de los géneros fotográficos, por así decirlo, más particulares, y mirando esas fotografías de paisajes descubrí que hablar de fotografía de paisaje no basta, que hay que hablar de fotografías de paisajes en plural, puesto que hay muchas maneras de fotografiar un paisaje y hay ideologías fotográficas que afrontan el paisaje desde posiciones muy diversas, de la misma manera que hay ideologías fotográficas que afrontan, desde posiciones muy diversas, el tipo de relación que mantiene la fotografía con el objeto prefotográfico en general. Sintetizando mucho, y vuelvo sobre algunas de las cosas que allí comenté, podemos decir que hay un tipo de fotografía (como hay un tipo de discursos verbales y literarios o cinematográficos, ya que, como repito, no creo en las especificidades en este terreno), en la que se da por supuesto que el lenguaje sirve para interpretar el sentido del mundo, captar su lógica, captar sus valores, levantar actas notariales de las cosas, dicho en dos sencillas palabras. Pero al lado de esas fotos constatativas había otras en las que se veía, de manera muy clara, que sus au-

tores pensaban que si conocemos las cosas es en tanto nos acercamos a ellas a través del discurso que hacemos sobre ellas. Para decirlo con una fórmula provocativa: para estos autores la realidad no es lo que está *antes* de la foto, sino lo que está *después* de la foto. Con otras palabras, es obvio que ese referente estaba allí cuando la foto se tomó, pero no es menos cierto, y esa es la parte que me interesa, que si yo accedo a ese referente es porque lo hago a través de una foto. En otras palabras, lo que yo sé de esa realidad lo sé a través de la fotografía. Obviamente, cuando me remito únicamente a la fotografía, el referente no es lo que está antes, sino lo que está después. En esto consiste la función constructiva del lenguaje, el lenguaje construye la realidad y no se trata tanto de dar la palabra al mundo como sostienen los referencialistas como reconocer que, en términos de lenguaje, todo discurso produce, en mayor o menor grado, una cierta ilusión referencial. Para los que sostienen estas ideas todo discurso es siempre una visión filtrada, una articulación creadora, un volver a ver. Alguien ha dicho que una imagen no es la percepción de algo, es la percepción de una percepción. Es decir, una foto es antes que nada alguien que mira algo, de tal manera que lo que yo miro ya ha sido mirado y yo miro a través de la manera en la que alguien ha mirado. Por tanto ahí hay un tema de un cierto interés, algo sobre lo que hay que pensar, cómo afrontamos el problema de esa doble distancia a la que la fotografía nos coloca con relación a la realidad. Pero lo que sucede con la fotografía, sucede con el cine, con un texto escrito, con un telediario, un programa televisivo. Podemos discutir la complejidad de cada articulación significativa, pero no creo que existan grandes diferencias en la manera en el que significado aparece y en la manera en el que dicho significado remite a cierta realidad.

Desde ese punto de vista probablemente ganaríamos algo aparcando el debate sobre la objetividad ya que parece más rentable discutir cómo una foto concreta organiza nuestra percepción de la realidad, discutir sobre qué tipo de realidad me propone esa fotografía, en torno a qué valores se mueve y qué me dice que espera que haga. Porque, hay que subrayarlo, la fotografía, como cualquier discurso, supone, también,

unas instrucciones destinadas a modalizar comportamientos posteriores. Es evidente que si alguien dice algo o si alguien pone en circulación un objeto es para buscar la adhesión de aquel que recibe el mensaje y para modificar su forma de ver el mundo a través de esa adhesión que se le propone. De ahí la necesidad de proceder a identificar adecuadamente los valores, bien implícitos, bien explícitos, inscritos en esa mirada a través de la que vemos. Porque no hay discursos desinteresados, existen por el contrario distintos tipos de discursos interesados, lo que hace aún más urgente que nos preguntemos por las formas que adopta el discurso fotográfico o cualquier otro tipo de discurso.

Dicho esto, ¿cómo podemos hacer cuentas con la fotografía? Creo que teniendo en cuenta que en toda fotografía, quizás no en todas pero sí en la mayoría, coexisten dos niveles en los que merece la pena detenerse: en primer lugar, está el nivel que llamaré figurativo o icónico. ¿Qué entiendo por figurativo/iconico? Se trata del nivel que activo cuando en una fotografía reconozco sin mayores problemas las formas del mundo que mi experiencia antes me ha hecho conocer más o menos directamente. En esa foto del general Espartero (un pie de foto me señala que se trata del general Espartero) yo no sabré que es Espartero, hasta que alguien al que creo (en el que deposito mi confianza; en este caso el pie de foto incluido en un texto «científico») me lo diga. Pero aunque tenga que hacer un acto de fe (más o menos grande) para creer que es Espartero, sí soy capaz de reconocer, sencillamente, a un señor vestido de militar, de gala, en una actitud determinada; en resumen, toda una serie de cosas accesibles en términos figurativos entre los que se incluye el reconocimiento de la figura humana. A esto es a lo que se llama o llamamos, la virtud de icono que tiene la fotografía. Llegados a este punto conviene tener claro que la iconicidad no es una propiedad privativa de los lenguajes visuales. La iconicidad de una imagen, eso que llamamos el parecido, presupone un contrato, un contrato previo, un crédito de analogía que le damos a la fotografía. El mismo crédito de analogía que, sin duda, los egipcios daban a esas imágenes que para nosotros carecen de él, pero que probablemente para ellos tenían los dibujos con los que decoraban sus tumbas. Por eso lo que llamamos rea-

lismo no existe, existen «realismos» que a lo largo de la historia se han ido construyendo a través de un contrato social en el cual la iconicidad o la noción de aquello que estamos dispuestos a aceptar como parecido suficiente era sometido a los avatares del tiempo. Por tanto, el parecido es un mero problema de contrato enunciativo. Nos ponemos de acuerdo para decidir que esto quiere decir «parecerse a», cuando en otro momento «parecerse a» quería decir otra cosa bien distinta. Señalo esto porque un texto literario puede ser perfectamente icónico. Es el caso de la gran novela del siglo XIX, como las obras de Balzac, Zola, Dickens, etc., en cuyas páginas es posible encontrar un énfasis en la descripción minuciosa, detallada, de los lugares, los decorados, los trajes, las personas... ¿Por qué? Porque esos autores querían reconstruir milimétricamente la impresión de realidad de ese mundo, hasta el punto de que para nosotros, lectores de una página de Zola o de Balzac, ese mundo se levanta ante nuestra imaginación con un altísimo grado de realismo, con un altísimo grado de iconicidad. Balzac era un gran iconólogo y también lo era Zola. El problema es que producían el *efecto de iconicidad* con los medios que tenían a su disposición, que eran los verbales, de la misma manera que otros lo hacen con los medios fotográficos.

De aquí que la famosa distinción de Peirce no sea demasiado útil para entender algunas cosas. Por el contrario, lo que tenemos que analizar son esas formas figurativas, reconocer su historicidad, poner de relieve las tramas y las especificaciones de las imágenes. Si repasamos, por ejemplo, toda una parte de la fotografía, la llamada pictorialista, no nos costará descubrir que los fotógrafos que practicaban este «estilo», cuando elegían algunas escenas lo hacían imitando algunos pintores habían afrontado temas similares, escogiendo el mismo ángulo para fotografiar un lugar desde el cual un pintor había levantado el acta, a mano y laboriosamente, del tema, ¿por qué?, por un problema de filtración de la visión. No vemos nada originalmente, vemos a través de cómo las cosas han sido vistas antes e incorporamos ese acervo de visiones anteriores al nuestro particular. Desde ese punto de vista, son esas tramas, esas escenificaciones, esa jerarquía y disposición de las cualidades expresivas de las fotos lo que nos debe preocupar. Barthes apuntaba dos

ideas, en el año 1964, que son ciertas. Hablaba, primero, de la libertad de significación de la imagen, lo que le permitía afirmar su noción de *punctum*. Pero hablaba también de la potencia proyectiva de las imágenes, es decir de una potencia proyectiva, que hace que las imágenes se salgan de sí mismas.

Éste es el momento de recordar algo en lo que, por ejemplo, Jean-Marie Floch insistía mucho cuando decía: «¡qué curioso que todos estos discursos fotográficos de los cuales vivimos los teóricos de la fotografía: el discurso de la huella, el discurso de lo radical fotográfico, el discurso ontológico sobre la fotografía, sean unos discursos carentes de absoluta sensibilidad hacia la dimensión sensible y visual de la foto!». A este tipo de reflexiones sobre la fotografía no le importa nada la dimensión visual de la foto, lo sensible, las formas que adopta el dispositivo fotográfico, las formas de la huella, en dos palabras. Todo lo más, sucede que, como en el caso de Barthes cuando decía, «en una foto hay tres niveles: lo literal, lo icónico no codificado y lo icónico codificado», lo único que se estaba haciendo era transcribir a Panofski. Como es bien conocido, el método iconológico de Panofski distingue también tres niveles de análisis, el preiconográfico, que corresponde al literal que llamaba Roland Barthes, el iconográfico, que corresponde a la imagen no codificada, y el iconológico, ya mucho más complejo, que corresponde al icónico codificado. Para todos estos autores el análisis comienza cuando podemos transcribir en lenguaje hablado la fotografía, pero se resisten por razones que habría que analizar en otro lugar, a ver la foto como objeto sensible dotado de formas plásticas.

¿Cómo atender, pues, a esta dimensión? Aquí entra el segundo nivel, al margen de la dimensión figurativa de la foto, al que he hecho referencia más arriba. Existe en toda imagen, cómo no, una dimensión plástica de la que no queremos saber nada. ¿Por qué no queremos saber nada de ella? Sin duda porque estamos demasiado prisioneros de la fotografía como huella de lo real, lo que nos impide ver que la fotografía es un objeto signifiante que organiza también las formas plásticas. No sólo las formas plásticas, pero también las formas plásticas. No se trata de negar que la fotografía sea una huella de lo real. Es evidente que

la fotografía *da a ver*, pero *da a ver* a través de unas organizaciones formales que se despliegan en el espacio de la fotografía. Para entender esta dimensión de la fotografía hay que remitirse a un texto fundador, el artículo de A. J. Greimas «Semiótica figurativa y semiótica plástica», publicado originalmente en 1984, aunque escrito en 1978, y que nadie, o muy poca gente ha leído con atención, en el que se pone sobre la mesa la idea de que esas formas plásticas tienen sentido también. No se trata, por tanto, de que las formas plásticas sean meramente decorativas. Es por eso que, como en el análisis de la pintura, tenemos que tener muy claro que una fotografía no es sino el «desarrollo lógico de una luz» (en expresión del pintor Eugène Carrière cara a Jean-Marie Floch) y que su plano de la expresión se despliega en distintos niveles de profundidad: el puramente lumínico, el cromático y, finalmente, el topológico. Planos todos ellos que contribuyen a designar un sentido del que la foto es portadora y con el que, insisto, tenemos que acabar, antes o después, haciendo cuentas.

BIBLIOGRAFÍA

- BAZIN, André (1966): «Ontología de la imagen fotográfica», en BAZIN, André (1966): *¿Qué es el cine?*, Madrid, Rialp.
- FOLCH, Jean-Marie (1985): *Petites mythologies de l'oeil et de l'esprit. Pour une sémiotique plastique*, París-Amsterdam, Hadés-Benjamins.
- (1986): *Les formes de l'empreinte*, Périgueux, Pierre Fanlac.
- (1992): «Anita Page, la bonita estrella de la MGM. ¿Análisis semiótico de una fotografía de prensa con pie de foto?», *Acta poética*, 13.
- GREIMAS, A. J. (1984): «Semiótica figurativa y semiótica plástica», en *Era, Revista internacional de semiótica*, 1, 1-2.
- GREIMAS, A. J. Y J. COURTÉS (eds.) (1991): *Semiótica. Diccionario razonado de la teoría del lenguaje*, tomo II, Madrid, Gredos.
- ZUNZUNEGUI, Santos (1994): *Paisajes de la forma. Ejercicios de análisis de la imagen*, Madrid, Cátedra.

UNA PROPUESTA DE ANÁLISIS DE LA IMAGEN FOTOGRÁFICA MEDIANTE LA UTILIZACIÓN DE TECNOLOGÍAS DIGITALES E INFORMACIONALES

JAVIER MARZAL FELICI

Universitat Jaume I, Castellón

INTRODUCCIÓN

La presente ponencia tiene por objeto presentar la investigación, ya concluida, que lleva por título «Nuevas tecnologías de la comunicación, lenguaje hipermedia y alfabetización audiovisual. Una propuesta metodológica para la producción de recursos educativos», desarrollada por un grupo de investigadores del Área de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad Jaume I de Castellón,³ que he tenido el honor de coordinar en estos últimos tres años.

La propuesta inicial pretendía generar una serie de materiales didácticos sobre los recursos expresivos y narrativos en tres tipos de soportes y lenguajes audiovisuales: la fotografía, la imagen cinematográfica y el lenguaje publicitario. La magnitud del proyecto nos hizo reformular la acotación del objeto de estudio que, en una primera fase, se ha circunscrito únicamente a la investigación sobre la imagen fotográfica y a la generación de recursos educativos, centrados de forma exclusiva en este soporte comunicativo.

3. El presente proyecto de investigación ha sido financiado por la Convocatoria de Proyectos de Investigación Bancaja-UIJ de la Universitat Jaume I, código I201-2001, dirigido por el Dr. Rafael López Lita. El firmante de la presente ponencia es Coordinador del Grupo de Investigación ITACA (Investigación en Tecnologías Aplicadas a la Comunicación Audiovisual). Los investigadores que han participado en el proyecto son D. José Aguilar García, D. Hugo Domènech, Dr. César Fernández Fernández, Dr. Francisco Javier Gómez Tarín, Dña. Jessica Izquierdo, D. Agustín Rubio y Dr. Emilio Sáez Soro.

Entre los objetivos que plantea la investigación, podemos destacar los siguientes:

- Desarrollar un catálogo de recursos expresivos y narrativos en el ámbito del lenguaje fotográfico.
- Elaborar una base de datos relacional de conceptos teóricos, nociones técnicas, fichas técnicas y artísticas de los diferentes textos fotográficos seleccionados, etc.
- Digitalizar textos fotográficos, gráficos, etc., susceptibles de formar parte de la base de datos, mediante su publicación en una página web de la Universitat Jaume I.

Pero la principal novedad de la propuesta consiste en presentar los resultados de la investigación en formato hipermedia, con lo que se consigue integrar diferentes *media* (fotografía, texto, sonido) en un único entorno. Más allá del uso del lenguaje hipermedia como mero receptáculo en el que depositar una amalgama de objetos diversos, creemos que este marco de representación ofrece dos elementos que revolucionan la relación con los objetos (los textos fotográficos) que hasta el momento manejábamos: la interactividad y la evolución. Se trata, por tanto de una base de datos que permite una permanente actualización de contenidos que, además, se puede consultar a través de Internet a partir de octubre de 2004. En nuestra opinión, se trata de un interesante recurso, inédito hasta la fecha, que podrá ser empleado en diferentes niveles educativos, desde la enseñanza primaria hasta la universitaria.

Pero un trabajo de estas características que, en apariencia, podría parecer orientado hacia la recogida y acumulación de información gráfica y escrita, implica una reflexión rigurosa acerca de la naturaleza de la fotografía y, en especial, sobre la propia actividad de análisis de la imagen.

LOS RIESGOS DEL ANÁLISIS DE LA IMAGEN FOTOGRAFICA

En nuestra opinión, y frente a la inflación de estudios históricos o sociológicos, es necesario que el análisis de la fotografía se despliegue a través del examen riguroso de las condiciones de producción, recepción y del propio estudio de la materialidad de la obra fotográfica. Esto significa reconocer que el texto fotográfico es una práctica significativa, por utilizar la expresión de Bettetini⁴ (1977), en la que confluyen una serie de estrategias discursivas, una intencionalidad del autor, un horizonte cultural de recepción, unos medios de difusión de la obra, etc., así como un contexto socioeconómico y político. Esta orientación metodológica, muy extendida hoy en día entre los historiadores de la imagen desde la perspectiva de la comunicación, dista bastante de los estudios existentes sobre historia de la fotografía que, con frecuencia, se preocupan mucho más por acumular cuantiosa información empírica sobre los autores, el desarrollo de la tecnología fotográfica, y por establecer nexos genéricos y estilísticos con otras obras fotográficas, sin apuntar relaciones con otros sistemas de representación. En definitiva, nuestra aproximación analítica al estudio de la imagen fotográfica se basa en el *análisis textual de la fotografía*, sin dejar de lado las valiosas informaciones que nos ofrece el conocimiento del autor (datos biográficos), el contexto político, social y económico (enfoque histórico, sociológico y económico), el estudio de la evolución de la tecnología (perspectiva tecnológica) o de las condiciones de producción, distribución y recepción de la obra fotográfica.

En el análisis de un texto fotográfico debemos evitar tres tipos de planteamientos erróneos, en nuestra opinión:

- En primer lugar, no se puede afirmar radicalmente la especificidad del lenguaje fotográfico frente a otros lenguajes audiovisua-

4. Aunque el texto de Bettetini tiene una clara orientación semiótica, este estudioso se desmarca de la semiótica más positivista cuando afirma la necesidad de compatibilizar esta perspectiva con el análisis histórico.

les, ni utilizar el término «lenguaje» literalmente, lo que supondría construir una nueva ontología. El término «lenguaje» tiene para nosotros un valor estrictamente operativo. Forma y contenido, materia y substancia, significante y significado, etc., son categorías que nos permiten enfrentarnos al estudio de la imagen, pero cuya validez es instrumental. En este sentido, el texto fotográfico es una construcción histórica, cuyos signos no poseen una significación unívoca. El análisis de una fotografía no constituye un estudio «anatómico-forense» o «taxidermista», en el que el analista tuviera que limitarse a describir con frialdad y distancia la materialidad de la imagen (como si esto fuera posible), perdiendo de vista el problema de la significación.

- En segundo lugar, existe un peligro evidente de la actividad analítica, como Umberto Eco (1990: 37) ya denunció, cuando se asume que «interpretar un texto significa esclarecer el significado intencional del autor o, en todo caso, su naturaleza objetiva, su esencia, una esencia que, como tal, es independiente de nuestra interpretación». Nos hallamos ante uno de los *fanatismos epistemológicos* de mayor calado en la larga tradición de la historiografía del arte y de la imagen. En este caso, el autor empírico se convierte en el principio de autoridad que sirve para sancionar la corrección de la lectura que realiza el analista. Cabe recordar en este sentido que el *autor empírico* es una instancia ajena a la materialidad del discurso audiovisual y que, en rigor, no es sino un lector más de la imagen que analizamos. El mundo de la museística, de las exposiciones y de los catálogos fotográficos está dominado por este idealismo crítico, de corte romántico, basado en la *intentio auctoris*, demasiado extendida incluso en la actualidad.⁵
- Finalmente, otro riesgo muy notable en el trabajo de análisis de la imagen es de signo contrario: el de la *deriva interpretativa* que nos

5. Recomendamos en especial la lectura del lúcido y brillante texto de Zumalde (2002: 19).

pueda conducir a trascender la materialidad del texto icónico. Es lo que Umberto Eco ha descrito en su estudio *Los límites de la interpretación* como un segundo tipo de *fanatismo epistemológico*, a saber, que «todo texto puede interpretarse infinitamente». Y el término «deriva» es especialmente gráfico para describir la ausencia de dirección alguna en el trayecto analítico que exhiben un buen número de análisis críticos del texto audiovisual, hasta el punto en que parecería que el objeto estudiado carece de sentido, puesto que todo es interpretable *ad nauseam*. Susan Sontag (1981) nos ha advertido de este riesgo al hablar de la «arrogancia de la interpretación» en excesiva atención al contenido, y al proponer la descripción rigurosa de la forma como antídoto necesario. En efecto, son numerosos los críticos que, fascinados por la escritura derridiana, apelan a la inexistencia de límites en la interpretación del texto icónico, una vez ha quedado despojado el signo de su referente al carecer el texto de márgenes o límites. Buena parte de estos ejercicios de análisis, autodenominados «derridianos», poco tienen que ver con el sentido original de la propuesta filosófica de Jacques Derrida. El psicoanálisis postlacaniano, el feminismo y los estudios culturales constituyen perspectivas de trabajo que comparten la seducción por los discursos deconstructivos y postestructuralistas al tratar de «decir cosas que el texto no dice», bajo la coartada de la intertextualidad del texto icónico o del horizonte de competencia lectora como principales parámetros para indagar en el sentido del texto audiovisual. Umberto Eco lo ha expresado así, como nos recuerda Zumalde (2002: 122): «A menudo, los textos dicen más de lo que sus autores querrían decir, pero menos de lo que muchos lectores incontinentes quisieran que dijeran».

En este orden de cosas, nuestra propuesta de trabajo parte de la necesidad de centrar la atención en la materialidad de la forma como punto de arranque, lo que no significa que obviemos otras informaciones colaterales sobre el autor, el periodo, la técnica empleada, etc. En el caso de la imagen fotográfica, estas informaciones son tanto más útiles, en la

medida en que nos hallamos ante un discurso caracterizado por una materialidad *abierta*, en la que es fácil que el analista termine proyectando en el objeto analizado sus propios fantasmas y *derivadas* interpretativas. Sin duda, nos hallamos ante una empresa realmente difícil, puesto que el crítico, por definición, no puede desprenderse de su propia red de prejuicios ni del *horizonte efectual* desde el que se realiza el análisis, como diría Gadamer. Es necesario, pues, asumir una serie de riesgos, si bien tratamos de hacerlo explicitando los presupuestos filosóficos implícitos en nuestro modelo.

Tal vez tengan razón quienes afirman que no es necesario desarrollar modelos metodológicos tan exhaustivos y detallados como el nuestro. Quizás, la precariedad de la fotografía, y de la imagen fija aislada en general, justifica el estado de cosas actual, en el que es un hecho constatable la inexistencia de propuestas como la que presentamos. Claro está que nuestro interés se dirige hacia el campo de la fotografía artística, ya que este tipo de imágenes da el juego suficiente para poder desarrollar un estudio analítico en profundidad. Creemos que en el contexto actual es más necesario que nunca ofrecer un trayecto metodológico en el estudio de la imagen, y más concretamente en el caso de la fotografía, que contribuya a responder la pregunta «cómo significa la fotografía». Se trata de una pregunta aparentemente simple, pero que apunta hacia el problema que en realidad nos motiva, muy profundamente, en todas las investigaciones que realizamos sobre la imagen.

CONSIDERACIONES SOBRE LA PROPUESTA METODOLÓGICA DESARROLLADA

La propuesta metodológica de análisis de la imagen fotográfica se concreta con la puesta en marcha de una página *web*, <http://www.analisisfotografia.uji.es>, que está integrada por los siguientes elementos:

- La propuesta metodológica, propiamente dicha, que consiste en una detallada explicación de cada uno de los 59 conceptos o ítems de que consta la ficha de análisis.

- En el desarrollo explicativo de cada concepto se da cuenta de diferentes posibilidades que constituyen enlaces (*links*) que los conectan con ejemplos que forman parte de una base de datos fotográfica.
- Una base de imágenes fotográficas que incluye una breve ficha técnica (la ficha de parámetros técnicos) por cada fotografía, integrada por 900 registros aproximadamente.
- Finalmente, la página *web* se completa con una relación de fotografías analizadas siguiendo la totalidad de ítems contemplados en el modelo de metodología propuesto. Se trata de un total de 30 fotografías analizadas en los 60 parámetros que propone nuestra metodología.

El formato adoptado permite una actualización periódica de los contenidos de la página *web*, que pretendemos realizar una vez al año, con la incorporación de nuevos registros (más imágenes) y de más fotografías analizadas. Asimismo, está previsto que en pocos meses toda esta información aparezca bajo el formato de libro, en el marco de una reflexión más amplia sobre la naturaleza de la imagen fotográfica.

El análisis del texto fotográfico que proponemos se basa en la distinción de una serie de niveles, desde la estricta materialidad de la obra y su relación con el contexto histórico-cultural, hasta un nivel interpretativo. Hemos considerado los siguientes niveles, como se refleja en la tabla adjunta:

NIVEL DEL ANÁLISIS	Nº Conceptos
CONTEXTUAL	17
Datos Generales	(9)
Parámetros Técnicos	(6)
Datos Biográficos y Críticos	(2)
MORFOLÓGICO	11
Descripción del motivo	(1)
Elementos Morfológicos	(10)
COMPOSITIVO	23
Sistema Compositivo	(10)
Espacio de la Representación	(7)
Tiempo de la representación	(6)
INTERPRETATIVO	9
Articulación del Punto de Vista	(8)
Interpretación Global del Texto	(1)

El nivel contextual

El primer problema al que nos enfrentamos en el análisis de una fotografía es la constatación de que el investigador siempre proyecta sobre la imagen una carga importante de prejuicios y sus propias convicciones, gustos y preferencias. Asumimos, pues, este condicionamiento inevita-

BANCO DE DATOS ANÁLISIS DE LA IMAGEN FOTOGRÁFICA



1. NIVEL CONTEXTUAL

DATOS GENERALES	
TÍTULO	"Alfried Krupp, Essen (Alemania Occidental), 1963"
AUTOR	ARNOLD NEWMAN
NACIONALIDAD	ESTADOS UNIDOS
AÑO	1963
PROCEDENCIA IMAGEN	Catálogo <i>Los grandes fotógrafos. Arnold Newman</i> . Vol. 9. Barcelona, Ediciones Orbis, 1990. Colección dirigida por Juan Manuel Prado. Comité científico de la colección: Romeo Martínez y Bryn Campbell.
GÉNERO	Retrato
GÉNERO 2	No procede
GÉNERO 3	No procede
MOVIMIENTO	No procede

PARÁMETROS TÉCNICOS	
B/N / COLOR	Fotografía en color.
FORMATO	Información no disponible.
CÁMARA	Información no disponible.
SOPORTE	Reproducción en libro impreso. Información no disponible.
OBJETIVO	Información no disponible. La ejecución de la fotografía permite pensar que el fotógrafo ha empleado un gran angular.
OTRAS INFORMACIONES	Aunque no se dispone de información precisa, sí sabemos que Arnold Newman trabajaba con diferentes tipos de formatos de cámara (35mm, formato medio y gran formato), e iluminación artificial, un aspecto que le interesaba especialmente. Cabe pensar que esta fotografía ha sido realizada con una cámara de gran formato y con iluminación artificial (no se puede saber con certeza si con luz continua o con flash). El personaje fotografiado, Alfred Krupp, fue un empresario alemán que colaboró estrechamente con el régimen nazi, por lo que estuvo encarcelado hasta 1951. A pesar de ser obligado a vender por imposición aliada una gran parte de su compañía, consiguió en pocos años recuperar su hegemonía en la industria del acero.

DATOS BIOGRÁFICOS Y CRÍTICOS

HECHOS BIOGRÁFICOS RELEVANTES

Nacido el 3 de marzo de 1918 en Nueva York.

Estudios de arte en la Escuela Superior de Miami Beach, entre 1934-1936.

Se interesa desde muy pronto por el retrato fotográfico.

Ya en 1941, a través del apoyo de Beaumont Newhall y Alfred Stieglitz, vende algunas fotografías al Museo de Arte Moderno de Nueva York.

En estos años, comienza a realizar retratos experimentales de artistas como modelos.

Trabaja para las revistas y periódicos *Harper's Bazaar*, *Fortune*, *New York Times*, *Holiday* y *Life*.

En 1951 gana el premio de la Photokina en Colonia.

Entre 1951 y 1958 realiza una serie de fotografías publicitarias para el *New York Times*.

Retrata a varios futuros presidentes de los Estados Unidos, en 1953, en un trabajo titulado "El senado norteamericano" para la revista *Holiday*.

En 1956 realiza retratos de los candidatos presidenciales Nixon, Eisenhower y Kennedy para la revista *Life*, y retrata a artistas como Picasso, Braque y Dubuffet.

En 1957 Newman obtiene el "Financial World Annual Report", con un reportaje industrial sobre la Ford Motor Company.

A partir de 1959 realiza distintos viajes a Israel. En 1965 será nombrado consejero del departamento fotográfico del Israel Museum de Jerusalem.

Los dos años siguientes realiza una serie de fotografías publicitarias sobre la compañía IBM.

En 1968 comienza a impartir clases en Cooper Union, Nueva York.

En 1975 recibe de la Asociación Norteamericana de Fotógrafos el premio "Life Achievement in Photography".

En 1977 comienza a realizar retratos con la película Polacolor de 8 X 10 por encargo de la empresa Polaroid Corporation.

Al año siguiente, recibe un encargo del National Portrait Gallery de Londres para realizar retratos de políticos, artistas, científicos, músicos, actores, escritores y otras figuras importantes de la vida cultural y política de Inglaterra.

En 1981 recibe el título de Doctor en Bellas Artes por la Universidad de Miami en Coral Gables (Florida).]

COMENTARIOS CRÍTICOS SOBRE EL AUTOR

Artículo introductorio "Retratos como biografías" de Robert A. Sobieszek

Afirma la sensibilidad e intuición finísima de Newman. En palabras del fotógrafo, la base de su aproximación al retrato fotográfico su "tendencia a la abstracción, unida al interés por situar a la gente en su entorno natural", con el fin de "mostrar también las relaciones del sujeto con su mundo..." (p. 4).

Los retratos de Newman registran el semblante, revelan la personalidad y simbolizan el carácter, buscando obtener fisionomías "al mismo tiempo fieles (denotativas) e interpretativas (connotativas)".

Un buen retrato es para Newman una forma de "registrar el ser humano", ya que defiende "la necesidad biográfica del retrato fotográfico" (p. 5).

Para Newman, como afirma Sobieszek, "antes de que un retrato pueda ser un buen retrato tiene que ser una buena fotografía".

El "todo orgánico" de un retrato "ha de comunicar algo más que la simple semejanza superficial del sujeto" (p. 6). Sobieszek señala que un retrato fotográfico puede ser neutral y clínico cuando el único contenido reconocible es la figura o el rostro del personaje fotografiado. Un retrato artístico puede abarcar la captación de un la simple expresión de un rostro hasta una compleja organización de informaciones materiales y simbólicas.

Este crítico señala que muchos daguerrotipos, como los de Southworth y Hawes, son fascinantes a pesar de falta de fondos elaborados, de decorados complejos. Los retratos de Julia Margaret Cameron captan con maestría la "primacía de la fisionomía", como también sucede con otras obras de Nadar, Richard Avedon o Robert Mapplethorpe.

En otros casos, una estudiada iluminación, la presencia de objetos cargados de simbolismo, la expresividad del rostro o la gestualidad son elementos que confieren de gran riqueza textual al retrato fotográfico.

Sobieszek afirma que "las complejas relaciones entre figura y ambiente actúan como un código figurativo de la personalidad del sujeto y como delimitación de su carácter" (p. 7). T continúa: "Una información tan huidiza como la imponente nave industrial que se abre detrás de Alfred Krupp, la deslumbrante luminosidad de la lámpara que

Dr. Javier Marzal Felici

PARAMETROS TÉCNICOS	
B/N / COLOR	La fotografía a analizar puede ser en blanco y negro o en color, o bien puede haber sido coloreada <i>a posteriori</i> . En <u>blanco y negro</u> , se pueden emplear técnicas de <u>virado</u> de la imagen, realizadas de forma química o digital. En ocasiones, según el tipo de película o del revelador empleado, el blanco y negro puede tener una <u>dominante fría</u> (azulada) o <u>cálida</u> (amarillenta). En el caso de la fotografía en color, las <u>calidades del color</u> (tipo de dominante, saturación, etc.) pueden variar según el tipo de película o la técnica de revelado utilizados. En otros casos, nos podemos hallar ante una fotografía que puede ser en <u>blanco y negro y en color</u> , simultáneamente, si se ha coloreado algún elemento o parte de la imagen. En todos los casos, la técnica empleada –fotoquímica o digital- no tiene porqué alterar sustancialmente el trabajo analítico de la imagen. Se trataría, pues, de incorporar la información pertinente, cuando ésta esté disponible.
FORMATO	Otro aspecto igualmente importante es el tamaño y dimensiones de la copia positiva o de la imagen que analizamos. En ocasiones, esta información está recogida en el propio pie de foto de la imagen. Es obvio que las condiciones de recepción de una fotografía cambian de forma sustantiva cuando las <u>imágenes son de grandes dimensiones</u> (como sucede con muchas fotografías de <u>Witkin</u> o <u>Chris Killip</u>) o cuando éstas tienen una <u>dimensiones muy reducidas</u> (como ocurre con las secuencias de fotografía de <u>Duane Michals</u> , por ejemplo). Este aspecto tiene importantes consecuencias en el análisis, cuando se estudia la relación de la imagen con el espectador. Por otro lado, el formato es una noción técnica que nos permite describir, de forma objetiva, el tipo de proporción o "ratio" que presentan los lados de la imagen. De este modo, en cine se habla de formatos como el 1.33:1 (formato de televisión convencional 4:3), el 1.85:1 (formato de TV panorámico 16:9), el 2.33:1, etc. En fotografía se habla de formatos como el paso universal (negativo de <u>24X36mm</u>), el formato medio (puede ser cuadrado, <u>6X6</u> , o ligeramente rectangular <u>6X4.5 cm</u> , <u>6X7cm</u>) y el gran formato (<u>9X12cm</u> , <u>13X18cm</u> ; <u>20X25cm</u>). Con los soportes digitales se han extendido todo tipo de formatos de imagen, cuya utilización es muy variada así como en el campo del diseño de las páginas web.
CAMARA	El tipo de cámara utilizada es otro aspecto igualmente relevante. En la realización de fotografías de paisaje, no tiene los mismos efectos trabajar con una <u>cámara de paso universal</u> (<u>Pete Turner</u> , <u>Ernst Haas</u>) que con una <u>cámara de gran formato</u> (<u>Ansel Adams</u>), lo que nos informa del tipo de relación que se establece entre el fotógrafo y el objeto fotografiado. De igual modo, en el campo del retrato también tiene consecuencias notables la utilización de una cámara de 35 mm o paso universal (<u>Robert Frank</u> , <u>Dorothea Lange</u> , <u>Robert Doisneau</u>) que una cámara técnica de gran formato (<u>Arnold Newman</u> , <u>Nicholas Nixon</u>). En este último caso, el sujeto fotografiado está condicionado, de forma muy notable, por la presencia del dispositivo técnico. La temporalidad de la fotografía se ve alterada notablemente si se ha utilizado uno u otro tipo de cámara, ya que no es lo mismo la captación del instante fotográfico (que recoge un <u>gesto o expresión concreto</u> , tan importante en el campo del fotoperiodismo) o la búsqueda de una atemporalidad del retratado (que persigue captar las <u>calidades subjetivas</u> o " <u>esencias</u> " del sujeto fotografiado).
SOPORTE	En ocasiones, se puede disponer de información sobre el tipo de formato fotográfico empleado como <u>paso universal</u> o <u>35 mm</u> , <u>formato medio</u> , <u>gran formato</u> , <u>fotografía digital</u> –este aspecto, puede ser muy matizado algunas veces-, incluso información sobre la marca y tipo de película utilizada, el formato de compresión empleado, etc. Estas informaciones nos permiten comprender cómo se ha conseguido obtener determinados efectos visuales y, sobre todo, las condiciones de producción de la fotografía.

ble y lo tratamos de corregir mediante la distinción de un primer nivel, que hemos denominado *nivel contextual*, que nos fuerza a recabar la información necesaria sobre la(s) técnica(s) empleada(s), el autor, el momento histórico del que data la imagen, el movimiento artístico o escuela fotográfica a la que pertenece, así como la búsqueda de otros

<p>OBJETIVO</p>	<p>Esta información, cuando está disponible, nos permite conocer si ha sido empleado un <i>teleobjetivo</i>, un <i>gran angular</i>, un <i>objetivo normal</i>, un <i>objetivo ojo de pez</i>, etc. La elección del objetivo tiene importantes consecuencias en la construcción del punto de vista físico de la fotografía. Aunque esta información no está disponible con frecuencia, no debe resultar difícil deducir qué tipo de óptica ha sido empleada. La elección del objetivo fotográfico determina el modo en que el sujeto u objeto fotográfico ha sido retratado, y nos habla asimismo del tipo de relación que se ha establecido entre el fotógrafo y el sujeto u objeto fotográfico.</p>
<p>OTRAS INFORMACIONES</p>	<p>En este apartado, podemos incluir algunas informaciones disponibles (cuando sea posible) como la iluminación, la técnica de revelado o de postproducción empleadas. No significa lo mismo emplear <i>iluminación natural</i> o <i>artificial</i>, de <i>flash</i> o <i>continua</i>, ya que esto tiene importantes consecuencias en la producción fotográfica. En ocasiones nos podemos hallar ante <i>virados</i>, <i>solarizaciones</i>, <i>posterizaciones</i>, <i>imagen negativa</i>, utilización de <i>filtros fotográficos</i> (ópticos o digitales). En todos los casos, nos referimos a informaciones que vienen referidas, de forma explícita, en los propios catálogos o en las fuentes donde ha sido obtenida la fotografía que analizamos.</p>
<p>DATOS BIOGRAFICOS Y CRITICOS</p>	
<p>HECHOS BIOGRAFICOS RELEVANTES COMENTARIOS CRITICOS SOBRE EL AUTOR Finalmente, también es necesario en el análisis de la imagen fotográfica disponer de información sobre la biografía del fotógrafo e, incluso, de comentarios críticos realizados por especialistas sobre la obra fotográfica que estudiamos. De este modo, incorporamos al análisis la información sobre las <i>condiciones de producción y exhibición</i> de la fotografía, que pueden ayudarnos a comprender mejor la imagen que analizamos. No obstante, como hemos señalado, estas informaciones tienen un carácter meramente orientativo, ya que en el análisis de la imagen es conveniente distinguir con claridad entre el autor "empírico" y la instancia "enunciativa" de la imagen. El <i>autor empírico</i> es una instancia ajena a la materialidad del texto audiovisual analizado, cuya intencionalidad escapa a nuestro saber, mientras que la <i>enunciación</i> se refiere a las huellas textuales que se pueden hallar en la propia imagen. En este sentido, debemos "estar en guardia" ante la falacia de la noción tradicional de autor", en absoluto depositario del sentido de sus textos.</p>	

estudios críticos sobre la obra en la que se enmarca la fotografía que pretendemos analizar. La cumplimentación de este primer nivel del análisis trata de mejorar nuestra competencia lectora.

El método que hemos desarrollado está pensado especialmente para el análisis de fotografías de la mayor complejidad textual posible, por lo que, en general, tratamos «fotografías de autor», de gran calidad técnica y artística, cuyos datos suelen estar a disposición del lector en los propios catálogos en los que se han publicado dichas imágenes o, como resulta cada vez más frecuente, en Internet. En realidad, estas informaciones concretas no son estrictamente imprescindibles, ya que se puede realizar un análisis desconociendo la autoría, el título o el año de la fotografía, aunque no sea la circunstancia más favorable.

Las primeras informaciones que hay que fijar se refieren a los datos generales sobre la fotografía. El título de la fotografía o «pie de foto» es fundamental porque suele «anclar» el sentido desde la perspectiva de

la instancia del autor empírico. Otros datos como el autor, su nacionalidad o el año de producción son informaciones necesarias. También es conveniente explicitar la procedencia de la imagen, de un libro, catálogo o documento electrónico de donde la hemos obtenido. No es lo mismo valorar una fotografía reproducida en un catálogo, cuya calidad puede ser mejor o peor, que el original fotográfico, con sus dimensiones y cualidades originales.

Otro aspecto importante es la clasificación genérica de la fotografía, muchas veces difícil, porque una misma fotografía puede compartir a la vez varias atribuciones genéricas. El concepto de género no está exento de polémica, aunque la utilización de este tipo de categorías es muy habitual en el lenguaje cotidiano del crítico, y sirve de orientación al espectador que no renuncia al uso de estas denominaciones: retrato, desnudo, fotografía de prensa, fotografía social, fotografía de guerra, fotorreportaje, fotografía de paisaje, bodegón, fotografía arquitectónica, fotografía artística, fotografía de moda, industrial y fotografía publicitaria. Muchas fotografías participan simultáneamente de varias categorías genéricas, sobre todo cuando algunas de estas (como la fotografía «artística», «social» o «publicitaria») son extremadamente ambiguas. En algunos casos, es posible incluso poder situar al autor de la fotografía en una determinada corriente o movimiento artístico, escuela fotográfica, etc.

El segundo aspecto que debe ser atendido en este primer nivel contextual es el de los parámetros técnicos de la fotografía. Podemos determinar, objetivamente, si la imagen es en blanco y negro o en color. En ocasiones, otros datos como el formato original (tamaño y dimensiones de la copia positiva o de la imagen), tipo de cámara utilizada, soporte empleado (formato fotográfico como *paso universal*, *formato medio*, *gran formato*, *fotografía digital*—este aspecto, puede ser muy matizado algunas veces—, incluso información sobre la marca y tipo de película utilizada, el formato de compresión, etc.), el objetivo utilizado (si se trata de un *teleobjetivo*, un *gran angular*, un objetivo *normal*, un objetivo *ojo de pez*, etc.) y otras informaciones como la iluminación empleada (en ocasiones, se trata de una información que podemos deducir con rela-

tiva facilidad, o bien está disponible en el propio catálogo o donde se ha publicado la fotografía).

Finalmente, también es necesario en el análisis de la imagen fotográfica disponer de información sobre la biografía del fotógrafo e, incluso, de comentarios críticos realizados por especialistas sobre la obra fotográfica que estudiamos. De este modo, incorporamos al análisis la información sobre las *condiciones de producción y exhibición*, que pueden ayudarnos a comprender mejor la imagen que analizamos. No obstante, como hemos señalado, estas informaciones tienen un carácter meramente orientativo, ya que en el análisis de la imagen es conveniente distinguir con claridad entre el autor «empírico» y la instancia «enunciativa». *El autor empírico* es una instancia ajena a la materialidad del texto audiovisual analizado, cuya intencionalidad escapa a nuestro saber, mientras que la *enunciación* se refiere a las huellas textuales que se pueden hallar en la propia imagen.

El nivel morfológico

El segundo nivel de análisis que contemplamos se detiene en el estudio del *nivel morfológico* de la imagen. En este punto seguimos las propuestas enunciadas por distintos autores, bastante heterogéneas entre sí, ya que hablamos de conceptos de cierta complejidad, aunque parezcan simples en apariencia. Como veremos, algunas nociones como el punto, la línea, el plano, el espacio, la escala, el color, etc., no son puramente «materiales» y, con frecuencia, participan a la vez de una condición morfológica, dinámica, escalar y compositiva. Este primer nivel del análisis pone sobre la mesa la naturaleza subjetiva del trabajo analítico en el que, aunque pretendemos adoptar una perspectiva descriptiva, ya empiezan a aflorar consideraciones de índole valorativo. Debemos asumir, en este sentido, que todo análisis encierra una operación proyectiva, sobre todo en el caso del análisis de la imagen fija aislada, y que resulta muy difícil plantear una búsqueda de los mecanismos de producción de sentido de los elementos simples o singulares que conforman la imagen, sin tener una idea general, a modo de hipótesis, acerca de la

2. NIVEL MORFOLÓGICO

El segundo nivel de análisis que contemplamos se detiene en el estudio del *nivel morfológico* de la imagen. En este punto seguimos las propuestas enunciadas por distintos autores, bastante heterogéneas entre sí, ya que hablamos de conceptos de cierta complejidad, aunque parezcan simples en apariencia. Como veremos, algunas nociones como el punto, la línea, el plano, el espacio, la escala, el color, etc., no son puramente "materiales" y, con frecuencia, participan a la vez de una condición morfológica, dinámica, escalar y compositiva. Este primer nivel del análisis pone sobre la mesa la naturaleza subjetiva del trabajo analítico en el que, aunque pretendemos adoptar una perspectiva descriptiva, ya empiezan a aflorar consideraciones de índole valorativo. Debemos asumir, en este sentido, que todo análisis encierra una operación proyectiva, sobre todo en el caso del análisis de la imagen fija aislada, y que resulta muy difícil plantear una búsqueda de los mecanismos de producción de sentido de los elementos simples o singulares que conforman la imagen, sin tener una idea general, a modo de hipótesis, acerca de la interpretación global del texto fotográfico. Haciéndonos eco de las teorías gestaltianas de la imagen, conviene recordar que en todo acto de percepción entra en juego una serie de leyes perceptivas, de carácter innato, como la "ley de la figura-fondo", la "ley de la forma completa" o la "ley de la buena forma", que apuntan en esta misma dirección. En definitiva, la comprensión de un texto icónico tiene una naturaleza *holista*, en el que el sentido de las partes de la imagen o de sus elementos simples está determinado por una cierta idea de *totalidad*. También conviene advertir que, en el campo de la imagen, estos elementos simples a los que nos referimos no son unidades simples sin significado. En este sentido, cabe subrayar que uno de los principales problemas que plantea el análisis de la imagen es la ausencia de una doble articulación de niveles, al contrario que en los lenguajes naturales, como explicaron Benveniste y Martinet, con un conjunto finito de unidades mínimas sin significación –los fonemas–, que permite articular un segundo nivel del lenguaje formado por unidades mínimas con significación –los morfemas–, cuyo número de combinaciones es muy elevado. En el caso de los lenguajes icónicos es imposible establecer la existencia de unos niveles equivalentes, algo que nos permitiría hablar de forma rigurosa de un nivel morfológico, de un "alfabeto visual" *estricto sensu*, sobre el que se construiría un nivel sintáctico y otro semántico-pragmático. En el caso de los textos audiovisuales es más patente aún que en otros lenguajes la necesidad de reconocer la ausencia de frontera entre la forma y el contenido que, en realidad, funcionan como un *continuum*, en el que resulta imposible delimitar donde termina uno y empieza el otro.

DESCRIPCIÓN DEL MOTIVO FOTOGRÁFICO

El análisis propiamente dicho de la fotografía debe comenzar con una detallada descripción del motivo fotográfico, es decir, de lo que la fotografía representa, en una primera lectura de la imagen. Esta primera aproximación nos informará del grado de figuración o abstracción de la fotografía y, asimismo, de la clave o claves genéricas en la(s) que cabe enmarcar el texto fotográfico que estudiamos.

interpretación global del texto fotográfico. Haciéndonos eco de las teorías gestaltianas de la imagen, conviene recordar que en todo acto de percepción entran en juego una serie de leyes perceptivas, de carácter innato, como la «ley de la figura-fondo», la «ley de la forma completa» o la «ley de la buena forma», que apuntan en esta misma dirección. En definitiva, la comprensión de un texto icónico tiene una naturaleza *holista*, en el que el sentido de las partes de la imagen o de sus elementos simples está determinado por una cierta idea de *totalidad*. También conviene advertir que, en el campo de la imagen, estos elementos simples a los

ELEMENTOS MORFOLOGICOS
<p>PUNTO</p> <p>Como han señalado estudiosos como Dondis, Kandinsky o Villafañe², el punto es el elemento visual más simple, ya que desde el punto de vista de la construcción de la imagen, una fotografía está formada por grano fotográfico, más o menos visible, en el caso de la fotografía fotoquímica o de "pixels" (<i>picture elements</i>) en la fotografía digital. Cabría matizar que mientras que el grano fotoquímico posee volumen, se distribuye irregularmente sobre la superficie de la película y tiene una forma irregular, el pixel es ortogonal o cuadrado (según los tipos), carece de volumen y se distribuye de forma geométrica sobre la superficie del CCD o de la pantalla del ordenador.</p> <p>Los sistemas de reproducción fotomecánica, actualmente digitales, están basados en la utilización del punto como material gráfico primario. La visibilidad del grano fotográfico compromete, a menudo, el <u>grado de figuración</u> o de mayor <u>abstracción</u> de una fotografía, hasta el punto de tener importantes consecuencias a la hora de juzgar una imagen como más "centripeta" o "centrífuga" respecto al observador. La <u>mayor presencia del grano fotográfico</u> puede ser un elemento que provoque un distanciamiento del espectador, que permita subrayar el grado de construcción artificial de la propia representación fotográfica. En algunos casos, la visibilidad del grano proporciona a la fotografía de una <u>textura pictórica</u>. En otras ocasiones, la <u>no manifestación del grano de la imagen</u> puede relacionarse con una mayor verosimilitud de la representación fotográfica, cuando se persigue un efecto de realidad en la construcción de la imagen.</p> <p>No obstante, el punto como concepto morfológico también puede ser relacionado, más allá de su naturaleza plástica, con la construcción compositiva de la imagen, como señala el profesor Justo Villafañe (1988, 1995). De este modo, se habla de la existencia de <u>centros de interés</u> en una fotografía o <u>focos de atención</u>, que pueden coincidir o no con los <u>puntos de fuga</u> cuando se trata de una composición en perspectiva, o de la existencia de un centro geométrico de la imagen. En este último caso, dependiendo de la posición del punto en el espacio de la representación, la composición puede tener un mayor o menor dinamismo.</p> <p>De manera general, se acepta que <u>cuando el punto coincide con el centro geométrico de la imagen</u>, nos hallamos ante una composición estática.</p> <p>Si <u>el punto coincide con los ejes diagonales de la imagen</u> (generalmente cuadrada o rectangular), nos hallaremos ante una composición en la que el punto contribuye a incrementar la fuerza tensional de la composición.</p> <p>En otras ocasiones, <u>el punto no coincide</u> ni con el centro geométrico de la imagen ni con los ejes diagonales, en cuyo caso su presencia puede resultar perturbadora, y simplemente contribuir a dinamizar la imagen.</p> <p>Finalmente, <u>la existencia de dos o más puntos</u> puede propiciar la creación de vectores de dirección de lectura en la imagen, lo que multiplica la fuerza dinámica y tensional de la composición.</p> <p>Como podemos constatar, aunque el punto es un elemento morfológico, se trata de un concepto plástico de gran importancia en la composición de la imagen.</p>
<p>LINEA</p> <p>Morfológicamente, la línea es definida como una sucesión de puntos que, por su naturaleza, transmite energía, es <u>generadora de movimiento</u>. Entre las funciones plásticas que puede desempeñar la línea, podemos señalar las siguientes, a partir de la exposición del profesor Justo Villafañe (1987, 1995):</p> <ul style="list-style-type: none"> -La línea constituye un elemento formal que <u>permite separar</u> los diferentes planos, formas y objetos presentes en una composición determinada (recordemos que la <u>línea de contorno</u> es el elemento que permite distinguir una figura de un fondo perceptivo -<i>ley de la figura-fondo</i>-, como señala la teoría de la gestalt). -La línea es un elemento clave para <u>dotar de volumen</u> a los sujetos u objetos dispuestos en el espacio bidimensional de la representación visual. -Cuando la línea coincide con los ejes diagonales, su capacidad dinamizadora es todavía más evidente.
<p>² DONDIS, D. A. (1976): <i>La sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual</i>. Barcelona: Gustavo Gili / Comunicación Visual; KANDINSKY, W. (1974): <i>Punto, línea y plano. Contribución al análisis de los elementos pictóricos</i>. Barcelona: Barral; VILLAFañE, Justo (1988): <i>Introducción a la teoría de la imagen</i>. Madrid: Pirámide; VILLAFañE, Justo y MINGUEZ, Norberto (1995): <i>Principios de teoría general de la imagen</i>. Madrid: Pirámide.</p>

que nos referimos no son unidades simples sin significado. En este sentido, cabe subrayar que uno de los principales problemas que plantea el análisis de la imagen es la ausencia de una doble articulación de niveles, al contrario que en los lenguajes naturales, como explicaron Benveniste y Martinet, con un conjunto finito de unidades mínimas sin

significación –los fonemas–, que permite articular un segundo nivel del lenguaje formado por unidades mínimas con significación –los morfemas–, cuyo número de combinaciones es muy elevado. En el caso de los lenguajes icónicos es imposible establecer la existencia de unos niveles equivalentes, algo que nos permitiría hablar de forma rigurosa de un nivel morfológico, de un «alfabeto visual» *stricto sensu*, sobre el que se construiría un nivel sintáctico y otro semántico-pragmático. En el caso de los textos audiovisuales es más patente aún que en otros lenguajes la necesidad de reconocer la ausencia de frontera entre la forma y el contenido que, en realidad, funcionan como un *continuum*, en el que resulta casi imposible delimitar donde termina uno y empieza el otro.

Se trata de comenzar con una descripción formal de la imagen, tratando de deducir cual(es) ha(n) sido la(s) técnica(s) empleada(s): parámetros como el punto (presencia mayor o menor del grano fotográfico, puntos o centros de interés), la línea (rectas, curvas, oblicuas, etc.), el plano (distinción de planos en la imagen), el espacio, la escala (tamaño de los personajes PP, PM, PA, PE, etc.), la forma (geometría de las formas en la imagen), textura, nitidez de la imagen, contraste, tonalidad (en B/N o Color), características de la iluminación (direcciones de la luz, natural/artificial, dura/suave, etc.). El conjunto de aspectos tratados nos permitirá señalar si la imagen es figurativa/abstracta, simple/compleja, monosémica/polisémica, original/redundante, etc.

El nivel compositivo

Nuestro modelo de análisis continua, en tercer lugar, con el estudio del *nivel compositivo*. Siguiendo con la *metáfora del lenguaje*, se trata a estas alturas de examinar cómo se relacionan los elementos anteriores desde un punto de vista *sintáctico*, conformando una *estructura* interna en la imagen. Esta estructura tiene para nosotros un valor estrictamente operativo, no ontológico, ya que no se trata de algo que se halla oculto tras la superficie del texto. Por razones de economía en el análisis, hemos optado por incluir en este nivel los llamados *elementos escalares* (perspectiva, profundidad, proporción) y los *elementos dinámicos*

3. NIVEL COMPOSITIVO

Nuestro modelo de análisis continua, en tercer lugar, con el estudio del *nivel compositivo*. Siguiendo con la *metáfora del lenguaje*, se trata a estas alturas de examinar cómo se relacionan los elementos anteriores desde un punto de vista *sintáctico*, conformando una *estructura* interna en la imagen. Esta estructura tiene para nosotros un valor estrictamente operativo, no ontológico, ya que no se trata de algo que se halla oculto tras la superficie del texto. Por razones de economía en el análisis, hemos optado por incluir en este nivel los llamados *elementos escalares* (perspectiva, profundidad, proporción) y los *elementos dinámicos* (tensión, ritmo), que aunque poseen una clara naturaleza cuantitativa (los primeros) y temporal (los segundos), como ha señalado pertinentemente Justo Villafañe (1988), tienen efectos considerables en lo que se conoce como la composición plástica de la imagen. Por otro lado, en este nivel se analiza también, de forma monográfica, cómo se articulan el *espacio* y el *tiempo* de la *representación*, dos variables ontológicamente indisolubles que, por razones operativas, son examinadas de forma independiente. La reflexión sobre estos aspectos espaciales y temporales del texto fotográfico pasa por el examen de cuestiones muy concretas desde las variables físicas del espacio y el tiempo fotográficos hasta otras más abstractas como la "habitabilidad" del espacio o la temporalidad subjetiva que construye la imagen.

SISTEMA SINTÁCTICO O COMPOSITIVO

Como nos recuerda Villafañe, es necesario hacer una serie de precisiones respecto a la naturaleza de la composición (Villafañe, 1987, p. 177 y ss.):

-"Los objetivos de la composición plástica y los factores que la rigen son independientes del grado de iconocidad de la imagen" (p. 178), es decir, se puede hablar de la existencia de una serie de normas o principios compositivos que rigen la simplicidad compositiva, con independencia del grado de figuración u abstracción de dicha composición.

-Como nos ha enseñado la Gestalt y la fisiología de la percepción, el sistema perceptivo humano determina algunos aspectos de la percepción del orden visual en una imagen, como sucede con la visión de la profundidad en una fotografía.

-La simplicidad no es obstáculo para que una imagen sea compleja, como sucede con numerosas composiciones simétricas y regulares. La complejidad viene dada por "la diversidad de relaciones plásticas que los elementos de la imagen pueden crear" (p. 179).

-Los elementos icónicos de una composición no pueden ser ordenados siguiendo una escala de valor, ya que la distribución de pesos no es más importante que el orden icónico o las direcciones de lectura de la imagen. Asimismo, no es posible que estos elementos icónicos tengan valores estables de significación, ya que siempre dependerán de sus interrelaciones plásticas y de numerosos factores contextuales. (pp. 180-181).

-Todos los elementos icónicos tienen la misma influencia plástica (p. 180), aunque esto no significa que en cada imagen podamos reconocer una mayor o menor importancia de cada uno de estos factores compositivos. Es fundamental constatar que en una composición no cabe eliminar ningún elemento sin alterar el significado último de la imagen, por poco relevante que pueda parecer. Por eso es muy importante adoptar una visión holista, totalizadora, en el estudio de los elementos compositivos.

PERSPECTIVA

En la creación de la *perspectiva* juega un papel fundamental la interacción de las líneas de composición y la ausencia de "constancia" en la percepción de las formas (Arnheim, 1979, p. 86). Las formas rectangulares, por ejemplo, son percibidas como oblicuas, que siguiendo los gradientes de tamaño, se van ubicando en las líneas de fuga de la perspectiva representada. En realidad estos objetos que aparecen en perspectiva están deformados, por ejemplo cuando se emplea un gran angular, cuyo efecto es **distorsionar los objetos visuales, que aparecen oblicuados y con una volumetría alterada. Sin duda, los**

(tensión, ritmo), que aunque poseen una clara naturaleza cuantitativa (los primeros) y temporal (los segundos), como ha señalado pertinentemente Justo Villafañe (1988), tienen efectos considerables en lo que se conoce como la composición plástica de la imagen. Por otro lado, en este nivel se analiza también, de forma monográfica, cómo se articulan el *espacio* y el *tiempo* de la *representación*, dos variables ontológi-

gradientes perceptuales son responsables de la construcción del espacio tridimensional. Estos gradientes se definirían como "el crecimiento o decrecimiento gradual de alguna cualidad perceptual en el espacio y en el tiempo" (Arnheim, 1979, p. 204). La obtención de la profundidad de campo, en fotografía y cinematografía, se consigue mediante la utilización de grandes angulares y diafragmas muy cerrados. Es paradigmática la utilización de esta última técnica por el grupo del f.64, que representan los fotógrafos Ansel Adams y Edward Weston³, entre otros. El empleo de teleobjetivos suele producir el efecto contrario: la total ausencia de profundidad de campo.

Para terminar, debemos hacer referencia, muy brevemente, a la importancia de la perspectiva artificial como sistema de representación nacido en el Renacimiento, y que viene a significar la emancipación de la mirada del hombre del sistema de representación religioso. Como ha sido estudiado con gran profundidad por Erwin Panofsky³, la construcción de la perspectiva artificial supone, antes que nada, un modo de representación en el que el sujeto humano se convierte en el centro de dicha representación, en el que por vez primera se define un interior y un exterior de la representación pictórica, en el que habita el observador. Esta referencia, aunque simplificada por su extrema brevedad, es pertinente en la medida en que la fotografía y el cine son herederos de este sistema de representación.

Finalmente, debemos reiterar la naturaleza estructural del espacio en el que habitan el resto de elementos morfológicos, y la propia estructura compositiva de la imagen. Es por ello que hemos considerado conveniente distinguir un apartado que hemos denominado "el espacio de la representación", y que hemos ubicado dentro del nivel compositivo de nuestro modelo de análisis, precisamente por su naturaleza estructural, como corresponde al sistema compositivo o sintáctico (interrelacional) de la construcción de la imagen.

RITMO

Como señala el profesor Villafañe, el ritmo es un elemento dinámico, cuya naturaleza debe relacionarse con la experiencia de temporalidad en la percepción de una imagen. Es precisamente este valor relacional entre elementos lo que nos lleva a incluir este concepto en el presente nivel compositivo, en la medida que el ritmo constituye un parámetro estructural.

Villafañe nos sugiere que es conveniente distinguir entre cadencia y ritmo. La cadencia se refiere a la repetición de elementos como puntos, líneas, formas o colores, lo que dotaría a la imagen de regularidad y simetría. No obstante, la regularidad y la simetría son opciones compositivas que restan de actividad y dinamismo a la imagen. El ritmo de una composición, por el contrario, es una noción de mayor calado: se refiere a una conceptualización estructural de la imagen, en la que la idea de repetición es esencial.

Para Villafañe (1987, p. 154), en todo ritmo visual se dan dos componentes: por un lado, la periodicidad, lo que implica la repetición de elementos o grupos de elementos y, por otro, la estructuración, que podría entenderse como el modo de organización de esas estructuras repetidas en la composición.

En este caso, cuando se da una repetición de unidades relacionadas entre sí por su forma o significado se habla de la presencia de isotropías.

Sin duda, nos hallamos ante un concepto muy difícil de definir, habitualmente empleado en el campo de la música. Del mismo modo que en una composición musical los silencios son elementos decisivos para definir el ritmo de una melodía, en una composición visual los espacios vacíos o intersticiales son fundamentales para posibilitar la existencia de una estructura rítmica.

TENSIÓN

La tensión, asimismo, es otra variable dinámica de la imagen fotográfica. Esta tensión puede aparecer en composiciones que presentan un claro equilibrio que, en este caso, será de naturaleza dinámica, el llamado equilibrio dinámico.

Entre los agentes plásticos que pueden contribuir a crear una tensión visual, podemos destacar los siguientes:

-Las líneas pueden en algunos casos ser decisivas para dotar de tensión a la composición, cuando éstas expresan movimiento. En fotografía, el harrido fotográfico o la captación de sujetos en movimiento con una baja velocidad de obturación son técnicas que se sirven de la utilización de la línea como elemento dinámico, que imprime tensión a la imagen. En el cómic se habla de la presencia de líneas cinéticas.

-Las formas geométricas regulares, como el triángulo, el círculo o el cuadrado, son menos dinámicas que las formas irregulares. Cuanto más difieran de las formas simples, mayor tensión introducirán en la

³ PANOFSKY, Erwin (1973): *La perspectiva como forma simbólica*. Barcelona: Tusquets.

camente insolubles que, por razones operativas, son examinadas de forma independiente. La reflexión sobre estos aspectos espaciales y temporales del texto fotográfico pasa por el examen de aspectos muy concretos desde las variables físicas del espacio y el tiempo fotográficos hasta otros más abstractos como la «habitabilidad» del espacio o la temporalidad subjetiva que construye la imagen.

ESPACIO DE LA REPRESENTACIÓN

La representación del espacio es una modelización de lo real. En el caso de la fotografía, debemos ser conscientes que la imagen obtenida siempre es resultado de una operación de recorte del continuum espacial, una selección que, consciente o inconscientemente, siempre responde a los intereses del fotógrafo. Es en el espacio de la representación, en tanto que dimensión coadyuvante y estructural, en el que tiene lugar el despliegue de los elementos plásticos y las técnicas compositivas que hemos examinado hasta el momento.

La inclusión de un subapartado dedicado al examen del espacio de la representación nos debe ayudar a definir cómo es el espacio que construye la fotografía que analizamos, desde sus variables más materiales hasta sus implicaciones más filosóficas.

En el campo de la fotografía, el control del parámetro técnico de la abertura del diafragma y la óptica elegida por el fotógrafo posibilitan la construcción de la dimensión espacial de la imagen.

CAMPO / FUERA DE CAMPO

Como señala Philippe Dubois¹⁰, todo acto fotográfico implica "una toma de vista o de mirada en la imagen", es decir, un **gesto de corte**: "Temporalmente (...) la imagen-acto fotográfico interrumpe, detiene, fija, inmoviliza, separa, despega la duración captando sólo un instante. Espacialmente, de la misma manera, fracciona, elige, extrae, aísla, capta, corta una porción de extensión. La foto aparece así, en el sentido fuerte, como una tajada única y singular de espacio-tiempo, literalmente *cutada en vivo*" (p. 141). Por lo que respecta al espacio fotográfico, a diferencia del espacio pictórico, es un espacio que no está dado y que no se construye. El **espacio fotográfico** es un espacio a tomar, una **selección y sustracción** que opera en bloque. "Dicho de otra forma, más allá de toda intención o de todo efecto de composición, el fotógrafo, de entrada, siempre corta, da un tajo, hiere lo visible. Cada vista, cada toma es ineluctablemente un golpe deacha que retiene un trozo de real y excluye, rechaza, despoja el entorno (el fuera-de-marco, el fuera-de-campo,...). Sin duda, toda la violencia (y la depredación) del acto fotográfico procede en lo esencial de este gesto de **cut**" (p. 158).

Como es sabido, el **campo fotográfico** se define como el espacio representado en la materialidad de la imagen, y que constituye la expresión plena del espacio de la representación fotográfica. Pero la comprensión e interpretación del campo visual presupone siempre la existencia de un **fuera de campo**, que se le supone contiguo y que lo sustenta.

Las formas de representación del fuera de campo en fotografía y sus significaciones pueden ser muy variadas. La representación fotográfica dominante, que podríamos relacionar con el **paradigma de representación clásico**, se caracteriza por ofrecer un campo visual fragmentario, pero que oculta, al mismo tiempo, su naturaleza discontinua, mediante un borrado de las huellas enunciativas para que el espectador no perciba la naturaleza artificial de la construcción visual. El paradigma clásico se basa en la construcción de una **impresión de realidad**, más acentuada aún que en otros medios audiovisuales como el cine o el vídeo.

Sin duda, el fuera de campo y la ausencia son elementos estructurales en una interpretación o lectura de la representación fotográfica, como sucede en el terreno de la representación fílmica¹¹.

Independientemente de otras reflexiones, resulta evidente que objetos o personajes en campo pueden "señalar" hacia el fuera de campo, con lo que se obtiene una coimplicación de ambos por contigüidad; pero, además, espejos, sombras, etc. son elementos que inscriben directamente el fuera de campo en el campo.

ABIERTO / CERRADO

Este par de conceptos no sólo se refiere a la dimensión física o material de la representación. La representación de un **espacio abierto** tiene una serie de implicaciones en lo que respecta a las determinaciones que éste tiene con respecto al sujeto u objeto fotografiado, y también con el tipo de

¹⁰ DUBOIS, Philippe (1986): *El acto fotográfico. De la representación a la recepción*. Barcelona: Paidós (1ª Edición: 1983).

¹¹ GÓMEZ TARÍN, Francisco Javier: *Lo ausente como discurso. Elipsis y fuera de campo en el texto cinematográfico*. Valencia: Servei de Publicacions de la Universitat de València, 2003. También como Tesis Doctoral publicada en la página web <http://www.tdx.cesca.es/TDX-0325104-095345/>. Valencia: Servei de Publicacions de la Universitat de València, 2003.

Entre los elementos a tratar destacamos: la perspectiva (profundidad de campo, en relación con nitidez de la imagen, gradientes espaciales), el ritmo (repetición de elementos morfológicos, motivos fotográficos, etc.), la tensión (entre elementos morfológicos –línea, planos, colores, texturas, etc.), la proporción (relación con escala / formato-encuadre), distribución de pesos en la imagen, orden icónico, estática/dinamicidad de la imagen, ley de tercios, recorrido visual. En este punto de la

propuesta, también se toma en consideración la posibilidad de reflexionar en torno a la representación del espacio y el tiempo fotográficos.

Por lo que respecta al *espacio de la representación*, se contemplan las nociones de campo/fuera de campo, abierto/cerrado, interior/exterior, concreto/abstracto, profundo/plano, habitable/no habitable por el espectador, y puesta en escena.

En lo que se refiere al *tiempo de la representación*, la ficha contempla la inclusión de conceptos como instantaneidad, duración, atempo-

relación de fruición que la imagen promueve en el espectador. Lo mismo sucede con los espacios cerrados. Estamos hablando, también, de los efectos metafóricos que supone la representación de uno u otro tipo de espacio. Recordemos que nos referimos siempre al estudio y análisis de fotografías complejas.

INTERIOR / EXTERIOR

Este par de conceptos no sólo se refiere a la dimensión física o material de la representación. La representación de un espacio interior tiene una serie de implicaciones en lo que respecta a las determinaciones que éste tiene con respecto al sujeto u objeto fotografiado, y también con el tipo de relación de fruición que la imagen promueve en el espectador. Lo mismo sucede con los espacios exteriores. Estamos hablando, también, de los efectos metafóricos que supone la representación de uno u otro tipo de espacio.

CONCRETO / ABSTRACTO

Este par de conceptos no sólo se refiere a la dimensión física o material de la representación. La representación de un espacio concreto tiene una serie de implicaciones en lo que respecta a las determinaciones que éste tiene con respecto al sujeto u objeto fotografiado, y también con el tipo de relación de fruición que la imagen promueve en el espectador. Lo mismo sucede con los espacios abstractos. Estamos hablando, también, de los efectos metafóricos que supone la representación de uno u otro tipo de espacio.

PROFUNDO / PLANO

En el estudio del sistema compositivo hemos hecho referencia a la importancia de la perspectiva y de la profundidad de campo en la construcción del espacio de la representación. En este nivel del análisis se trata de valorar en qué medida la representación plana del espacio se corresponde con una mirada más estándar o normalizada como el clasicismo, frente a la representación en profundidad, más próxima a la configuración plástica *barroca*, siguiendo la distinción acuñada por Wölfflin, que examinaremos con más detalle en el nivel interpretativo del análisis.

HABITABILIDAD

Según el grado de abstracción de la imagen, será más o menos fácil que el espacio pueda ser habitable por el espectador. La habitabilidad hace referencia al tipo de implicación que la representación fotográfica promueve en la operación de lectura de la imagen. De este modo, hablaremos de mayor o menor habitabilidad en función de la identificación o el distanciamiento, como fuerzas centrípeta y centrífuga, que el espacio sugiera al espectador. Volveremos sobre estos conceptos con más detalle en el siguiente apartado, en concreto en el epígrafe dedicado al estudio de la enunciación.

La caracterización de un espacio como espacio simbólico se produce cuando la representación fotográfica se aleja de la vocación indicial de la fotografía, en tanto que huella de lo real, como diría Dubois.

Santos Zunzunegui¹² señala, a propósito de la fotografía de paisaje, que un paisaje será indicial "cuando predomine en él su dimensión constatativa", mientras que un paisaje fotográfico será considerado "simbolista o simbólico", "en la medida en que lo fundamental de su estrategia significativa ponga lo visible al servicio de lo no visible" (p. 145).

Si en algunos fotógrafos como David Kinsey o Timothy O'Sullivan la fotografía de paisaje tiene un valor testimonial, en Ansel Adams todo el trabajo parece dirigirse "hacia la construcción de una visión sustancialmente estética del mundo y de las cosas". En Adams la poética indicialista es reemplazada "por un trabajado juego lumínico que tiende puentes entre la cascada, el río y el arco iris, construyendo una dramática sensibilidad emotiva ante la luz". (p. 152)

En efecto, el espacio simbólico del que venimos hablando podría considerarse como un espacio subjetivo, en términos estrictamente semánticos. El reconocimiento de una poética simbólica es algo que dependerá del sujeto que realice el análisis, ya que en la operación de lectura lo que irrumpe también es la propia experiencia subjetiva del intérprete.

PUESTA EN ESCENA

El dispositivo fotográfico no puede ser entendido como un mero agente reproductor sino como un medio

¹² ZUNZUNEGUI, Santos (1994): "Las formas del paisaje. Para una cartografía de la foto de paisaje" en *Paisajes de la forma. Ejercicios de análisis de la imagen*. Madrid: Cátedra.

ralidad, tiempo simbólico, tiempo subjetivo y secuencialidad/narratividad de la imagen.

diseñado para producir determinados efectos, esto es, *la impresión de realidad* entre otros. En este sentido, la imagen fotográfica no es ajena a una acción deliberada de enunciación textual, a una puesta en escena que destila una ideología concreta y que un análisis no puede obviar.

Este aspecto está íntimamente ligado al de la articulación del punto de vista que examinaremos con detalle en el próximo apartado.

OTROS

Este espacio queda reservado para la inclusión de otros conceptos que pudieran estar relacionados con el nivel compositivo del análisis de la fotografía. Queda abierto *ad libitum* del analista o estudiosos de la imagen.

COMENTARIOS

Al término del examen de los distintos conceptos que conforman el estudio del espacio de la representación de la imagen, es conveniente realizar una síntesis de los aspectos más relevantes.

TIEMPO DE LA REPRESENTACIÓN

Como ocurre con el espacio, el tiempo de una imagen es siempre una modelización de lo real. En el caso de la fotografía, debemos recordar que, más o menos explícitamente, la temporalidad está profundamente ligada a la propia naturaleza del medio fotográfico. Toda fotografía supone un "corte" del continuo temporal, una selección interesada de un momento esencial que, según los casos, puede expresar desde la singularidad de un instante a narrarnos incluso un complejo relato, con una temporalidad más o menos dilatada.

En tanto que elemento estructural de la imagen, la temporalidad se construye a través de la articulación de una serie de elementos, como nos recuerda Villafañe. Entre otros podemos citar el propio formato y escala de la imagen, el ritmo, las direcciones de lectura de la fotografía o el tipo de representación seleccionado, como la composición en perspectiva.

En el campo de la fotografía, el control del parámetro técnico de la velocidad de obturación es el que posibilita la construcción de la dimensión temporal de la imagen.

INSTANTANEIDAD

La instantaneidad hace referencia a cómo la fotografía constituye siempre la representación y captación de una pequeña fracción de tiempo del continuo temporal. Cartier-Bresson hablaba del "instante decisivo", al referirse a la importancia del momento de la captura fotográfica, en el que es congelado un instante de valor trascendental. La elección y consecución de ese instante no es fruto de la casualidad, sino que implica una actitud, predisposición y preparación especiales del fotógrafo.

Algunos autores como Santos Zunzunegui (1994), a propósito del género paisaje, hablan también de la puntualidad como categoría aspectual de la temporalidad que se define como ausencia de duración, aunque con un sentido distinto al de Cartier-Bresson. Las fotografías de Timothy O'Sullivan y Robert Adams apuntan a la misma categoría aspectual: la puntualidad como ausencia de duración. Las fotos de O'Sullivan muestran dos variantes en acto: la terminatividad ("se ha llegado hasta aquí en la exploración") y la incoatividad ("comienza la toma de posesión del territorio"). La puntualidad, en algunas fotografías de paisaje como las de Robert Adams, se concretaría "en términos exclusivos de terminatividad", mostrando cómo en sus fotos "algo ha sucedido" (p. 169). La tarea del fotógrafo ya no es aquí captar el instante decisivo [Cartier-Bresson], sino "testimoniar el final de toda utopía acerca de la naturaleza" (p. 169). En estos casos analizados por Zunzunegui, los paisajes fotográficos basados en la idea de puntualidad (discontinuidad) remitirían al sistema de representación clásico.

En otros casos, el congelado del tiempo constituye, simplemente, una estrategia para provocar un potente efecto de extrañamiento en el espectador, como sucede con Philippe Halsman, y su famoso retrato de Dalí. En general, esta categoría se opondría a la idea de tiempo como duración.

DURACIÓN

La representación de una duración del tiempo es, paradójicamente, otra opción discursiva del texto fotográfico. Las fotografías realizadas a baja velocidad nos ofrecen vistas muy peculiares del mundo que nos rodea, sobre todo cuando se emplean prolongados tiempos de exposición. El barrido es asimismo otra técnica que permite transmitir esta idea de duración, sumada a la idea de movimiento, ya que consiste en la realización de una fotografía a media o baja velocidad siguiendo el movimiento de un sujeto u objeto. Este tipo de vistas producen en el espectador un efecto de extrañamiento y, en

ocasiones, una representación espectacular del mundo. En ocasiones, la presencia de relojes, calendarios y otros objetos, la lectura secuencial de la fotografía o la presencia de una imagen que forma parte de una serie de fotografías (Duane Michals) son elementos que remiten a la idea de tiempo como duración, en cuyas imágenes se aprecia la presencia de marcas temporales.

Para Santos Zunzunegui, "las poéticas fotográficas de la obra de Ansel Adams y Edward Weston pertenecen al territorio de la duratividad, en el que tiene lugar la producción de un efecto tensivo de expansión de la duración". Se trata de un tiempo indeterminado, indefinido, "dando lugar a una especie de estado *estacionario* que se constituye en una *duratividad continua*, en la que la naturaleza parece autofundarse", en el caso de Ansel Adams. En el de Weston, "el micropaisaje se instala más allá de cualquier tiempo". La duratividad parecería ser el resultado "de una *larga duración geológica*, responsable de un paciente trabajo mucho tiempo antes clausurado" (p. 169).

En estos casos analizados por Zunzunegui, los paisajes fotográficos basados en la idea de duratividad (*continuidad*) remitirían al **sistema de representación barroco**.

ATEMPORALIDAD

El término atemporalidad es utilizado, con frecuencia, como sinónimo de la duratividad, es decir, de la concepción y representación del tiempo como duración. Hemos querido diferenciar este parámetro para tratar de dar cuenta de aquellos casos en los que la fotografía no presenta ningún tipo de marcas temporales. En realidad, cabría decir que no es posible que un texto fotográfico carezca de marcas textuales, ya que en tanto que vista toda fotografía se debe inscribir en el continuum temporal, aunque constituya sólo una breve porción de éste.

No obstante, pensamos que hay infinitud de fotografías, en géneros como la fotografía publicitaria o la fotografía industrial, en las que se produce una deliberada ocultación de las marcas temporales. Con frecuencia, este efecto discursivo viene motivado por el peso del sistema representacional clásico, en el que el borrado de las huellas enunciativas es un principio seguido fielmente, dirigido a potenciar la ilusión de realidad.

TIEMPO SIMBOLICO

El reconocimiento de la existencia de un tiempo simbólico en la imagen se produce cuando la representación fotográfica se aleja de la vocación indicial de la fotografía, en tanto que huella de lo real, como diría Dubois.

Siguiendo con la exposición de Zunzunegui en su análisis de la fotografía de paisaje, señala: "Lo que define primordialmente esta poética simbolista de Ansel Adams se encuentra en el hecho de que sus imágenes apuntan en dirección de algo diferente de lo que dan a ver, remiten a una realidad que existe más allá de lo propiamente representado" (1994, p. 160). Zunzunegui nos recuerda las palabras de Argan cuando habla de la "poética de lo absoluto": lo que vemos no es más que un fragmento de la realidad; pensamos que antes y después de ese fragmento es infinita la extensión del espacio y del tiempo (...) saltamos más allá de lo visto y lo visible (...) Lo que vemos pierde todo su interés (...); lo que no vemos, su infinitud despierta la angustia de nuestra propia finitud" [G. C. Argan: *El arte moderno 1770-1970*, Valencia: Fernando Torres Editor, 1975, p. 11]. Esto le lleva a señalar que nos hallamos ante la representación de lo sublime kantiano, donde "lo sublime consiste sólo en la relación en la cual lo sensible, en la representación de la naturaleza, es juzgado como propio para un uso suprasensible del mismo" [Immanuel Kant: *Crítica del juicio*, Madrid: Espasa-Calpe, 1979, p. 170] (p. 161). La naturaleza que muestra Ansel Adams es una naturaleza prístina, primigenia, que cabe conectar con el mito americano del viaje hacia el oeste.

En caso de composiciones fotográficas abstractas, donde no es posible identificar motivos figurativos, como sucede con las fotografías de Alfred Stieglitz en su serie Equivalencias, imágenes de cielos con nubes casi inidentificables, se puede hablar igualmente de la manifestación de un tiempo simbólico, cuya poética descansa en el onirismo de la representación. Nos hallamos ante un tipo de temporalidad para cuyo desciframiento es imprescindible la actividad del intérprete.

TIEMPO SUBJETIVO

En efecto, el tiempo simbólico del que venimos hablando podría considerarse como un tiempo subjetivo, en términos estrictamente semánticos. El reconocimiento de una poética simbólica es algo que dependerá del sujeto que realice el análisis.

No obstante, en ocasiones se puede considerar que el tiempo representado en una fotografía adquiere una dimensión particularmente subjetiva para el analista, difícilmente descodificable para otros

El nivel interpretativo

La metodología de análisis que proponemos se cierra con el estudio del *nivel interpretativo* de la imagen. A diferencia de otras propuestas metodológicas, nuestro análisis pone el acento en el estudio de los *modos de articulación del punto de vista*. En efecto, es frecuente encontrar análisis icónicos que ignoran el problema de la enunciación. Cualquier fotografía, en la medida en que representa una selección de la realidad, un lugar desde donde se realiza la toma fotográfica, presupone la existencia de una mirada enunciativa. El examen de esta cuestión tiene consecuencias muy notables para conocer la *ideología implícita* de la imagen, y la *visión de mundo* que transmite. En este sentido, se propone una batería de conceptos sobre los que reflexionar, desde el punto de vista físico, la actitud de los personajes, la presencia o ausencia de calificadores y marcas textuales, la transparencia enunciativa, los mecanismos enunciativos (identificación vs. distanciamiento), hasta el examen de las *relaciones intertextuales* que la imagen fotográfica promueve.

La interpretación global del texto fotográfico, de carácter fundamentalmente subjetiva, como hemos visto, contempla la posibilidad de reconocer la presencia de oposiciones que se establecen en el interior del encuadre, la existencia de significados a los que pueden remitir las formas, colores, texturas, iluminación, etc.; cómo se construye la actualización y focalización del texto fotográfico, a través del examen de la articulación del punto de vista y los modos de representación del espacio y el tiempo; qué tipos de relaciones y oposiciones intertextuales (relaciones con otros textos audiovisuales) se pueden reconocer, así como una valoración crítica de la imagen (cuando proceda).

En este nivel interpretativo es recomendable seguir el llamado «principio de parsimonia», que consiste en la elección de la hipótesis interpretativa más sencilla entre las múltiples que puedan surgir, como proclaman algunos filósofos de la ciencia como Cohen o Nagel. Se dice que «una hipótesis es más sencilla que otra si el número de tipos de elementos independientes es menor en la primera que en la segunda» (Arnheim, 1979: 75). Se trata de ofrecer una lectura crítica de la imagen

4. NIVEL INTERPRETATIVO

La metodología de análisis que proponemos se cierra con el estudio del **nivel interpretativo** de la imagen. A diferencia de otras propuestas metodológicas, nuestro análisis pone el acento en el estudio de los *modos de articulación del punto de vista*. En efecto, es frecuente encontrar análisis icónicos que ignoran el problema de la enunciación. Cualquier fotografía, en la medida en que representa una selección de la realidad, un lugar desde donde se realiza la toma fotográfica, presupone la existencia de una mirada enunciativa. El examen de esta cuestión tiene consecuencias muy notables para conocer la *ideología implícita* de la imagen, y la *visión de mundo* que transmite. En este sentido, se propone una batería de conceptos sobre los que reflexionar, desde el punto de vista físico, la actitud de los personajes, la presencia o ausencia de calificadores y marcas textuales, la transparencia enunciativa, los mecanismos enunciativos (identificación vs. distanciamiento), hasta el examen de las *relaciones intertextuales* que la imagen fotográfica promueve. El análisis de la fotografía finaliza con una *interpretación global del texto fotográfico*, de carácter subjetivo, que persigue la articulación de los aspectos analizados en la construcción de una lectura fundamentada, así como es el momento de realizar, si se estima oportuno, una valoración crítica sobre la calidad de la imagen estudiada.

Como ya lo hemos expresado anteriormente, nos sentimos en deuda con los planteamientos de la **semiótica textual**, que tratamos de complementar con la consideración de otros aspectos como el estudio de las condiciones de producción (instancia autorial; contexto social, económico, político, cultural y estético), la tecnología o las condiciones de recepción de la imagen fotográfica (dónde se exhibe la fotografía, a qué público estaba dirigida, etc.). En la base de esta aproximación se sitúa la consideración de la fotografía como **lenguaje**, desde un punto de vista más operativo que ontológico (Eco, 1977; Zunzunegui, 1988, 1994).

ARTICULACIÓN DEL PUNTO DE VISTA

PUNTO DE VISTA FÍSICO

Hemos visto cómo el encuadre de una fotografía es resultado de la selección de un espacio y tiempo dados. Todo encuadre responde a un punto de vista, corresponde a un determinada manera de mirar, y ello implica una relación entre elementos materiales e inmateriales, presentes y ausentes en la propia representación.

La descripción del punto de vista físico consiste en el examen de los parámetros que rigen desde donde ha sido realizada la fotografía, si la fotografía está tomada a la altura de los ojos del sujeto fotográfico, en picado, en contrapicado, o desde otras posiciones. La elección de la altura de la toma, la angulación de la cámaras, suele connotar un peculiar modo de "relación de poder" entre la representación y la instancia enunciativa, que determina la articulación del punto de vista.

También es conveniente hacer referencia a la existencia de basculamiento del encuadre, lo que constituye un modo de distorsionar la representación.

ACTITUD DE LOS PERSONAJES

La actitud de los personajes puede revelar ironía, sarcasmo, exaltación de determinados sentimientos, desafío, violencia, etc., y promover en el espectador cierto tipo de emociones. Estas actitudes pueden ser estudiadas a partir del examen de la puesta en escena y de la pose de los actantes de la fotografía. El examen de las miradas de los personajes es otro aspecto que nos puede dar bastantes pistas sobre las

desde una visión de totalidad, para lo cual habrá de hacerse una síntesis de los aspectos tratados más relevantes, aunque bajo una o varias perspectivas que relacionen las diferentes hipótesis enunciadas durante el

análisis. Para ello, se exponen muy brevemente algunos conceptos que pueden surgir a lo largo de los análisis de las imágenes fotográficas, como las nociones de ambigüedad, autorreflexividad, «*mise en abîme*», representación clásica, representación barroca, los conceptos de manierismo y de neobarroco, estos últimos empleados como categorías «metahistóricas» en el análisis.

actitudes de los personajes. En ocasiones estas miradas constituyen una interpelación directa del espectador (generalmente en contracampo), o hacia otros personajes del campo visual. Por otro lado, las miradas pueden dirigirse hacia el fuera de campo, lo que subraya su importancia. Es obvio que el estudio de este parámetro no está exento de la carga subjetiva del analista, ya que estas actitudes pueden ser a menudo muy ambiguas.

CALIFICADORES

En este subapartado, se propone el estudio de los modos de calificación de los personajes por parte de la instancia enunciativa. Estos calificadores nos informan del grado de integración del sujeto fotográfico con su entorno, y del grado de proximidad o alejamiento que la instancia enunciativa promueve en el espectador de la fotografía.

TRANSPARENCIA / SUTURA / VEROSIMILITUD

Ya se ha hecho referencia al hecho de que, con frecuencia, numerosas puestas en escena fotográficas, basadas en la concepción indicial de la fotografía, siguen el principio del borrado de las huellas enunciativas que, precisamente, alientan su confusión con el referente, con la propia realidad. El medio fotográfico ha sido calificado históricamente como un arte menor, precisamente a causa de su consideración como dispositivo que no implica un trabajo sobre la forma y la realidad. El sistema representacional fotográfico dominante (que podríamos denominar "clásico") elimina toda huella de la existencia del propio dispositivo, a través de la sutura y borrado de toda pista que apunte hacia éste. El cierre de la significación y la linealidad de la lectura son otros rasgos característicos del modo de representación clásico, aplicables, asimismo, al ámbito de la fotografía.

En ocasiones, la fractura del principio de transparencia enunciativa o de borrado de las huellas enunciativas es conseguido mediante la presencia de numerosos elementos expresivos o de técnicas compositivas que crean una artificiosidad, poniendo en jaque la verosimilitud de la puesta en escena que, por ser muy marcada, rompe la verosimilitud de la representación. Muchas de las fotografías analizadas (que forman parte del banco de fotografías ITACA-UJI, y que se pueden consultar en la dirección www.analisisfotografia.uji.es) son ejemplos de esta modalidad discursiva.

MARCAS TEXTUALES

Como afirma Santos Zunzunegui¹⁴, el enunciador se definiría como la presencia del autor en el propio texto visual, que no debe confundirse con el autor empírico. La tensión entre líneas, dominantes cromáticas, la co-presencia de centros de interés o focos de atención en la imagen, la tensión entre formas geométricas (triángulo-rectángulos), la presencia de composiciones simétricas o irregulares, la compleja organización interna de la composición fotográfica, junto a otros elementos, son algunas marcas textuales que nos informan de la presencia del enunciador en la imagen. Hablamos, pues, de marcas que se pueden reconocer en la propia morfología de la imagen, que tienen relaciones de tipo indicial, icónica, simbólica o puramente referencial.

El enunciatorio es un sujeto también propiamente textual que no puede confundirse con la categoría del receptor o espectador físico. Es a través del análisis que podemos reconocer la presencia de ambos. Como explica Zunzunegui (1988, pp. 82-83), "la presencia del observador es reconstruible y, por tanto, visible, incluso en los casos en que se nos trata de ocultar sus huellas, a través de dos actividades discursivas esenciales":

-la aspectualización: consiste en la operación de ubicar un conjunto de categorías aspectuales (acción, tiempo y espacio) que revelan la presencia implícita de un sujeto-observador;

-la focalización: "permite aprehender mediante un 'punto de vista' mediador el conjunto del relato", es decir, se refiere, en nuestro caso, al "cómo" es mostrado el motivo fotográfico.

MIRADAS DE LOS PERSONAJES

En determinados géneros, como la fotografía social y la fotografía de prensa, la presencia del fotógrafo es sistemáticamente ocultada mediante la no mostración de la mirada de los personajes hacia la cámara. La fotografía obtenida muestra una acción, situación, relaciones de fuerza, etc., que tiene como efecto un mayor realismo que hemos de vincular con el efecto discursivo de la impresión de realidad.

La mirada hacia la cámara del personaje protagonista constituye una interpelación directa, desafiante, al espectador de la imagen. Se trata de una mirada que, en ocasiones, subraya la presencia del dispositivo técnico que hace posible la propia representación fotográfica, lo que rompe el verosímil fotográfico.

¹⁴ ZUNZUNEGUI, Santos (1988): *Pensar la imagen*. Madrid: Cátedra.

Como ya lo hemos expresado anteriormente, nos sentimos en deuda con los planteamientos de la semiótica textual, que tratamos de complementar con la consideración de otros aspectos como el estudio de las condiciones de producción (instancia autorial, contexto social, económico, político, cultural y estético), la tecnología o las condiciones de recepción de la imagen fotográfica (dónde se exhibe la fotografía, a qué público está dirigida, etc.). En la base de esta aproximación se sitúa la consideración de la fotografía como *lenguaje*, desde un punto de vista más operativo que ontológico (Eco, 1977; Zunzunegui, 1988, 1994).

No queremos finalizar la exposición de nuestra metodología de análisis, sin olvidar que el *placer visual* es un factor clave en la recepción de las imágenes. Cabría añadir que la propia actividad analítica no está exenta de placer, ya que entender (o creer entender) el sentido oculto (o sentidos ocultos) en el mensaje fotográfico es una actividad que también proporciona satisfacción. Un sentimiento placentero que parece estar causado por el hecho de que se ha alcanzado el éxito de la empresa analítica.

Coincidimos con Roche (1982:12) cuando señala que, a la hora de analizar una fotografía, «la pregunta sin duda ya no es ¿qué nos plantea una foto?, ni ¿qué es lo que puede hacer un filósofo con una foto?... sino más bien, ¿con qué puede tener algo que ver una fotografía, una vez sacada?». Una pregunta que hemos tratado de responder, lo mejor que hemos podido, con la propuesta de la presente metodología de análisis de la imagen fotográfica.

LA UTILIZACIÓN DE LA PROPUESTA METODOLÓGICA DE ANÁLISIS

Como investigadores de la comunicación con un afán por aplicar el máximo rigor científico (no *rigor mortis*) y honestidad posible a nuestra investigación, hemos creído necesario explicitar los presupuestos epistemológicos de partida en nuestra propuesta analítica. Es por ello que esta propuesta incluye la descripción detallada de los diferentes conceptos e ítems contemplados. Este particular diccionario (o «idio-

lecto») que ofrecemos es, a su vez, un *metalenguaje* del que damos cuenta extensamente, sin llegar a ser demasiado exhaustivos, ya que para ello nada mejor que acudir a las fuentes originales de las que partimos para nuestra exposición. Tampoco dejamos de reconocer que los conceptos tratados son, en muchos casos, muy polémicos, algo que no se nos debe pasar por alto.

La metodología de análisis que acabamos de presentar no pretende convertirse en una suerte de «rejilla» a aplicar mecánicamente al estudio de los textos fotográficos. Conscientes de que podríamos caer en una suerte de *fetichismo del método*, no queremos perder de vista la permanente provisionalidad en la que debe moverse cualquier metodología de análisis.

Por otra parte, la propuesta que hemos realizado surge de un «mestizaje», bastante productivo, de otras metodologías ya existentes. Sería una presunción intolerable pretender desarrollar, a estas alturas, una metodología de trabajo «inédita», como si tamaña empresa fuese posible después de todo lo que se ha escrito sobre el análisis de la imagen. Incluso en el caso de metodologías poco satisfactorias, como las orientaciones biográfica –que suele verse atrapada por la problemática de intencionalidad–, el historicismo o la perspectiva sociológica –a menudo demasiado preocupadas por los aspectos «colaterales» que trascienden la materialidad del texto a analizar–, siempre aportan informaciones y planteamientos que merecerían ser integrados en un modelo más amplio.

Por lo tanto, nuestra pretensión con la página *web* que hemos habilitado es facilitar, en lo posible, la tarea de quienes se enfrentan al análisis de un texto fotográfico. No debe olvidarse en ningún momento que nuestra propuesta metodológica *es de naturaleza orientativa y provisional*, conscientes de los peligros teleologistas, deterministas o positivistas a los que puede conducir una concepción demasiado rígida de la lectura de un texto audiovisual.

LA CONTINUIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Nuestra satisfacción será plena si confirmamos que la herramienta desarrollada conoce la difusión necesaria y merece el interés de la comunidad académica y científica del ámbito de las ciencias de la comunicación, pero también de otros niveles educativos y culturales no universitarios.

Nuestra intención es actualizar cada año los contenidos de la página *web*, incorporando nuevos registros y análisis completos para enriquecer, a nuestro entender, este valioso recurso.

Un problema que, sin duda, estará en la mente de todos es el de los derechos de autor, es decir, cómo se puede responder ante posibles quejas y reclamaciones que pudieran proceder de los titulares de los derechos de las imágenes que utilizamos en la página *web*. Para ello, debemos remitirnos al propio texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, en cuyo artículo 32 del Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril (BOE número 97, de 22 de abril) con las modificaciones dadas al mismo por la Ley 5/1998 de 6 de marzo (BOE número 57, de 7 de marzo) y la Ley 1/2000 de 7 de enero (BOE número 7 de 8 de enero), se dice lo siguiente:

Es lícita la inclusión en una obra propia de fragmentos de otras obras ajenas de naturaleza escrita, sonora o audiovisual, así como la de obras aisladas de carácter plástico, fotográfico, figurativo o análogo, siempre que se trata de obras ya divulgadas y su inclusión se realice a título de cita o para su análisis, comentario o juicio crítico. Tal utilización sólo podrá realizarse con fines docentes o de investigación, en la medida justificada por el fin de esa incorporación e indicando la fuente y el nombre del autor de la obra utilizada.

Creemos que la formulación de la Ley de Propiedad Intelectual es meridianamente clara para nuestros propósitos, y diluye el conflicto que podría plantearse en el ámbito de los derechos de autor.

Con el fin de garantizar una mayor difusión de nuestra propuesta de trabajo, esperamos en pocos meses poder ofrecer las versiones traducidas al inglés y francés de la página *web*, lo que nos permitirá entrar en contacto con investigadores del mundo anglosajón.

Finalmente, debemos hacer referencia a la puesta en marcha de un nuevo proyecto de investigación, dirigido por quien presenta esta ponencia, que propone un desarrollo similar a éste aplicado al campo del análisis de la imagen cinematográfica. Este proyecto ha sido aprobado hace pocas semanas por el Ministerio de Educación y Ciencia, en el marco de la convocatoria de proyectos de I+D+i, y lleva por título «Diseño de una base de datos sobre patrimonio cinematográfico en soporte hipermedia. Catalogación de recursos expresivos y narrativos en el discurso fílmico», y es para el periodo 2004-2007.

El objetivo de este proyecto de investigación es la creación de un extenso catálogo, lo más completo posible, de los recursos expresivos y narrativos empleados en el medio cinematográfico. En primer lugar, se trata de identificar y definir cada uno de los recursos o técnicas expresivas y narrativas, así como los mecanismos de producción de sentido que los generan, lo que implica una dimensión fundamental de reflexión teórica a la hora de conceptualizar el cine como lenguaje. En segundo lugar, la creación del catálogo se complementará con la recopilación de fragmentos de películas, desde el cine de los orígenes a la actualidad, que serán integrados en una base de datos que incluirá los propios fragmentos, sus análisis, fichas técnicas y artísticas de cada uno de los films, glosarios, etc. Tal soporte relacional será producido en formato hipermedia, en DVD y también será accesible por Internet para facilitar al máximo su utilización por docentes, estudiantes y público en general, de nivel universitario o no, contemplando en cualquier caso las máximas posibilidades de interactividad a fin de que se constituya como plataforma colectiva en constante enriquecimiento. El corpus será seleccionado de la historia del cine mundial, si bien se hará un énfasis especial en la del cine español. Finalmente, la reflexión en torno a los códigos se verá completada por otra simultánea sobre las características y métodos del análisis fílmico, sobre el que se llevarán a cabo propuestas concretas, a su vez profusamente ejemplificadas, que también formarán parte de la base de datos.

De este modo, tanto el proyecto de investigación sobre metodología de análisis de la imagen fotográfica, ya finalizado, como el nuevo

que ahora comenzamos sobre el estudio de los recursos expresivos y narrativos en cine, forman parte de un trabajo investigador más amplio, a largo plazo, relacionado y comprometido con la alfabetización audiovisual, que es necesario emprender en la era de la imagen que nos ha tocado vivir.

BIBLIOGRAFÍA

- ARNHEIM, Rudolf (1979): *Arte y percepción visual*, Madrid, Alianza Forma.
- BARTHES, Roland (1992): «El mensaje fotográfico» en *Lo obvio y lo obtuso. Imágenes, gestos, voces*, Barcelona, Paidós (1ª Edición: 1961).
- (1990): *La cámara lúcida. Nota sobre la fotografía*, Barcelona, Paidós.
- BETTETINI, Gianfranco (1977): *Producción significativa y puesta en escena*, Barcelona, Gustavo Gili.
- COSTA, Joan (1977): *El lenguaje fotográfico*, Madrid, Fontanella.
- (1988): *L'expressivitat de la imatge fotogràfica. Una aproximació fenomenològica al llenguatge de la fotografia*, Barcelona, Centre d'Investigació de la Comunicació de la Generalitat de Catalunya.
- DUBOIS, Philippe (1986): *El acto fotográfico. De la representación a la recepción*, Barcelona, Paidós (1ª Edición: 1983).
- ECO, Umberto (1977): «El campo semiótico» en *La estructura ausente*, Barcelona, Lumen.
- (1990): *Los límites de la interpretación*, Barcelona, Lumen.
- EDER, Josef Maria (1972): *History of Photography*, New York, Dover Publications (1ª Edición en alemán, de 1890).
- FREUND, Gisèle (1983): *La fotografía como documento social*, Barcelona, Gustavo Gili (1ª Edición: 1974).
- LAGUILLO, Manolo (1995): «El problema de la referencialidad» en *¿Por qué fotografiar? Escritos de circunstancias 1982-1994*, Murcia, Ediciones Mestizo.
- LACAN, Ernest (1986): *Esquisses photographiques. A propos de l'exposition universelle et de la guerre d'orient*, París, Ed. JEAN MICHEL PLACE, Colection Resurgences (1ª Edición: 1856).
- LEDO ANDION, Margarita (1995): *Documentalismo fotográfico contemporáneo. Da inocencia á lucidez*, Vigo, Edicions Xerais de Galicia.
- LEMAGNY, Jean-Claude & ROUILLE, André (dirs.) (1988): *Historia de la fotografía*, Barcelona, Martínez Roca.

- ROCHE, Denis (1982): *La disparition del lucioles. Réflexions sur l'acte photographique*, París, Edicions de l'Etoile.
- ROUILLE, André (1981): «Pour une histoire sociale de la photographie de XIX siècle» en *Les cahiers de la photographie*, 3, París.
- SCHAEFFER, Jean-Marie (1990): *La imagen precaria. Del dispositivo fotográfico*, Madrid, Cátedra (1ª Edición: 1987).
- SONTAG, Susan (1981): *Sobre la fotografía*, Barcelona, Edhasa (1ª Edición: 1973).
- SUSPERREGUI, José Manuel (1988): *Fundamentos de la fotografía*, Bilbao, Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.
- TAUSK, Petr (1978): *Historia de la fotografía en el siglo XX. De la fotografía artística al periodismo gráfico*, Barcelona, Gustavo Gili (1ª Edición: 1977).
- VILLAFANE, Justo (1988): *Introducción a la teoría de la imagen*, Madrid, Pirámide.
- VILLAFANE, Justo y MÍNGUEZ, Norberto (1995): *Principios de teoría general de la imagen*, Madrid, Pirámide.
- ZUMALDE, Imanol (2002): «La cuadratura del círculo o cómo interpretar la interpretación» en *Los placeres de la vista. Mirar, escuchar, pensar*, Valencia, Ediciones de la Filmoteca-Instituto Valenciano de Cinematografía Ricardo Muñoz Suay-Generalitat Valenciana.
- ZUNZUNEGUI, Santos (1988): «La imagen fotográfica» en *Pensar la imagen*, Madrid, Cátedra y Universidad del País Vasco.
- (1994): *Paisajes de la forma. Ejercicios de análisis de la imagen*, Madrid, Cátedra.

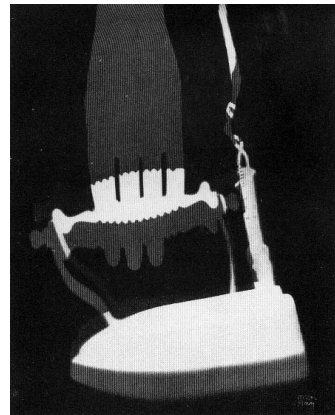
LA FOTOGRAFÍA PUBLICITARIA

RAÚL EGUIZÁBAL MAZA

Universidad Complutense de Madrid

Desde finales del siglo XIX existen anuncios fotográficos, sin que por ello podamos afirmar que la fotografía publicitaria exista desde tan tempranas fechas. Podríamos, en todo caso, manifestar que la fotografía publicitaria nace en la época de entreguerras, en los mismos años en que nace también la fotografía propagandística; sin menoscabo de que en ambos casos existan excepcionales ejemplos anteriores. Varias fueron las circunstancias que concurrieron en esas décadas y conformaron el entorno idóneo para esa germinación: la aceptación que, por parte del público, estaba obteniendo el nuevo medio; el crecimiento de la publicidad como instrumento esencial para las economías modernas, y la autonomía que alcanza la fotografía con respecto a la pintura⁶ (sometimiento al cual había condenado Baudelaire al nuevo medio de expresión)⁷, están entre ellas.

Junto al camino de la estética y a la aspiración de un estatus artístico para la fotografía, se abren, por aquellos años, otros dos, uno el de la imagen informativa beneficiado por la «huella de realidad» que parece quedar pegada a la foto. Otro, el de la imagen seductora que, difundida en la fotografía comercial,



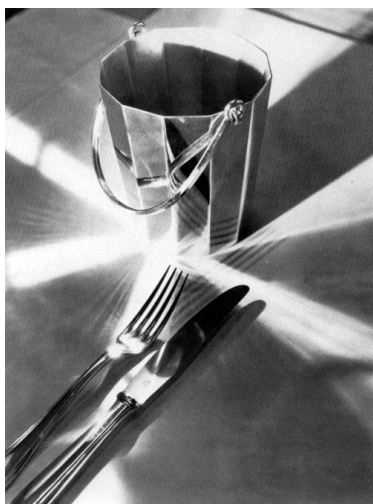
6. Evidentemente no tenía mucho sentido emplear la fotografía en la publicidad mientras ésta se mantuviese en el terreno del pictorialismo. Para qué emplear un sucedáneo del arte, cuando la publicidad disponía de algunos de los grandes artistas de la época.

7. «Si se permite a la fotografía suplir al arte en algunas de sus funciones, bien pronto lo habrá suplantado o corrompido por completo, gracias a la alianza natural que encontrará en la necesidad de la muchedumbre. Es preciso, pues, que vuelva a su verdadero deber, que es el de ser la sierva de las ciencias y de las artes» (Baudelaire, 1988: 251).

produce figuras fascinantes que sirven a los intereses de la industria de la moda y del cine.

La propaganda pertenece al primero de estos itinerarios, manipulando ese valor informativo en beneficio de unas ambiciones políticas o ideológicas. La publicidad, sin embargo, se sitúa más bien en el segundo trayecto, aplicando el valor fotogénico a los productos de consumo.

Convertir un objeto en encantador, mágico o soberbio es la propuesta de la mayor parte de los grandes fotógrafos publicitarios de los años treinta. Los fotogramas de Man Ray, para la Compañía Eléctrica de París, proporcionan a los objetos (una plancha, una bombilla, un ventilador) una cualidad casi sobrenatural. El anuncio de Maurice Tabard para *Christofle* (ver imagen) tiene toda la sofisticación de los años veinte, mientras que el español Català Pic proporciona imágenes muy sugestivas para chocolates, medicinas o básculas. Pero todo esto no consigue separar la fotografía publicitaria de la nueva visión y de la nueva objeti-



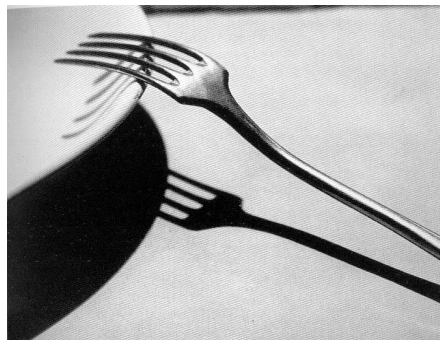
vidad que marcaron a los fotógrafos de los años treinta. Es más, a duras penas podemos separar la fotografía comercial de aquella otra cuyos intereses son exclusivamente estéticos: *El tenedor* de Kertész fue utilizado a posteriori en un anuncio tras haber causado una cierta polémica en la exposición del primer Salón de los Independientes de la Fotografía;⁸ *Radiadores* de Masana tiene todo el regusto de una imagen publicitaria, aunque nunca lo fuese.

En los años cincuenta (y buena parte de los sesenta) en España el fotógrafo publicitario por excelencia fue Ramón Batllés, pero sus anuncios consistían en retratos (admirables por otro lado) en la línea del retrato glamour, con

8. Un fotógrafo francés acusó a Kertész de que cualquiera podía hacer una fotografía de un tenedor y un plato, a lo que cierto editor, saliendo en defensa del fotógrafo húngaro, respondió «Sí, pero Kertész ha sido el primero en hacerlo».

una imagen del producto «pegada» a la de la modelo.

¿Hay, entonces, algún elemento distintivo de la fotografía publicitaria que vaya más allá de la simple intención mercantil? ¿O se trata de una variante más de la fotografía comercial? ¿Cuál es el contexto de la fotografía publicitaria? ¿Qué es lo que la dota de un significado, o mejor, de un sentido?



No es hasta los años setenta cuando la fotografía se apodera plenamente de la imagen publicitaria. Creo, pues, que nuestra búsqueda no debe remontarse mucho más allá de esa década.

El hecho de que a lo largo de los años sesenta la fotografía se encargó no tanto de sustituir como de arrinconar a la ilustración no es ajeno a la circunstancia de que en esa década la autoridad mediática de la televisión se vuelve despótica.

No es a la ilustración, al menos en el dominio de lo mágico, a la que sustituyó la fotografía, sino a la palabra. Al mismo tiempo que avanzaba el uso de la fotografía en los sesenta, la publicidad pasaba de las manos del redactor a las del director de arte: los anuncios modernos casi no contienen elementos verbales, los publicitarios buscan en sus *spots* el que éstos sean comprendidos, al menos en su sentido más general, incluso con el volumen de la televisión quitado.

La ilustración acompañaba a la palabra, ahora es la palabra la que, si aparece, acompaña a la fotografía. Ni ilustración ni verbo tienen la capacidad de adherencia de la realidad que tiene la fotografía. Ahora bien, palabra y fotografía, tienen un poder del que carece completamente la ilustración.



En una sociedad religiosa la palabra escrita, privilegio de algunos elegidos, tiene un carácter sagrado, tal y como expresa la fórmula: «está escrito que...». Dios no pintó, pero, según cuenta la Biblia, sí que escribió las palabras que interpretó Daniel: «mené, mené, tequel, ufarsin». En una sociedad materialista, ese poder extraordinario lo tiene, inevitablemente, lo empírico, lo real. Pero incluso en la sociedad moderna no es lo mismo haber leído algo, que haberlo oído. Una ilustración sobre un acontecimiento es un relato del mismo, pero carente de la condición sagrada de la palabra; una fotografía está impregnada por el propio acontecimiento. La fotografía es «verdad», aunque esté filtrada por el gusto y el conocimiento de su autor, dotada de un inequívoco poder evocador, emocional y, de alguna manera, mágico.⁹

En realidad, excepto la radio, el resto de los medios son derivaciones de la fotografía (el cine le aportó movimiento, la televisión simultaneidad) o se vieron gravemente modificados por ella: la aparición del fotoperiodismo, de las revistas gráficas a finales de los treinta (*Life*, 1936).

Es lícito sospechar que si la fotografía se apropió de la publicidad no fue sólo porque así servía mejor los intereses de la industria publicitaria, sino también porque servía a los intereses más generales de la sociedad de mercado, porque contribuía a una ideología de la inmediatez, de lo transitorio, del pasatiempo, del espejismo. La publicidad se rendía también, ¡cómo no!, a la cultura de la imagen fotográfica. La fotografía, como la moda, permitía una falsa sensación de movilidad sobre lo esencialmente idéntico; suministraba el placer, o mejor, la distracción necesaria no sólo para incentivar la compra, también para evitar la actividad mental del espectador, para no dejar –como decían Adorno y Horkheimer hablando del cine– «a la fantasía ni al pensar de los espectadores dimensión alguna en la que puedan moverse por su propia cuenta».¹⁰ La fotografía

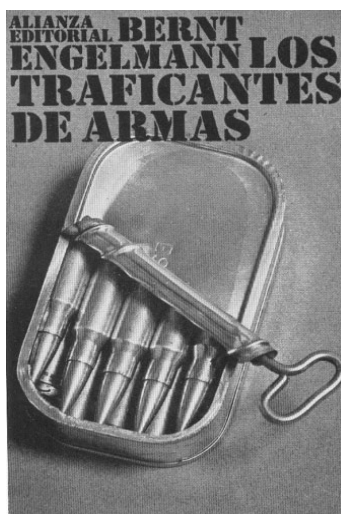
9. «La foto del amante escondida en la billetera de una mujer casada, el afiche fotográfico de una estrella de rock colgada encima de la cama de una adolescente, el retrato de propaganda del político abrochado en la solapa del votante, las instantáneas de los hijos del taxista en la visera del auto, todo esos usos talismánicos de las fotografías expresan una actitud sentimental e implícitamente mágica: son tentativas de alcanzar o poseer otra realidad» (Sontag, 1981: 26)

es además refugio de la inanición, de la apatía, frente a la más exigente, más esforzada palabra. La escritura exige, pues, un mayor sacrificio (en tiempo y en esfuerzo) pero también proporciona un mayor placer y una mayor libertad a la imaginación. A cambio, la fotografía (un medio de expresión mucho más moderno), se adecua mejor a las exigencias de la sociedad industrial y postindustrial, a la velocidad, al cambio, a la preferencia por lo superficial frente a lo penetrante, por lo ligero frente a lo comprometido.

LO ESPECÍFICAMENTE PUBLICITARIO

Resulta meridiano el hecho de que un anuncio, en el cine, en la televisión, en una valla, en una revista, es perfectamente reconocible y que cualquier lector medio está capacitado (sin llegar siquiera a leerlo) para diferenciarlo de la información, de la película o del resto del paisaje urbano. No está tan claro cuando nos enfrentamos ante la fotografía publicitaria aislada, sin ningún texto que ayude a anclar su significado publicitario, sobre todo si en ella no aparece el producto o la marca.

Resulta difícil saber cuál va a ser su destino último: fotografías de moda, ilustraciones fotográficas (por ejemplo para la cubierta de un libro) o fotografías publicitarias. Son los mismos fotógrafos las que las realizan y, en realidad, todas ellas están destinadas a vender: un vestido (o una «tendencia»), un libro, una

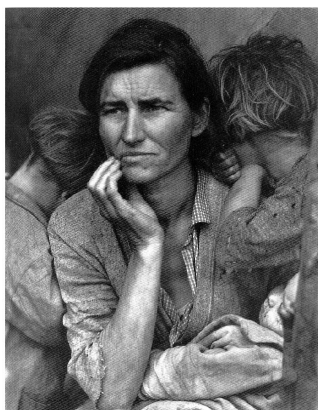


10. Horkheimer y Adorno, (1974: 184). Es exagerado decir que no deja «dimensión alguna» (fruto del pesimismo mediático frankfurtiano), pero es una experiencia compartida el que las adaptaciones cinematográficas (fotografía en movimiento) de las obras literarias resultan siempre decepcionantes y empobrecedoras frente a la lectura de las mismas.

mercancía. Así que no es tampoco extraño que resulten intercambiables. Las de moda son las más «vacías» y las editoriales las más «llenas», no en vano están obligadas a reflejar un mundo, una creación; mientras que las publicitarias adoptan una posición intermedia: ni demasiado vacías ni muy llenas, es decir que no exijan un gran esfuerzo de introspección, pero que tampoco insulten.

Suavidad frente a aspereza

Una de las características clásicas de estas imágenes es su suavidad, su «pulimento». Nada debe haber brusco en ellas, ni en su acabado, ni en su temática. La fotografía periodística, incluso la artística, puede ser brutal. La fotografía de Dorotea Lange *Madre desarraigada* (1936) no es ajena a una larga tradición iconográfica de «madonnas», el resultado,



aunque nada indulgente, incluso doloroso, es de una gran belleza. Si la comparamos con una «madonna» publicitaria notaremos claramente la blandura y el «recocinamiento» de esta segunda frente a la dureza y la crudeza de la primera. No puede escapar, en cuanto a espectáculo de masas, la imagen publicitaria a un tipo de iconografía pueril e inofensiva, apta

para paladares poco cultos, poco exigentes. En realidad esta clase de imágenes «fofas» están en sintonía con las propias tendencias de la sociedad hacia lo ligero, lo fácil y lo trivial que se manifiesta en los alimentos, los contenidos de los medios y las relaciones sociales.



La comparación podría parecer, no obstante, artera, ya que las imágenes pertenecen a épocas y a situaciones sociales muy diferentes, como comparar un trozo de pan negro y una *mousse* de yogur. Tomemos pues dos imágenes correspondientes a la época de la depresión, la primera nuevamente de Dorothea Lange de la serie que realizó para la *Farm Security Administration*, la segunda de Edward Steichen: un anuncio social de la agencia de publicidad J. Walter Thomson, para la que Steichen trabajaba y que le convirtió, en su momento, en el fotógrafo mejor pagado. Vista de forma aislada, la imagen de Steichen puede parecer dura, pero, sobre todo si la comparamos con la de Lange, nos daremos cuenta de su excesivo formalismo, de la cuidada distribución de los personajes, cubriendo la diagonal del cuadro, de la estratégica iluminación tenebrista, de la colocación de las cabezas y la dirección de las miradas. A



pesar pues de su atmósfera depresiva y de pertenecer a una época de la publicidad contagiada por el ambiente trágico, sigue mostrando claramente un mensaje muy elaborado, muy «cocinado» frente al resultado más direc-

to, más intenso de Lange. Es una imagen hermosa, no obstante, la de Steichen, aunque la fotografía publicitaria, y esencialmente la relativa a productos comerciales, está más preocupada por captar lo (convencionalmente) bello que por crear belleza.



Efecto deseado frente a instante decisivo

En las imágenes publicitarias el sentido preexiste a la fotografía, es decir, responde a una estrategia. Y ello las separa de las fotografías documentales, del fotoperiodismo, de la fotografía «verdad». El fotógrafo publicitario realiza una serie de tomas para ver cuál se ajusta mejor a la idea original. Incluso podemos repetir las *ad nauseam* hasta conseguir el «efecto deseado». Todavía más, retocamos la «realidad» (la posición de la modelo, la ubicación del producto) hasta conseguir el efecto. La otra se basa en el «instante decisivo».

No es que ése sea el único camino para la fotografía, pero sí que resulta un camino prohibido para la convencional publicitaria.

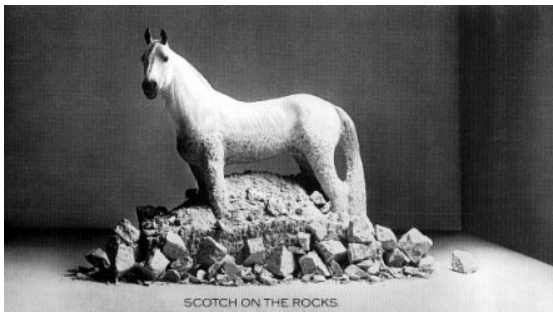
Veamos la orgullosa expresión del niño que regresa a casa con el encargo cumplido en la foto de Cartier Bresson (creador del término «momento decisivo» para expresar esa capacidad de captar la esencia de una situación). La imagen es comprendida en la medida en que la ubicamos en el contexto de una situación vivida. Frente a ese enlace directo con la realidad, la fotografía publicitaria necesita su propia conexión con otra realidad, la del mercado, para alcanzar su significación.



Pero la diferencia reside también en que, en publicidad, debe alcanzarse un sentido pleno, debe haber una culminación del sentido que, sin embargo, en una fotografía artística, puede quedar en ocasiones suspendido. «La imagen detenida permanece suspendida e irresuelta –cuenta Gombrich hablando de Cartier Bresson–, y su aislamiento del flujo de acontecimientos subraya su carácter impresionante al tiempo que vela su significado» (Gombrich, 1997: 206).

Veamos un anuncio de Martini, la imagen, es decir el montaje de los personajes y la botella, expresa tan a las claras su sentido que hace inútil el texto, e incluso el logotipo. La fotografía publicitaria nunca «vela su significado», no puede velar su significado, mientras se muestre como publicidad. La imagen de Kertész del tenedor y el plato es enigmática, convertida en anuncio pierde totalmente su misterio. La

hemos comprendido, es más la hemos comprendido demasiado. Conserva su valor formal (los juegos de luz y sombra, de formas geométricas que se entrecruzan) pero ha perdido su sustancia, su secreto.



Comparemos el caso de dos fotografías pertenecientes al mismo producto. En la primera de ellas nos encontramos con una imagen enigmática cuyo significado publicitario sólo es resuelto gracias al anclaje del texto. El anuncio (de una agencia londinense) visualiza el doble sentido de la palabra «rocks» (literal: rocas, y metafórico: cubos de hielo) y nos da la pista sobre el producto, es un whisky, es el whisky Caballo Blanco. Ha dejado de ser un enigma: el caballo representa, en realidad, una marca comercial. Todo este proceso, se vuelve sin embargo inmediato en otra fotografía, su sentido



publicitario es instantáneo. No necesitamos de ningún otro componente para comprender el mensaje que se desprende de la fotografía. Es más, completado el anuncio con su texto («¿Quién olvidará que usted le regaló un caballo blanco?»), este se vuelve redundante respecto a la imagen.



Lo que categoriza una fotografía como publicitaria no es su uso sino su significado. No es una distinción funcional (artística, periodística, científica, publicitaria), ni mucho menos referencial (paisaje, retrato, naturaleza muerta, desnudo,...). También las hay de variedad de estilos (pictorialistas, objetivas, fotomontajes). Cualquier fotografía puede tener un uso publicitario, incluso imágenes claramente antipublicitarias, como



la marca Benetton ha demostrado, lo que no las convierte en fotografías publicitarias.

Control frente a azar

El gran descubrimiento del arte moderno es el azar. Eso quiere decir que en la fotografía artística puede ser muy importante el trabajo de laboratorio, cuando lo que era realidad cambiante se ha convertido en realidad suspendida, congelada en un trozo de celuloide. Siempre surge la duda ¿en el momento del disparo, el fotógrafo vio la fotografía tal y como ahora nos la muestra a nosotros? La fotografía nos ha enseñado muchas cosas de nosotros mismos que desconocíamos, y ha enseñado unas cuantas cosas a la historia de la mirada que la tradición de la pintura no había logrado captar. El azar no quiere decir lo casual, quiere decir el riesgo. Es ahí donde descubre quizá el artista ese inesperado reflejo, esa sombra inadvertida a la hora de hacer la fotografía, ese contraste de líneas o esa concordancia de formas que constituirán, *a posteriori*, el sentido de la imagen.



En publicidad, el azar es siempre un ingrediente indeseado. No se pueden correr riesgos, hay demasiado en juego: dinero, prestigio, poder. En realidad, lo más frecuente en publicidad es el empleo de fórmulas ya probadas. La simple observación del anuncio de 1987 para la Home Recording Rights Coalition nos muestra el cuidado en la colocación de los personajes y de los productos. No hay ni riesgo ni casualidad, en realidad es una composición extraída de un anuncio de Rockwell de 1955 para el Chase Manhattan Bank.

Lo que dice, lo que encanta y lo que agita

Para hacer una fotografía no es necesaria ninguna destreza. Basta con apretar el botón para que la cámara automática atrape un acontecimiento. Ahora bien, todos hemos sufrido la experiencia del atroz aburrimiento que produce el visionado de esas escenas vacacionales, llenas de color local, que el amigo se empeña en mostrarnos a la vuelta de su viaje turístico. No «dicen» nada o, mejor dicho sólo dicen algo para quien las ha hecho. «Irónicamente, al tratar de conservar lo particular, permanecen en el nivel de lo general, del estereotipo» (Gombrich, 1997: 201). En ellas no está la India, no está Venecia, sino un estereotipo turístico de la India o de Venecia.

Su posibilidad, la de la cámara, de captarlo todo se vuelve en contra del interés de la fotografía: lo difícil es elegir. Un solo detalle significativo dice infinitamente más que un montón de fútiles pormenores. La fotografía da un paso más, y obtiene un cierto valor universal, cuando lo que hace es mostrarnos que la realidad además de estar ahí puede esconder un mensaje.

Pero además de decir (valor documental) la fotografía puede también conmovernos. Cuando en ella hay humor, poesía, misterio, inspiración, cuando de alguna manera nos produce un estremecimiento o una emoción, entonces la fotografía ha dado otro salto. No podemos permanecer indiferentes ante esa fotografía, Erwitte nos proporciona un placer y Weegee un estremecimiento. Más allá de su decir la fotografía adquiere un nuevo valor, el de la forma artística, en la que la realización se vuelve tan importante o más que la función.

No es decir ni conmover lo que busca la imagen publicitaria, lo que quiere es activar, incitar, poner al espectador en la dirección del producto o servicio anunciado. La fotografía publicitaria lo que debe pues producir es una suerte de encantamiento, es que la gente haga cosas, que compre, que vote, que pague sus impuestos. No es fácil su propuesta y no siempre lo consigue, su objetivo es poner en sus retratos y en sus bodegones un arte (en el antiguo sentido de oficio) que los haga irresistibles.

La apropiación de la realidad

La fotografía ha proporcionado a la publicidad la mejor arma para realizar su función apropiadora. Todo es susceptible de convertirse en publicidad. Desprovista de la «huella de realidad», a la publicidad sólo le queda la posibilidad de apropiarse de ella. Si el arte capturó la realidad mediante el *collage* (pegando etiquetas, recortes de periódico, etc.), la publicidad, a su vez, utiliza la fotografía para captarla. Evidentemente se trata de una realidad estereotipada, de una realidad que sólo puede funcionar mediante tópicos. Ese saqueo de la realidad sólo puede producirse, pues, sobre iconos ampliamente compartidos. Dos tipos de iconos son los habitualmente sustraídos, los mediáticos (actrices, famosos televisivos, cantantes populares, deportistas, etc.) y los iconos artísticos: la *Venus* de Milo, los *Girasoles* de Van Gogh, el *David* de Miguel Ángel, el *Guernica* de Picasso. Sólo lo que es fácilmente reconocible como arte es susceptible de convertirse en materia prima para el reciclado, para la construcción del discurso publicitario, al menos de una manera funcional.

CARUSO
World Famous Tenor, says:
"Tuxedo completely satisfies my tobacco taste. It is mild and has a delicious flavor. Most important of all, from a singer's standpoint, Tuxedo does not irritate my throat."
Caruso

"Tuxedo Does Not Irritate My Throat"

It has recently been stated that Caruso will henceforth receive \$3000 a night for singing in grand opera. Such a wonderful singer does not take the slightest chance of damaging the delicate membranes of his throat.

This non-irritating quality of Tuxedo which Caruso prefers is due to the original "Tuxedo Process" by which the tobacco is treated. This process absolutely removes all bite and sting.

Tuxedo
The Perfect Tobacco for Pipes and Cigarettes

Invented in 1904 the "Tuxedo Process" has often been imitated—but it is still a process known only to the makers of Tuxedo—all imitations are ill supported by its host of imitators.

SAMPLE TUXEDO FREE!
Send us 2 cents in stamps for a sample pack of Tuxedo and we will send you a sample pack of Tuxedo FREE! Write to: TUXEDO DEPARTMENT, 111 West 40th Street, New York, N. Y.

Every experienced smoker knows that smoking is the ideal way to enjoy tobacco; many thousands of men think they cannot use a pipe for fear the tobacco might burn the tip or throat. Tuxedo has absolutely done away with any such possibility. You can smoke Tuxedo day long, pipetail after pipetail, without their old irritation—mixed with increasing pleasure.

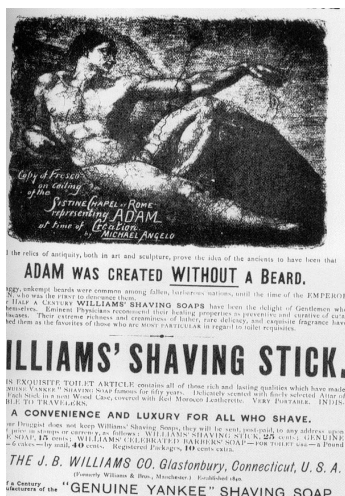
Tuxedo is a rich, yet mild, fragrant, aromatic tobacco, made from the choicest of old Kentucky leaf (which makes the pipetobacco in the world).

Make it your habit to buy Tuxedo; you will get a tobacco upon which your hard money are lavishly expended to make it and generously let lose.

YOU CAN BUY TUXEDO EVERYWHERE
Cigarettes, Pipes, and Cigarettes. Tuxedo is sold in every city, town, and village. Write to: TUXEDO DEPARTMENT, 111 West 40th Street, New York, N. Y.

THE AMERICAN TOBACCO COMPANY

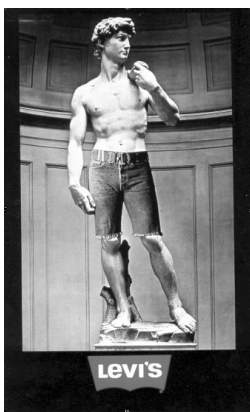
Para el primer tipo de bocado a la realidad, el propio oficio tiene un nombre: el testimonial. Y es tan antiguo como la propia publicidad: la reina Victoria, la actriz Sara Bernhardt, el Papa, Napoleón, Voltaire, etc. fueron utilizados impunemente en el siglo XIX para anunciar chocolate, cubitos de sopa o café. La llegada de la fotografía proporcionó verosimilitud a la estratagema. El famoso cantante de ópera Caruso recomienda ¡una marca de tabaco! en un anuncio de 1914. No sabemos si Caruso se prestó realmente a ello (en esa época la publicidad se aprovechaba de numerosas lagunas legales) pero lo



que sí es cierto es que la imagen fotográfica parecía autentificar sus afirmaciones.

Para el segundo tipo de bocado de realidad no hay un nombre concreto, pero bien podríamos utilizar el de «publicidad pastiche». No es tampoco nada nuevo. Un anuncio americano de 1887 de una barbería utilizaba el famosísimo Adán con su mano lánguidamente extendida, de la Capilla Sixtina para llegar a la conclusión de que es necesario afeitarse ¿o es que acaso Dios no creó al hombre sin barba? Desde entonces hasta hoy, los grandes artistas no han parado de «trabajar» para la publicidad.

La inserción de una pieza de arte en una estructura publicitaria, supone la apropiación de determinados valores, de determinados significados



de ésta. Y al mismo tiempo el vaciamiento de su esencia, la pérdida de su trascendencia, el menoscabo de su significación artística. La publicidad contribuye así a la desacralización del arte, a la igualación. «Todo vale», el remedo, el plagio, el hurto descarado.

La fotografía publicitaria ridiculiza el gran arte: el *David* de Miguel Ángel aparece vestido con pantalones Levi's, la *Gioconda* anuncia salsa de espagueti, Vermeer sirve para los productos lácteos (como se trata de un icono menos

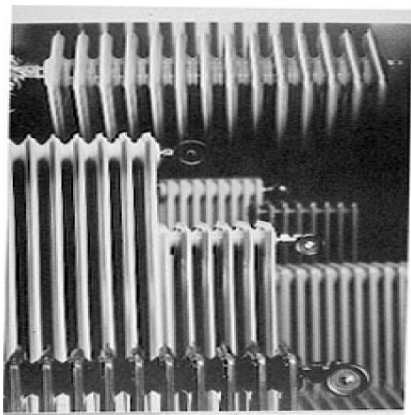
universal ha habido que poner una etiqueta con los datos). En algunos casos se produce una recreación (la Fuente de Ingres en el anuncio de Chanel), en otros se utiliza un símil (la fotografía y el cuadro de Fragonard al fondo). Leonardo, Tiziano, Gauguin, Lautrec, Velázquez, los templos griegos, las iglesias góticas, nada



está a salvo de la voracidad depredadora de la publicidad. La elaboración fotográfica, el montaje, la manipulación de la escala dimensional, etc. facilitan el saqueo pero también la verosimilitud de las extravagantes imágenes.

La referencia al género

La mayor parte de las fotografías manejadas en publicidad trabajan sobre tópicos fácilmente identificables; poses esterotipadas, puestas en escena muy trilladas, etc. La publicidad es temerosa, un miedo natural en cuanto que maneja cifras monetarias muy grandes y en cuanto a que de la eficacia de una campaña puede depender la supervivencia de una empresa, con sus correspondientes puestos de trabajo. Hay en ella una tendencia a moverse sobre terreno conocido, con el consiguiente peligro de convertirse en un discurso gastado, insubstancial y ramplón que es compensado con inyecciones de creatividad que apenas pueden disimular la general impresión de *déjà vu*. Más que individuos, la publicidad ilustra tipos e incluso estereotipos. Las escenas familiares o amistosas



se convierten en construcciones artificiosas y afectadas, con todos los registros del cliché. Todo ello contribuye a conformar una categoría de imágenes identificables que muestran una «sensación publicitaria».

Cuando dominaba la publicidad de producto, la fotografía objetiva ofrecía abundantes ejemplos de imágenes que contenían esa sensación publicitaria, como «radiadores» de Massana, a través de la exaltación de un objeto comercial o industrial. Posteriormente la publicidad de imagen ha ido conformando un tipo de fotografía acomodada a las necesidades de su discurso, una construcción esterotipada a base de individuos atractivos, grupos de gente

feliz y autorrealizada, poses redundantes, etc. Es decir, una construcción bien codificada.

La fotografía publicitaria se sitúa en relación con el género más que con el referente. Ahora bien, el género entendido no sólo como una clase de imágenes que presentan algunas características comunes (su «ligereza», su búsqueda del efecto, la transparencia del sentido o su vocación comercial); también como una categoría mental. El referente de la fotografía publicitaria no es la modelo, no es la escena familiar, no es el grupo de amigos, es el producto o la marca. Eso es, así mismo, lo que la convierte en inequívoca. Pero también remite al género como categoría mental que nos ayuda a ponernos en situación frente a la imagen publicitaria, que guía nuestra comprensión del discurso publicitario. No en vano es la publicidad una de las primeras manifestaciones con las que nos familiarizamos desde la infancia. No en vano son los anuncios el primer contenido televisivo que acepta el niño y en el que encuentra placer, gracias a la repetición de los mismos y al carácter juguetón de sus montajes y sus bandas sonoras.

LA IMAGEN AUTOSUFICIENTE

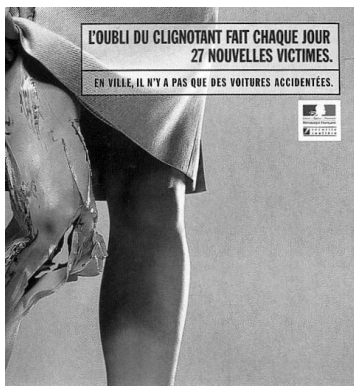
La mayor parte de las fotografías publicitarias trabajan sobre terreno muy trillado: un cuerpo insinuante, un rostro atractivo, un bodegón «apetitoso», un automóvil estratégicamente encuadrado e iluminado. En todo se mantiene la vocación de lo asombroso, lo maravilloso, lo estupendo, lo increíble. Pero en realidad todo es muy aburrido. Si exceptuamos algunos aspectos técnicos, a veces parece que nada ha variado desde los setenta.



Entonces las imágenes tenían un grano más grueso, se utilizaba a menudo el *floú*, había cierta presencia de la fotografía movida (lo que hubie-

se sido considerado una incorrección técnica en los treinta); pero, por lo demás, de la misma manera abundaba lo insinuante, lo apetitoso, lo atractivo, lo maravilloso. No todo, sin embargo, resulta *déjà vu*. Señalaremos tres aspectos singulares de la fotografía publicitaria contemporánea.

En primer lugar, el proceso, ya señalado, de sustitución del texto verbal. La publicidad argumentativa ha pasado a la historia. No es que la foto-



grafía «hable por sí misma», es que realmente hay muy poco que decir, sobre todo si se trata de marcas bien conocidas: Levi's, Chanel, Gucci, Nike. Basta con estar ahí de la manera más fascinadora posible. Pero ello demuestra también que la imagen publicitaria está alcanzando una autonomía diferenciadora.

En segundo lugar, la tecnología proporciona nuevas posibilidades creativas.

Prácticamente no hay ya nada imposible: todos los delirios del publicitario pueden ser hechos «realidad» gracias a la digitalización y a los programas de ordenador. Los resultados pueden ser estremecedores.

El tercer factor es precisamente ese gusto por la convulsión, por la sacudida. Si la fotografía está marcada, señalada, herida por la realidad. La actual fotografía publicitaria lo que parece buscar, a veces, es marcar, señalar, herir al espectador. El signo mejor acomodado en la más vigente fotografía publicitaria es el del impacto. Es la única forma de ponerse a la altura de los acontecimientos. Si lo que se emplea para ello es la imaginación, no hay nada reprochable; si lo que se utiliza es la «verdad» de la fotografía, su severidad ontológica, entonces se produce, como en algunos anuncios de Toscani, una de las mayores imposturas modernas. Todo ese discurso de «nosotros lo que hacemos en Benetton es patrocinar la realidad» se convierte en un patético intento de autojustificación.

Esta nueva fotografía *choc* intenta, por supuesto, romper con el aburrimiento que rodea a la publicidad desde hace unos años. Pero, en ocasiones, hay algo más (o eso pretende) que puro espectáculo. Son imágenes

que se apropian de cualidades que hasta hace poco le eran ajenas a la publicidad: quieren decir, quieren agitar, a veces parecen adoptar una determinada postura moral o política. Pero al fin y a la postre, ¿no es esa la cualidad más privativa de la publicidad: la apropiación?

BIBLIOGRAFÍA

- BAUDELAIRE, (1988): «El público moderno y la fotografía» en *Curiosidades estéticas*, Madrid, Júcar.
- BERGER, John (1991): *Mirar*, Barcelona, Gustavo Gili.
- CAUJOLLA, Christian (2000): «Photographie et publicité: le paradoxe de la négation boulimique» en *L'art dans la pub*, París, Musée de la Publicité.
- EGUIZÁBAL, Raúl (2001): *Fotografía publicitaria*, Madrid, Cátedra.
- GOMBRICH, E. H. (1997): *Temas de nuestro tiempo*, Madrid, Debate.
- GOODRUM, Ch. y DALRYMPLE, H. (1990): *Advertising in America: The First 200 Years*, Nueva York, Harry N. Abrams.
- HORKHEIMER y ADORNO (1974): «La industria cultural» en *Industria cultural y sociedad de masas*, Caracas, Monte Avila.
- SOBIESZEK, Robert A. (1988): *The art of persuasion. A history of advertising photography*, Nueva York, Harry N. Abrams.
- SONTAG, Susan (1981): *Sobre la fotografía*, Barcelona, Edhasa.

LA CONSTRUCCIÓN DEL OBSERVADOR EN LA IMAGEN FOTOGRÁFICA

RAMÓN ESPARZA

Universidad del País Vasco

En 1434, Jan van Eyck pinta su *Retrato de los Arnolfini*, un cuadro cuyo contenido simbólico ha sido considerado por algunos historiadores como una verdadera *acta matrimonial*. Pero, además de todos los elementos que establecen el acuerdo, van Eyck introduce, en la pared del fondo, dos cosas: un espejo convexo, que refleja la escena y nos ofrece, de una manera inusualmente detallada, una vista *desde atrás* de lo que podemos contemplar en el cuadro, y una inscripción que no corresponde al espacio representado (la habitación) sino al de la representación (el lienzo mismo); en ella puede leerse «Jan van Eyck estuvo aquí». La inusual *firma* viene refrendada por el reflejo del espejo, en el que pueden contemplarse, al fondo, dos personas, una de las cuales, la que va vestida de azul, suele identificarse como el propio pintor. Van Eyck no afirma haber pintado el cuadro, sino haber *estado allí*, haber presenciado la escena, convirtiéndose con ello el cuadro en testimonio visual.

El cuadro, pintado en lo que podemos llamar «los orígenes de la perspectiva» en su versión *norteña*, precisa explicitar los principios de su discurso; instituirse, por así decirlo, como modelo narrativo y hacer comprender a quienes lo contemplan cual es la transformación introducida por el nuevo modo de pintar. De ahí la inclusión del espejo y la repetición de la escena en contracampo. El reflejo devuelto por el espejo permite comprobar lo que el pintor quiere establecer: que enunciador visual y objeto enunciado se sitúan en el mismo espacio discursivo y que el borde del cuadro no hace sino distribuir éste, marcando el territorio de uno y otro. *El matrimonio Arnolfini* se constituye, así, en una lección de perspectiva; una lección en la que se explicita, por ostensión, lo que debe ser tenido en cuenta en la lectura de toda imagen construida según ese principio.

Avancemos hasta el pasado inmediato para detenernos en *La cámara lúcida*, de Roland Barthes. En un pasaje de esta obra, dicho autor se

detiene a contemplar una fotografía antigua (todo el libro es un canto a la melancolía producida por el paso del tiempo y la muerte, que tan patentes hace la imagen fotográfica). En la foto, dos niñas miran un primitivo aeroplano que cruza el cielo de su pueblo. «Qué vivas están», exclama Barthes, «tienen todavía la vida ante sí; pero también están muertas (actualmente), están, pues, ya muertas (ayer)» (Barthes, 1982: 167).

El texto de Barthes y el cuadro de van Eyck establecen los parámetros en que se mueve lo que Norman Bryson define como la «lógica de la mirada». La extraña pirieta espacio-temporal presupuesta en la lectura de toda imagen en perspectiva. Esa lógica está, según Bryson, «sujeta a dos grandes leyes: la reducción del cuerpo (del pintor, del espectador) a un solo punto, la *mácula* de la superficie retiniana, y la colocación del momento de la Mirada (del pintor, del espectador) fuera de la duración» (Bryson, 1991: 107). Tenemos pues, dos miradas superpuestas (del pintor, del espectador) y un tiempo fuera del tiempo. Un tiempo mítico, que en el caso de la pintura es extraído del decurso del relato por el pintor y en el de la fotografía por el obturador de la cámara. Recordemos a Dubois y su principio del *corte* espacio temporal que produce el «acto fotográfico». En la película fotográfica la formación de la imagen es «sincrónica»: todos los cristales de plata se impresionan al mismo tiempo y en toda la superficie del negativo. Es lo que separa radicalmente, según él, la fotografía de la pintura: la captación instantánea y tajante de aquella frente al trabajo interminable de ésta (Dubois, 1986: 147). La fotografía remite al pasado, pero traslada la imagen al «tiempo fuera del tiempo», un tiempo sin duración.

Espacialmente, nos encontramos con otra operación de corte: la efectuada por el visor de la cámara (como *representante* de los límites del negativo) en un *continuum* espacial que se prolonga más allá de los bordes de la imagen. La diferencia aquí, según afirma Dubois, y niega Deleuze, consiste en que mientras la pintura parte de una superficie en blanco, que el autor irá recubriendo poco a poco de pintura, el visor de la cámara del fotógrafo está siempre *lleno*. Lo que hace éste es explorar el mundo a través de él y *recortar* aquel fragmento que le parece significativo o digno de ser conservado en imagen (Dubois, 1986: 158).

Así pues, tenemos dos observadores cuya mirada se superpone a través del tiempo. Cuando Barthes nos describe la imagen de las dos niñas, su mirada se superpone a la del fotógrafo que vio la escena y decidió fotografiarla. Wollheim llama al primero de ellos «observador interno»: aquél que se sitúa en las coordenadas espacio temporales de la escena. El otro es el «observador externo»; no contempla la escena, sino la imagen que la representa y sus coordenadas son el aquí y ahora de la sala del museo, la contemplación del libro o cualquier otra situación de recepción de la imagen (Wollheim, 1987: 102). Es fundamental tener en cuenta que no se trata de *personajes* individualizados, sino de lo que la semiótica denomina roles actanciales. Bryson comete un error al equiparar el observador interno al pintor (o al fotógrafo), ya que con ello se hace imposible la comprensión del autorretrato, por ejemplo, o de un cuadro realizado por varios pintores. Pero tampoco podemos equiparar el observador interno a los testigos, aquellos que contemplan la escena, visibles en la imagen o no. El rol del observador interno implica la ubicación en un punto concreto con relación a la imagen.

A finales de los setenta, un grupo de fotógrafos comandado por Mark Klett inició un proyecto fotográfico al que dio el título de *Second View*. Su objeto era constatar las modificaciones y alteraciones sufridas en los últimos cien años por los paisajes fotografiados por Tim O'Sullivan, William Henry Jackson y otros fotógrafos durante las exploraciones prospectivas del gran espacio en blanco que dejaba el mapa de los Estados Unidos en la zona comprendida entre el Mississippi y la costa californiana. Pero el proyecto iba más allá de lo meramente documental. Partía de la premisa de que, en fotografía, y a diferencia de la pintura, el punto de vista está marcado por unas coordenadas espaciales precisas, y por tanto puede volver a ser ocupado. Los esfuerzos del equipo se dirigieron precisamente a esa reocupación del punto de vista y la reflexión sobre sus implicaciones estéticas: fotografiar, a finales del siglo XX, asumiendo los criterios visuales y estéticos de un siglo antes.¹¹

11. Véase al respecto Klett, Manchester y Verburg (1984).

La ventaja de considerar al observador interno como una posición actancial, y no como un personaje, es que con ello podemos asumir que, en ciertas ocasiones, esa posición está vacía. Es decir, que nadie mira, y las cosas se muestran por sí mismas. Por absurdo que pueda parecer, es una idea fuertemente introducida en la cultura visual occidental. Una de las primeras imágenes tomadas por Fox Talbot fue la fachada de la abadía de Lacock, donde vivía. Talbot afirmaba, inocentemente, que su residencia era «el primer edificio que había dibujado su propia imagen». Una aserción que viene a abundar en la concepción de la fotografía en sus primeros años, cuando se considera que el fotógrafo se limita a desencadenar el proceso por el que se forma la imagen, sin que tenga otra intervención en la misma.

Pero el principio de que *nadie mira* está también inscrito en toda la tradición de la iconografía erótica occidental. Como señala Berger en su *Ways of seeing*, la distinción que hace Kenneth Clark entre «estar sin ropa» y «estar desnudo» (*nakedness* y *nudity*) puede leerse como «estar sin ropa es ser uno mismo» y «estar desnudo es ser visto sin ropa por otros y sin reconocerlo uno mismo». El desnudo es una «objetualización» del cuerpo, y el fin de esa objetualización es, para Berger, mostrar disponibilidad (Berger, 1972: 53). Pero para que la imagen funcione según su modelo de discurso es preciso que entre sujeto y objeto, entre observador externo y «objeto» observado nada se interponga, y mucho menos la mirada de un intermediario (hay cosas en las que más de dos son multitud). Si tenemos en cuenta que en muchos casos las pinturas de desnudo eran encargos *privados* de los poderosos en los que, bajo la excusa de un programa mitológico, se escondía el deseo de contemplar desnuda a la amante (caso de las *majas* pintadas por Goya para Godoy), la presencia de un observador interpuesto se hace más insoportable.

En el extremo opuesto podemos situar aquellas imágenes en las que el observador interno es directamente apelado y a las que sólo podemos mirar de forma tranquila asumiendo que hay una mirada vicaria que se interpone entre nosotros y la escena. Pienso en muchas de las fotografías tomadas por periodistas gráficos en situaciones de conflicto en las que ellos mismos se han convertido en objeto de amenazas o actos violen-

tos o, en otros casos, de deseado altavoz de dichos actos, ejemplificando bien el principio de la inoportunidad del testigo o su importancia como amplificador del mensaje que se pretende dar. La interposición de esa mirada vicaria que antes rechazábamos, de alguien que mira (y corre el riesgo) para que yo pueda mirar, es fundamental.

Cuando me doy cuenta de la presencia de un observador interno en la imagen debo, de algún modo, *identificarlo*. No ponerle nombre y apellidos, sino atribuirle una serie de competencias enunciativas y cognoscitivas. Esas competencias vienen señaladas tanto por las *marcas* icónicas presentes en la imagen como por la información colateral suministrada con ella. Nos interesan en particular las que relacionan al sujeto enunciativo con el relato y lo colocan en una situación homodiegética (participa de los hechos descritos) o heterodiegética (es ajeno a esos hechos y los describe *desde fuera*).

LAS MARCAS DE LA ENUNCIACIÓN

Una de las características sobre las que más han hecho hincapié las teorías de análisis de la imagen es la preocupación de la tradición icónica occidental, de la imagen en perspectiva, más concretamente, por borrar sus marcas de producción, presentándose siempre como algo terminado y «hecho a sí mismo». Esta obsesión por el borrado se hace más patente en la fotografía por la función discursiva que asume, desde los primeros momentos de su historia, de dar cuenta de los hechos de una forma mucho más precisa que el ojo humano. En 1857, Lady Eastlake afirma que el papel de la fotografía es «dar evidencia de los hechos, de forma tan precisa e imparcial como, para nuestra vergüenza, sólo una máquina puede hacer» (originalmente en Eastlake, Lady Elizabeth (1987): «A review», *London Quarterly Review*, reproducido parcialmente en Goldberg, 1981: 97).

Tal concepción del papel de la fotografía, cuyos vestigios llegan hasta nuestros días, proviene del discurso elaborado en las universidades alemanas a comienzos del siglo XIX como alegato exculpatorio de la respon-

sabilidad de los científicos en los resultados de sus experimentaciones. La objetividad es entendida como auto-limitación del científico, que no fuerza las cosas en el proceso de obtención de datos, limitándose a observar. Lógicamente, la objetividad así entendida no implica la verdad del resultado obtenido. La equiparación (y confusión) de objetividad y verdad llegará al trasladar el discurso científico al campo de las ciencias sociales.¹²

Pero la idea de objetividad queda como uno de los rasgos del medio fotográfico. Así lo entienden los autores de las vanguardias, como Paul Strand o Albert Renger-Patzsch. El primero afirma que la fotografía [«la primera y hasta ahora única aportación de la ciencia a las artes»], «encuentra su razón de ser, como todos los medios, en sus cualidades específicas». Y lo que, para él, diferencia la fotografía de cualquier otro medio es su absoluta objetividad. Una cualidad que es, al mismo tiempo, «su contribución y su limitación» (Paul Strand en Lyons, 1966: 136). Para el fotógrafo alemán, «el secreto de una buena fotografía [...] reside en su realismo». Intentar conseguir los efectos de la pintura por medios fotográficos no hace sino llevar al fotógrafo a una situación de conflicto con «la veracidad y lo inequívoco del medio fotográfico» (Renger-Patzsch en Wilde y Weski, 1997: 165).

Los tres textos inciden en el uso de los conceptos de realismo, veracidad y objetividad como si fueran intercambiables y, finalmente, uno llevara al otro. Pero dejando en este momento de lado las necesarias delimitaciones e implicaciones de cada uno, me interesa resaltar la importancia de las estrategias que tienden a eliminar de la imagen las marcas de presencia del fotógrafo en la escena, relacionándolas con la idea de objetividad. Me propongo, por tanto, estudiar la elaboración de esas marcas con relación a la construcción de discursos que tiendan al objetivismo o a la subjetividad en la imagen fotográfica y relacionar ambas con el principio expuesto de la construcción del observador.

El estructuralismo suele servir de ayuda a la hora de plantear criterios de ordenación de los fenómenos. Y suele tener la ventaja de permi-

12. Véase al respecto Daston, Lorraine y Gallison, (1992: 81-128).

tir dejar fuera de esa clasificación todos aquellos que nos molesten para plantear la idea preconcebida, pero de vez en cuando se puede recurrir a él. Seguir el modelo lógico conocido como *grupo de Klein*, supone establecer dos elementos opuestos («objetividad»/«subjetividad», en este caso), y admitir que, de inmediato, a cada uno de ellos se le opone su contradictorio («no objetividad» y «no subjetividad»). La disposición gráfica de este conjunto es de sobra conocida por el uso que de ella ha hecho la semiótica «greimasiana».

Ahora bien, es preciso reconocer que, dada la vastedad del campo fotográfico, no resulta difícil encontrar una imagen (y al estructuralismo le suele bastar con una) que se acomode a los requisitos de cada una de estas posiciones. También es cierto que al determinar estos cuatro grupos dejamos fuera, o forzamos a adaptarse a ellos, toda una gradación de matices, tonalidades y medidas en cada una de ellas. De ahí mi preferencia por los ejes, o gradientes, en lugar de los rígidos cuadrados, y por plantear una evolución continua desde el imposible de una objetividad *absoluta* a la radicalidad de una subjetividad total.

Entre ambos, como siempre, hay una gama de posiciones intermedias que, como en el caso de Eugene Smith, combinan objetividad con honestidad, o cualquier otra disculpa que uno quiera llevarse a la boca.

EL DISCURSO DE LA OBJETIVIDAD

En sus tiempos de conservador de fotografía del MOMA, Beaumont Newhall mostró una serie de fotos de Dorothea Lange, positivadas por Ansel Adams, a Roy Stryker, director de la FSA. Para sorpresa de Newhall, Stryker se enfureció; quería donar al museo una pila de copias en 20x25 cm para que los visitantes pudieran contemplarlas, «y cuando estén desgastadas, –dijo– le envió otro montón» (Beaumont, 1984: 4). Stryker consideraba que sus fotógrafos recogían «hechos» con sus cámaras, y por lo tanto ni reconocía cualidades artísticas en sus imágenes, ni estaba interesado en ningún tipo de «autoría».

Stryker, sin embargo, no tiene en cuenta ninguna de las características que pueden dar a la imagen fotográfica ese estatus de «mera recogida de datos». Sus fotógrafos iban equipados con sus cámaras, un juego de mapas y sus famosas «notas de trabajo»; instrucciones precisas, redactadas por Stryker, sobre los temas que debían fotografiar y las características de las imágenes. En una de esas notas, enviada a Arthur Rothstein en 1939, le sugería tomar fotografías de los siguientes temas: «pesebres vacíos (muy importante). Buenas fotos del maíz sin recoger en los campos (muy importante*)». Estas imágenes deben dar la sensación de que el maíz es un cultivo productivo [...] hablando de la calidad de vida que se ha creado alrededor de esta fértil tierra» (Bendavid-Val, 1999: 53).

No pasó mucho tiempo antes de que algunas de las fotos realizadas por sus fotógrafos, como la famosa calavera de buey de Rothstein, fueran motivo de escándalo cuando se supo que el fotógrafo había llevado la calavera hasta un terreno reseco *para recoger más claramente el dato* de la sequía en los estados del medio oeste. Una manipulación que contradice profundamente los principios declarados por los fotógrafos. El propio Rothstein escribía: «Para el fotógrafo documental, la simple honestidad intensifica la imagen con la dignidad de los hechos» (Rothstein, 1979: 6).

De todos es sabido cuáles son los argumentos de la neutralidad: ausencia de fugas de líneas o perspectivas exageradas, mirada horizontal, textura fina de la película, focalización neutra (sin partes fuera de foco, salvo al fondo de la imagen); ausencia de todo aquello que rompa con los principios de la *ventana* «albertiana». Pero nada de esto aparece en las imágenes pertenecientes a la FSA. El discurso de la objetividad en los comienzos del documentalismo es metafotográfico; atañe más al contexto de presentación y a la ideología dominante que a la propia imagen.

Del análisis que Bettetini hace del sujeto enunciador en lo que denomina «conversación audiovisual» puede deducirse cómo la idea de objetividad del texto informativo se relaciona, en cierto modo, con determinadas estrategias, como la «voz corporativa» o la formulación del enunciador

* Subrayado en el original.

como «mero recolector de hechos»; es decir, alguien que no interviene en el proceso y cuya participación puede (y debe) no ser tenida en cuenta (Bettetini, 1986: 122). Y el modelo enunciativo de determinadas estructuras periodísticas incide en este principio. Rara vez podemos ver en los periódicos una imagen de agencia firmada por su autor *individual*. Es siempre el sujeto colectivo, la agencia, quien estampa el nombre al pie de la imagen. Sí, claro, también está la comodidad de los redactores de los periódicos y otras costumbres introducidas por la velocidad a la que se desarrollan los procesos informativos. Pero la ausencia de firma permite reforzar la idea de ausencia de subjetividad: ausencia de *sujeto*.

Cuando la posición del observador interno está vacía, la imagen nos invita a ocuparla nosotros mismos. A que, sin la mediación de nadie, seamos nosotros mismos quienes contemplemos la escena. Bajo estas premisas se realizan buena parte de las fotografías de carácter científico, tomadas bajo protocolos muy estrictos que permitan realizar lecturas referentes a tamaños, proporciones y otros datos. Es decir, no hay un observador individualizado cuyas marcas puedan ser constatadas en la imagen; todo lo más, un protocolo de actuación que tiende, justamente, a eliminar la individualidad.

Claro que éste es el discurso científico. Su traslado, directo, al ámbito de la comunicación de masas pronto se reveló insostenible; y más hoy día cuando, a la hora de hablar de objetividad o realismo, el primer problema con que nos topamos es definir lo real. Toda la reflexión crítica de los años ochenta sobre el documentalismo busca desmontar, pieza a pieza, la idea positivista de la objetividad fotográfica. ¿Insostenible? Pues es, justamente, el modelo de discurso que propone buena parte del arte conceptual en su uso de la imagen fotográfica, donde la contemplación de la imagen no es más que un sucedáneo de la contemplación directa de la obra, que posibilita, en la aplicación más inocente posible del medio fotográfico, la visión indirecta.

La obra de Per Barclay es un buen ejemplo. Barclay realiza instalaciones consistentes en *inundar* un espacio (normalmente una habitación), con un aceite oscuro. Los visitantes pueden contemplar la intervención desde la puerta, pero, lógicamente, no entrar en ese espacio, del

cual están excluidos. Esto en cuanto a la instalación, pero el planteamiento se repite en la imagen, cuyo encuadre incluye, habitualmente, el marco de la puerta, cuya función es la de marcar la línea divisoria entre el espacio de la intervención y el del observador (interno). Las *oil rooms* provocan en el observador la sensación de tensión que produce contemplar un espacio del cual uno está radicalmente excluido; un espacio que no se puede *practicar*: saber cuáles son sus dimensiones, si la negra y brillante superficie tiene o no profundidad, romper, en suma, la duplicidad del techo en el suelo. La fotografía cumple el papel de sucedáneo de la instalación; contemplar la imagen es una forma de contemplar aquello que ha *sucedido* en otro lugar y otro tiempo y, curiosamente, en la mayoría de los casos, y a pesar de ser vendida como una *obra* de Per Barclay, no ha sido realizada por el artista, sino por un fotógrafo contratado e instruido por él sobre las características que debe tener en cuanto a encuadre, ángulo de toma etc.

LA VIEJA NUEVA OBJETIVIDAD (Y LA NUEVA)

Los planteamientos *defensores de la objetividad*, quizá debamos llamarlos *neutralistas*, tienen una utilización más clara en la Alemania de Weimar, pero no con la finalidad de *eliminar* la presencia del observador interno, sino con la de construir un nuevo observador, uno que responda a los requisitos de los nuevos tiempos, marcados por la tecnología y la velocidad.

Albert Renger-Patzsch y August Sander son, a mi modo de ver, dos de los mejores representantes de esta tendencia. La contención predicada por el primero se manifiesta visualmente en la sistematicidad del segundo, o en lo directo del uso del procedimiento fotográfico por parte de Renger Patzsch. Pero, pese a la advocación del poder de objetividad de la lente, lo que buscan los fotógrafos de la Alemania de Weimar y sus correspondientes del otro lado del Atlántico (Strand, Weston) no es la neutra representación del mundo, sino su redescubrimiento visual, construir una nueva visibilidad basada en la tecnología; una mirada que

sea capaz de dar cuenta del entorno y las formas de la nueva sociedad industrial.

Pero, para entender mejor la nueva objetividad, puede resultar conveniente, aunque paradójico, situarnos en el momento presente y analizar la relectura que de los principios de ese movimiento ha hecho la fotografía contemporánea alemana, agrupada alrededor del matrimonio Becher bajo la denominación de Escuela de Düsseldorf.

Veamos, en primer lugar, a los Becher. Su obra es fácilmente reconocible por la traslación directa que hace de la metodología científica al campo artístico. Imágenes de instalaciones industriales, fotografiadas bajo unas condiciones respetadas escrupulosamente: angulación de la imagen, fondo gris neutro, luz correspondiente a un día nublado, siempre el mismo punto de vista. Los Becher retoman los principios desarrollados por Renger-Patzsch y la vanguardia de entreguerras en cuanto al distanciamiento *moral* respecto del objeto. Pero la esencia de su obra está en la repetición, y en la presentación de sus imágenes en series, enormes mosaicos que permiten contemplar la reiteración de las formas arquitectónicas y formular la existencia de *arquetipos* en las deshumanizadas construcciones industriales.

El resultado es justo el contrario al que podría pedirse a una fotografía en la que el enunciador visual se retira. No es el *objeto* lo que vemos, sino su carácter de constructo cultural. Y con ello consiguen cortocircuitar el funcionamiento de la imagen.

Thomas Ruff consigue trasladar esta idea de la serie a la imagen única. A diferencia de los Becher, sus discípulos han optado por el color y por adoptar algunos de los modelos narrativos de la pintura, como la escala. La gran escala. Los retratos de Ruff son inmensas fotos de carné, en las que el sujeto descrito mira al infinito, a un tamaño aproximadamente cien veces mayor que el de una imagen de este tipo. Y en la escala reside la clave. Si la pequeña foto de carné cumple la función social de permitirnos identificar a un individuo, las enormes fotos de Ruff nos dicen que no hay individuo, sólo imagen. No hay un referente del mundo histórico al que la fotografía remita basándose en una relación de mimesis. Del mismo modo que tampoco hay estratificación de significados,

puesto que la imagen, por su escala, se separa de su objeto, se reduce a tan sólo una imagen (Durand, 2002: 42). Una imagen que Durand declara *laica*, puesto que lo que afirma es justo su condición de imagen fotográfica, no de sustituto del mundo histórico.

Podemos explorar un poco más el panorama de la escuela de Düsseldorf, pero el resultado no varía mucho. Sea Andreas Gursky o Candida Höfer el objeto de nuestro interés, el resultado no varía excesivamente. La frialdad, la contención que predicaba Renger-Patzsch, ha devenido, en la relectura de las vanguardias que desarrolla la fotografía contemporánea alemana, ruptura del nexo entre imagen y mundo histórico, y vaciado de los planteamientos tradicionales del arte. Uno de los ejemplos en que centra Wollheim su estudio del observador interno de la imagen son las pinturas de Friedrich, inaugurador del romanticismo alemán. Se ha mencionado muchas veces la influencia del pintor romántico en el fotógrafo de la transvanguardia. Pero lo que en Friedrich era, según Wollheim (1987: 136 y ss.), construcción de un observador elevado sobre el mundo, al par que retirado de él, alguien de una sensibilidad especial, en *Gursky* es sustituido por el vacío. Régis Durand llama la atención sobre la reiterada presencia de cuadrículas en las fotos de Gursky y el efecto que producen de alejamiento, de ruptura del nexo entre fotografía y mundo histórico. No se trata de ausencia de observador interno; se trata de marcar la incapacidad para remitir la imagen al mundo histórico.

LA ESTRATEGIA DEL MIRÓN

He propuesto denominar al tercer alto en nuestro recorrido la posición «no objetiva». En ella propongo incluir aquellos modelos de discurso que renuncian a la imposible objetividad, pero sin marcar claramente las imágenes producidas como *subjetivas*. Sin llenar el espacio de la representación de señales del paso o la presencia del fotógrafo en el espacio representado.

La simple formulación de este principio nos indica el ámbito fotográfico que se incluye en esta categoría. Se trata del estilo iniciado por Erich Salomon, uno de los pioneros del moderno fotoperiodismo en los años veinte en Alemania, cuya máxima era tan simple como compleja de llevar a cabo: pasar desapercibido. Fotografiar sin que los fotografiados fueran conscientes de ello. Con una cámara de difícil manejo, películas poco sensibles y ¡un trípode!, Salomon se las ingeniaba para fotografiar a hurtadillas, rompiendo con ello el ceremonial de la pose y el estatismo de los fotografiados. Lo suyo no era la escena, sino la vida en directo.

A partir del éxito de las fotografías de Salomon, toda una generación de fotógrafos se equipará con cámaras de formato reducido y pondrá en práctica los dos principios básicos de la fotografía de tendencia documental en el siglo XX: captar el instante decisivo y pasar desapercibido en la escena.

Pasar desapercibido supone trasladar el modelo de conocimiento del racionalismo cartesiano al campo de la fotografía. Si recordamos los grabados que ejemplifican el funcionamiento de la cámara oscura en el siglo XVII nos encontramos, casi siempre, con la misma estructura: un individuo que contempla el mundo, pero desde un recinto cerrado (la cámara), *separado* del mundo. Ese distanciamiento es, para Descartes, la condición necesaria para lograr un conocimiento objetivo del mundo. Y es lo que la poética de la instantánea plantea. En las fotografías de Cartier Bresson, desde luego, pero también en Muncakasi, o Kertész nos encontramos siempre el mismo planteamiento: que no es sino dividir el espacio lógico de la escena en dos. Marcar una divisoria, señalada por el borde inferior de la imagen, entre lo que es espacio del discurso y lo que es espacio del observador. W. Eugene Smith solía referirse a esta forma de trabajo como «trabajar como una mosca pegada a la pared», alguien que presencia todo sin que se sea consciente de que está allí. Una idea parecida puede desprenderse de los escritos de Cartier Bresson: (2003:19):

En un reportaje fotográfico llega uno a contar los disparos, un poco como un árbitro y, fatalmente, se convierte en un intruso. Es preciso, pues,

aproximarse al tema de puntillas, aunque se trate de una naturaleza muerta. Sigiloso como un gato, pero ojo avizor. Sin atropellos, 'sin levantar la liebre'. Discreción, rapidez de reflejos, calma, ver sin ser visto. Toda una concepción cinagógica de la fotografía, para la que el objeto es como una presa, algo que hay que capturar *vivo*, ya que, si no, si alguna vez nos vencen las prisas, o alguien ha reparado en tu cámara, basta con olvidar la fotografía y dejar, amablemente, que los niños se reúnan a tu alrededor.

Es, sin duda, la poética del mirón; de quien ve sin ser visto: el Gran Hermano.

En el programa televisivo podemos ver claramente esa división del espacio, puesto que la famosa casa está construida desde ese principio. Hay un espacio de la escena (las diferentes estancias de la casa) y un espacio del observador (las galerías construidas alrededor de ellas para posibilitar el desplazamiento de las cámaras). La posición del observador es totalmente heterodiegética. En la pintura del siglo XVII es habitual encontrar elementos que refuerzan esta idea de división del espacio en función de los roles actanciales. Los bodegones de Sánchez Cotán, con su típica estructura de objetos situados en el alféizar de una ventana, son un ejemplo clásico de este principio. De hecho, la firma de Cotán suele situarse en el muro, frente al observador, señalando claramente cual es su espacio, «hasta donde llega». Pero también solemos encontrarnos otros elementos, retomados después por el cine y la fotografía, que separan claramente el espacio del observador del de la escena: vanos de puertas, ventanas, cortinajes, todos aquellos elementos que no solamente refuerzan la presencia del marco, sino que crean una divisoria en la imagen.¹³

La forma de actuación del fotoperiodista entendido como cazador de momentos decisivos ha sido objeto de debate a lo largo de la historia del fotoperiodismo, y, con mayor radicalidad, desde finales de los años setenta. Un fotógrafo que observa como alguien externo, que no asume ninguna responsabilidad por lo que ocurre ante él. Un fotógrafo que a la hora

13. Véase al respecto el análisis que hace Victor Stoichita (2000).

de elegir entre salvar una vida y tomar una foto opta por lo segundo es la visión más radical, y no por ello infrecuente, de este planteamiento.

Fuera del dramatismo de las situaciones que implican un compromiso moral, y desde una perspectiva tecnológica radicalmente opuesta, el discurso de Massimo Vitali tiene en la *invisibilidad* una de sus principales características. En ciertos aspectos, Vitali supone una vuelta a la estrategia de Salomón, pero hiperbolizada. No se trata de ocultar una pequeña cámara de placas de 6x9 cm, sino un trasto de madera que utiliza negativos de 20x25 cm colocado al final de un trípode, con plataforma, de más de cuatro metros de altura.

Curiosamente, semejante aparato escénico produce el efecto contrario al que cabría suponer: en las fotos de Vitali todo el mundo ignora la presencia imponente de quien observa desde lo alto. La adopción de ese punto de vista viene inspirada por la teoría del teatro renacentista italiano, y más concretamente por el denominado «punto de vista del príncipe» (Calvenzi, 2004: 18). Dicho punto no es otro que aquél en el que hoy día se suele situar el llamado «palco de honor» en los teatros; situado a unos cuatro metros del suelo, en el vértice de una virtual pirámide de la visión que cubriría el escenario, desde él se puede observar perfectamente la escena destacado del resto de los asistentes, que se sitúan por debajo. Encaramado a lo alto de su enorme trípode, Vitali contempla y registra un mundo que, al estar él situado fuera del campo de visión, lo ignora.

LA MARCA DEL CAZADOR

A comienzos de los sesenta, Cornell Capa, hermano de otro de los mitos del fotoperiodismo, organiza una exposición en la que se incluye imágenes de su hermano junto a otros nombres clásicos de la agencia *Mágnam*. Cornell siempre ha sido un gran inventor de eslóganes, y el que acuña para la ocasión será uno de los mejores: *The concerned photographer* (El fotógrafo comprometido). La tesis que defiende la exposición es la existencia de una serie de fotografías que, ante la injus-

ticia o la desgracia humana, toman partido, se comprometen con la causa de los débiles. No es más que propaganda, de un falso corte humanista, que busca, fundamentalmente, justificar la actuación del fotoperiodista ante las situaciones a las que se enfrenta.

Robert Capa es, lógicamente, uno de los incluidos en este proyecto, y aunque cabría preguntarse por la naturaleza de su «compromiso», no es este el momento de analizar esa cuestión, sino las características de sus imágenes y del mito creado por él mismo sobre su personaje fotógrafo. Si observamos atentamente sus fotos de la guerra civil española, nos daremos cuenta de lo que implican sus encuadres cerrados o la mala composición de algunas de sus imágenes. No importa que su más famosa fotografía esté escenificada, ésa es otra cuestión, aunque no irrelevante. Pero la angulación en contrapicado, el descuido, que indica inmediatez en el encuadre, y, sobre todo, el modo en que fue presentada la foto en los semanarios ilustrados, nos llevan a construir una estrategia de testimonio. De estar viendo una foto conseguida por alguien que se encuentra en la misma situación que el que muere. Que podría morir, como así ocurrió, años más tarde, en lugar del soldado. Alguien, y aquí surge la diferencia con el estilo Cartier Bresson, que comparte riesgos y situaciones con los fotografiados. Un observador homodiegético, que ve y sabe lo mismo que sus personajes.

Dejando a un lado el dramatismo y las implicaciones que tiene el trabajo de Capa, podemos ver una actitud similar en la obra de algunos fotógrafos contemporáneos. No en vano, una de las críticas más insistentes al documentalismo clásico era el distanciamiento respecto a los problemas mostrados por la cámara. Nan Goldin, en su *Ballad of sexual dependency*, asume la misma posición de enunciador homodiegético, alguien que fotografía su propio mundo y que es, a la vez, testigo y protagonista. La foto de la propia Goldin con los ojos amaratados tras una discusión con su novio confirma este planteamiento.

En otros fotógrafos, la homodiegesis se manifiesta en las miradas de los personajes, que denotan no sólo consciencia de la presencia del fotógrafo, sino interacción con él. William Klein fue siempre un maestro de la fotografía agresiva, en la que los personajes son interpelados por la

cámara y dirigen sus gestos y reacciones hacia quien está detrás de ella.

Y, finalmente, no debemos olvidar la posibilidad de construir un observador simplemente a través de su modo de mirar. Wollheim, recordemos, analiza las pinturas de Friedrich, de las cuales extrae la idea de un observador de actitud moral elevada, distanciado del mundo, pero no como en la pintura holandesa del siglo XVII, donde ese distanciamiento implica, fundamentalmente, descorporeización del observador, reducido a un simple punto en el espacio. En Friedrich la elevación del punto de vista es un reflejo de la elevación moral del individuo capaz de contemplar la Naturaleza en toda su extensión y magnitud. Y todas estas actitudes, plasmadas, además, con un programa estético muy similar, heredero directo del romanticismo, las encontramos en Ansel Adams, el fotógrafo que combina la ideología de los primeros colonizadores del continente con la desaparición, casi de facto, de los territorios que la fundamentaron.

Una de las características fundamentales de la obra de Adams es la puesta de una refinadísima técnica fotográfica al servicio de su proyecto estético, que no es otro que explotar al máximo las posibilidades del medio para lograr plasmar su particular visión de la Naturaleza. Adams es la explosión de la forma, obtenida mediante un magnífico dominio de la fotometría y densitometría. En la introducción a uno de sus tratados sobre técnica fotográfica, reconoce que «algunos consideran que mis fotos se sitúan en la categoría “realista”. La verdad es que lo que contienen de realidad es su precisión óptica; sus *valores* son, sin lugar a dudas, “desviaciones de la realidad”» (Adams, 1981: IX). Lo importante en Adams no es la reproducción del mundo exterior, sino la visualización de un sentimiento interior, mediante un proceso en el cual la técnica está al servicio de su logro.

BIBLIOGRAFÍA

- ADAMS, Ansel (1981): *The Negative*, New York, New York Graphic Society.
- BARTHES, Roland (1982): *La cámara lúcida*, Barcelona, Gustavo Gili.
- BEAUMONT, Newhall (1984): «A backward glance at documentary», en FEATHERSTONE, David (comp.): *Observations*, San Francisco, Friends of Photography.
- BENDAVID-VAL, Leah (1999): *Propaganda and dreams. Photographing the 1930s in the USSR and the US*, New York, Edition Stemmler.
- BERGER, John (1972): *Ways of seeing*, London, Penguin books. (*Modos de ver*, Barcelona, Gustavo Gili, 2000)
- BETTETINI, Gianfranco (1986): *La conversación audiovisual*, Madrid, Cátedra.
- BRYSON, Norman (1991): *Visión y pintura. La lógica de la mirada*, Madrid, Alianza.
- CALVENZI, Giovanna (2004): «El punto de vista del príncipe», en BAZZINI, Marco y PEZZATO, Stefano (ed.): *Máximo Vitali, fotógrafo*, Prato, C. Arte Prato.
- CARTIER BRESSON, Henri (2003): *Fotografiar del natural*, Barcelona, Gustavo Gili.
- DASTON, LORRAINE y GALLISON (1992): «The Image of Objectivity», *Representations*, 40.
- DELEUZE, Gilles (2002): *Logique de la sensation*, París, Seuil.
- DUBOIS, Philippe (1986): *El acto fotográfico*, Barcelona, Paidós.
- DURAND, Régis (2002): *Disparités*, París, Eds. de la Différence.
- GOLDBERG, Vicki (1981): *Photography in print*, New York, Touchstone.
- KLETT, MANCHESTER y VERBURG (1984): *Second View. The Rephotographic Survey*, Albuquerque, The University of New Mexico Press.
- LYONS, Nathan (1966): *Photographers on Photography*, Englewood Cliffs, Prentice Hall.
- ROTHSTEIN, Arthur (1979): «The Documentary Tradition», (originalmente publicado en *The Photographic Journal de la Royal*

Photographic Society, Vol. III, nº 2), en *Words and Pictures*, New Cork, Amphoto.

STOICHITA, Victor (2000): *La invención del cuadro*, Madrid, Ed. del Serbal.

WILDE Y WESKI (1997): *Albert Renger-Patzsch, photographer of Objectivity*, London, Thames and Hudson.

WOLLHEIM, Richard (1987): *Painting as an art*, London, Thames and Hudson (*La pintura como arte*, Madrid, Visor, 1997).

COMUNICACIONES

***EL ANÁLISIS DE LA IMAGEN FOTOGRÁFICA
Y SU HISTORIA***

TIEMPO Y RITMO EN LAS IMÁGENES FIJAS

AURELIO DEL PORTILLO GARCÍA

Universidad Rey Juan Carlos, Madrid

Mientras que el problema del espacio y su representación en el arte ha ocupado la atención de los historiadores del arte en un grado casi exagerado, el problema correspondiente del tiempo y la representación del movimiento ha sido extrañamente descuidado. Por supuesto, hay observaciones dispersas por la bibliografía, pero nunca se ha tratado hacer un tratamiento sistemático (Gombrich, 1993: 39).

La cita hace referencia a una conferencia de Gombrich en el Warburg Institute que tuvo lugar en junio de 1964, dentro de un ciclo sobre «El tiempo y la eternidad». No parece que se haya avanzado mucho en estos cuarenta años ya transcurridos, y sin embargo algunas artes están hechas precisamente de la sustancia del tiempo, como la música, la danza, el teatro, el cine y la poesía. A pesar de su obviedad no es fácil aprehender razonablemente esa sustancia. Mucho más grave es la dificultad que plantea el problema de la temporalidad cuando no es tan evidente como razón y estructura de las representaciones, como es el caso de las imágenes fijas.

Consideramos que la relación entre los distintos campos y niveles de la percepción y las diferentes representaciones icónicas ya ha sido ampliamente estudiada desde diferentes enfoques teóricos y experimentales (Zunzunegui, 1989), pero creemos posible aportar una reflexión en ese ámbito menos desarrollado relacionado con la temporalidad. La fotografía hereda y replantea el conflicto del tiempo que se había ya fraguado en la pintura con la que comparte su carácter de «imagen fija», de extracción de un instante fuera del discurrir aparentemente imparable que llamamos tiempo, generando, sin embargo, como vamos a explicar, su propia relación de temporalidad. Por esa proximidad y similitud en el objeto de estudio que nos ocupa no hacemos una distinción radical entre las diferentes técnicas y recursos de creación de imágenes fijas o representaciones no cinéticas, sino que más bien las identificamos y aproximamos aún más

por sus sustancias comunes a las que prestamos ahora especial atención como aportación al análisis de las imágenes fotográficas.

A una de esas sustancias se refería el propio Gombrich cuando afirmaba un poco más adelante en el mismo texto al que antes hacíamos referencia (Gombrich, 1993: 41):

El artista nunca puede utilizar más que un único instante temporal de una realidad que cambia sin cesar y, si se trata de un pintor, sólo puede contemplar ese instante bajo un único aspecto.

En este caso se refería al *Laocoonte* de Lessing, publicado en 1766, en el que se establecían las fronteras entre la pintura y la poesía. Quizás ese único aspecto de contemplación puede considerarse relativizado por el cubismo y, de forma más figurativa, por otros intentos anteriores de simultaneizar situaciones o puntos de vista diferentes. Incluso se ha representado el movimiento de forma plástica como en el ejemplo claro del famoso *Desnudo bajando una escalera* pintado por Marcel Duchamp en 1912. No nos vamos a referir aquí a trípticos o cuadros en los que se den distintos instantes en simultaneidad, como en tantas representaciones religiosas. Tampoco a la superposición de imágenes diferentes que permite con facilidad la fotografía, sino más bien al proceso físico y mental que implica el acto de «crear la imagen» y el acto de «mirar la imagen», ambos sujetos a una sucesión de momentos y acontecimientos dependientes de una visión globalizadora donde cobra sentido su discurso, donde cobra vida y contenido la forma (Arnheim, 1979: 411):

Es evidente que para crear o comprender la estructura de una película o de una sinfonía hay que captarla como un todo, exactamente igual que la composición de una pintura. Hay que aprehenderla como una secuencia, pero esa secuencia no puede ser temporal, en el sentido de que cada una de las fases vaya desapareciendo al ocupar la siguiente nuestra conciencia. Es la obra entera la que ha de estar simultáneamente presente en nuestro pensamiento si queremos comprender su desarrollo, su coherencia, las interrelaciones que hay entre sus partes.

Arnheim, lógicamente, sigue el discurso de la Gestalt, de la unidad elocuente de la totalidad frente a la suma analítica de elementos aislados. Ésta es una clave esencial en nuestro trabajo, la de la obra entera en la mente como marco de referencia para la integración de sus posibles estructuras fragmentadas. Se trata de observar que la construcción mental de las formas afecta igualmente a las estructuras del espacio y a las estructuras del tiempo, como evidencia el ejemplo de la música. Integramos elementos fragmentados en una percepción global que es precisamente la que les da valor. Una nota aislada es una vibración simple, pero junto con otra crea un intervalo armónico o melódico que tiene valor por sí mismo aunque se dé a distintas «alturas» o tonos, de la misma manera que los trazos de un cuadro o las pequeñas partículas de una fotografía, ya sean «granos» de origen químico o «píxeles» electrónicos. Por lo que respecta a las imágenes fijas es precisamente esta globalidad formal la que nos permite hacer comparaciones con otros lenguajes más claramente elaborados con tiempo, en el tiempo, sobre el tiempo, como estábamos comentando.

La temporalidad, y sus respectivas proporciones, puede establecerse en la realización y lectura de cualquier texto siempre realizada «paso a paso», instante a instante, por secuencias, a golpes o tramos, con fragmentos que se refieren a la unidad final mientras la construye, aunque todo ello ocurra sin una línea de referencia única perteneciente a la categoría de tiempo cronológico, el de los relojes, medida absolutamente artificial que no nos interesa especialmente ahora. Queremos observar también si hay alguna experiencia rítmica que resulte independiente, liberada, de las razones métricas, entendiendo ritmo como proporción coherente entre las relaciones y reiteraciones que se dan en un conjunto.

Sabemos efectivamente que miramos «a golpes», que hacemos una secuencia de observaciones estáticas separadas por intervalos de contemplación detenida (Pöppel, 1993). Puede ahí haber un orden y estructura dirigida de forma limitada por el autor (Berger, 1990: 194):

El largo o breve proceso de pintar un cuadro es el proceso de construcción de esos momentos futuros en los que la pintura será contemplada.

En realidad, pese al ideal del pintor, estos momentos no pueden nunca ser enteramente definidos. La pintura nunca puede satisfacerlos en su totalidad. Lo cual no obsta para que todas las pinturas vayan dirigidas a esos momentos.

Lo mismo puede decirse de la fotografía. Lo más inmediato en la percepción de una imagen inmóvil es su relación de fuerzas situadas en un mismo espacio delimitado. Al ir encontrando ciertas claves de relación, de proporción, estamos creando una sucesión y secuencialidad de la lectura para las que se pueden establecer semejanzas con otros lenguajes de carácter cinético, en los que, por cierto, tampoco se plantea el tiempo cronológico como un referente definitorio (Arnheim, 1979: 410):

¿Es realmente la experiencia del paso del tiempo lo que distingue la actuación de una bailarina de la presencia de una pintura? [...] Naturalmente percibimos la actuación de la bailarina como una secuencia de fases. La actuación contiene un vector, cosa que no ocurre en la pintura. Pero no se puede afirmar realmente que se verifique en el tiempo.

Dotar de articulación temporal a las imágenes no es un artificio útil para nuestros propósitos teóricos, sino un hecho real necesario en su construcción, en el acto de la realización, y también una búsqueda de quienes han intuido en el hecho de mirar la imagen un acto de contemplación viva, móvil, cambiante (Pöppel, 1993: 77):

Paul Klee se interesó vivamente por cuestiones de psicología de la percepción. Le atraía especialmente el cubo de Necker. En muchas de las obras de Klee se puede ver cómo jugó con dibujos del cubo y aprovechó las posibilidades de configuración de su perspectiva doble. [...] Por lo que ya sabemos, una de esas imágenes de Klee no puede ser estable, sino que, en función de nuestra manera de mirar, dará lugar continuamente a nuevos puntos de vista.

El mismo Klee atribuye cualidades temporales y, aún más, musicales a la pintura. De él se ha afirmado en muchas ocasiones que realizaba una suerte de juego «musical» en sus cuadros (Klee, 1979: 59):¹⁴

El factor tiempo interviene no bien un punto entra en movimiento y se convierte en línea.¹⁵ Lo mismo cuando una línea engendra, al desplazarse, una superficie. Y lo mismo, también, respecto del movimiento que lleva de las superficies a los espacios.

¿Acaso alguna vez nace un cuadro de modo súbito? ¡Nunca! Va montándose pieza por pieza, de no distinta manera, por cierto, que una casa.

¿Y el espectador recorre de una sola mirada toda la obra? (A menudo sí, ¡ay!).

Aunque Klee se lamentara de ese golpe de vista único, referido más bien al desinterés o inatención de muchos espectadores, no debemos descuidar la visión global a la que nos estamos refiriendo, de la que dependerá la aparición de la forma y en ella la de las posibles relaciones y proporciones que den lugar a experiencias estéticas y rítmicas en las que se capta y se constata de forma vívida la coherencia del texto visual. Y más allá de ello, o mejor dicho a partir de ello, se detona la penetración anímica en las profundidades del significado y en las connotaciones simbólicas o ideológicas que en sus distintos niveles dotan de nuevas dimensiones a la lectura de la imagen, de la misma forma, aunque en orden inverso, que lo hicieron al inspirar su creación. Podemos hablar en este sentido de la integración de cinco dimensiones: las tres del espacio y la cuarta del tiempo, inseparables, como hemos afirmado, y la «quinta dimensión» que es la vivencia completa de la imagen como representación de una visión o actitud ante el mundo que utiliza este

14. Aparte de sus juegos ópticos «móviles» basados en ilusiones semejantes a las del cubo de Necker se puede percibir la intención de «musicalizar» su pintura en sus cuadros y en sus textos escritos. Así lo afirma, por ejemplo, R. M. Rilke: «Incluso sin que se me hubiera dicho que tocaba el violín infatigablemente, había adivinado que su dibujo era muchas veces transcripción de música», en Klee (1979: 21).

15. Obsérvese el paralelismo entre las afirmaciones de Klee y las de Kandinsky que citaremos más adelante.

mecanismo para comunicarse. Esta quinta dimensión en realidad se ramifica en campos de denotación y connotación a escala mental y emocional posiblemente muy amplios, pero los englobamos en una sola categoría que toca esa experiencia espiritual que, de alguna manera, justifica la existencia del arte. La percepción y asimilación, tanto por fragmentos o elementos de construcción de la imagen como en su globalidad, en su totalidad, supone un tiempo extraído o rescatado del discurrir del tiempo cronológico de los relojes. De esta manera se establece una cierta semejanza con otros estados de fascinación o éxtasis y es que el mecanismo del tiempo originado por el mecanismo del pensamiento se detiene en la contemplación creativa. Y de nuevo nos encontramos con el protagonismo de la mirada perceptiva, en acción, del lector-espectador: «El artista se sirve, pues, de la creatividad del cerebro humano; no sólo del suyo, sino también del espectador» (Pöppel, 1993: 77).

Es el proceso de lectura el que consolida la eficacia de una construcción representativa y a ese proceso se dirigen las técnicas de la representación. Desde el engaño óptico de la cinematografía, hasta el no menos mágico y «tramposo» sistema de representación del espacio en claves monoculares (Gubern, 1987: 20). Entre medias, todos los demás recursos que inciden en una reproducción en la mente de claves de reconocimiento y creación de fantasmagorías e ilusiones que componen el universo icónico del que no escapa, a nuestro juicio, ninguna realidad visible. Parece obvio que es nuestra actividad mental la que dota de valor a la espacialidad y temporalidad del objeto de la percepción. Podemos afirmar pues que existe un tiempo «físico» (la división en partes iguales de un suceso perceptible como es el movimiento de la tierra) y otro tipo de tiempo que podríamos denominar como «psicológico». Dicho de otra manera, nuestra mente crea espacio y tiempo para explicar (desplegar) lo que llamamos realidad, aunque también en ocasiones escapa de ese discurso a otros estados o dimensiones completamente distintos (Krishnamurti y Bohm, 1985).

Todo esto podría ser interpretado de otra manera, algo así como las confusiones que tienen los niños entre los órganos y el pensamiento o actividad cerebral (en una edad media de seis años creen que se piensa

«con la boca»), como explica Piaget (1978: 42), y también con el acto de ver «iluminado» por los ojos, como creían en la antigüedad que se producía el fenómeno de la visión (Empédocles). Es muy interesante comprobar la enorme dificultad que tenemos para distinguir lo que percibimos de forma pasiva como algo que nos llega exterior a nuestros dispositivos sensoriales o cerebrales y lo que estamos proyectando desde nuestro interior, desde nuestra actividad mental. En todo caso parece no quedar ya duda en ningún ámbito del conocimiento humano de que es en la mente donde debemos buscar las claves de interpretación de todas las representaciones a las que llamamos «realidad» o «realidades», en sus múltiples y muy diferentes niveles, sin saber en la mayoría de los casos qué queremos decir con tales palabras.¹⁶

Debemos considerar entonces que el hecho de sumar y articular fragmentos en el espacio y en el tiempo como una fórmula para construir representaciones asequibles de la realidad es, en todo caso, un artificio, un mecanismo que está íntimamente ligado con la naturaleza funcional del cerebro humano en la interacción de las actividades tipo hemisferio izquierdo y tipo hemisferio derecho (Rojo Sierra, 1984; Rojo Sierra y García Merita, 2000).

Una parte de nuestro cerebro analiza los elementos de un texto y la otra capta el sentido del conjunto. Podemos decir que el hemisferio tipo izquierdo lee las notas de la partitura y el hemisferio tipo derecho comprende la música, capta la forma musical, la globalidad. Es igual para las formas espaciales. Las claves que buscamos para un posible análisis de elementos y proporciones en una imagen fotográfica o pictórica parecen estar en la vivencia de la concepción-creación y en la de la lectura-recreación, como totalidad, a través del puente que crea el objeto visual, y no estarán sometidas a relojes, metrónomos, reglas ni otros artilugios de medida, sino a la capacidad del texto de mantener sobre él la atención de forma activa y continua, tensando y relajando por zonas

16. Incluso en el campo de la física encontramos conclusiones extraordinarias, como la famosa frase del premio Nobel Werner Heisenberg en la que decía descubrir el universo «más que como un objeto como un gran pensamiento».

la lectura, como hace la música, con disonancias y consonancias, aumentando y disminuyendo la densidad, creando modificaciones en la sensación psicológica de velocidad, y estableciendo proporciones que generen, en ese ámbito de la atención captada y dirigida, una forma coherente apoyada en el ritmo (Portillo, 2003).

Prestamos atención en este discurso proporcionado espacio-temporal al papel que desempeñan los rasgos o trazos significantes con los que se construye la imagen, sin los que ninguna forma ni significado podría llegar a ser, pero considerándolos siempre dentro de una totalidad. Por supuesto que en cualquier tipo de imagen puede representarse el paso del tiempo o su concepto mismo a través de símbolos y alegorías. Vemos que además hay tiempo en el propio proceso de la representación. Podríamos calibrar la posibilidad de estructuras, proporciones y relaciones que configuren una rítmica de la imagen en este sentido. Pero podemos ir también más allá. Kandinsky (1993: 58), por ejemplo, explicó de qué manera concebía el movimiento en la pintura:

La «tensión» es la fuerza presente en el interior del «movimiento» activo; la otra parte está constituida por la «dirección», que, a su vez, está determinada por el «movimiento». Los elementos en la pintura son las huellas materiales del movimiento, que se hace presente bajo el aspecto de 1. Tensión y 2. Dirección.

Kandinsky analiza en este texto ciertas propiedades «estrictamente pictóricas» de los elementos morfológicos de la pintura como lenguaje. Y no descuida el aspecto que nos ocupa en cuanto a la temporalidad de la contemplación hacia la que se dirigen gran parte de los recursos expresivos del pintor, según estamos viendo (Kandinsky, 1993: 162):

Está claro que la metamorfosis de la superficie material, y en consecuencia de los elementos a ella ligados, tiene importantes consecuencias en diferentes terrenos. Una de las más importantes es la modificación de la experiencia del tiempo.

Afirma más adelante la naturaleza ilusoria y «no susceptible de ser medida con exactitud» de ese espacio «desmaterializado» de la abstracción. La temporalidad así se relativiza, escapa a la cronología (Kandinsky, 1993: 162):

El tiempo en dichos casos se vuelve intemporal, es decir, no puede ser expresado cuantitativamente, y existe por lo tanto según una modalidad bastante relativa.

Ya hemos visto anteriormente el interés de Paul Klee por la «musicalidad» de la pintura. En otros casos, sin embargo, no se observa esta intención, aunque se pueda vislumbrar otro tipo de representación mucho más ambiciosa (Eco y Calabrese, 1987: 7):

Hay lenguajes artísticos que parece que no quieren representar el tiempo. Un cuadro de Mondrian parece decir, no que había, hay y habrá siempre una estructura geométrica. Está el tiempo físico del objeto cuadro, el tiempo de nuestra lectura, pero no hay representación del tiempo (a no ser en el sentido de que hay representación de una eternidad).

Hay un interesante estudio de Lamblin (1983) que desarrolla la posibilidad de tender puentes y pasarelas entre la forma pictórica, la tetradimensionalidad de la realidad, la teoría de la relatividad en relación con el cubismo, etcétera. Esta creciente convergencia multidisciplinar entre ciencia, arte, filosofía y espiritualidad es quizás, a nuestro juicio, la característica más sorprendente y esperanzadora de nuestro tiempo. Obviamente en estas investigaciones y reflexiones estamos trabajando en ese sentido ecléctico y unitario en el que además constatamos una gran proximidad entre distintos lenguajes que puede dar por válidas para todas las imágenes no cinéticas algunas observaciones referidas en principio a la pintura. En todo caso el espacio cobra forma en el tiempo y el tiempo cobra forma en el espacio. De hecho ningún científico las considera ya como dimensiones independientes y estamos sentando sobre ello algunos cimientos básicos del ritmo (Fraisie, 1976: 104):

Nos hallamos en grado de poder tratar el difícil problema de la existencia y la naturaleza de los ritmos del espacio. Entendemos por ritmos del espacio aquellos cuyos componentes esenciales son las dimensiones espaciales. No hay que confundirlos con los inevitables aspectos espaciales de los movimientos rítmicos en el tiempo. Es evidente que podemos hallar en el espacio las dos propiedades fundamentales del ritmo: de una parte las formas, una de cuyas más frecuentes modalidades es la repetición simple o compleja. Las formas espaciales pueden quedar descritas por las relaciones entre las diferentes dimensiones y por el juego de las proporciones, es decir, de las igualdades entre las relaciones.

Sin entrar en la polémica que puede suscitar la afirmación de que la mirada del espectador es dirigida por los elementos compositivos situados en la imagen, no cabe duda, creo, de que la vista responde de distinta manera ante diferentes colores y formas. También son miradas diversas las de individuos educados o conformados por diferentes contextos socio-culturales, y la reacción emotiva ante el estímulo visual dependerá de las características psíquicas de cada individuo y/o colectivo. Pero existe un fenómeno común que es esa lectura o visión «a golpes» que ya hemos citado, visión, por lo tanto, secuencial, que necesariamente seguirá un orden sucesivo, aunque no haya un vector que convierta en hecho objetivo generalizable la sucesión y se pueda poner en duda la capacidad del pintor, del compositor del espacio, para domar la mirada. Furió (1991: 136) afirma que nuestros ojos son más «independientes» y menos inocentes de lo que esas «falacias» parecen indicar.

Sin embargo, hay estudios que permiten conjeturar sobre la incidencia del color y la forma, también de la composición, en la dirección, orden y fijación de la mirada, aunque no se hayan conseguido establecer razones comunes, ya que el resultado, hasta ahora, desvela la constancia sólo a nivel individual, no «interindividual» (Francès, 1985: 88):

Gracias al análisis de los puntos de fijación, de su situación topológica y de la duración de las fijaciones, Molnar (1964) ha podido criticar la distinción hecha generalmente entre «artes del espacio» y «artes del tiempo», mostrando que los procesos perceptivos subyacentes en el curso

de la apreciación de un cuadro se desarrollan según una trayectoria y una duración que en ningún caso son productos del azar.

Donde Robert Francès dice «cuadro» entendemos un espacio de composición estable como utiliza cualquier arte escénica y en el que se crean también las imágenes mecánicas, como la fotografía y el cine, en las que concurren los mismos fenómenos y circunstancias de lectura (Francès, 1985: 88).

Por lo general, se admite que un individuo de cultura occidental inicia la exploración de una imagen en altura y desde la izquierda. Las investigaciones de Molnar muestran que este modelo teórico se contradice a menudo con los hechos y que algunas propiedades del estímulo influyen en la dirección del movimiento de los ojos. Así, a partir del estudio de la percepción taquistoscópica de *patterns* compuestos de puntos coloreados, se constata que, a saturación y brillo iguales, el ojo se fija primero en el color anaranjado, después en el verde y finalmente en el amarillo. Estímulos compuestos de elipses blancas sobre fondo negro van a determinar trayectos de exploración diferentes, según estén ordenadas de manera aleatoria o en función de una *gestalt* particular que responda a la ley del «destino común» de Wertheimer.

También quedó esclarecido que en la contemplación de un cuadro el trazado de la mirada y las fijaciones se correspondían, en líneas generales, con la composición de la pintura. Francès pone como ejemplos comparaciones entre un Tiziano y un Tintoretto, un Vasarely y un Mondrian, etcétera. Hay una sucesión y una duración en el recorrido de la mirada, aunque no se ha podido realizar un modelo universal de predicción, ya que en tales experimentos se constataba el seguimiento y fidelidad al recorrido de la vista para repeticiones sobre un mismo individuo (Francès, 1985: 88).

Pero avancemos hacia otras presencias de formas rítmicas en el espacio como base para apoyar la experiencia de temporalidad que pueda surgir de la contemplación de una imagen. Matila C. Ghyka (1983 y 1992, para la traducción en español) estudió de forma muy especial el

criterio de regularidad que se puede atribuir al espacio y su asociación con el concepto de ritmo. Su trabajo, más que en la secuencialidad, en la temporalidad explícita, se basa en las proporciones (Ghyka, 1938 : 9):

Dans les deux ouvrages d'esthétique que j'ai publiés avant celui-ci¹⁷ j'ai examiné du point de vue mathématique le vieux problème des canons et tracés régulateurs grecs et gotiques; ceci dans le cadre d'une esthétique générale des «arts de l'espace», spécialement de l'architecture. Ce faisant j'ai été amené à reprendre assez en détail la question de la proportion en soulignant l'importance qu'avaient pour les créateurs de formes, l'étude de la proportion en soi (dans le plan et dans l'espace), puis l'examen des surfaces et des corps réguliers et semi-réguliers du point de vue de leurs proportions.

Il m'est souvent arrivé d'employer pour les phénomènes esthétiques-créations ou perceptions- situés dans l'espace, un mot emprunté aux «arts de la durée»; celui de rythme.

Vemos que también Ghyka unifica en los fenómenos estéticos la creación y la percepción. La adopción del término ritmo para el espacio queda planteada en la ya referida relación de proporciones que lo justifica. En esa analogía nos movemos con la seguridad de que, independientemente de la trayectoria poética que hayan podido llevar algunos artistas y autores en el terreno de la representación espacio-temporal, estamos delimitando un campo concreto de observación común con otros lenguajes y ámbitos estéticos que estamos reflejando en su aplicación a las imágenes fijas. No olvidemos tampoco que estamos refiriéndonos a la situación de un espectador que observa, alguien que vive su temporalidad interior o personal, biológica y psicológica, y se enfrenta a un ordenamiento de estímulos realizado también en el tiempo. Los pintores y fotógrafos no han de diferenciarse mucho, en este ámbito relacional, de arquitectos, escenógrafos, dramaturgos, coreógrafos, cineastas,

17. Se refiere a *L'esthétique des proportions dans la nature et dans les arts* (1933) y *Le nombre d'or* (1931), ambas publicadas en París por Gallimard. Manejamos las ediciones en español.

poetas y músicos, siempre que tengamos en cuenta esa localización común del procesamiento sensorial de los diferentes sentidos, en cuanto a la forma y al movimiento se refiere (Klee, 1979: 60).

En la obra de arte se le procuran caminos al ojo del espectador, a ese ojo que explora como un animal padece en la pradera. (Todos sabemos que en música hay canales que guían al oído, mientras que el teatro reúne las dos posibilidades.) La obra de arte nace del movimiento; ella misma es movimiento fijado y se percibe en el movimiento (músculos de los ojos).

Pero el movimiento no es sólo, como hemos planteado, una simple sucesión más o menos ordenada de fragmentos sino la progresiva toma de conciencia de algo más complejo que al ser captado en su globalidad conecta niveles mentales, emocionales y anímicos muy amplios. Las posibilidades de que exista ritmo en la contemplación de una imagen están, a nuestro juicio, más cerca de la detención del tiempo que de su transcurso medido. Es decir, más cerca de la captación y mantenimiento de la atención y conciencia mental y emocional del observador hasta brindarle la posibilidad de escapar hacia una experiencia de instante detenido. El ritmo logrado en la totalidad creación-imagen-lectura, en este sentido, apunta más hacia lo atemporal, con todas las paradojas que esta afirmación conlleva. El espacio y el tiempo se generan en la mente de la misma forma que los números. Pueden ser aplicados a observaciones concretas por un mecanismo semejante a la «asociación de ideas», pero no podemos afirmar que sean objetos materiales, si es que podemos hablar más allá de la «asociación de ideas» de objetos o de materia. Podemos suponer que esa mecánica del pensamiento que genera espacio a partir de unos elementos de percepción trasciende ese estadio de la lectura para construir significados, es decir, arquitecturas mentales más complejas que constituyen la totalidad de la expresión y que sirven como acceso al instante global y vivencial del autor como causa. Quizás entonces, cuando el objeto de la expresión (la imagen) está suficientemente realizado, la misma inspiración que animó su creación anima su lectura y el autor y el lector se funden en una vivencia común físi-

ca, emocional, mental, anímica y espiritual que no necesita coincidir en el tiempo, pero que se experimenta como una satisfacción de expectativas, al igual que resuelve el ritmo, creando con ello una representación coherente de unidad.

BIBLIOGRAFÍA

- ARNHEIM, Rudolph (1979): *Arte y percepción visual*, Madrid, Alianza, (1ª edición en inglés: 1954).
- BACHMANN, Marie-Laure (1998): *La rítmica Jaques-Dalcroze*, Madrid, Pirámide, (1ª edición en francés: 1984).
- BERGER, John (1990): *El sentido de la vista*, Madrid, Alianza, (1ª edición en inglés: 1985).
- DOSSEY, Larry (1986): *Tiempo, espacio y medicina*, Barcelona, Kairós, (1ª edición en inglés: 1982).
- ECO, Umberto y CALABRESE, Omar (1987): *El tiempo en la pintura*, Madrid, Mondadori.
- FRAISSE, Paul (1976): *Psicología del ritmo*, Madrid, Morata, (1ª edición en francés: 1974).
- FRANCÈS, Robert (1985): *Psicología del arte y de la estética*, Madrid, Akal, (1ª edición en francés: 1979).
- FURIÓ, Vicenç (1991): *Ideas y formas en la representación pictórica*, Barcelona, Anthropos.
- GHYKA, Matila (1992): *El número de oro: I - Los ritmos, II - Los ritos*, Barcelona, Poseidón, (1ª edición en francés: 1931).
- (1938): *Essai sur le rythme*, París, Gallimard.
- (1983): *Estética de las proporciones en la naturaleza y en las artes*, Barcelona, Poseidón, (1ª edición en francés: 1933).
- GOMBRICH, Ernst (1993): *La imagen y el ojo*, Madrid, Alianza, (1ª edición en inglés, 1982).
- GUBERN, Román (1987): *La mirada opulenta*, Barcelona, Gustavo Gili.
- KANDINSKY, Vasili (1993): *Punto y línea sobre el plano*, Barcelona, Labor, (1ª edición en alemán: 1926).
- KLEE, Paul (1979): *Para una teoría del arte moderno*, Buenos Aires, Libros de tierra firme.
- KRISHNAMURTI, Jiddu y BOHM, David (1995): *Más allá del tiempo*, Barcelona, Kairós, (1ª edición en inglés: 1985).
- LAMBLIN, Bernard (1983): *Peinture et temps*, París, Klincksieck.
- MERLEAU-PONTY, Maurice (1975): *Fenomenología de la percepción*, Barcelona, Península, (1ª edición en francés: (1945).

- PIAGET, Jean (1978): *La representación del mundo en el niño*, Madrid, Morata, (1ª edición en inglés: 1954).
- PÖPPEL, Ernst (1993): *Los límites de la conciencia: realidad y percepción humana*, Barcelona, Círculo de lectores, (1ª edición en alemán: 1988).
- PORTILLO, Aurelio del (2003): «Ritmo y atención en la comunicación multimedia», en VV. AA.: *Congreso Iberoamericano de Comunicación y Educación «Luces en el laberinto Audiovisual»*, Huelva, UHU, ISBN. 84-930045-4-5 (libro de actas) y 84-932380-0-7 (libro electrónico).
<http://www.despazio.net/ritmo.congresoHuelva.00.htm>
- ROJO SIERRA, Miguel (1984): *La asimetría cerebral y la experiencia psicológica y patológica del tiempo*, Valencia, Gregori,.
- ROJO SIERRA, Miguel y GARCÍA MERITA, María Luisa (2000): *Psicología y psicopatología de la captación del tiempo y del espacio*, Valencia, Promolibro.
- ZUNZUNEGUI, Santos (1989): *Pensar la imagen*, Madrid, Cátedra.

REALIDAD Y DESEO DE UNA TEORÍA DE LA FOTOGRAFÍA

ENRIC MIRA PASTOR

Universidad de Alicante

CONSIDERACIONES PREVIAS EN TORNO AL CONCEPTO DE TEORÍA

Desde el punto de vista epistemológico, el concepto de teoría es un término que adolece de una definición clara y precisa. Como señala José Ferrater Mora (1990: 3222) la dificultad de precisar el sentido de teoría se debe a que dicha noción «se halla implicada en casi todos los problema que se suscitan en epistemología y, en particular, en filosofía de la ciencia». Se trata de un concepto poliédrico que se ubica en múltiples contextos y aplica a los más diversos ámbitos disciplinares, cambiando su sentido en función del dominio de objetos que abarca. Parece incluso que en muchos de los casos el término «teoría» se utiliza de una manera intuitiva o aproximada, consideración bajo la que la relación de este concepto con la fotografía corre el serio riesgo de caer. En el presente escrito tendremos la oportunidad de comprobar las razones de sospecha intelectual que surgen tanto acerca de la realidad como de la posibilidad y necesidad de la teoría de la fotografía como un saber diferenciado, como una disciplina con personalidad epistémica propia. Con todo, es conveniente adoptar, como punto de partida metodológico, una definición general y lo suficientemente flexible de teoría que nos sirva, en primer lugar, como criterio para la identificación y evaluación de un cuerpo de conocimientos constituido como supuesta teoría de la fotografía; en segundo lugar, como modelo que valga para el diseño de una nueva teoría de la fotografía. En este sentido, convenimos en definir una teoría como un «cuerpo coherente y organizado de conocimientos sobre un dominio de objetos a fin de dar razón» de los mismos. De acuerdo con esta definición, tres son los componentes esenciales de toda teoría que podemos precisar de la siguiente manera:

1. Un conjunto de conocimientos sin contradicciones (coherente) y sistematizado en una estructura de proposiciones generales y empíricas.
2. Un dominio de objetos para su estudio.
3. Una metodología que permita dar razón mediante la explicación, preguntando por las causas de los hechos, o bien mediante la comprensión, indagando sobre el sentido de los fenómenos objeto de estudio.

El objetivo del presente análisis será, así, abordar ciertas *condiciones epistemológicas* que deben regular cada de uno de los elementos constitutivos de una teoría de la fotografía. Teoría que, al menos como bosquejo, intentamos mostrar como una opción disciplinar deseable. Con el propósito de lograr una exposición lo más clara posible, abordaremos en primer lugar la definición del objeto de estudio en tanto que piedra de toque de la teoría a partir de la cual se determinan en buena medida la conformación del corpus teórico y la adopción de la metodología conveniente.

UN OBJETO DE ESTUDIO HETEROGÉNEO

Uno de los argumentos esgrimidos con mayor solvencia para demostrar la dificultad de establecer una teoría de la fotografía ha sido la condición ambigua y heterogénea de la fotografía que le ha impulsado, a lo largo de su historia, a una multiplicidad de usos y funciones a menudo contradictorias (Bolton, 1993: xi):

He aquí, escribe Richard Bolton, un medio que ha sido usado representativamente (fotografía policial), honoríficamente (retrato fotográfico), como un medio de lucha y revolución (en el constructivismo y el dadá), como un dispositivo de *marketing* (fotografía publicitaria), y tanto un medio de reforma liberal como gubernamental (como en la fotografía de la Farm Security Administration). Ciertas prácticas preservan el statu quo y otras

se afanan en derribarlo; es posible encontrar en el medio contribuciones para la dominación y la liberación de la vida social.

Permeabilidad y adaptabilidad serían, de este modo, las características que gobernarían la naturaleza del medio fotográfico.¹⁸ Características a las que cabría añadir las que los críticos Glòria Picazo y Jorge Ribalta (1997: 13) han conceptualizado mediante los términos «indiferencia y singularidad» como manifestación de la condición ambigua y escindida de la fotografía: «*Indiferencia* apunta a la indiscriminación mecánica del registro fotográfico y, por extensión, sugiere una cultura de la imagen dominada por el signo de la sobreabundancia; *singularidad* alude a la especificidad de cada imagen y de la propia técnica fotográfica y a una posibilidad de sentido dentro de esa sobreabundancia».

Desde la perspectiva de la sociología, Pierre Bourdieu (1979: 103-106) ya puso de manifiesto la dificultad de realización de la «intención artística» en la fotografía debido a las funciones sociales que cumple –básicamente relacionadas con el mantenimiento de la unidad de la estructura familiar– y a las que debe su existencia. Funciones sociales inherentes al medio que estarían a la base de los impedimentos para la legitimación artística de la fotografía y la subsiguiente conformación de una estética fotográfica autónoma que defina los modelos y normas para la realización de imágenes artísticas. Aunque contrapunto de esta tesis, hay que precisar que en el ámbito de la producción artística del siglo XX, siguiendo la línea que arranca del arte conceptual y el Arte Pop y que

18. Aparte del citado Richard Bolton, otro autor que ha sostenido una tesis parecida sobre el medio fotográfico y sus implicaciones en la teoría de la fotografía es Burgin (1988: 2).

Desde la investigación histórica sobre los orígenes de la fotografía es interesante citar Riego (2000); libro en el que se abordan las motivaciones preliminares que prepararon la aparición de la fotografía y en las que se conjugan la lógica de la investigación científica, la operación política y las necesidades sociales y culturales, lo que vendría a explicar de un modo genealógico la heterogénea condición de la fotografía a la que nos estamos refiriendo. Por lo demás Bernardo Riego incluye en el libro una recopilación de los textos originales fundamentales para entender el complejo panorama de juicios y opiniones que acompañaron la aparición del invento fotográfico.

desemboca en las obras de los artistas posmodernos –fundamentalmente americanos como Cindy Sherman, Barbara Kruger o Sherrie Levine–, es precisamente esta escisión y la conformación de un discurso fotográfico que no es de carácter estético lo que articula la adopción de la imagen fotográfica en la realización de las obras de arte. Así, la crítica y teórica norteamericana Rosalind Krauss (1991: 11-34) ha explicado la función crítica de la imagen fotográfica como la de un «proyecto de deconstrucción en el que el arte se distancia y se separa de él mismo». Es decir, la fotografía en tanto que instancia crítica interviene, como escribe a propósito de Cindy Sherman, a modo de *metalenguaje* «con el cual es posible operar sobre el plano mitogramático del arte explorando simultáneamente el mito de la creatividad y de la visión artística así como la inocencia, la primacía y la autonomía del “soporte” de la imagen estética».

La consecuencia más inmediata de no atender a esta visión de la naturaleza híbrida o, si se quiere, impura –permeable y adaptable, indiferente y a la vez singular– de la práctica fotográfica es poner de manifiesto el peligro de reduccionismo que se cierne sobre el estudio de la fotografía, ya sea desde un planteamiento teórico como histórico, al primar la consideración de una imagen fotográfica inserta en la lógica de un desarrollo estético-formal, ignorando las distorsiones y discontinuidades que plagan la historia del medio. Acotación reduccionista que como efecto restringiría la teoría de la fotografía a una parcela de la teoría general de la teoría del arte, usualmente etiquetada como estética fotográfica. En este sentido, la posición teórica mantenida por John Szarkowski, director del Departamento de Fotografía del Museum of Modern Art de Nueva York de 1962 a 1981, es paradigmática y viene a ser un a continuación y elaboración de las tesis mantenidas por el Beaumont Newhall, historiador y creador de este departamento en 1940. El objetivo de John Szarkowski fue salvar a la totalidad de la fotografía de los abusos de la cultura popular, en la dirección opuesta a la emprendida por su antecesor en el cargo Edward Steichen, cuya exposición «The Family of Man» había supuesto toda una declaración de principios en contra de la fotografía como autor individual y una muestra de indiferencia hacia las supuestas cualidades

expresivas y formales de la imagen fotográfica. John Szarkowski se propuso redefinir la naturaleza estética del medio para encauzarlo en un irrevocable rumbo autónomo, así como reconstruir la «tradición principal» de la fotografía como forma de legitimar una estética moderna. Su pensamiento estético se articula sobre tres directrices, la primera consiste en definir la estructura visual de la imagen fotográfica en cinco características formales: el detalle, la cosa misma, el tiempo, el encuadre y el punto de vista. La segunda, delimitar una «poética visual» moderna inherente al medio fotográfico que legitimaría el estilo documental como forma poética fotográfica dominante –aunque sin renunciar a la concepción de la fotografía como «voz de un autor» ni a un vocabulario visual basado en la fragmentario, lo elíptico, lo aleatorio y lo efímero. Y, por último, encauzar una «tradición principal» de la fotografía, más allá de los grandes maestros de la modernidad (Stieglitz y Weston) hacia las fuentes anteriormente consideradas periféricas a la fotografía artística. Así, el orden ideal de tal tradición se extiende a toda la fotografía y no sólo a las fotografías de los grandes maestros: la tradición como una línea evolutiva de las formas fotográficas.¹⁹

Nuestra propuesta de acotación del objeto de estudio de la teoría de la fotografía desborda la que se desprende de las tesis estéticas expuestas para integrar el estudio de la fotografía dentro del contexto social y cultural al que se somete toda producción fotográfica. En vez de centrar el objeto de estudio sobre la fotografía sólo como resultado icónico dotado de propiedades formales propias, proponemos, siguiendo a Victor Burgin (1988:2), una comprensión de la fotografía como «práctica de significación». Entendiendo por «práctica» el trabajo con materiales

19. Aunque el programa de Jon Szarkowski no se halla expuesto explícitamente en ninguna obra única, sino que ha sido expuesto gradualmente en una serie de pequeños ensayos, la visión formalista de la fotografía apareció expuesta en Szarkowski (1980). Para una visión completa de las ideas de Beaumont Newhall, Edward Steichen y de John Szarkowski en sus labores de dirección del Departamento de Fotografía del MOMA, Cf. Phillips (1997: 59-98).

Añadamos que Victor Burgin (1988: 51-70) ha visto subyacentes a esta posición de John Szarkowski las ideas del teórico y crítico de pintura Clement Greenberg, padre teórico del expresionismo abstracto.

específicos dentro de un específico contexto social e histórico en vistas a unos propósitos específicos.²⁰ Práctica de significación en la que las producciones fotográficas realizadas con planteamientos artísticos, aunque no necesariamente estético-formalistas, tendrán una relevancia capital como motivo de análisis teórico. Por tanto, la teoría de la fotografía no sólo abordaría la imagen como texto o signo, en tanto que productora de significados, sino también examinando las condiciones sociales de producción y recepción como determinantes de los significados de las imágenes. De esta manera, adoptando ideas de Richard Bolton (1993: XIII), la fotografía artística deberá ser integrada en el marco más amplio de las condiciones de la comunicación y de la organización de la realidad, lo que posibilitaría abordar con flexibilidad teórica los cambios tecnológicos ya efectivos en el medio como está siendo la transición de la imagen analógica a la digital.

UN CORPUS DE CONOCIMIENTO SISTEMATIZADO

Durante los últimos años hemos asistido a la definitiva legitimación de la fotografía como producto cultural a través de su incorporación a los museos, a los circuitos expositivos y al mercado del arte, a los estudios académicos y a la investigación científica. Para decirlo en terminología de Pierre Bourdieu –y a la vez contradiciendo sus ideas al respecto–, por fin la fotografía ha salido de la «esfera de lo legitimable», ha abandonado su ubicación intermedia entre la «esfera de la legitimidad» y la de «lo arbitrario». No es de extrañar, pues, que en el punto anterior nos hayamos esforzado en deslindar la teoría de la fotografía de una estética de la fotografía, tanto a efectos de definición del objeto de estu-

20. Victor Burgin comenzaba este libro con una afirmación contundente: «la teoría de la fotografía no existe todavía». Las diferentes contribuciones intelectuales presentadas en el libro estaban dirigidas precisamente a proporcionar los cimientos para la construcción de una Teoría de la Fotografía deudora del materialismo histórico y de la semiótica. Textos del mismo Victor Burgin, junto a los de Walter Benjamin, Umberto Eco, Allan Sekula, John Tagg y Simon Watney componen el repertorio de artículos editados.

dio como con el fin de evitar una reducción de la producción fotográfica a la estrictamente artística. Ahora se trata de discriminar la constitución de un cuerpo de conocimientos de los numerosos textos críticos escritos en torno a la fotografía, tanto por especialistas como por los mismos artistas y fotógrafos. O mejor dicho, se trata de valorar en que medida dichos textos podrán ser incorporados como aportaciones teóricas al cuerpo de conocimientos.

La selección de textos que conforman el libro *Estética fotográfica*, es presentada por Joan Fontcuberta (1984: 9), responsable de la edición, como «un vasto corpus teórico, tanto de exposición y justificación de intenciones como de valoración de resultados» legado por los fotógrafos más relevantes de la historia de la fotografía. Para Joan Fontcuberta, el fotógrafo, como autor responsable para con su obra, debe desempeñar dos funciones complementarias: la creativa y la teórica. Es lo que el fotógrafo de la nueva visión Franz Roh, consciente de las difíciles relaciones entre ambas funciones, en su libro *Nach-Expressionismus* de 1925, llamó «la doble cuerda» del artista: producir y teorizar son dos funciones «puestas y hasta hostiles entre sí» que el fotógrafo debe intentar conciliar en un equilibrio tenso (Fernández, 1997: 13).²¹ Lo cierto es que cada vez más los fotógrafos y artistas contemporáneos –sobre todo tras el arte conceptual y retomando actitudes de las vanguardias históricas– alumbran sus obras como precipitado de una reflexión. La intuición y la imaginación, atributos del concepto romántico de artista, se hallan cada vez más mediados por la elaboración de ideas y pensamientos sobre aquello que constituye el significado de su obra. Esto hace que las aportaciones textuales vayan ganando en calado teórico y en densidad intelectual, fenómeno que puede dar lugar a que se nos puedan aparecer estos textos como un destello de teoría de la fotografía, como una especie de teoría «espontánea» de la fotografía. Aunque, en realidad, lo que subyace en los escritos de los fotógrafos y artistas, ya sean históricos o actuales, es lo que habría que denominar como «poéticas fotográficas». Entendiendo por

21. Aparte de lo casos históricos, en el panorama actual de la fotografía habría que citar como más destacados de «la doble cuerda» a Jeff Wall, Barbara Kruger, Pedro Meyer, Victor Burgin, Andreas Müller-Pohle y al mismo Joan Fontcuberta.

poética un programa artístico, explícito o implícito, que traduce en términos normativos y operativos un determinado gusto, sea éste personal o de una época determinada en el campo de la fotografía.

Por tanto, si gracias a estos escritos, tanto los individuales como los manifiestos de grupos, es posible «conocer y comprender» de primera mano las principales ideas que sustentan las diferentes tendencias estéticas de la fotografía e iluminan el sentido de la práctica fotográfica, una elaboración teórica sobre la fotografía requerirá necesariamente de estas poéticas y sus textos escritos como materiales de reflexión y fuente de ideas.

Por otro lado, también habrá que someter a análisis las aportaciones de la crítica como susceptibles de ser incorporadas al sistema de conocimientos de la teoría de la fotografía. A este respecto, Victor Burgin manifiesta una postura inequívoca: la teoría de la fotografía es distinta de la crítica. La primera razón que apoya su postura es que mientras la crítica es evaluativa y normativa la teoría de la fotografía es explicativa. La segunda es que la crítica consiste en una exposición de los pensamientos y sentimientos del crítico ante la obra, esto es, es subjetiva, mientras la teoría de la fotografía es un sistema organizado de ideas y conocimientos objetivos. La tercera es que la crítica hace referencias libres a la biografía, a la psicología y a las opiniones del fotógrafo, en cambio la teoría de la fotografía hace referencias a las condiciones materiales de producción y de percepción de las imágenes. Y, por último, si la crítica realiza aserción de opiniones apoyadas en la autoridad de quien las expresa, la teoría de la fotografía expone argumentos fundamentados conceptualmente y basados en hechos (Burgin, 1988: 3-4).

Ciertamente el análisis de Victor Burgin no anda desencaminado, al menos si hablamos de cierto tipo de crítica. Sin embargo, el planteamiento de la crítica no se reduce al papel puramente evaluativo y a la visión subjetiva sino que, cada vez más, la crítica va ganando en carga teórica y en estructura argumental. Así, por un lado, tendríamos lo que sería la crítica académica o tradicional en la que el estudioso busca desbrozar, comunicar expositivamente los méritos, estructura e influencia de la obra. A menudo esta crítica ha practicado un empirismo ingenuo en el que se creía que bastaba colocarse ante el objeto para que éste

se mostrara tal y como era. Por el otro, estaría una *nueva crítica* que plantearía que para revelar la verdad de la obra –su significado– el crítico debe tomar distancia objetiva con la obra e incorporar para sus análisis tanto el conocimiento histórico como las aportaciones de las grandes corrientes del pensamiento (psicoanálisis, marxismo, estructuralismo, post-estructuralismo...). Nueva crítica en la que, de acuerdo con el teórico italiano Filiberto Menna (1980), se conjugarían tres momentos: uno histórico, uno teórico y uno propiamente crítico.²²

A nuestro juicio, y como conclusión de este apartado, consideramos que los resultados de esta nueva crítica así como los de las poéticas fotográficas no pueden ser obviados por la teoría de la fotografía en tanto que aportaciones reflexivas indispensables para la comprensión de la práctica fotográfica y para asegurar una estrecha vinculación de la especulación teórica con la realidad. Ahora bien, que tanto la poética como la crítica supongan una reflexión sobre la fotografía no implica una confusión de ambas con la teoría de la fotografía, ya sea en el sentido de conferir a ésta última la tarea de establecer las normas de la práctica fotográfica o los criterios de evaluación de la misma. La clarificación de dichos conceptos debe pasar, como punto de partida, por la consideración de que la poética o la crítica, aunque puedan traducirse en términos reflexivos, no se identifican con la teoría de la fotografía por la sencilla razón de que forman parte del objeto de ésta última. Dicho de un modo más preciso, la teoría de la fotografía, en tanto que reflexión general, toma la fotografía como objeto de estudio propio, objeto al que se vinculan directamente la poética y la crítica: la poética centrando su atención sobre la obra por hacer, la crítica orientándose hacia la obra ya hecha.

22. Como muestra de esta nueva forma de crítica en relación con la fotografía citamos algunos nombres de los que nos parecen más relevantes con las ediciones recopilatorias de sus textos críticos que a menudo trasciende el análisis de autores para abordar cuestiones de históricas y sociológicas en relación con la fotografía y el arte. Crimp (1993), Durand (1990), Grundberg (1990), Krauss (1990) y Solomon-Godeau (1991). En nuestro país destacamos, Fontcuberta (1997) y Brea (1996).

UNA METODOLOGÍA INTERDISCIPLINAR: ENTRE LA ESPECULACIÓN TEÓRICA Y LA REALIDAD PRÁCTICA

Si hemos asumido el carácter heterogéneo de la práctica fotográfica como objeto de estudio, que abarcaría los aspectos intrínsecos de la imagen como producto icónico investido de cualidades formales a la vez que los momentos de su producción y recepción como subprocesos integrantes de una totalidad sometida a condiciones tanto sociales como tecnológicas, debemos colegir que la perspectiva metodológica de la teoría de la fotografía ha de ser necesariamente interdisciplinar.²³ Una interdisciplinaridad que no debe ser entendida como la simple yuxtaposición acumulativa de disciplinas ya existentes.

Las aportaciones de la semiótica en sus diversas aproximaciones, de la sociología, de la historia²⁴ así como de la estética y la teoría del arte,

23. En cierto modo, esta idea ya estaba adelantada en la descripción de la crítica como un elemento integrante del corpus de conocimiento que la teoría de la fotografía ha de someter a examen.

24. Sin duda la relación de la teoría de la fotografía con la historia de la fotografía es fundamental, la hipótesis de Santos Zunzunegui de que no existe una potencial teoría de la imagen «que no se construya históricamente» es, según nuestro planteamiento, exactamente trasladable a la teoría de la fotografía, Zunzunegui (1995:11).

En cambio, esta cercanía con la historia de la fotografía ha levantado una actitud de recelo hacia esta disciplina en las posiciones mantenidas por Victor Burgin quien ha insistido en el distanciamiento de la teoría de la fotografía de aquella historia de la fotografía que es un apoyo de la crítica tradicional y que comparte el mismo marco ideológico. Las ideas infundadas de la crítica se proyectan en el pasado, adquieren estatus y se convierten en hechos indiscutibles de la historia, Burgin (1988:3-4). Casi con toda seguridad Victor Burgin estaba pensando en la historia de la fotografía de Beaumont Newhall y en la de Helmut Gernsheim. *La historia de la fotografía, desde sus orígenes hasta nuestros días* de Beaumont Newhall surge originalmente como catálogo de la colección de fotografía del MOMA, es decir, la visión historiográfica se articula como justificación de una colección que encarna toda una serie de valores en cuanto a la definición de la naturaleza específica del medio fotográfico bajo un patrón de purismo estético, Newhall, (1983). *La historia gráfica de la fotografía* ilustra la colección personal de Helmut Gernsheim (Gernsheim y Allison, 1967), inicialmente fotógrafo y sin ninguna formación de historiador, colección que se crea según criterios subjetivos de gusto.

Para profundizar en el debate teórico sobre la historia de la fotografía Fontcuberta (2004).

se revelan como instrumentos imprescindibles en la tarea de conformar una definición caleidoscópica que explique y comprenda las múltiples facetas en las que la imagen fotográfica se manifiesta y los diversos usos en los que interviene, considerando que una de sus concreciones más relevantes es la que tiene lugar en el seno de la práctica artística.²⁵

Sin embargo, esta propuesta genérica de interdisciplinaridad debe ser sometida a una cuestión previa sobre el carácter de la teoría de la fotografía. Esto es, sobre si nos encontramos frente a una reflexión especulativa –de impronta filosófica- o empírica ¿El sentido de la tarea de una teoría de la fotografía sería tratar de definir qué es y qué debe ser fotografía? ¿O se encargaría de deducir, a partir de unos presupuestos teóricos dados, las consecuencias semánticas, sociológicas y estéticas de los mismos? ¿O, si aceptamos el carácter especulativo de la teoría de la fotografía, habría que admitir que es necesario que ésta se vincule a la experiencia directa del artista o del crítico?

A nuestro juicio toda presunta teoría de la fotografía no podrá ser normativa sino que deberá tener necesariamente carácter especulativo o intelectual.²⁶ Lo que la teoría de la fotografía debe intentar, en tanto que reflexión analítica y sistemática, es definir conceptos y no establecer normas sino explicar el significado, la estructura, las posibilidades o las relaciones de los fenómenos vinculados a la práctica fotográfica. Por otro lado, es indudable que las experiencias que puedan aportar los artistas, los críticos o los historiadores tendrán una extraordinaria importancia para el teórico, pero en la medida en que le proporcionarán a éste el necesario vínculo con la realidad, con la experiencia concreta, la cual es el punto de partida necesario para la reflexión teórica.

25. Las teorías del índice de impronta semiótica de Dubois, Philippe (1986): *El acto fotográfico. De la representación a la recepción*, Barcelona, Paidós, (1ª edición francesa: 1983) y Schaefer (1990). En la visión sociológica citamos los ya clásicos ensayos Benjamin (1973a: 15-60; 1973b: 61 y 83) Benjamin (1975: 115-134).

También Sontag (1981 y 2003). Otra propuesta interesante que arranca de un planteamiento fenomenológico y semiótico es Costa (1997).

26. Citemos como muestra de este sesgo especulativo Flusser (1984) y Van Lier (1983).

Ahora bien, la teoría de la fotografía es reflexión que se eleva sobre la experiencia, pero no se confunde con ella. Es decir, aunque las observaciones de artistas, críticos o historiadores, por muy agudas y valiosas que puedan resultar, por necesarias e incluso indispensables que sean para el teórico de la fotografía, no agotan su ámbito de actuación. Por ello, la teoría de la fotografía no deberá escapar a la tarea de elaborar una definición general de la fotografía puesto que debe, precisamente, tender a conclusiones teóricas universales atendiendo a sus datos experienciales.

En suma, pues, la teoría de la fotografía se ha de constituir como relación dialéctica entre el carácter especulativo de la reflexión y su necesario contacto con la experiencia concreta de la práctica fotográfica. Ambas direcciones, aunque distintas, son convergentes y darían razón de las numerosas relaciones interdisciplinares que deben conformar el discurso teórico en torno a la fotografía.

BIBLIOGRAFÍA

- AA.VV. (1997): *Indiferencia y singularidad. La fotografía en el pensamiento artístico contemporáneo*, Barcelona, MACBA.
- AA.VV. (1979): *Fotogra½ze als Kunst, Kunst als Fotogra½ze*, Köln, Du Mont.
- BENJAMIN, Walter (1973a): «La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica» en *Discursos interrumpidos I*, Madrid, Taurus.
- (1973): «Pequeña Historia de la Fotografía» en *Discursos interrumpidos I*.
- (1975): «El autor como productor» en *Tentativas sobre Brecht. Iluminaciones 3*, Madrid, Taurus.
- BOLTON, Richard (ed.) (1993): *The Contest of Meaning: Critical Histories of Photography*, Cambridge, MIT Press, (1ª edición: 1989).
- BOURDIEU, Pierre (comp.) (1979): *La fotografía: un arte intermedio*, México, Nueva Imagen, (1ª edición en francés: 1965).
- BREA, José Luis (1996): *Un ruido secreto. El arte en la era póstuma de la cultura*, Murcia, Mestizo.
- BURGIN, Victor (ed.) (1988): *Thinking Photography*, Londres, MacMillan Education, (1ª edición: 1982).
- (1988): *The End of Art Theory*, Londres, MacMillan Education, (1ª edición: 1986).
- COSTA, Joan (1977): *El lenguaje fotográfico*, Madrid, Ibérico Europea de Ediciones/CIAC.
- CRIMP, Douglas (1993): *On the Museum's Ruins*, Cambridge, MIT.
- DUBOIS, Philippe (1986): *El acto fotográfico. De la representación a la recepción*, Barcelona, Paidós, (1ª edición francesa: 1983).
- DURAND, Régis (1990): *Le Regard pensif. Lieux et objets de la photographie*, París, La Différence.
- FERNÁNDEZ, Horacio (1997): *Franz Roh, teórico y fotógrafo*, Valencia, IVAM.
- FERRATER MORA, José (1990): *Diccionario de Filosofía*, Vol. 4, Madrid, Alianza Editorial, (1ª ed.: 1979).

- FLUSSER, Vilém (1984): *Towards a Philosophy of Photography*, Göttingen, European Photography, (1ª edición alemana: 1983).
- FONTCUBERTA, Joan (1997): *El beso de Judas. Fotografía y verdad*, Barcelona, Gustavo Gili.
- (ed.) (1984): *Estética fotográfica*, Barcelona, Blume.
- FONTCUBERTA, Joan (ed.) (2004): *Fotografía. Crisis de historia*, Barcelona, Actar.
- GERNSHEIM, Helmut y ALLISON (1967): *Historia gráfica de la fotografía*, Barcelona, Omega, (1ª edición inglesa 1965).
- GOLBERG, Vicki (ed.) (1981): *Photography in Print*, Nueva York, Simon & Schuster.
- GRUNDBERG, Andy (1990): *Crisis of the Real. Writings on Photography, 1974-1989*, Nueva York, Aperture.
- KRAUSS, Rosalind (1990) : *Le Photographique. Pour une Théorie des Écarts*, París, Macula.
- MENNA, Filiberto (1980): *Critica della critica*, Milano, Feltrinelli.
- NEUSSÜS, Floris M. (1980): «*It's not a Question of Photography*» en *European Photography*, 4.
- NEWHALL, Beaumont (ed.) (1980): *Photography: Essays & Images*, Nueva York, MOMA.
- NEWHALL, Beaumont (1983): *Historia de la fotografía, desde sus orígenes hasta nuestro días*, Barcelona, Gustavo Gili, (1ª edición inglesa 1964).
- PHILLIPS, Christopher (ed.) (1989): *Photography in the Modern Era. European Documents and Critical Writings, 1913-1940*, Nueva York, MMA/Aperture.
- PHILLIPS, Christopher (1997): «El tribunal de la fotografía» en (1997): *Indiferencia y singularidad. La fotografía en el pensamiento artístico contemporáneo*, Barcelona, MACBA.
- PICAZO, Gloria y RIBALTA, Jorge (eds.) : *Indiferencia y singularidad. La fotografía en el pensamiento artístico contemporáneo*, Barcelona, Macba.

- RIEGO, Bernardo (2000): *La introducción de la fotografía en España. Un reto científico y cultural*, Girona, CCG Ediciones, CRDI y Ajuntament de Girona.
- SCHAEFER, Jean-Marie (1990): *La imagen precaria. Del dispositivo fotográfico*, Madrid, Cátedra, (1ª edición francesa: 1987).
- SOLOMON-GODEAU, Abigail (1991): *Photography at the Dock, Essays on Photographic History, Institutions and Practices*, Minneapolis, University of Minnesota.
- SONTAG, Susan (1981): *Sobre la fotografía*, Madrid, Edhasa, (1ª edición inglesa: 1973).
- (2003): *Ante el dolor de los demás*, Madrid, Alfaguara, (1ª edición inglesa: 2003).
- SZARKOWSKI, John (1980): *The Photographer's Eye*, Londres, Secker & Warburg, (1ª edición: 1966).
- TRACHTENBERG, Alan (ed.) (1980): *Classical Essays on Photography*, New Haven, Leete's Island Books.
- VAN LIER, Henri (1983): *Philosophie de la Photographie*, París, Les Cahiers de la Photographie.
- ZUNZUNEGUI, Santos (1995): *Pensar la imagen*, Madrid, Cátedra/Universidad del País Vasco.

HACIA UNA METODOLOGÍA DEL ANÁLISIS FOTOGRAFICO

PEDRO POYATO SÁNCHEZ

Universidad de Córdoba

INTRODUCCIÓN

En la mayoría de los análisis fotográficos es frecuente leer, entre otras, cuestiones referidas al aspecto indicial de la imagen fotográfica, así su vinculación más o menos próxima al referente que fue su origen, como también a determinados parámetros expresivos, la iluminación o el cromatismo, por ejemplo, o a los temas tratados y a las figuras que la pueblan, o, en fin, a la receptividad de la misma por parte del observador, así su facultad de activar el deseo (visual) de quien la mira; cuestiones éstas que, a veces muy oportunamente sacadas a colación, no son, sin embargo, adecuadamente ordenadas en el análisis, sino que aparecen confusamente mezcladas, lo que suele llevar a un *enturbiamiento* en la descripción del funcionamiento del texto fotográfico del que el análisis quiere dar cuenta.

Esta comunicación no pretende otra cosa que introducir un poco de orden en esa variedad de materiales que pueden ser trabajados en el análisis fotográfico. Tras un breve estudio teórico que trata de poner de manifiesto la doble componente –como representación y como index, en sentido peirciano– de la imagen fotográfica, el análisis de una serie de fotografías previamente seleccionadas servirá para rendir cuentas de los parámetros que han de ser movilizados en cada caso, justificando su pertinencia en el nivel analítico adecuado.

LA IMAGEN FOTOGRÁFICA COMO REPRESENTACIÓN IMPREGNADA DE REFERENTE

Es oportuno, para los intereses de este estudio, comenzar abordando la imagen fotográfica a partir de su puesta en relación con la pictórica; ello, además de contribuir a un mejor entendimiento de la naturaleza de ambas, va a permitir apreciar con más nitidez la importancia que la irrupción de la fotografía tuvo en la historia de la representación.

Supongamos una determinada selección del mundo visual entorno que va a ser representada en una imagen pictórica: he aquí los pasos que, según la teoría de la *Gestalt*, ello requiere:

Esquema 1

REFERENTE	Imagen	Imagen	IMAGEN
EXTERIOR	retiniana	perceptiva	PICTÓRICA

Tras la absorción de la energía luminosa por parte del referente exterior, su posterior emisión lumínica es aprehendida por el ojo humano impresionándose en la retina un área de sensaciones; de estímulos, en términos psicológicos: la imagen retiniana. Esa área estimulada es luego organizada de acuerdo con unos patrones de forma –los *patterns*– y unos principios –de simplicidad, regularidad y equilibrio– cuyo resultado es la formación de la imagen perceptiva.²⁷

La materialización de esa organización percibida en un soporte, un lienzo, por ejemplo, por parte del pintor lleva por fin a la imagen pictórica correspondiente. Arnheim ha señalado, a propósito de este proceso (1980: 42): «La representación consiste en ver dentro de la configuración estimular un esquema que refleje su estructura y luego inventar un equivalente pictórico para ese esquema». Y así, la representación pictórica, en tanto que *equivalente plástico* de la *forma* arrancada de la imagen

27. Todo ello está ampliamente desarrollado en Arnheim (1984).

retiniana, supone una intervención por parte del sujeto que pasa, primero, por ver un esquema y, luego, por la materialización del mismo, mediante la utilización de un repertorio de elementos plásticos y de una sintaxis, en el soporte.

Pero, ¿y si, en lugar de una imagen pictórica, se trata de una imagen fotográfica? Dos diferencias, al menos, pueden ser entonces apuntadas con respecto al proceso anterior. La primera de ellas aparece reflejada en el siguiente esquema:

Esquema 2

REFERENTE	Imagen	Imagen	IMAGEN
EXTERIOR	retiniana	perceptiva	FOTOGRAFICA

Es decir, si en la imagen pictórica los rayos emitidos por el referente eran recogidos exclusivamente por la retina del ojo del sujeto, en el caso de la fotografía no sucede así, al llegar también los mismos hasta la imagen fotográfica.²⁸ Y esto es algo que va a marcar la historia de la imagen: por primera vez, los rayos lumínicos irradiados por el referente alcanzan la imagen materializada en el soporte, donde, merced a fenómenos físico-químicos, quedan ya atrapados.

Ahora bien, no hay que olvidar que, en la génesis de la imagen fotográfica, junto al ojo de la cámara, suele intervenir también el ojo del sujeto, lo que se traduce, como indica el esquema anterior, en una cierta modelización, vía imagen perceptiva, de aquella. Y es aquí donde se observa la segunda diferencia de la imagen fotográfica con respecto a la pictórica, pues el paso que materializa la imagen perceptiva en imagen fotográfica no es ahora humano, sino mecánico. Aplicando las palabras de la cita anterior de Arnheim a la representación fotográfica, podría-

28. Imagen retiniana e imagen fotográfica presentan así, como receptoras directas, ambas, de los rayos lumínicos emitidos por el referente, una vinculación teórica indudable.

mos decir que consiste ésta en ver dentro de la configuración estimular un esquema que refleje su estructura y capturarlo mecánicamente con el fin de que sea luego *revelado*. Es decir, una vez vista la estructura, una vez vista la forma, todo se limita a *capturarla* y *llevarla* hasta la imagen fotográfica según un proceso –físico-químico– cuya realización no supone intervención creadora por parte del hombre. El resultado de ello es la representación de una forma que, en el correspondiente soporte fotográfico, se revela en toda su exactitud, o mejor, en toda su virginalidad; una forma incontaminada, limpia de la intervención humana.

Así pues, junto a la representación de la forma que acabamos de describir, hasta la imagen fotográfica llegan también, como decíamos más arriba, los rayos lumínicos emanados del referente; rayos sin procesar que, como puede verse en el esquema 2, impregnan de referente la representación. La imagen fotográfica deviene entonces en una representación *manchada* de referente, por así decirlo; en una representación donde el referente ha dejado su huella, tal es su estatuto dual.

Cabe pensar entonces, de acuerdo con lo anterior, que el estudio de la imagen fotográfica haya de pasar por la consideración de esta doble componente: como representación, donde aparecen materializadas las formas arrancadas al referente (forma de la expresión), y como huella, vinculada ésta al arrastre bruto, a través de los rayos lumínicos sin procesar, del citado referente (materia de la expresión).

La componente de huella se ha visto especialmente enriquecida, por lo demás, con la incorporación de la noción de *index de Peirce*. Lo indicial fotográfico, entendido allí donde la imagen fotográfica apunta a una situación de contigüidad natural con el referente, ha permitido, entre otras aplicaciones de interés, poner en relación la fotografía, por lo que a las distintas y variadas posibilidades de separación física index-referente se refiere, con diversas manifestaciones artísticas contemporáneas, así las antropometrías de Klein, los *ready-mades* duchampianos, las esculturas vivientes de Manzoni, o los cuerpos plastinados de Von Hagens, como de ello nos hemos ocupado ampliamente en otro lugar.²⁹

29. Poyato Sánchez (en prensa).

REGISTROS MATERIALISTA E IMAGINARIO DE LA IMAGEN FOTOGRÁFICA

Igualmente, la consideración de esta componente de lo indicial fotográfico permite constatar sin dificultad cómo algunas imágenes fotográficas se interesan especialmente por enfatizar su vinculación física, material, con el referente. Son éstas unas imágenes que acusan, en la materia de expresión, las *manchas*, las huellas matéricas que, por mediación de las radiaciones lumínicas sin procesar, en ellas ha dejado el referente. Aparece así en dichas fotografías un registro que damos en llamar *materialista*³⁰ por atender, destacándolas, a esas manchas matéricas que vinculan, en su fisicidad, referente e imagen fotográfica.

Otras fotografías, por el contrario, se interesan por la materialización en ellas de la *buena forma*³¹ visual, para lo que no dudan en eliminar las manchas matéricas referenciales, pudiendo resultar así una imagen que, aun cuando físicamente emanada de un referente real, poco o nada tiene que ver con él. Aparece en esta ocasión un registro fotográfico que, siguiendo a González Requena (1989: 53), llamamos imaginario, por disolver la mancha matérica referencial en aras de la pura *buena forma* visual, de la pura *imagen*.

Dentro de las imágenes fotográficas que trabajan el registro de lo imaginario, cabe destacar aquella que el mismo González Requena (1989: 59) ha nombrado como imagen delirante. Dejando al margen lo más o menos afortunado de esta elección terminológica, se trata, en todo caso, de una imagen cuya fuerza visual tiene que ver, más acá de con cualquier estructuración significativa, con el deseo, tal es la carga libidinal³² de la que es portadora, que despierta en quien la mira. En el análisis de la fotografía *Willian Casby, nacido esclavo* se alude a este tipo de imágenes (figura 3).

30. Registro que puede ser puesto en relación con lo que González Requena (1989: 56) ha llamado lo radical fotográfico.

31. Esta acepción de la palabra forma se refiere, como puede suponerse, a la forma visual del objeto representado, no a la ordenación de elementos formales responsable de la significación plástica de la imagen; concepto éste al que nos referiremos después.

32. Entiéndase este término en sentido lacaniano en Lacan (1988: 214).

METODOLOGÍA DEL ANÁLISIS FOTOGRÁFICO

A la vista de lo considerado hasta el momento, puede deducirse que el análisis fotográfico ha de estar atento, por si así lo demandara el texto en cuestión, a la dimensión indicial.³³ Ello pasa por la consideración de la materia de expresión fotográfica para constatar en qué medida ésta se hace cargo del referente bruto arrastrado hasta la imagen por los rayos lumínicos. El estudio indicialista incorpora, pues, el referente del que surgió la imagen fotográfica para dar cuenta de su grado de *presencia* en ella.³⁴

El análisis indicialista hace referencia, así, a la situación de enunciación para rendir cuentas del grado de vinculación que la imagen fotográfica mantiene con su referente, esto es, con la realidad *profotográfica* –sea o no *afotográfica*– que fue su origen; grado de vinculación que va a determinar el registro indicial dominante: materialista o imaginario, según el mismo sea más o menos elevado, o tienda a cero, como se desprende de lo estudiado en el epígrafe anterior.

El análisis fotográfico se completa con el estudio del enunciado, o lo que es lo mismo, de la fotografía como representación, como forma, entendida ésta como estructuración de elementos formales responsable de la significación.³⁵ Se trata ahora de sacar a la luz las formas conquistadas por el texto fotográfico, el nivel de organización de los significantes y su homologación en el plano del contenido. Pero, como

33. S. Zunzunegui (1994: 145), por el contrario, no cree conveniente hacer referencia, como así lo reconoce explícitamente, a propósito de un estudio analítico de la fotografía de paisaje, a lo indicial fotográfico. En Zunzunegui (1994: 145).

34. Por ello, no basta decir que toda fotografía es indicial, pues a veces resulta muy relevante para el análisis aludir a tal grado de indicialidad.

35. Tal es la metodología propuesta por S. Zunzunegui (1994: 141-172). La misma se sitúa, como antes hemos dicho, al margen de la dimensión indicial de la fotografía para ubicarse exclusivamente en el terreno de la forma. Ello conlleva desatender los registros materialista e imaginario de la fotografía; registros que, aun cuando ubicados más acá de la significación, resultan a veces de gran importancia para el análisis fotográfico, como se verá en los ejemplos de los subepígrafes siguientes.

con la materia de expresión, también en el terreno de la forma es posible, Zunzunegui (1994: 156) lo ha señalado, establecer vínculos de la fotografía con otras artes,³⁶ mostrando, para ello, cómo las formas de la imagen objeto de estudio hacen eco, prolongan, transforman o recrean en términos fotográficos elementos provenientes de otros medios de expresión artísticos, como el pictórico, por ejemplo.

Tal es la variedad de parámetros que, referidos tanto a la situación de enunciación como al enunciado, pueden –y deben, a partir de lo demandado en cada caso por el texto en cuestión–, ser movilizados en el análisis fotográfico. El estudio de las fotografías seleccionadas a continuación³⁷ quiere rendir cuentas de la activación, según lo requerido por cada texto, de los parámetros correspondientes y, sobre todo, de su funcionamiento en el nivel analítico adecuado.

Análisis de Pies de trabajadores (Salgado, 1998)

Al margen de cualquier otra consideración, destaca en esta fotografía (figura. 1) la mirada cercana que la ha generado interesándose por unos pies desnudos especialmente sucios y ásperos –de trabajadores, puntualiza el título–; pies marcados por las huellas que el trabajo ha dejado en sus carnes ennegrecidas, como en las uñas raídas de los dedos.

36. «Más allá de la materialidad expresiva –dice Zunzunegui (ibídem)–, pintura, fotografía, cine, etc. comparten un mismo y fundamental campo de problemas: la representación visual de la que los distintos medios no son sino avatares, meras actualizaciones de una virtualidad...».

37. Dicha selección, que incluye un buen número de fotografías españolas, ha optado por imágenes suficientemente conocidas y reconocidas de la historia de la fotografía.



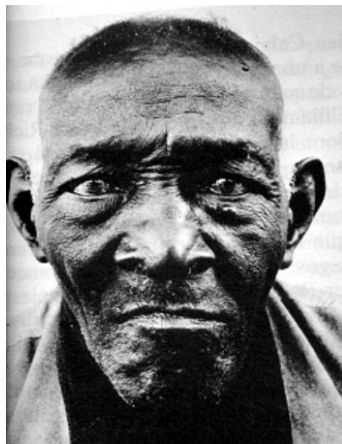
El atractivo visual de la imagen se manifiesta así vinculado a lo que antes hemos llamado registro materialista, esto es, a las manchas matéricas transferidas a la fotografía por los rayos lumínicos emanados desde un referente real.

Pero, además del registro materialista, la forma juega también un papel destacado en esta fotografía de Salgado, como bien pone de manifiesto el encuadre recortando no un pie ni dos –que podrían asociarse a un único trabajador–, sino que son tres los pies que aparecen en la imagen: dos de ellos, los que aparecen en el centro y a la derecha, pertenecientes a un individuo, quien los mantiene cruzados, y el otro perteneciente a un nuevo individuo. El resultado de esta operación es una hilera de pies desnudos visualmente emparentados todos ellos, por lo que a la materialidad de sus carnes erosionadas se refiere, que encuentra una precisa homologación en el plano del contenido: marcados por la dureza del trabajo (tal es el nivel donde encuentra su pertinencia el pie de foto), esa hilera de pies, metonimia de unos individuos pertenecientes a una clase obrera bien concreta, deviene así en producto de una sociedad de prácticamente los albores del siglo XXI, si atendemos al fechado de la fotografía.

Análisis de *Willian Casby, nacido esclavo* (Avedon, 1963)

De nuevo, destaca en esta fotografía de Avedon (figura 2) la mirada cercana que la ha generado, interesándose ahora, no por los pies, como en el caso anterior, sino por un rostro especialmente matérico –del esclavo William Casby, si atendemos al título de la misma–, un rostro prematuramente envejecido por las huellas que, como antes los pies de los trabajadores de Salgado, en él ha dejado la esclavitud. El prolongado arco dibujado por las cejas enmarcando unos ojos cuya mirada ha perdido definitivamente el brillo, o los relieves que se dibujan en torno a los pómulos devienen, entre otros, en trazos matéricos de un rostro que extrae su fuerza visual de la vinculación física del mismo con la materia del rostro real del retratado, tal es la preeminencia del registro indicial materialista de la fotografía.

Pero, como sucediera en la foto anterior (figura 1), podemos apelar también, atendiendo ahora al enunciado fotográfico, y del que participa el título de la misma, a la estrategia significativa de la imagen. En ese sentido, Barthes lo ha señalado (1990: 76-77), «la fotografía adopta una máscara(...). La esencia de la esclavitud se encuentra aquí al desnudo: la máscara es el sentido, en tanto que absolutamente puro».

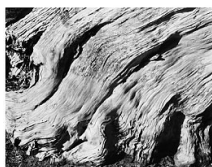


El extremo opuesto, por lo que al registro materialista se refiere, de la imagen de Avedon lo encontramos en la siguiente fotografía de Marilyn Monroe (figura 3). Efectivamente, de la extrema matericidad del rostro del esclavo, en la foto de Avedon, se pasa ahora a la conversión del rostro de la Marilyn de carne y hueso en pura buena forma, en pura imagen. Tal es el registro de lo imaginario, preeminente ahora en esta imagen que, más acá de cualquier estrategia significativa, despierta el deseo visual de quien la mira, tal es su estatuto de imagen delirante, en los términos establecidos por González Requena.



Análisis de Cypress, Poin Lobos (Weston, 1929)

En esta otra fotografía (figura 4), la mirada que en ella se encuentra contenida es ya tan cercana, que la preeminencia de la materia trasplantada desde el referente ha acabado por disolver la forma. Si en el caso anterior de Marilyn, la materia se diluía en aras del trazado de la buena forma visual, ahora sucede justo lo contrario: la imposición absoluta de la materia conlleva el desvanecimiento de la forma visual.



El análisis que acabamos de realizar hace referencia a la situación de enunciación del texto, por atender a esa extrema matericidad que empa-

renta físicamente a la imagen fotográfica con su referente. Pero también dicha fotografía puede ser abordada a partir del análisis del enunciado, esto es, tomando en consideración la imagen como mera representación –en el sentido que a ello venimos dando–, como forma. Nos encontramos, así, Zunzunegui (1994: 164) lo ha señalado, con una poética del micropaisaje que tiene por objeto encontrar lo abstracto en lo concreto. Lo abstracto, esto es, la disolución de la forma, en lo concreto, un detalle del paisaje, en este caso el tronco de un ciprés, escrutado por una mirada en extremo cercana.

De lo materialista a lo abstracto: tal es la diferencia que media de un análisis atento a la materia de expresión, al estatuto indicial de la fotografía, a un análisis atento a la forma de la expresión, esto es, a la fotografía como mera representación.

Análisis de *Miranda del Castañar* (Sanz Lobato, 1971)

Pero no siempre la preeminencia del registro materialista en la imagen fotográfica conlleva un punto de vista tan cercano de la misma. Así, la fotografía de la que ahora nos ocupamos (figura 5) ha sido tomada a partir de una mirada más distante y, sin embargo, lo que en ella gobierna es un registro matérico que emparenta, en sus ásperas texturas, en las huellas que en ellos ha dejado el tiempo, figura y fondo, ancianas y escenografía. La composición viene a incidir en ello situando en la parte inferior de la imagen a los personajes, que se reparten así el campo visual con una parte superior exclusivamente protagonizada por las granulaciones matéricas que en la superficie desnuda de la escalera de piedra pueden descubrirse.



Las ancianas tapan sus rostros con las manos, como si quisieran defenderse así de la presencia de una cámara que, en todo caso, *absorbe* la materia de sus carnes ajadas para luego, a través

de las radiaciones lumínicas correspondientes, arrastrarla, al igual que las materias del también ajado entorno espacial donde se encuentran, hasta la correspondiente imagen fotográfica.

Pero, además de esas materias trasplantadas desde un referente real, es importante atender en la fotografía de Sanz Lobato a su construcción significativa. A través del título, *Miranda del Castañar*, el patio de esa vivienda singular mostrado en la imagen fotográfica deviene en representante de toda una población cuyo rasgo más significativo es su arcaísmo —la foto data de una época relativamente reciente, los años setenta—, lo que se manifiesta no sólo en la escenografía de piedra desnuda, sino también en sus pobladores, esas dos ancianas completamente enlutadas que tapan su rostro con las manos.

Miranda del Castañar, por otro lado, es una aldea de la provincia de Salamanca geográficamente muy próxima a Las Hurdes, allí donde Buñuel acudiera a filmar el documental *Las Hurdes / Tierra sin pan* (1933). Ello unido al notable paralelismo, por lo que al tratamiento del registro fotográfico materialista se refiere, existente entre la imagen de Sanz Lobato y las imágenes buñuelianas permite conectar la Miranda del Castañar de principios de los setenta con Las Hurdes de cuarenta años antes; conexión que viene a acentuar todavía más el arcaísmo de esta aldea perdida de la geografía española de la que da cuenta la imagen fotográfica.

Es así cómo la significación derivada de la organización formal del texto fotográfico se ve reforzada por un intertexto en este caso convocado a partir de una vinculación no tanto formal como indicial, esto es, referida más a la situación de enunciación que al enunciado.

Análisis de *Barrio de la Morería* (Sánchez Portela, 1951)

La fotografía ante la que ahora nos encontramos (figura 6) no acentúa, como las anteriores, las materias arrastradas desde el referente, sino que, bien por el contrario, se interesa por la construcción de una visión formalista de la realidad, en este caso un barrio del Madrid nocturno de principios de los años cincuenta.



Junto a los intensos contrastes entre zonas iluminadas y zonas de sombra, destaca en la imagen la oblicuidad de las líneas dibujadas por los perfiles de los muros y de las fachadas de las casas como también las dibujadas por las sombras, tanto las proyectadas en el suelo por el tendido eléctrico, como las que configuran los contornos de las manchas intensamente negras. El paisaje nocturno se desgeometriza así en este revoltijo de líneas oblicuas que se estructuran en formas descompuestas prismáticamente.

A nadie que conozca la pintura expresionista escapa su notable paralelismo con la fotografía anterior. Nos referimos concretamente a la pintura del grupo Die Brücke, una vez que sus componentes se instalaron en Berlín, especialmente Kirchner y Schmidt-Rottluff, así como a la de otro artista muy vinculado estilísticamente a los anteriores, Lyonel Feininger.

Efectivamente, en *Casas en la noche* (Schmidt-Rottluff, 1912) (figura 7), por poner sólo un ejemplo de entre los citados, la arquitectura de los edificios parece desmoronarse, por el trabajo de los contornos, como del color, cuyas manchas, desparramándose en todas direcciones, disuelven las edificaciones hasta límites ya próximos a la abstracción. Del mismo modo, en la fotografía anterior de Sánchez Portela, algunas de las manchas negras, así la que se extiende por la parte central de la imagen, juegan, junto al amasijo de líneas oblicuas antes señalado, a disolver la arquitectura de este paisaje urbano madrileño.



Es así cómo la imagen de Sánchez Portela retoma una forma pictórica reelaborándola bajo parámetros específicamente fotográficos.³⁸ Pero esta identidad de estrategias en el nivel de la forma de la expresión, se prolonga también al plano del contenido, donde la fotografía vehicula la interpretación de la pintura expresionista, en el sentido de que importa menos en ella la naturaleza del paisaje fotografiado que el sentimiento despertado en el observador.

Análisis de *El piropo, Sevilla* (Catalá Roca, 1962)

Como la fotografía anterior, ésta de Catalá Roca (figura 8) no manifiesta, en su superficie sensible, interés alguno por destacar materialidades trasplantadas desde el referente, sino que, al igual que en la imagen de Sánchez Portela, su fuerza reside en el enunciado, pero en este caso, en la estructura significativa arrancada a una realidad exterior, *afotográfica*, en un momento dado. Y quiero subrayar «un momento dado» puesto que un instante antes o un instante después, el movimiento, los gestos y las miradas de las personas que en ella aparecen, entre otros elementos de la ordenación significativa, no serían ya los mismos, si atendemos a la evolución en el tiempo de la situación referencial.

38. La elección del punto de vista, con sus variantes de distancia, angulación, nivel, etc., es, por lo que a la toma se refiere, el parámetro con el que juega el fotógrafo en su lucha con un referente real, *afotográfico*, al que termina arrancando la sorprendente forma visual que la fotografía revela.



Es, pues, ésta una fotografía que trabaja el llamado *momento decisivo*. Cartier Bresson ha expresado mejor que nadie qué es eso del momento decisivo, en las siguientes palabras (Cartier Bresson, 1980: 77): «Tomar fotografías significa reconocer, simultáneamente y dentro de una fracción de segundo, tanto el hecho mismo como la rigurosa organización de formas visualmente percibidas que le dan sentido».

Tomada en plena calle, atestada ésta de un público que comienza a dispersarse en pequeños grupos al concluir —o quizá al suspenderse— el acontecimiento social que allí lo ha convocado,³⁹ la imagen resulta protagonizada por siete figuras composicionalmente distribuidas en tres grupos: los tres curas reunidos con un militar⁴⁰ que aparecen a la izquierda; un individuo solitario que, de espaldas a nosotros, gira su cuerpo hacia la derecha, en el centro; y dos mujeres cogidas del brazo caminando hacia cámara, a la derecha.

En el ámbito de la realidad referencial capturada por la cámara, cada uno de estos grupos de personas que llenan el campo visual, los curas y el militar, el individuo solitario y las dos mujeres, es ajeno a la presencia de los otros dos.⁴¹ Y, sin embargo, la imagen fotográfica, por toma-

39. No resulta demasiado arriesgado afirmar, por la disposición de las sillas en la calle, que el motivo que ha convocado a este público es una procesión de la Semana Santa sevillana; procesión probablemente suspendida por la amenaza de lluvia, como así denotan los paraguas que portan quienes en la foto aparecen. En todo caso, estos matices no son relevantes para el análisis que proponemos.

40. En el volumen III de la colección *Las Fuentes de la Memoria* aparece reproducida esta fotografía, pero con un encuadre que, cortando el cuerpo del militar, deja a éste prácticamente fuera de campo. Ni que decir tiene que esta mala reproducción rompe de cuajo su ordenación significativa. En López Mondéjar (1996: 171).

41. Como lo demuestra el hecho de que tres de los cuatro componentes del grupo de la izquierda dirijan sus miradas hacia otra parte y, sobre todo, que las mujeres objeto del piropo no sean nada atractivas.

da justo en ese instante, aparece atravesada por un vector lateral que, soportado por la dirección de las miradas de la figura ubicada más a la izquierda y del individuo del centro, se mueve de izquierda a derecha, vinculando a las figuras según una estructuración significativa a la que se traba, como parte fundamental de la misma, el título, *El piropo*.

Resulta, así, como anotaba Cartier-Bresson, una ordenación significativa de elementos que encuentra una precisa homologación en el plano del contenido. Efectivamente, ese gesto capturado del individuo solitario que aparece en el centro de la imagen, justo cuando gira su cabeza hacia el lugar por donde en ese momento pasan dos mujeres, puede ser leído como un piropo frenado –el piropeador aparece mirando de soslayo a las mujeres, sin más–, como un piropo condicionado por la presencia, a la izquierda, de quienes detentaban los poderes más influyentes y represores de la España de entonces, el eclesiástico y el militar.

Sobre la descripción visual de una situación frecuente en una época de la historia de España, el momento decisivo construye a su vez, en la fotografía anterior de Catalá Roca, un discurso que viene a acentuar especialmente, a través de los individuos y sus comportamientos, las características de esa época.

BIBLIOGRAFÍA

- ARNHEIM, Rudolf (1980): *Hacia una psicología del arte. Arte y Entropía*, Madrid, Alianza Forma.
- (1984): *Arte y percepción visual*, Madrid, Alianza.
- BARTHES, Roland (1990): *La cámara lúcida*, Barcelona, Paidós.
- CARTIER BRESSON, Henry (1980): «Entrevista», en HILL, PAUL y COPEL, THOMAS (1980): *Diálogo con la Fotografía*, Barcelona, Gustavo Gili.
- DUBOIS, P. (1994): *El acto fotográfico*, Barcelona, Paidós.
- GONZÁLEZ REQUENA, Jesús (1989): *El espectáculo informativo*, Madrid, Akal.
- LACAN, Jacques (1988): *Los escritos técnicos de Freud. El Seminario 1*, Buenos Aires, Paidós.
- LÓPEZ MONDÉJAR, Publio (1996): *Fotografía y sociedad en la España de Franco*, Barcelona, Lunwerg.
- POYATO SÁNCHEZ, Pedro (en prensa): *Introducción a la teoría y análisis de la imagen focinema-tográfica*.
- ZUNZUNEGUI, Santos (1994): *Paisajes de la forma*, Madrid, Cátedra.

LA MUERTE DESENFOCADA

JACQUES TERRASA

Université de Provence (Aix-Marseille 1)

Puede resultar cómodo analizar la imagen fotográfica apoyándose únicamente en una concepción icónica, basada en la similitud que existe entre la imagen y su referente. Pero ¿qué pasa cuando una fotografía deja de ser un *analogon* de lo real, para convertirse en una superficie borrosa, unas huellas luminosas, una imagen *floue* (para emplear el término francés)? ¿Qué pasa cuando una imagen, aunque siga remitiendo a «la cosa necesariamente real que fue colocada delante del objetivo» (Barthes, 1980: 120), ya no permite acceder a suficiente información acerca de esta «cosa»? En términos semióticos, la foto pierde en este caso gran parte de su carácter de icono, y por consiguiente lo que percibimos es esencialmente su dimensión indiciaria, en la acepción que le daba Charles S. Peirce (1978: 144) a la palabra índice –la de un signo que «significa sólo su objeto por el hecho de estar realmente en conexión física con él». No obstante, según Peirce, una imagen siempre conservará rasgos de iconicidad, ya que «sería difícil, si no imposible, citar un caso de índice absolutamente puro» (Peirce, 1978: 160).

Busqué una de esas imágenes ambiguas, donde se pudiera analizar aquella dialéctica entre icono e índice. Me interesaba también que fuera un documento que explicitara las metáforas empleadas por Philippe Dubois (1990) acerca de la fotografía: algo que guillotina la duración, que petrifica, que nos hiela de espanto, que corta en lo vivo para perpetuar la muerte... Y para estar en adecuación con esa naturaleza supuestamente mortífera de la fotografía, busqué una imagen cuyo referente fuese precisamente la muerte en acción. «Coger la muerte en el instante mismo en que está obrando y embalsamarla para la eternidad: eso,

sólo la cámara fotográfica puede hacerlo»⁴², escribe Susan Sontag. En uno de los volúmenes de la colección «Photo Poche», el n° 52 dedicado a la obra de Agustín V. Casasola, una fotografía responde a este criterio; lleva el pie siguiente: *Exécution de Francisco San Roman, Mexico, 1918*. La describiré brevemente.

Delante de una pared, cuatro siluetas borrosas están cayendo al mismo tiempo. A causa del *flou*, no sabemos nada de su apariencia física; solo deducimos, sin necesidad de leer el pie, que se trata de una foto de fusilamientos, como muchas otras fotografías del archivo Casasola, sacadas durante la Revolución mexicana por el propio Agustín Víctor Casasola o por uno de los anónimos reporteros contratados por él. Pero lo que atrae morbosamente en esa foto, es la ausencia de dilatación entre el momento del morir y el momento de sacar la foto: armas y cámara disparan casi simultáneamente. No se trata de los minutos anteriores a la ejecución, como pudo ocurrir con la famosa foto de Fortino Sámano, desafiando en 1917 al pelotón de fusilamiento –foto que tanto impactó a Cartier-Bresson–; tampoco tenemos la imagen de un cadáver, como por ejemplo el de Emiliano Zapata fotografiado poco después de ser acribillado, el 10 de abril de 1919.⁴³ Aquí se trata del último suspiro de cuatro hombres; un suspiro colectivo para el cual lo único que se perduró fue el instante mismo de la muerte.

El otro interés que presentaba para mí esta fotografía era la jerarquización inversa de los elementos significantes, respecto al criterio de nitidez. En efecto, en una imagen, las zonas de mayor discriminación

42. «Saisir la mort à l’instant même où elle œuvre et l’embaumer pour l’éternité: cela, seul l’appareil photographique peut le faire, et les images où le photographe a capté l’instant qui sonne (ou précède) l’heure de la mort comptent parmi les photographies de guerre les plus célèbres et les plus reproduites» Sontag (2003: 67).

43. La foto de Fortino Sámano está reproducida en el «Foto Poche» n° 52 (1992): Agustín V. Casasola (con una introducción de Alfredo Cruz-Ramírez), París, Centre National de la Photographie; la de Zapata en la página 61 de *Mirada y memoria*, Archivo fotográfico Casasola, México: 1900-1940 (edición de Pablo Ortiz Monasterio, Madrid, INAH/Turner, 2002).

de formas y colores se leen más fácilmente, mientras que las zonas de contornos borrosos exigen un reconocimiento contextual a veces difícil de practicar. Así que nos parece «natural» («cultural», se podría decir) ver en el centro de las fotos de familia unas figuras nítidas que destacan sobre un fondo desenfocado: seguimos así una jerarquización similar a la del funcionamiento de la visión humana, de la que me parece útil recordar aquí algunos principios.

Primero, su organización en zonas concéntricas, nítidas en el centro y borrosas en la periferia, como si se interpusiera progresivamente un filtro que reduce el contraste y borra los contornos de las figuras, una trama que enturbia la visión; el ojo se mueve constantemente para centrar en el campo visual lo que le interesa y olvidar así la presencia de ese *floue* periférico, dejándolo en un fuera de campo perceptual. En la foto de Casasola, el filtro que borra los contornos de las tres figuras del fondo —que se debe a la nube blanquecina producida por la pólvora de los fusiles— dificulta la lectura de la foto, introduciendo esa trama entre nosotros y la «realidad».

Segundo, sabemos que la persistencia retiniana (aprox. 1/50 de segundo) transforma en rayas los puntos luminosos que se desplazan con rapidez, o en formas borrosas las figuras movedizas; pero el ojo tiene la posibilidad de seguir estos desplazamientos para reducir así los efectos de la traslación, o simplemente ignorarlos. Para la fotografía, en cambio, el tiempo de exposición obliga siempre a considerar ese eventual rastreo que dejan las formas movedizas, como ocurre con la figura del primer término, en la foto de Casasola. El encogimiento y la caída del condenado durante el tiempo de apertura del diafragma lo transformaron en huella fantasmática.

Tercero, la acomodación en un punto del campo deja los elementos más cercanos o lejanos en un *floue* del cual no somos conscientes, puesto que no cesamos de enfocar aquello que nos interesa; pero todos conocemos el cuidado extremo que pone el fotógrafo para ajustar el punto de enfoque en lo que considera el motivo principal, o para aumentar la profundidad de campo, a fin de limitar o aislar esta clase de *floue*. En la foto elegida, tiene poco interés hablar de desenfoco a escala técnica.

Así que nos olvidaremos por un tiempo de este *floue* «por desenfoque», para centrarnos en los otros dos, el *floue* «por filtración» y el *flou* «por traslación».

UN *FLOU* POR FILTRACIÓN

La disposición oblicua del paredón nos lleva hacia un punto de fuga situado en el fuera de campo lateral. Las tres figuras borrosas, orientadas hacia ahí, parecen formar el inicio de una cadena espectral que prolongamos fácilmente en nuestra imaginación. ¿Podremos parar la progresión aritmética? ¿A cuántos condenados más colocaríamos en esa cadena invisible, fusilados ahí mismo, durante aquella década revolucionaria, en los patios de la Escuela de Tiro de México —como lo atestigua la presencia del mismo paredón en otras fotografías del archivo? Podríamos incluso ampliar la cadena con todos aquellos seres fusilados que, desde el siglo XIX, prestaron su última apariencia para ser retratados por pintores o fotógrafos. Se pensará en Goya y el *Tres de Mayo*; pero pasaron seis años entre el acontecimiento trágico de 1808 y su representación pictórica. Prefiero pensar en aquellos fotorreporteros que consideran —como lo expresó Susan Sontag en 1973 (1979: 21)— que «más vale que un acontecimiento, aunque sea perfectamente inmoral, vaya hacia su término, con el único fin de poder difundir por el mundo una novedad sensacional —su fotografía». ⁴⁴ Mientras estaban muriendo unos seres humanos, otros seres, detrás de la cámara fotográfica, daban al acontecimiento una suerte de inmortalidad. De esta otra cadena —la de los observadores de la muerte ajena— podemos citar, por ejemplo, a Eddie Adams fotografiando a un policía que ejecuta a un militante viêt-cong en 1968, o a Michel Laurent mostrándonos cómo unos soldados clavan su bayoneta en la carne humana (Masacre en el Pakistán Oriental, 1971). Ellos,

44. «Ainsi estimera-t-on qu'il faut laisser un événement, fut-il parfaitement immoral, aller jusqu'à son terme, à seule fin de pouvoir diffuser dans le monde une nouveauté à sensation—sa photographie.»

como el fotógrafo del archivo Casasola, cuando todavía podían elegir entre la toma y la posible salvación de una vida, eligieron la fotografía. «El que se interpone no puede fijar la escena –concluye Sontag–, el que fija la escena no puede intervenir.»⁴⁵

No obstante, en la foto mexicana, no sólo ignoramos si el fotógrafo pudo intervenir, sino que tampoco sabemos quién era él, quiénes eran los soldados del pelotón, y sobre todo quiénes eran las víctimas, cuyos rostros fueron cuidadosamente borrados por la pólvora negra que seguía utilizando el ejército mexicano en aquella época. El humo característico se debía al intenso vapor de agua causado por la combustión. Pero esta humareda blanca, situada a altura de pecho, delata la presencia invisible de los verdugos, a poca distancia de sus víctimas –como también la existencia de la placa fotosensible delata la presencia del operador disparando similarmente. Así, mientras éste revela para siempre el acontecimiento, los militares, con la punta de sus fusiles, echan al mismo tiempo la bala que mata y el velo blanco que esconde parcialmente el crimen.

Arrojados por este humo –que casi podríamos confundir con la tópicca niebla del amanecer–, los condenados conforman unas imágenes fluctuantes y desvanecidas, como las que producen los sueños o los recuerdos lejanos. Son figuras en trance de aparecer (o de desaparecer); son fantasmas que se proyectan sobre la pantalla pétrea de un paredón, estática mientras desfilan las fugitivas sombras de los futuros muertos. Semióticamente, el *flou* por filtración pertenece tanto al nivel icónico como al indiciario. Como elemento del mundo tridimensional reducido a una forma plana por la *cámara obscura* –según las leyes de la perspectiva lineal–, esta nube blanquecina es de naturaleza icónica; pero como trama filtrante interpuesta entre la placa fotográfica y la realidad exterior para borrar los contornos, tiene una función indiciaria, como cualquier otra trama introducida delante o detrás de la óptica, en el

45. «L'horreur [de ces images d'exécutions] provient pour une part de cette impression qu'au moment où le photographe avait le choix entre la prise de vue et le sauvetage d'une vie, il a choisi la photographie. Celui qui s'interpose ne peut pas fixer la scène, celui qui fixe la scène ne saurait intervenir.»

momento de la toma o bien del positivado: interviene en el proceso de formación del *analogon*, impidiendo el logro de una imagen nítida, contrastada, percibida como un perfecto símil de la realidad. El *flou* funciona aquí como la huella que el pintor deja en un cuadro –remite a un gesto real, no a una representación ilusoria de la realidad.

Cualquier fotografía es una búsqueda de equilibrio, en tonalidad y contraste, entre una superficie blanca y una negra, según la apertura del diafragma y según la duración del tiempo de exposición; algún exceso o alguna carencia hacen que la imagen no logre aparecer o se vaya desvaneciendo. Cuando se obtiene este equilibrio, nos dejamos confundir por la ilusión referencial que produce aquella fotografía que ha llegado al término de su proceso de realización icónica, mientras olvidamos las «imperfecciones» indiciarias, olvidamos todo aquello que nos recordara que se trata del simple encuentro de una superficie fotosensible con un rayo de luz. Así que podríamos llamar *iconogénesis* este proceso de construcción analógica de la imagen, en el que se tiende a rechazar la contaminación indiciaria para valorar la pura iconicidad, a despreciar aquellos signos que delatan la opacidad matérica de la foto para dejarnos engañar por la transparencia icónica de una supuesta representación de lo real.

En el caso de la fotografía de Casasola, la *iconogénesis* no llega a su término porque el *flou* obra como un cristal empañado, colocado entre nosotros y una realidad difícil de representar, es decir, aquel instante que separa la vida de la muerte. Por ello no alcanzamos el punto de nitidez –o bien ya nos alejamos de él. La trama *floue* (o los ojos empañados del observador) no dejan aparecer del todo, o ya empiezan a borrar aquel acontecimiento tan difícil de *introyectar*, para emplear un concepto de Ferenczi, que Serge Tisseron (1999:21) aplica a la fotografía:

... nuestro psiquismo debe en cualquier momento, a partir de experiencias sensibles y emocionales, fabricar unos equivalentes psíquicos. Es el trabajo de la «introyección». Para «introyectar» –o si se prefiere, «metabolizar»– un acontecimiento, hay que aceptarlo, por lo menos parcialmente; luego familiarizarnos con él; y por fin darle sitio en noso-

tros mismos con todas las consecuencias. Este trabajo de elaboración es en gran parte involuntario e inconsciente.⁴⁶

Pero, ¿cómo representar un equivalente psíquico –una especie de imagen mental– de la representación del instante de la muerte? ¿Cómo lograr que se forme en nuestra mente una imagen *nítida* de *aquello*, puesto que la muerte es, «entre todos los acontecimientos que pueden ocurrirle al hombre, aquel cuya introyección vuelve a activar con más fuerza lo que está en juego durante la separación madre-hijo»⁴⁷. La trama *floue* que se ha interpuesto así involuntariamente entre nosotros y la mortífera realidad nos protege momentáneamente contra lo que sucede al otro lado del cristal.

UN FLOU POR TRASLACIÓN

Observemos ahora al personaje del primer término.⁴⁸ Al caer, el hombre se encoge, echa las manos sobre el pecho, ahí donde debió de impactar la bala, y dobla las piernas, como si quisiera volver a la posición fetal olvidada durante el tiempo (el instante) de su existencia. A la expansión, al despliegue de la vida, sigue el envolvimiento sobre sí mismo, el regreso a una forma cerrada, a una concentración puntual. El

46. «... notre psychisme doit à tout moment, à partir des données des expériences sensibles et émotionnelles, fabriquer des équivalents psychiques. C'est le travail de l'«introyección». Pour «introyectar» –ou, si l'on préfère, «métaboliser»– un événement, il faut d'abord l'accepter, au moins partiellement; puis nous familiariser avec lui; et enfin lui donner place en nous avec toutes ses conséquences. Ce travail d'élaboration est en grande partie involontaire et inconscient» Edición original: Tisseron (1996).

47. «... de tous les événements qui puissent arriver à l'homme, celui dont l'introyección réactive le plus fortement les enjeux de la séparation primaire mère-enfant.» (Tisseron, 1996: 87).

48. Este personaje se encuentra a la derecha de la foto en la reproducción del «Photo Poche» n° 52 (foto n° 9), y a la izquierda en la reproducción de Mirada y memoria, *op. cit.*, pp. 66-67. ¿Cuál será la buena orientación?

bulto inerte, la mole negra que el cuerpo formará dentro de unas décimas de segundo, se situará a nivel del suelo, de la tierra. El movimiento centrípeto se completará con un descendimiento. De ese modo, el cuerpo se hallará más cerca de nosotros, quizás fuera de campo, en el espacio frontal donde se ocultan aquellos que toman la vista, que quitan la vida.

Como el pintor que hubiera quitado con un trapo las facciones del hombre antes de que cuajase para siempre la gelatina fotográfica, el *flou* por traslación ha borrado el interior de la figura, dejando sólo los indicios de movimiento que acabamos de comentar. Sin embargo, bien sabemos que el contexto (las otras figuras que están cayendo) ha inducido nuestra lectura centrípeta. Aislemos ahora al personaje del primer término, enmarcándolo en un cuadro vertical. La forma *movida* indica un desplazamiento difícil de orientar. ¿Dónde empieza y dónde acaba el movimiento que dejó su huella en la placa sensible? Esta reversibilidad de la foto movida me autoriza una lectura centrífuga de los gestos del personaje. En vez de encogerse, bien puede desplegarse, como un *sprinter* que echa a correr. ¿No ha levantado ya la pierna, para dar su último paso? Arranca, con la cara orientada hacia una meta con la que nos confundimos ahora, gracias a un segundo fenómeno de reversibilidad propio de la fotografía. «¿Dónde está la diana, en nosotros mismos o en el corazón del hombre fotografiado?», nos preguntamos, como lo podía hacer Cartier-Bresson cuando comparaba el tiro fotográfico con el tiro de arco zen. «¿Soy yo el que da en el blanco, o es el blanco el que me alcanza?», le pregunta el discípulo al maestro zen.⁴⁹ La inversión se hace aquí más inquietante, ya que la silueta movida que se dirige hacia nosotros se parece a un espectro. ¿De qué territorio procede? ¿Desde dónde nos miran las dos manchas claras que, en medio de la forma gris del rostro, parecen configurar las órbitas? Pero dejemos de interpretar los iconos de una imagen muy poco icónica –aunque esto facilite la difícil introyección de la escena representada– y veamos ahora qué es en realidad una foto *movida*.

49. Trato más ampliamente este tema en un artículo: Terrasa (1999: 421-424).

Hace unos años, centré mis primeras reflexiones (Terrasa, 2000: 95-114) a propósito de esta imagen del archivo Casasola hacia lo que me parecía una evidencia –demostrar cómo a una fotografía *floue* se le puede aplicar perfectamente la definición que Bajtín da del *cronotopo* del arte literario: «la fusión de los indicios espaciales y temporales en un todo inteligible y concreto»⁵⁰ (Bakhtine, 1987: 237). En efecto, en la huella que deja el referente en la imagen fotográfica, «el tiempo se condensa, se hace compacto, visible para el arte» (Bakhtine); porque al oscurecerse a medida que se exponen a la luz, las sales de plata inscriben el tiempo en el espacio. No obstante, para cada partícula que contiene la emulsión fotosensible, el tiempo *t* es el mismo (lo que dura la apertura del diafragma), y la única variable es la intensidad luminosa que afecta diferentemente los diferentes puntos a la superficie del negativo. Aquí, en la correlación que se establece *entre* los diferentes cristales, en el seno mismo de la materia fotográfica, es donde se descubren los indicios que no sólo remiten a una organización espacial petrificada, sino también a las modificaciones de este espacio en función de los desplazamientos durante el tiempo de exposición (Vanlier, 1983: 18-20).

En el caso de un movimiento de las fuentes, y por lo tanto del espectáculo eventual, las llegadas sucesivas de los fotones sólo pueden dar lo que se llama muy acertadamente un *bougé* –algo movido. Así, [...] la alineación sobre el último fotón expulsa la *duración* concreta a cambio de un *tiempo* físico, solamente fechable.⁵¹

Pero, ¿cómo fechar aquí la hora de la foto –o de la muerte? El acto fotográfico no tiene fecha, si el fotógrafo no apunta el año, el día y la hora. Sólo de este modo podemos acceder a un tiempo histórico. Pero, ¿cuál será para esta foto? ¿El año 1918 –como señala el pie que acom-

50. «... la fusion des indices spatiaux et temporels en un tout intelligible et concret.»

51. «Dans le cas d'un mouvement des sources, et donc du spectacle éventuel, la succession d'arrivée des photons ne peut jamais donner que ce que l'on appelle très judicieusement un *bougé*. Ainsi, [...] l'alignement sur le dernier photon expulse la *durée* concrète pour un *temps* physique, *tn*, seulement datable.»

paña la reproducción del «Photo Poche», sin mayor precisión? ¿El primero de octubre de 1915 –como consta en *Mirada y memoria*? ¿Será tópicamente el amanecer? He podido obtener algunas respuestas, gracias a la ayuda en México de una joven investigadora francesa⁵² que pudo consultar recientemente los Archivos Casasola, en la Fototeca de Pachuca. Pero por ahora, me interesa más reflexionar acerca de esta supuesta «expulsión de la duración concreta», de la que habla Henri Vanlier. Evidentemente, la entrada atropellada de los fotones, antes de cerrar las puertas (o la cortinilla de la cámara), no nos permite conocer su sucesión; nunca sabremos lo que le ocurrió al condenado entre la entrada del primero y del último de los fotones. Lo que sí podemos deducir es la probable sincronía entre la entrada del primer fotón y la de la primera bala. Ahí empieza el «movimiento de las fuentes» (en este caso, la caída mortal de un ser humano) productora del *bougé* –de la figura movida. De este «espectáculo» (la palabra es de Vanlier) no percibiremos la duración, sino la tensión, inscrita entre los dos impactos, el de la primera bala y el del último fotón.

Tras resumir la teoría peirciana en un libro presentado como «una propuesta metodológica», Joan Fontcuberta (1990: 26) concluye «diciendo que las fotografías son índices (huellas de luz) que pueden llegar a devenir iconos (si el operador decide mantener una relación de semejanza) y/o símbolos (cuando adquieren sentido mediante el uso de ciertas convenciones)». Pues, en éste «llegar a devenir» radica aquella *tensión* a la que ya apuntaba Jean-Marie Schaeffer (1987: 101):

52. Quiero expresar aquí todo mi agradecimiento a Marion Gautreau, doctorante de París IV-Sorbonne, cuya tesis doctoral en preparación concierne el Archivo Casasola. Según me informó tras su visita a los Archivos Casasola a finales de julio de 2004, la copia del negativo n° 69.107 debió de hacerse antes de 1976, fecha del traslado del fondo al Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH). La placa original, que se ha vuelto a encontrar recientemente, lleva el n° 543.209; es una placa de vidrio muy translúcida, que están sometiendo en la actualidad a un tratamiento de conservación.

... la imagen fotográfica en calidad de construcción receptiva, no es estable. Posee un número indefinido de estados, caracterizados cada uno de ellos por un punto que ocupa en una línea continua bipolar tendida entre el índice y el icono.⁵³

Hoy quisiera añadir algunos comentarios a esta pertinente observación de Schaeffer. En efecto, si esta línea es continua, en cambio la tensión no lo es –ya que alcanza su clímax cuando nos situamos en medio del barranco, en la mitad del puente que une los dos polos. Por lo contrario, esta tensión disminuye hacia los polos, puesto que por un lado, con una foto completamente *floue*, nos deleitamos con unas formas abstractas sin entrar siquiera en el proceso iconogénico; y por otro lado, con una foto perfectamente enfocada y de gran nitidez, ya no sentimos la dialéctica índice/icono, porque la iconogénesis ha podido desarrollarse completamente. Por consiguiente, si buscamos fotografías con máxima tensión, hace falta interesarse por imágenes similares a la que hemos escogido, tachadas de *floues* por los adeptos de las imágenes nítidas, por aquellos que necesitan el terreno estable del icono. Nosotros, en cambio, detenidos en la mitad del camino, en la inestable situación en la que nos sume el último suspiro, podemos descubrir la dimensión simbólica de la fotografía en *tensión*.

UN FLOU POR DESENFUQUE

Ya que el punto de enfoque se ajusta sobre la figura del primer término, podríamos descubrir para las otras tres un progresivo desenfoque si el humo de los disparos no las envolviera. Queda así neutralizado y no vale la pena dedicarle más tiempo. Por eso he preferido hablar aquí de mi propio desenfoque.

53. «... l'image photographique considérée comme construction réceptive n'est pas stable. Elle possède un nombre indéfini d'états, dont chacun est caractérisé par le point qu'il occupe le long d'une ligne continue bipolaire tendue entre l'indice et l'icône.»

En mi primera aproximación a esta imagen, en el año 2000, llegué a imaginar quién pudiera ser Francisco San Román. ¿Algún teniente de Emiliano Zapata? Mi desconocimiento del tema revolucionario me llevó a dedicar más tiempo a teorizar sobre el flou que sobre el documento histórico. Pero unos años después, con un cambio de pie de foto, cambió la historia. Descubrí con la publicación del libro *Mirada y memoria* en 2002, que el pie inicial (*Exécution de Francisco San Roman, Mexico, 1918*) se había convertido en un comentario más explícito (Ortiz Monasterio, 2002: 66):

La sublevación generó un caos monetario en el país, situación que aprovecharon los falsificadores de billetes. Este delito lo pagaban con el paredón, como lo muestra la gráfica, en la que aparecen seis falsificadores fusilados el primero de octubre de 1915 en la Escuela de Tiro.

Seguía el número de la foto en el Archivo Casasola [69107] y una reproducción de excelente calidad de este documento, con las mismas cuatro figuras, pero impresa al revés y ligeramente recortada en los laterales. Ausencia de nombre, ausencia de rostro, ausencia de proximidad afectiva y/o ideológica hacia unos hombres que ya no eran héroes de la Revolución... sólo me quedaba la foto antigua de unos fusilamientos. Aunque el trabajo del equipo de investigadores responsable de la edición de *Mirada y memoria* me parecía más fidedigno, para mí, el pie de esa fotografía ya no tenía como función el anclaje en la Historia, sino en la duda. No obstante, según me informó Marion Gautreau, la impresión de *Mirada y memoria* sigue la orientación de la copia de seguridad (el personaje del primer término está a la izquierda) y sobre todo los datos impresos en la imponente *Historia gráfica de la Revolución mexicana*, publicada por Gustavo Casasola (1964), el hijo de Agustín Víctor. En un capítulo del volumen 3, titulado «Fusilamiento de Falsificadores» (pp. 1056-1061), leemos el siguiente pie: «Francisco San Román, Manuel Arnulfo Morado, Julio Morado, Galo Mier Lamadrid, Nicasio Suárez y Miguel Badillo, en los momentos de recibir la descarga». También descubrimos que una semana antes, por la mañana del 24 de septiembre de

1915, el general Carlos Bringas y su hijo, mayor del ejército constitucionalista –quienes patrocinaban la falsificación de billetes en el Estado de Puebla–, fueron fusilados tras un Consejo de Guerra, en los mismos patios de la Escuela de Tiro, en San Lázaro (Ciudad de México). Y nos enteramos de que, antes de ir al paredón el primero de octubre, Suárez y Mier (eran dos españoles) contrajeron matrimonio, y que «Manuel Morado intentó degollarse con una pequeña navaja que llevaba en el abrigo».

«El problema no es que nos acordemos gracias a las fotografías, sino que sólo nos acordamos de las fotografías», escribe Susan Sontag (2003: 97), añadiendo: «Esta forma de rememoración por la fotografía eclipsa las otras formas de comprensión, y de rememoración».⁵⁴ Pero, ¿de qué había que acordarse aquí? San Román y sus cómplices entran en la Historia gracias a esta foto y gracias a la pequeña historia (¿ficción?) que induce, mientras el pie genera un irónico anclaje: en efecto, el hecho de saber que son *falsificadores de billetes* me lleva a hacer el paralelo entre su labor (falsos billetes que pretenden ser verdaderos) y lo que Fontcuberta (1997: 15) dice de la fotografía, en *El beso de Judas*: «una ficción que se presenta como verdadera». Como para el papel moneda, en cuyo valor fiduciario algunos de nosotros seguiremos creyendo, mucha gente sigue confundiendo la verdad con su reflejo, el icono con el referente, olvidándose de aquella aserción del fotógrafo catalán: «Contra lo que se nos ha inculcado, contra lo que solemos pensar, la fotografía miente siempre, miente por instinto, miente porque su naturaleza no le permite hacer otra cosa».

¿En qué consiste ese «mentir bien» aplicado a una fotografía *floue*? Aquí, el *flou* borró cualquier rasgo singularizador, cualquier detalle que remitiera a la vida cotidiana. Hemos salido de la Historia para entrar en el Mito, como lo explica Serge Tisseron (1999: 77):

54. «Le problème n'est pas qu'on se souvient grâce aux photographies, mais qu'on ne se souvient que des photographies. Cette forme de remémoration par la photographie éclipe les autres formes de compréhension, et de remémoration.»

En la medida en que la fotografía no posee indicio de temporalidad, el flou es tanto el signo de un devenir como de una desaparición. En eso, el instante de la fotografía floue no puede asimilarse a ningún otro. Procede del balanceo entre un final trágico y una eternidad transfigurada. [...] Abre la imagen a la dimensión del mito.⁵⁵

Aunque estas palabras se aplican a cualquier fotografía *floue*, definen con pertinencia nuestra fotografía de fusilamiento. Aquí, ya no hay analogía entre la continuidad del flujo temporal y la de la vida de los personajes. El *antes* y el *después* están ahora en completa disyunción; la ruptura formal que produce el paso de un ser vivo a un cuerpo inanimado se opone a nuestra percepción del fluir del tiempo, asociado a la continuidad vital. Según Georg Simmel (1988: 169), un ser vivo posee una forma determinada desde dentro, mientras que la forma del cuerpo inanimado está determinada desde fuera. La respuesta dada por la iconografía cristiana para minorar una transformación tan radical del sujeto, fue la invención de una nueva vida –eterna, esta vez, a fin de evitar las molestias de otra ruptura. Las muertes violentas fotografiadas por los fotorreporteros del siglo XX (entre los cuales Casasola hace papel de pionero) ya no poseen aquella trascendencia: el instante de la muerte se graba intrínsecamente, sin posibilidad de prolepsis. Y la única anacronía que el espectador tiende a proyectar sobre el acontecimiento será retrospectiva, según la tópica evocación de los momentos importantes de la vida, a la hora de morir. Si buscamos una imagen nítida en la fotografía de Casasola, si queremos volver al icono casi sin contaminación indiciaria, hay que orientarse hacia atrás, rebobinar un instante la película de la vida para encontrar la última pose, justo antes del doble tiro, del doble juego síncrono en los disparadores. Porque luego el fundido en blanco del final del espectáculo ya borra los iconos.

55. «Dans la mesure où la photographie ne possède pas d'indice de temporalité, le flou est autant le signe d'un devenir que celui d'un effacement. L'instant de la photographie floue n'est en cela identifiable à aucun autre. Il est celui du vacillement entre une finitude tragique et une éternité transfigurée. [...] Elle ouvre l'image à la dimension du mythe.»

Nunca podremos cruzar la mirada del hombre del primer término –el que parece dirigirse hacia nosotros. «El que fija la escena no puede intervenir», había escrito Sontag. Como debía de serlo el fotógrafo mexicano cuando apretaron el gatillo, el observador que soy yo también está petrificado por la imagen-Gorgona, mientras busco en vano la mirada ausente del condenado. Pero sabemos que si le encontráramos los ojos, ellos ya no nos podrían ver. En el siglo XIX, los fotógrafos especializados en el retrato *post mortem* tenían una técnica para volver a colocar (con la ayuda de una cucharita) las pupilas del muerto en la posición del que mira a la cámara. Pero los ojos de un muerto enfocan al infinito; y si nos vieran, sólo obtendrían (como nosotros en este *memento mori* fotográfico) la imagen empañada de los que están al otro lado. «La imagen *floue* atestigua del carácter efímero de la percepción; en cuanto percibimos el objeto, ya se ha perdido para siempre»⁵⁶, escribe Serge Tisseron (1999: 76). ¿No será lo que nos propone esa fotografía: la mirada perdida –desenfocada– de los muertos?



Archivo Casasola, *Fusilamiento de falsificadores de billetes*, México, 1915 (Fototeca INAH, Pachuca, México)

56. «L'image floue témoigne du caractère éphémère de la perception: l'objet sitôt aperçu est déjà irrémédiablement perdu».

BIBLIOGRAFÍA

- BAKHTINE, Mikhaïl (1978): *Esthétique et théorie du roman*, París, Gallimard, (edición de bolsillo: colección Tel, 1987).
- BARTHES, Roland (1980): *La chambre claire, Note sur la photographie*, París, Cahiers du Cinéma/Gallimard/Seuil.
- CASASOLA, Gustavo (1964): *Historia gráfica de la Revolución mexicana 1900-1960* (10 tomos), México, Editorial Gustavo Casasola.
- CRUZ-RAMÍREZ, Alfredo (1992): *Agustín V. Casasola*, París, Centre National de la Photographie, colección «Foto Poche» n° 52.
- DUBOIS, Philippe (1990): *L'acte photographique*, París, Nathan.
- FONTCUBERTA, Joan (1990): *Fotografía: conceptos y procedimientos, Una propuesta metodológica*, Barcelona, Editorial Gustavo Gili.
- (1997): *El beso de Judas, Fotografía y verdad*, Barcelona, Editorial Gustavo Gili.
- ORTIZ MONASTERIO, Pablo (2002): *Mirada y memoria, Archivo fotográfico Casasola, México: 1900-1940*, Madrid, INAH/Turner.
- PEIRCE, Charles S. (1978): *Écrits sur le signe* (traducción francesa: Gérard DELEDALLE), París, Le Seuil.
- SCHAEFFER, Jean-Marie (1987): *L'image précaire, Du dispositif photographique*, París, Le Seuil.
- SIMMEL, Georg (1988): *La tragédie de la culture et autres essais*, París, Editions Rivages.
- SONTAG, Susan (1979): *On photography (1973-1977)* (traducción francesa: *La photographie*, París, Le Seuil).
- (2003): *Regarding the Pain of Others*, 2002 (traducción francesa *Devant la douleur des autres*, París, Christian Bourgois Éditeur).
- TERRASA, Jacques (1999): «Le voyage espagnol de Cartier-Bresson: une leçon de photographie», *Le voyage dans le monde ibérique et ibéro-américain, Actes du XXIXe Congrès de la SHF*, Publications de l'Université de Saint-Etienne.
- (2000): «Photographie et chronotope: L'exécution de Francisco San Román, México, 1918, vue par Agustín Casasola», *Sociocriticism*, vol. XV, 1, 1er semestre, Éditions du CERS, Montpellier.

TISSERON, Serge (1999): *Le mystère de la chambre claire, Photographie et inconscient, Paris, Les Belles Lettres, 1996* (edición de bolsillo: Flammarion, collection «Champs»).

VANLIER, Henri (1983): *Philosophie de la photographie, Paris, Les Cahiers de la Photographie, Hors série.*

LA COLECCIÓN DE NEGATIVOS FOTOGRAFICOS DE ANTONIO GARCÍA DEL ARCHIVO DE LA DIPUTACIÓN PROVINCIAL DE VALENCIA

CONCHA BAEZA LORO

INTRODUCCIÓN

De García (1841–1918),⁵⁷ recordado por historiadores y críticos como uno de los fotógrafos más prestigiosos de su época (López Mondéjar, 1999; Fontanella, 1981; Aleixandre, 1986) y de los más interesantes de la historia de esta disciplina en Valencia (Huguet),⁵⁸ nos ha llegado hasta hoy un elevado número de positivos fotográficos. No es de extrañar, ya que su actividad se prolongó durante cincuenta años dentro y fuera del estudio y abarcó desde el retrato de toda la escala social al reportaje institucional e industrial pasando por la realización de postales y las colaboraciones periodísticas. Sus negativos, sin embargo, se dieron por perdidos hace años tras la liquidación, en los sesenta, del negocio fotográfico que él pusiera en pie. Ni doña Enriqueta Moscardó, nieta del fotógrafo, ni doña Isabel Orellana, nuera de Boldún, el sucesor de García,

57. Aunque la fecha de nacimiento de García que se indica habitualmente en las historias de la fotografía es la de 1835, ofrezco aquí la de 1841, documentada por el investigador José Ramón Cáncer (tesis doctoral en preparación), al que agradezco la información. También es la fecha referenciada por Sanz de Bremond y Frígola (1993: 162-164). El dato es asimismo corroborado indirectamente por los datos que aparecen en la matrícula formalizada por García en la entonces Escuela Profesional de Bellas Artes de Valencia (Archivo de la Real Academia de San Carlos, 45/2/18/B-28).

58. Este historiador es el más generoso de todos con García, pues afirma que se trata del mejor fotógrafo valenciano del siglo pasado o incluso de todos los tiempos. (Huguet Chanzá, 1990: 90; 1992: 36).

han sabido dar cuenta exacta, en sucesivas entrevistas,⁵⁹ de qué pudo suceder con aquella gran cantidad de clichés. Por su parte, José Aleixandre (1986: 321) afirma, aunque no cita fuentes, que «su archivo fue vendido a peso en el Mercado Central para la fabricación de farolas de alumbrado».

Fuera cual fuera el destino del archivo, el hecho es que las 104 placas de cristal que se conservan actualmente en el Archivo de la Diputación de Valencia son los primeros negativos fotográficos que conocemos de su larga labor profesional y que en ellos no sólo podemos encontrar algunas nuevas e interesantes imágenes tomadas por García, sino que dejan entrever datos de gran interés sobre su modo de trabajo.

IDENTIFICACIÓN DEL CONJUNTO

Lugar

Este conjunto es propiedad del Archivo General y Fotográfico de la Diputación Provincial de Valencia,⁶⁰ registrado con números correlativos de 07.322 a 07.405. Comprende, por tanto, 104 fotografías, como queda arriba indicado.

Fondo

El grupo pertenece al Fondo Boldún. El nombre se debe a que fue adquirido por la corporación provincial con un conjunto más numeroso de fotografías originales del sucesor de García.

59. La entrevista con doña Enriqueta Moscardó se produjo el 23/06/98. Ella misma nos puso en contacto con doña Isabel Orellana con la que tuvimos ocasión de charlar en repetidas ocasiones.

60. Quiero agradecer a doña Amparo García, directora del Archivo, la colaboración prestada.

Datación

Las imágenes fueron tomadas, aproximadamente, entre 1880 y 1915 según datación de los propios técnicos del archivo.

CONTEXTO Y CIRCUNSTANCIAS DE SU LOCALIZACIÓN

Cuando en los años sesenta el fotógrafo Fernando Pascual –hijo de Salvador Pascual Boldún, sucesor de García– se encontró enfermo, él y su familia decidieron liquidar el negocio que llevaba tantas décadas funcionando. Sin embargo, conservaron en su domicilio varias cajas de negativos, salvándolas así de la destrucción o de la venta. En estas cajas se acumularon algunas imágenes familiares, muchas fotografías de cuadros, distintos retratos de hombres ilustres y una generosa cantidad de toreros. Una amalgama curiosa, aunque hay que considerar que el único criterio de esta selección es el valor que la familia Pascual otorgó a estas imágenes, en unos casos exclusivamente sentimental y en otros vagamente comercial.

La colección, que permaneció durante años en casa de los herederos de Boldún donde cuidaron de la integridad de los cristales pero no observaron que se encontraba expuesta a temperaturas ciertamente extremas, fue descubierta y analizada en primera instancia por Josep Vicent Rodríguez y por mí en el verano de 1998 y, a instancias nuestras, las fotografías fueron adquiridas por el archivo de la corporación provincial valenciana a finales de 2000. En 2001, una selección de los retratos taurinos realizados por Boldún se presentaban al público en una exposición con reprints realizados a partir de dichos negativos.⁶¹

Pero en este conjunto se encontraban mezcladas con fotografías de Boldún otras de su predecesor. Es cierto que la ausencia de documentación administrativa relativa al estudio dificultaba en ocasiones la deli-

61. La exposición, que llevó por título *Toreros en la galería* se prolongó del 7 de junio al 16 de septiembre de 2001.

mitación clara de los límites entre un autor y otro. Y para complicar más aún las atribuciones sabemos con certeza que, en los años iniciales de su trayectoria, Boldún siguió utilizando el nombre de su predecesor y que incluso echaba mano de los antiguos cartonajes ya impresos. A pesar de ello, estudiados los temas y datadas las imágenes, establecimos cuales eran obra del viejo maestro de la luz: de García eran los retratos de Joaquín Sorolla y Mariano Benlliure, las fotografías en las que posaron caballeros de levitón decimonónico y las reproducciones de cuadros, ya fueran de su yerno (Sorolla), de Cotanda, Domingo y otros autores. Son las que ahora nos ocupan.

CONTENIDO Y ESTRUCTURA

Características técnicas

El conjunto de obras de García está formado, como ya se ha dicho, por 104 negativos de gelatino bromuro sobre cristal.⁶² De estos, el grupo más numeroso está formado por cristales de 13x18 cm (46 fotografías), aunque también son abundantes los grandes formatos de 18x24 (23 unidades) e incluso los de 24x30 (16 cristales más). El resto son de las siguientes medidas: 9x10 (2), 9x13 (4), 10x14 (1), 10x15 (5), 12x18 (1), 13x17 (1) y 20x26 (5).

El estado de conservación de estas placas de García es óptimo (no sucede lo mismo con todo el material de Boldún). El paso del tiempo ha dejado sus huellas en alguna esquina rota (negativos 07.370, 07.385) y un cristal quebrado (07.389), además de algunos arañazos en la emulsión pero, en la mayor parte de los casos, los positivos que pueden ser consultados en las instalaciones del Archivo ofrecen unas imágenes de una buena calidad media.

62. El dato ha sido facilitado por Josep Vicent Rodríguez.

Temas de las fotografías

Los motivos que aparecen en estos negativos se reparten entre retratos y reproducciones fotográficas.

Retratos

Retratos de Joaquín Sorolla

Hasta 21 de los negativos del Archivo Provincial de Valencia son retratos en los que el pintor posó para García. El primero de ellos, un busto de perfil fechado hacia 1885, se realizó cuando Sorolla colaboraba en el estudio de García y aún faltaban tres años para que ambos se convirtieran en suegro y yerno respectivamente; las fotos más tardías de este grupo son una serie formada por dos retratos de hacia 1915, fecha en la que Sorolla se encontraba en lo más alto de su fama y García, enfermo de diabetes y sin sucesor profesional entre los miembros de su familia, a punto de traspasar su negocio.

El resto de las imágenes se distribuyen así: 8 fotografías realizadas hacia 1890, 5 más de en torno a 1900 y 5 últimas de una fecha que giraría en torno al año 1910.

Retratos del entorno familiar Sorolla–García

En este grupo encontramos tres fotografías. La primera de ellas es una imagen de las dos nietas que Sorolla le dio a García: María y Elena, fotografiadas por su abuelo siendo niñas, hacia 1895. Las otras dos son retratos del propio Antonio García, en uno de ellos a solas y en otro junto a su esposa, Clotilde del Castillo.

Otros retratos

Un negativo de Elisa Boldún, la madre del sucesor de García, fue una imagen a salvar de la destrucción o la venta del archivo. La mujer que dio nombre al negocio durante dos generaciones, que fue una de las grandes damas del teatro en la segunda mitad del siglo XIX, maestra en las tablas de María Guerrero y musa de Echegaray, posó para García hacia 1880.

Un ilustre valenciano, Mariano Benlliure, protagoniza dos retratos más, realizados en torno a 1900. Uno de ellos es un plano medio en el que aparece de pie; en el otro se encuentra sentado, luciendo elegantemente bastón, sombrero y alfiler en la corbata.

También fueron salvados dos retratos de personajes sin identificar: un hombre solo en un caso y un hombre con niño en el otro.

Reproducciones

Los cuadros de Sorolla

Este grupo es el más numeroso de negativos: 65 imágenes destinadas a dejar constancia del trabajo de Joaquín Sorolla desde la época en la que empieza a cosechar sus primeros premios en Valencia (*Niña italiana* de 1883) hasta el año de su despegue internacional definitivo, 1908. Sólo algunos de los cuadros han sido identificados por los técnicos del Archivo Provincial de Valencia, pero tanto ellos como el resto del material se convertirá, muy probablemente, en documentación de interés para los estudiosos de la obra del artista. Las pinturas identificadas son las siguientes: *Modelo en el estudio*, *Academia del Natural*, *El niño de la bola*, *El beso de la reliquia*, *La mejor cuna*, *Pescadores valencianos*, *Jugando en el agua*, *La playa de Valencia por la mañana*, *El baño*, *Y aún dicen que el pescado es caro*, *Elaboración de la pasa en Jávea*, *Niña italiana*, *El dos de mayo*, *El padre Jofré defendiendo a un loco*, *Después del baño*, *Corriendo por la playa*, *Al baño*, *La vuelta de la pesca*, *Cosiendo*

la vela, Comida en la barca, Idilio en el mar, Mesalina en las manos del gladiador, Bacante en reposo, Campesina italiana en la pradera, Familia segoviana, Grupa valenciana, Aureliano de Beruete, Autorretrato, Retrato de Clotilde y María enferma en El Pardo.

El resto de los títulos, propuestos por los archiveros pero sólo a modo de identificación,⁶³ representan temas típicamente sorollescos: *Conversación en la reja de la clausura, Marina, Mujer con niño en la playa, Veleros en la playa, Pareja arreglando la red, Bueyes tirando de una barca, El baño del niño, Pompas de jabón, Sacerdote en un huerto, Veleros, Niña en un jardín, Mujeres tocando la guitarra, Busto de mujer, Teodoro Llorente, Clotilde con sombrilla, Duquesa del Infantado y Mujer con teja y mantilla.*

De algunos de los cuadros citados se cuenta con dos y hasta tres tomas.

Otros cuadros

Con respecto al resto de los cuadros reproducidos en los cristales de García, encontramos obras de Emilio Sala (*Campesina*), Vicente Nicolau Cotanda (*Alquería valenciana*), Joaquín Agrasot (*Muerte del Marqués del Duero*), José Brel (*Pastor con rebaño*) y Francisco Domingo (*Bacanal*) además de una Alegoría de pintor desconocido.

Otras reproducciones

Aparecen en este grupo los siguientes clichés:

Reproducción (2 tomas diferentes) de un retrato fotográfico de Joaquín Sorolla Gascón, padre del pintor, fallecido durante la infancia de éste.

Reproducción de un retrato de Sorolla enviado desde Nueva York en 1909 (donde había viajado con motivo de su gran exposición) y dedicado a Elena, la pequeña de sus hijas.

63. Se registran en cursiva los títulos cuando los cuadros han sido identificados. En caso contrario, aparecen sin marca tipográfica. En este sentido seguimos el criterio de Boadas, Casellas y Suquet (2001: 209).

Además de estos recuerdos familiares, se encuentra la reproducción de un trabajo de imaginería religiosa (el Sagrado Corazón de Jesús), obra del escultor M. Quilis.

APORTACIONES DEL CONJUNTO

Aunque el corpus que ahora nos ocupa no es muy amplio, la sola datación de estos negativos y su estado de conservación les confiere ya un cierto interés. Sus aportaciones, sin embargo, van mucho más allá, invitando a realizar un análisis en distintas direcciones: una documental, otra tecnológica y una más sociológica. Una vertiente documental en cuanto conjunto iconográfico e informativo sobre Sorolla; otra tecnológica que nos ayuda a comprender las fórmulas de trabajo del gran retratista decimonónico y un aspecto sociológico para comprender la importancia, en la segunda mitad del siglo XIX, de la reproducción fotográfica de las obras de arte.

Ampliación de la iconografía de Sorolla

Ésta es, en primera instancia, la aportación más representativa de esta colección de negativos.

La estrecha relación entre el pintor y el fotógrafo que fue primero su patrón, más tarde su yerno y siempre su mentor, dio origen a una larga serie de retratos fotográficos del artista. De hecho, en este corpus tenemos la oportunidad de descubrir cómo García contribuye a elaborar la imagen pública del pintor. El retrato más temprano (07.326), realizado hacia 1885, nos presenta en plano medio y de perfil al joven Sorolla a punto de iniciar su aventura como becario en Roma.

Más interés tienen las fotografías que García toma alrededor de 1900, cuando ya han contraído matrimonio su hija Clotilde y el pintor recién regresado de Italia. Aquí podemos verlo en un par de retratos relativamente convencionales en los que Sorolla presenta un aspecto formal

(07.330 y 07.331), pero también aparecen sus imágenes como artista. Una serie ya conocida (se conservan positivos de la misma en el archivo de su Casa-Museo en Madrid) presenta al pintor de cuerpo entero en medio de un escenario casi vacío. En las cuatro imágenes (07.333 a 07.336), Sorolla posa con un gesto corporal relajado, la paleta y los pinceles en la mano, la cabeza gacha y la mirada oculta, concentrada en la mezcla de colores, ajeno por completo a la presencia del fotógrafo; en definitiva, la imagen misma de la naturalidad... si no fuera porque se trata de cuatro tomas perfectamente estudiadas: retrato frontal, perfil derecho, perfil izquierdo y retrato de espaldas.

De estas fechas aproximadas es también una serie del pintor sentado ante una taza de café y licores de la que nos ocuparemos más tarde y un retrato de Sorolla con la blusa de pintor (07.337) en la que García comienza a explotar la imagen de un artista tocado por el genio a la manera romántica que es, al mismo tiempo, un trabajador infatigable y obsesionado por captar sus impresiones del natural. La fotografía lo presenta con el pelo revuelto, la actitud expectante, a punto de saltar de la silla, y la mirada fija, concentrada en el objetivo. La iluminación de este retrato, lateral, dibuja de forma academicista el blusón del artista pero incide, especialmente, en las arrugas que comienzan a hacerse visibles en su rostro. Este aspecto que ahora se insinúa lo va a profundizar García en retratos de fechas posteriores utilizando iluminaciones cada vez más duras. Así, en las fotografías 07.342 a 07.344, (tres variantes de un mismo retrato de hacia 1910) llegamos a ver un gesto casi agresivo mientras que en la serie 07.345 y 07.346 García coloca a su modelo bajo una luz cenital haciendo más profundas sus arrugas y, lo que es más extraordinario, dejando sus ojos en sombra, de modo que esa mirada oculta, que el espectador sabe que está recibiendo, se convierte en un inquietante escrutinio.

Un estudio sobre la naturalidad en el retrato

El hecho de contar con series de retratos permite comprender con bastante detalle hasta qué punto García elaboraba sus retratos; retratos, por otra parte muy alabados en su época por conseguir una gran naturalidad en el gesto de los modelos. Un ejemplo del que ya hemos hablado es la serie de retratos de Sorolla mezclando colores en la paleta. Pues bien, contamos con otra serie (clichés 07.347 a 07.349) en la que resulta muy interesante estudiar este proceso.

Las tomas están realizadas en un jardín o un patio sombreado por algún tipo de vegetación⁶⁴ y el pintor, pipa en mano, parece disfrutar de una sobremesa. En uno de los dos clichés, que se puede considerar como una fotografía fallida, el 07.348, la luz que se cuelga por la enramada incide sobre la mitad izquierda del rostro del protagonista, pero inunda su chaqueta blanca y quema la zona anterior de la imagen, en la que sólo se encuentra el espacio de un mantel blanco vacío mientras que el propio Sorolla no presenta su habitual mirada contundente, sino un gesto desconcertado. En la zona intermedia de la imagen se amontonan distintos elementos propios del momento, todos ellos desenfocados: tres botellas, una taza, una copa y la servilleta arrugada.

En el cliché siguiente (07.349), el modelo aparece más concentrado en su tarea de posar y ha desaparecido una botella (por cierto, la que tenía un vulgar tapón de gaseosa), pero el color de la chaqueta de Sorolla sigue siendo excesivamente claro para poder controlar el conjunto.

La luz del entorno es dominada finalmente por el fotógrafo en el cliché 07.347. En primer término, antes vacío, aparecen desenfocadas tres tazas de café y una copa, las que podrían pertenecer al espectador; más allá, el blanco del mantel se salpica con un periódico, el azucarero, una única botella de licor, así como la taza y la copa del pintor, ahora

64. Se trata del mismo escenario que aparece en otras fotografías familiares. Florencio Santa Ana sugiere que puede tratarse de la casa de los Sorolla en Jávea, opinión no compartida con don Víctor Lorente, nieto del pintor, que supone que se trata de la finca valenciana conocida familiarmente como «El campet».

todo a foco. Y ha aparecido parcialmente por el margen izquierdo, como si hubiera estado allí durante toda la comida, una jarra con flores. La fotografía es dominada por la imagen el artista que, ahora con una chaqueta oscura, es iluminado por el rayo de sol que provoca violentos golpes de luz sobre su pelo y su frente, el bigote, la nariz, la solapa y la manga. Parece imposible encontrar un recurso estilístico más sorollesco para un retrato de Joaquín Sorolla. Y lo más interesante es que en conjunto, esta fotografía, tan estudiada en su composición, iluminación y detalles, provoca en el espectador la sensación de presenciar una porción de auténtica realidad, un fragmento de vida cotidiana congelado.

Archivo y difusión de obras de arte

Aunque se trate, probablemente, de la vertiente menos vistosa de la herencia profesional de García, la reproducción de obras de arte fue una tarea que no parece que él olvidara en ningún momento. De hecho, en su información comercial se pueden leer mensajes ofreciendo este tipo de servicios.

En las traseras que utiliza en las décadas de los 80 y 90, entre otros muchos mensajes aparece el de «reproducciones y ampliaciones sin competencia»⁶⁵ y el dato se hace más explícito en su papelería, de modo que en un recibo expedido a la Sociedad Económica en 1884 se lee en la zona impresa: «reproducciones de fotografías, planos, cuadros».⁶⁶ También promociona este tipo de servicios cuando inserta publicidad en distintas ediciones del *Almanaque* del diario *Las Provincias*,⁶⁷ aunque éste sea su último gancho comercial. En las ediciones para 1881, 1882

65. Aunque este modelo de traseras se cuentan por decenas, podemos citar, por ejemplo, las fotografías F07/071, F08/003, F08/094 o F22/014 de los fondos fotográficos de la Biblioteca Valenciana.

66. Archivo de la Real Sociedad Económica de Amigos del País. Valencia. Caja 226– XX, nº 12.

67. Almanaque para el año..., Valencia, *Las Provincias*, ediciones de 1881, 1882, 1883 y 1884.

y 1883 aparece el siguiente texto: «Vistas, cuadros, planos, esculturas y cuanto trabajo se comprenda en este arte» y en la de 1884, «reproducciones de cuadros, obras de arte, planos, vistas, etcétera, etc.».

Esta tarea de reproducción es una de las que se le encomendó a la fotografía en sus inicios. Uno de los primeros ensayos escritos sobre ella, el de Jules Janin, lo profetizaba ya en 1839 anunciando que el invento «está destinado a popularizar entre nosotros y a poca costa las obras más bellas de las artes, y de las cuales no tenemos sino infieles y costosas copias» (Riego, 2000: 69-70). Tres décadas después, en Valencia, Manuel Candela (1870: 128), insiste en esta tarea auxiliar (que añade a otra larga lista, sobre todo en el terreno de las ciencias) en detrimento de los grabados que «bien puede decirse que perdieron su importancia al aparecer la fotografía».

Pero el caso que nos ocupa no es exactamente el mismo, a pesar de encontrarnos ante fotografías de cuadros, porque aunque en algunas ocasiones se impone la tarea de divulgar o democratizar lo que es aceptado como gran obra, muchas otras veces el objetivo es dejar constancia en el archivo propio de una pieza vendida y «promocionar» (valga la expresión contemporánea) una producción artística en marcha. Veamos dos ejemplos.

En el Archivo Provincial de Valencia contamos con varias fotografías de obras que corresponden a la época de pensionado de Sorolla en Roma, concretamente a su primer envío oficial, que el pintor realizó a través del que había sido su patrón. Ello significa que García no sólo se ocupó de remitir las piezas a la Corporación Provincial e incluso de completar el envío «con un estudio de tres cabezas que Sorolla le había regalado», como indica la estudiosa Carmen Gracia (1987: 442), sino que tomó la precaución de guardar en su archivo una copia fotográfica de los trabajos entregados.

Otro cliché que encontramos en este conjunto corresponde a una reproducción del cuadro *El dos de mayo*. Pues bien, volvemos a ver esta fotografía en el Archivo del Palacio Real,⁶⁸ ahora convertida en un positivo,

68. Archivo del Palacio Real. (10190480).

con cartonaje de García y con la siguiente dedicatoria: «A su majestad el Rey don Alfonso XII, protector entusiasta de las Bellas Artes. J. Sorolla» (rubricado).

Recordemos que, a lo largo de la segunda mitad del siglo XIX, los pintores valencianos tenían pocas oportunidades de mostrar su obra, teniendo que conformarse con exposiciones colectivas (anuales en el mejor de los casos), o con llevar sus piezas a los escaparates de los locales comerciales de la ciudad. De ahí que estas reproducciones fueran tan importantes para ellos. Una muestra de estos mecanismos la encontramos en pleno sexenio revolucionario. Roig Condomina (1994: 352) relata que el cuadro de Francisco Domingo *Último día de Sagunto* tuvo que ser expuesto en solitario, a petición de toda la prensa local, para que pudiera ser examinado al natural. El óleo, que había sido entregado a la Diputación a finales de 1869, estaba ubicado en el salón de sesiones de la institución, pero era conocido «por una fotografía de Antonio García que había estado expuesta en el taller de un dorador de la calle del Mar».

Es en este contexto donde se revela la exacta importancia histórica de estos negativos.



BIBLIOGRAFÍA

- ALEIXANDRE PORCAR, José (1986): «Historia de la fotografía valenciana» en VV. AA (1986): *Historia de la fotografía española, 1839–1986. Actas del I Congreso de Historia de la Fotografía Española*, Sevilla.
- BOADAS, CASELLAS y SUQUET (2001): *Manual para la gestión de fondos y colecciones fotográficas*, Girona, CCG ediciones.
- CANDELA, Manuel (1870): «La fotografía», *Boletín-Revista del Ateneo de Valencia*, 4, 20 de julio.
- FONTANELLA, Lee (1981): *La historia de la fotografía en España desde sus orígenes hasta 1900*, Madrid, El Viso.
- GRACIA, Carmen (1987): *Las pensiones de pintura de la Diputación de Valencia*, Valencia, Edicions Alfons el Magnànim.
- HUGUET CHANZÁ, José (1990): «El progreso de la fotografía», en VV. AA.: *Historia de la fotografía valenciana*, Valencia, Levante-EMV.
- HUGUET CHANZÁ, José (1992): «Origen, evolución y desarrollo de la fotografía valenciana», *Memoria de la luz. Fotografía en la Comunidad Valenciana 1839-1939*, Valencia, Generalitat Valenciana, (Catálogo de la exposición del mismo nombre).
- LÓPEZ MONDÉJAR, Publio (1999): *150 años de fotografía en España*. Barcelona, Lunwerg Editores.
- RIEGO, Bernardo (2000): *La introducción de la fotografía en España*, Girona, CCG ediciones.
- ROIG CONDOMINA, Vicente (1994): *Las exposiciones de BBAA en la Valencia del siglo XIX*, Valencia, (tesis doctoral inédita).
- SANZ DE BREMOND Y FRÍGOLA, Manuel (1993): «Antonio García Peris, fotógrafo y pintor», Archivo de Arte Valenciano, Valencia.

Almanaque para el año..., Valencia, *Las Provincias*, ediciones de 1881, 1882, 1883 y 1884.

PEQUEÑA HISTORIA SOBRE UNA FOTOGRAFÍA: *EL MILICIANO MUERTO*, POR ROBERT CAPA

HUGO DOMÉNECH FABREGAT

Universitat Jaume I, Castellón

INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN DEL TEMA

Robert Capa nunca existió. El fotógrafo húngaro es un mito, una leyenda genialmente construida, que germina con una fotografía tomada el día 5 de septiembre de 1936 en Cerro Muriano (Córdoba) durante la Guerra Civil española: *Muerte de un miliciano* (figura 4). Esta instantánea representa, entre otros aspectos, la primera fotografía de una «supuesta» muerte en directo dentro de la historia del fotoperiodismo.

Aunque pueda parecer una provocación, el personaje Robert Capa fue inventado por él y por Gerda Taro, para aumentar el precio de venta de las fotos de un húngaro exiliado en París, Ęnro Friedmann. Ésta es una de las certidumbres que vislumbramos al acercarnos a su biografía y el rasgo principal que determinaría su obra.

Desde que la foto en la que se veía a un soldado caer por el impacto de una «supuesta» bala, se publicara por primera vez en la revista ilustrada francesa *Vu*, el 23 de septiembre de 1936, transcurrió poco tiempo para que ésta deviniera en el símbolo de la Guerra Civil española y del sufrimiento en cualquier guerra. Quizás por éstas, y otras muchas razones, los análisis que sobre esta fotografía –pocos, dispersos y sucintos– se han escrito no parecen suficientes para alcanzar a deconstruir y conocer de una forma rigurosa y científica la instantánea.

Aunque los fotógrafos coetáneos a Capa ya le consideraban en su día como el mejor fotógrafo de guerra de todos los tiempos, sigue existiendo un «ligero desenfoque» en cuestiones prioritarias sobre la fotografía

del miliciano muerto. Puesta en escena o no, una fotografía genial. ¿Existe prueba negativa o copias originales? ¿Dónde podemos encontrar las fotografías tomadas por él aquel día de septiembre en Cerro Muriano?

Sin arriesgar en la comparación, podemos afirmar que el *Guernica* de Picasso es a la pintura lo que el miliciano muerto de Robert Capa a la fotografía. Son obras hermanas, coincidentes en la época y en otros muchos aspectos. Las dos creaciones conforman los iconos más simbólicos y reproducidos de la Guerra Civil española fuera y dentro de nuestras fronteras; pero inexplicablemente ambas representaciones se alejan del todo al todo en cuanto a un estudio riguroso y fundamentado se refiere. Evidentemente, la pintura supera sin discusión a la fotografía en este apartado.

Ante el lacerante vacío teórico que ofrece el estudio de la fotografía como disciplina informativa en prensa y publicaciones, consideramos que la imagen fija merece mayores esfuerzos y horas de investigación sobre su valor comunicativo y su influencia en la construcción diaria de realidad.

El trabajo fotográfico de Robert Capa ha dejado huella en el foteoperiodismo moderno y en la comunicación con imágenes que hoy disfrutamos. En el presente análisis pretendemos contextualizar las certidumbres sobre su obra encontradas en la bibliografía y plantear un estado de la cuestión válido que nos sirva como punto de partida para una posterior monografía de investigación sobre la fotografía *El miliciano muerto*. Para ello, ensayamos en la presente comunicación una visión compiladora de la obra «capaiana» y de su fotografía más universal, al tiempo que mostramos conclusiones justificadas sobre su fotografía intentando construir así –parafraseando el título de la obra de Walter Benjamin (1973)– una «pequeña historia de la fotografía»: *El miliciano muerto*.

CONTEXTO Y ANTECEDENTES HISTÓRICOS

Nos situamos en los inicios de la Guerra Civil española. Las tropas insurgentes dominaban la ciudad de Córdoba. Entre el 5 y 6 septiembre se desarrolló el *Combate de Cerro Muriano* (Moreno, 1986: 411) –a esca-

sos 10 kilómetros de la ciudad— en la que los republicanos defendían su posición contra los ataques de la Columna Varela. Los milicianos de Alcoy, situados en la loma de las Malagueñas, intervinieron de lleno en la lucha. Taino, el «presunto» miliciano muerto protagonista de la fotografía de Capa, fue abatido, según los historiadores, mientras defendía una batería de artillería. Los milicianos mantuvieron sus posiciones ese fin de semana.

Capa llegó un mes antes a Barcelona junto a otros corresponsales. Viajó por diferentes zonas de España en un coche de prensa oficial republicana hasta llegar a Toledo. Desde allí se desplazó hasta la población de Cerro Muriano para fotografiar una «presunta» ofensiva prevista por el bando republicano sobre la ciudad de Córdoba. Nunca llegó a producirse.

Recorrer cronológicamente las fotografías de Robert Capa supone viajar desde los inicios de la Guerra Civil hasta los estertores de la contienda. De los fotoperiodistas que llegaron a España para cubrir el conflicto es Capa, sin duda, el que presenta la obra más homogénea y rica. En su trabajo fotográfico sobre el conflicto demuestra con suficiencia cierta habilidad para estar en el lugar adecuado y en el momento preciso. Curiosamente, captó escenas emblemáticas para este conflicto sin estar presente en acontecimientos cumbre de la Guerra, como fue el bombardeo de Guernica.

CONTEXTO FOTOPERIODÍSTICO Y TÉCNICO

Cuando Capa llega a España el 5 de agosto de 1936 lleva consigo una cámara Leica de 35 mm y una Rolleiflex que daba vistas en un formato 6 x 6, aunque esta última fue utilizada principalmente por su novia Gerda Taro, también fotógrafa. El día de su partida hacia España consiguió comprar una Leica a plazos. Para realizar el último pago tuvo que hacer fotos desde París para el diario pro-nazi *Berliner Illustrierte Zeitung*.

Cuando la fotografía *El miliciano muerto* se publicó por primera vez, en la revista francesa *Vu*, los lectores quedaron impactados. Nunca habían visto nada parecido hasta entonces. Las anteriores fotos de guerra habían

sido necesariamente estáticas –de placas sobre trípode– y tomadas a distancia de la acción.

En la Primera Guerra Mundial, no tan lejana en la época, la cámara habitual era la Graflex mediana, con un fuelle y placas de cuatro a cinco pulgadas. Además de resultar muy llamativa, impedía prácticamente obtener fotos espontáneas, era muy pesada y dificultaba el margen de maniobra del fotógrafo en situaciones de peligro. Por el contrario, la Leica de 35 mm que utilizó Capa era discreta y le permitía la máxima movilidad (VV. AA., 1999: 32).

La aparición del primer modelo de la cámara Leica en 1925 –desarrollada por los ingenieros alemanes de la casa Leitz– y de paso universal, instaló a la fotografía frente a una nueva dimensión en la que evolucionar y desarrollarse. Esta cámara ligera y manejable pronto aparcó los antiguos aparatos de gran formato. La Leica, al igual que su homóloga Ermanox, estaba equipada con lentes luminosas y cargada con películas más sensibles que permitían fotografiar sin trípode incluso en espacios cerrados.

Después de 1930, las cámaras Leica fueron equipadas con objetivos intercambiables de las marcas Anastigmat, Elmax o Elmar. Éste último es el que llevaba la cámara de Capa en España y el que utilizó para anestesiar la escena *Muerte de un miliciano*.

LOS FOTÓGRAFOS EN LA GUERRA CIVIL ESPAÑOLA

Existe un claro desequilibrio en el estilo, el número y la calidad de fotógrafos dedicados al reportaje para el bando franquista y el republicano, siendo este último más prolífico e interesante fotográficamente. El más destacado en el bando nacional sería Jalón Ángel, especialista en retratar a los militares rebeldes. De los venidos de fuera podría destacarse a Albert-Louis Deschamps. Los fotógrafos nacionales se mantuvieron al margen de nuevos estilos y de cualquier experimentación que las nuevas posibilidades técnicas ofrecían. Estaban centrados en la función testimonial y utilizaban la fotografía como registro.

Muy distinta es la aportación del fotoperiodismo comprometido con la causa republicana. Al socaire de su departamento de propaganda encontramos fotógrafos españoles con un nuevo espíritu enfocado hacia el reportaje –favorecidos por la expansión de las revistas ilustradas– y alejados del estilo pictorialista imperante en épocas anteriores. Aquí encontramos, por ejemplo, a los hermanos Mayo, a Agustín Centelles –el «Capa español»– quien fue el primero en utilizar la revolucionaria Leica en Barcelona. También pertenecen a este grupo otros como Albero, Segovia, Alfonso o Santos Yubero (Sougez, 2003: 10).

Por otra parte, la Guerra Civil concentró a muchos fotógrafos extranjeros que veían en España un escenario apasionante para sacar buenas imágenes. Entre otros fotografiaron Gerda Taro –novia de Robert Capa que murió durante el conflicto– Kati Horna, David Seymour «Chim», Walter Reuter, etc.; y por supuesto, el propio Robert Capa.

UN FOTOGRAFÍA PARA UNA SECUENCIA

La imagen *Muerte de un miliciano* pertenece a una secuencia que muestra otras tomas donde el miliciano en cuestión aparece con un papel protagonista entre un grupo de soldados saltando un barranco, apostados en posición de disparo, etc. Algunas de estas fotografías anteriores o posteriores al momento cumbre congelado por Capa –no podemos hablar de un número concreto pues varía según las fuentes– fueron publicadas junto a la fotografía del miliciano abatido en diferentes revistas ilustradas y periódicos de todo el mundo.

El ejemplo más significativo lo encontramos en la revista francesa *Vu* que publicó la fotografía del miliciano –fue la primera en hacerlo– justo encima de otra en la que vemos un hombre que cae a su vez exactamente en el mismo lugar. Aunque algunos autores han afirmado que las dos fotos retratan al mismo individuo, tras un ligero análisis, no hay duda de que son dos hombres distintos. «Es obvio que Capa estaba muy cerca del suelo y que apuntó con la cámara hacia arriba cuando captó la imagen permaneció en esta posición relativamente segura al menos el tiempo

suficiente como para fotografiar la caída del otro hombre» (VV. AA., 1999: 31).

Hoy en día continúan apareciendo fotos tomadas por Capa ese mismo día y que podrían ayudar a reconstruir una secuencia casi cinematográfica. Aquí presentamos las fotografías en el mismo orden en que las encontramos expuestas en el Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía,⁶⁹ de Madrid. Como ya hemos señalado, hay más posibilidades y más fotos que están apareciendo, pero son obviadas por las fuentes oficiales.

DESCRIPCIÓN DE LA ESCENA

La fotografía *El miliciano muerto* (figura 4) muestra el momento del desplome de un soldado ante el impacto de una «supuesta» bala enemiga. Este instante fugaz queda detenido en el preciso momento en que el miliciano, con los pies sobre el terreno inclinado de una pequeña colina –aparentemente un campo de cereal– y sus largas piernas en escorzo, se desprende de su fusil. Los brazos en cruz –recuerdan las pinturas de la crucifixión de Cristo–, la camisa arremangada y las típicas *espartenyes* de huertano. Su cabeza tocada con el gorro isabelino oficial. La borla de éste fue confundida por estudiosos de la fotografía como una parte del cuero cabelludo desprendido por el impacto de una bala. El protagonista tiene los ojos cerrados y su rostro difuminado ofrece una expresión serena enmarcada sobre un paisaje rural en el que podemos apreciar hasta dos cadenas montañosas.

69. Ver anexo fotográfico (Secuencia. Figuras de 1 a 4).

DATOS TÉCNICOS DE LA TOMA

Como ya apuntamos anteriormente Robert Capa utilizó una cámara Leica de 35 mm en sus reportajes de la Guerra Civil. Estamos casi seguros, al estudiar los modelos y su comercialización, que el fotógrafo contaba con una Leica III (G) –la más avanzada de la época– de objetivos intercambiables. La película más utilizada por los fotoperiodistas de aquella década fue la Kodak Tri-X de sensibilidad 100 ASA.

El miliciano aparece movido en la toma, por lo que podemos corregir que la velocidad de obturación de su cámara no era mayor de 1/60 de segundo. Pudiendo incluso ser en un día tan soleado de 1/30 de segundo.

Al utilizar un objetivo Elmar de 50 mm o 35 mm, no podía estar a más de diez pasos del miliciano para lograr este encuadre del protagonista.

Entendemos, pues, después de situarnos en el lugar de la escena y ensayar con distintos objetivos, que el encuadre resultaba más ajustado a la copia con el objetivo de 50 mm, pero no descartamos la posibilidad de que fuera tomada con un 35 mm.

Debió realizar un ligero barrido o un movimiento de la cámara durante el disparo ya que, aunque el miliciano tiene foco en su pierna izquierda, el suelo aparece movido, pero no desenfocado. Esto es más evidente en la parte derecha de la escena. Esta característica es un rasgo del estilo fotográfico propio de Capa y que podemos reconocer en muchas otras imágenes.

Después del estudio técnico realizado en el lugar de los hechos y del análisis de la copia, concluimos que utilizó un diafragma de apertura media, entre f8 y f16. Por ejemplo, existe una amplia profundidad de campo en la toma. Con un diafragma muy abierto la fotografía hubiera perdido toda su profundidad y cerrándolo en demasía el «efecto borroso» que presenta la escena sería menos notable.

En ocasiones se ha dicho que las fotografías que conforman la secuencia fueron capturadas con una cámara de cine y que a posteriori se seleccionaron estos fotogramas. Esta especulación queda desdibujada al descubrir que Capa no utilizó la cámara de cine Eyemo hasta la primavera de 1937 (Kershaw, 2003: 87).

Al parecer muchos de los negativos de la secuencia no existen, como tampoco hay un negativo o copia original de la verdadera fotografía. A su regreso a Francia Capa explicó que los carretes de ese día no los reveló él, sino que los envió junto a otros muchos a París (Kershaw, 2003: 73).

Sin embargo, Jaume Miravittles, presidente del Comissariat de propaganda de la Generalitat de Catalunya, asegura que los reveló en los laboratorios del Comissariat en Barcelona: «... vino a enseñármela, literalmente fascinado y sorprendido por una escena hasta entonces inédita en la historia de la fotografía». ⁷⁰ Dejemos aquí las dudas y centrémonos en las certidumbres.

EL MILICIANO MUERTO ANTE LOS OJOS DEL MUNDO

Enumeramos aquí las primeras revistas ilustradas que publicaron un reportaje fotográfico en el que se incluía la foto *El miliciano muerto*, con sus fechas correspondientes: *Vu* (páginas 1106-7, 23 septiembre 1936), *Regards* (páginas 6-7 y portada, 24 septiembre 1936), *Life* (páginas 19, 12 de julio 1937) y *Ce Soir* (circa 18 de julio de 1937).

La revista británica *Picture Post* publicó el 3 de diciembre de 1938 un reportaje de la obra de Capa en España incluyendo elogiosos epítetos hacia su trabajo y su persona. «Simplemente las mejores fotos de acción en la primera línea del frente sacadas jamás a Robert Capa le gusta trabajar en España más que en ninguna otra parte del mundo. Es un demócrata apasionado y vive por la fotografía». ⁷¹

70. VV. AA. (1977: 10).

71. En la revista ilustrada londinense *Picture Post*, 3 de diciembre de 1938.

FUENTES MUSEÍSTICAS Y FONDOS FOTOGRÁFICOS

Sería esencial detallar y describir los bancos de imágenes o archivos donde poder acudir para realizar un exhaustivo análisis y tomar conciencia de la obra de Robert Capa en su conjunto. Acudir a las fuentes gráficas existentes sería requisito primordial en el estudio de cualquier obra fotográfica. A continuación enunciamos las principales fuentes y una somera descripción de los fondos fotográficos entre los que se reparte el trabajo de Capa.

El International Center of Photography de Nueva York aglutina el mayor volumen, aproximadamente 70.000 fotografías –entre negativos, contactos y copias– que constituyen el mayor legado de Capa. La institución fue fundada por Cornell Capa. Una selección de 937 imágenes –205 del conflicto español– forman una edición estrictamente limitada de tres series. De éstas, dos ya han sido adjudicadas. La primera fue donada al Tokio Fuji Art Museum, en Japón. Otra edición al International Center of Photography de Nueva York. La tercera se destinará a un museo europeo.

El Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía de Madrid alberga las 205 copias –positivadas en 40 x 50– pertenecientes a la Guerra Civil española y entre las que se incluye *El miliciano muerto*.

En la década de los 80, Carlos Serrano, especialista en la obra de Capa, descubre ocho cuadernos con dos mil quinientos contactos del legendario fotoperiodista, de Gerda Taro y David Seymour «Chim» en los Archivos Nacionales de París (Sougez, 2003: 24).

UN ESTILO FOTOGRÁFICO PROPIO

Capa fotografía principalmente personas de todas las edades, de distinto género y de un nivel socioeconómico bajo. Estos protagonistas representan al pueblo que tanto en ciudades como en el campo muestra, normalmente, vestimentas pobres y sucias. Vemos rostros desesperados y

tristes con ojos asustados. Los personajes representan la realidad vivida por el pueblo español y están tamizados por la visión personal de Capa.

El fotógrafo capta sobre todo el lado humano de la guerra: la esperanza, el desconsuelo, un miliciano que cae, la mirada perdida de una madre con su hija, etc. Otros temas recurrentes en la obra de Capa son la incorporación de las milicianas a la contienda y las Brigadas Internacionales.

La mayoría de sus fotos son rostros en primeros planos o personajes en plano americano. Al fotografiar con el objetivo de 50 mm y también con el angular de 35 mm no podía estar alejado —a menos de diez pasos— de lo que quería fotografiar. El mejor ejemplo es la foto del miliciano abatido. De ahí su célebre aforismo: si la foto no es lo suficientemente buena es porque no te has acercado lo suficiente.

Capa realizó reportajes que podía vender con relativa facilidad. Elaboraba reportajes con una estructura centrípeta. Unas imágenes emblemáticas —muchas de ellas son primeros planos que aún forman parte de nuestro inconsciente colectivo— actuaban como centro del resto de fotografías satélite que las complementaban y enriquecían. De esta forma, vemos como la fotografía de *El miliciano muerto* funciona como columna vertebral de varios reportajes.

Utilizó cierto efecto borroso en sus fotos como recurso expresivo. Es paradójico que uno de los libros de Robert Capa, una biografía inteligentemente ficcionada, llevara como título: *Ligeramente desenfocado* (Serrano, 1987: 27). Con este recurso consiguió aportar un resultado dinámico a sus fotografías a la vez que ganaban en intensidad dramática. La nitidez de la imagen había sido hasta ese momento una obsesión para los fotógrafos de guerra y demás fotoperiodistas.

La fotografía *El miliciano muerto* es un claro ejemplo de este recurso de estilo. Capa presenta un hombre sin rostro, un individuo sin identidad que en su indeterminación simboliza el horror de la guerra en general —al igual que ocurre con el gran cuadro de Goya de *Los Fusilamientos* del 3 de mayo o con el *Guernica* de Picasso— y sin ningún tipo de personalización, sin anécdota. Esto ha permitido que veamos esta foto publicada en diferentes fechas. La figura del miliciano se utilizó, por ejemplo, en diversos conflictos como cartel de propaganda.

APUNTE FINAL Y CONCLUSIONES

Con la guerra de España nace la comunicación visual de los acontecimientos (Colombo, 1997: 146). Con las fotografías del conflicto nace una realidad paralela a la realidad: la comunicación visual de masas. A partir de ese momento el mundo vive y sufre, disfruta, combate y muere en público.

Con Capa comienza la eclosión de «fotógrafo-autor» que firma sus reportajes. Nace la autoría y la responsabilidad individual. Sin embargo, muchos viven camuflados detrás de una agencia fotográfica, aunque continúan existiendo en la actualidad fotoperiodistas con una mirada comprometida, como por ejemplo, Raymond Depardon, James Natchwey o Javier Bauluz –primer Pulitzer español–, por citar tres ejemplos reconocidos.

Por último, con la fotografía *El miliciano muerto*, nace Robert Capa, posiblemente el mejor fotoperiodista de la historia, y muere Ęno Friedmann –también llamado André–, un húngaro emigrante que no conseguía sino sobrevivir mal vendiendo sus fotografías. Además, esta imagen supone el «disparo fotográfico» que marca el inicio del fotoperiodismo moderno, tal y cómo hoy lo conocemos.

BIBLIOGRAFÍA

- BENJAMIN, Walter (1973): «Pequeña historia de la fotografía», en *Discursos interrumpidos I*, Madrid, Taurus.
- BORKENAU, Franz (1997): *El reñidero español*, Barcelona, Península, (1ª edición de 1937).
- BROTHERS, Caroline (1997): *War and Photography. A Cultural History*, Londres, Routledge.
- BROTONS JORDÁ, Mario (1995): *Retazos de una época de inquietudes*, Alcoy.
- COLOMBO, Furió (1997): *Últimas noticias sobre el periodismo*, Barcelona, Anagrama.
- JEUDY, Patrick (2004): *Entre el amor y la guerra*, Documental emitido por Canal+ en mayo.
- JOLY, Martine (2003): *La imagen fija*, Buenos Aires, La marca.
- KERSHAW, Alex (2003): *Sangre y Champán, la vida y la época de Robert Capa*, Barcelona, Debate.
- LEDO, Margarita (1998): *Documentalismo fotográfico*, Cátedra, Madrid.
- MORENO GÓMEZ, Francisco (1986): *La Guerra Civil en Córdoba: 1936-1939*, Madrid, editorial Alpuerto.
- SERRANO, Carlos (1987): *Robert Capa. Cuadernos de guerra en España: 1936-1939*, Valencia, Edicions Alfons el Magnànim.
- SOUGEZ, Marie-Loup (2003): *Abert-Louis Deschamps. Fotógrafo en la Guerra Civil española*, Junta de Castilla y León, Salamanca.
- SOUSA, Jorge Pedro (2003): *Historia crítica del fotoperiodismo occidental*, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- VV. AA. (1977): *Fotografía e información de guerra. España 1936-1939, Bienal de Venecia*, Barcelona, Gustavo Gili.
- VV. AA. (1999): *Caja: cara a cara*, New York, Aperture.
- VV. AA. (1999): *Fotografías de Robert Capa sobre la Guerra Civil española*, Madrid. Centro de Arte Reina Sofía,
- WHELAN, Richard (2003): *Robert Capa. La biografía*, Madrid, Aldeasa.

Otras fuentes documentales

Archivo Nacional de la Guerra Civil, Salamanca, 2004, conversación con su director, Miguel Ángel Jaramillo.

Anexo fotográfico



(Figura 1)



(Figura 2)



(Figura 3)



(Figura 4)

EL REFERENTE COMO FUNCIÓN SIMBÓLICA

PABLO FERRANDO GARCÍA

IES Juan Comenius

La imagen no es una imitación de la forma externa de un objeto, sino una imitación de ciertos aspectos privilegiados e importantes.
(Ernest H. Gombrich, 1968)

UNA ACOTACIÓN APROXIMADA AL CONCEPTO DE IMAGEN

Nadie pone en duda que una imagen nunca es la realidad misma, si bien, cualquier representación visual mantiene siempre algún tipo de vínculo o conexión con ella, independientemente del parecido o fidelidad que tenga ésta con aquella. Así, por ejemplo, entre unas imágenes de video y una foto en color sobre el mismo tema no hay apenas diferencias en lo esencial, es decir, en su naturaleza icónica. Tan sólo encontramos entre ambas diferentes niveles de semejanza con la realidad. En la fotografía en color las relaciones que encontramos con lo real se establecen a un nivel más simple respecto a aquellas que están grabadas en cinta magnética. En la imagen fija reconozco las formas, los colores o las texturas de su referente, sin embargo, la resolución y los detalles están prácticamente abstraídos. Las imágenes de video pueden reproducir el movimiento de las figuras y los objetos con un alto nivel de densidad informativa, por tanto, se acercan bastante al modelo original de la realidad.

Por consiguiente, toda imagen es un modelo de realidad, pero lo que varía no es la relación que una imagen mantiene con su referente, sino las distintas maneras que tiene esa imagen de sustituir, interpretar, traducir o modelizar⁷² la realidad. Frente a esta clara distinción cabe formularnos dos preguntas: ¿cómo podemos definir la imagen? ¿Qué relación

72. Esta idea conceptual ha sido propuesta por Justo Villafañe y aunque esta acepción no se encuentra en el diccionario he querido mantenerla porque me parece bastante ajustada.

hay entre la imagen y el referente? Vayamos por partes. En primer lugar, contestar a la primera pregunta no es tarea nada fácil. Incluso a un teórico de la imagen como es el profesor Justo Villafañe (1985: 29), le resulta muy complicado pues la considera poco operativa si la tomamos como un concepto fenomenológico.

La dificultad de hallar un marco conceptual de la imagen estriba en su propia naturaleza. Esto quiere decir que la manifestación icónica ofrece un territorio mucho más vasto que el que normalmente se concibe para crear producciones audiovisuales y artísticas. Abarca otros ámbitos como los procesos psico-perceptivos, la memoria, el pensamiento, etc.

Desde otra perspectiva conceptual y partiendo de la raíz epistemológica, Santos Zunzunegui (1984: 18) acude al *Diccionario de la Real Academia* para desarrollar un punto de partida. Comienza a plantear el origen de la palabra imagen del latín: *imago*, el cual viene de la acepción *imitari*, es decir, copia o analogía. Luego expone los principales significados castellanos del término y su vinculación con la representación y reproducción:

Figura o representación de un objeto. Representación mental de algo percibido por los sentidos. Reproducción de la figura de un objeto por la combinación de rayos luminosos.⁷³

Por tanto, se puede considerar, a tenor de las acepciones vistas aquí, que la imagen es una imitación o copia de la realidad y ésta se formaliza a modo de representación. ¿Pero qué entendemos por representación visual? La respuesta podemos encontrarla en Arnheim (1976: 135) que la entiende como «... un enunciado sobre las cualidades visuales, y tal enunciado puede ser completo a cualquier nivel de abstracción». Lo que equivale a decir que entre la imagen y la realidad existe una correspondencia estructural. Ahora bien, el grado de relación entre ambas es variable según la proximidad de una y otra, es decir, depende del nivel de abstracción que posee la imagen representada.

73. DRAE, (1992: tomo II, 1142).

Por otro lado, Santos Zunzunegui también trata de acotar el concepto de imagen desde la disciplina semiótica remitiéndose a Charles S. Peirce para relacionar los iconos con los signos que tienen un alto grado de isomorfismo sobre los objetos reales. De manera que, al aproximarse a la noción de imagen, coincide con Villafañe al afirmar que hay una estrecha vinculación entre la realidad y la imagen. De ahí que haga hincapié en la consideración de que la imagen sea una parte o fragmento del mundo perceptivo, ofreciendo, a su vez, una nueva realidad a raíz del proceso interactivo entre el hombre y su mirada sobre lo real. En este sentido el profesor Zunzunegui (1984: 20) plantea que la imagen debe entenderse más como un «... conjunto de apariencias, susceptible de ser separado del lugar en que se produjo físicamente y preservado para futuros observadores».

La naturaleza objetual o matérica de las imágenes nos obliga a pensar en la necesidad de un soporte para su propia existencia, pero debo insistir en que otras no requieren de su materialidad para manifestarse físicamente. Sin embargo, éstas poseen un elevado componente sensorial, guardan cierta vinculación con el referente aunque, a veces, constituyan modelos de realidad abstractos. Estoy refiriéndome a las imágenes que tienen una naturaleza psíquica: las mentales. Dichas imágenes, aprehenden cualquier objeto ausente y se generan a través de un estímulo físico o psíquico. Por esta razón podemos hallar una gran variedad de imágenes mentales: alucinatorias, psicopatológicas, recuerdos, oníricas...

Así pues, si hemos visto que las imágenes mentales carecen de soporte físico para manifestarse no significa que puedan omitirse u olvidarse. Éstas ocupan un lugar preeminente en nuestro avatar cotidiano. Si bien, está claro que hay una idea más generalizada de que están más cerca de su carácter de representación aquellas en las que su materialización se da bajo un soporte para que adquieran el estatuto de modelos de realidad y puedan estar integradas en el mundo exterior con el fin de ser agotadas y referenciadas a modo de objetos de expresión y/o de consumo. Esto explica por qué la definición de Abraham Moles (1981: 20) es la más comúnmente aceptada:

La imagen es un soporte de la comunicación visual que materializa un fragmento del entorno óptico (universo perceptivo), susceptible de subsistir a través del tiempo, y que constituye uno de los componentes principales de los mass-media (fotografía, pintura, ilustraciones, escultura, cine, televisión).

Por eso mismo, la percepción se ve forzada a valorar la imagen, primero, como un objeto más y, segundo, como el objeto que representa. Así pues, y coincidiendo con el parecer de Justo Villafañe (1985: 30) se trataría de establecer una definición que parta de la idea de que existen tres hechos básicos para admitir la imagen como tal:

Una selección de la realidad, unos elementos configurantes y una sintaxis, entendida ésta como una manifestación de orden. Todo fenómeno que admita reducirse a esta manera, sin alterar su naturaleza, puede considerarse una imagen.

Sin embargo, estos tres factores, que sirven como reconocimiento de una imagen, requieren, a su vez, dos grandes procesos: la percepción y la representación. El primero, se refiere a los procesos selectivos de la realidad que hace el observador para reducir el marco de la manifestación visual. Y en cuanto a la representación, viene a evidenciar un aspecto singular de la misma. A partir de ahí es cuando se comienza a llevar a cabo la transferencia modelizadora de la realidad a una imagen.

LAS FUNCIONES ICÓNICAS

Por otra parte, cabe considerar la posibilidad de clasificar o categorizar las diferentes manifestaciones visuales de forma sencilla a través de su naturaleza material. Esta diferenciación de imágenes coincide con el mismo referente, pero suscita dos nuevas cuestiones. Por un lado, encuentro importante el grado aparential con que han sido elaboradas cada una de ellas. Y, por otro, el nivel de semejanza que tienen con el referente. En cuanto al nivel de figuración, o representación visual, se

refiere a las diversas formas de llevar a cabo la imagen. Dicho en otros términos, la intención es ver la orientación dada a la imagen modelizada. Para ello Villafañe propone que la naturaleza de cada una de las formaciones icónicas pueda ser operativa. Ahora bien, una misma imagen puede cumplir, simultáneamente, varias funciones. La definición de cada una de ellas se tiene que llevar a cabo a través de la comparativa entre la realidad y la imagen. Las funciones icónicas son: la modelización representativa, la simbólica y la funcional.

La modelización representativa

Establece una identificación entre la realidad y la imagen. Entendiendo la correspondencia como una relación de parentesco o semejanza entre la forma plástica y el ejercicio de abstracción que se hace para la manifestación icónica.

Por ejemplo, una fotografía en color de una persona. En dicha imagen fotográfica existe una similitud o equivalencia con el individuo real. Es posible reconocer, con mayor o menor detalle, al sujeto que aparece en la foto por comparación con su aspecto «real». En cualquier caso toda representación, por muy rigurosa que sea, es siempre convencional o artificiosa, si bien hay convenciones más «naturales» que otras (por ejemplo, la perspectiva en el dibujo). Podemos deducir que la función representativa lo que hace es restituir algunas características visuales apropiadas de la realidad. El observador interpreta ésta desde los rasgos abstraídos para comprender el enunciado visual. Las caricaturas de personajes célebres son una didáctica ilustración de cuanto estoy planteando. El perfil que se haga de Rodríguez Zapatero o de Mariano Rajoy no tiene por qué respetar las proporciones naturales y mucho menos someter una transferencia literal de la figura original. Del líder socialista, por ejemplo, podemos exagerar los rasgos faciales más singulares para poder reconocerlo fácilmente: pronunciado mentón, nariz más afilada y puntiaguda, cejas exageradamente arqueadas y ojos azules brillantes. En cuanto al representante conservador podemos caricaturizar sus gafas, su barba y su nariz. Los dibujos de ambos, de cualquier forma, constituyen una

abstracción de los personajes reales y el espectador realiza una interpretación «racional» de su observación provocándole, cuanto menos, la sonrisa. Bien es cierto que dichas caricaturas forman parte de, como certeramente señala Ernst Gombrich (1968: 170), un «proceso de condensación y fusión». Los dibujantes se inspiran con el lenguaje y el contexto histórico-social para resumir de forma sintética sus miradas sobre los políticos. Por tanto, aquí entra la buena disposición del observador.

La modelización simbólica

Esta función de la imagen atribuye una forma visual a un concepto o una idea. Pero en todo símbolo icónico existe un doble referente: uno figurativo y otro de sentido o significado. Así, por ejemplo, la balanza que simboliza la justicia, la hoz y el martillo que significan el comunismo, el dibujo de la explosión de una bomba que representa a la guerra. Todos ellos son símbolos comúnmente aceptados con un referente figurativo (la balanza que representa el peso de inocencia y culpabilidad; la hoz y el martillo son utensilios cercanos a los trabajadores; la bomba como arma empleada en el ejército para el combate) y un referente de sentido más abstracto (la justicia, el comunismo, la guerra).

Así pues, la relación entre el símbolo icónico y la realidad se caracteriza por el hecho de que aquél guarda un nivel de abstracción menor (la balanza, la hoz y el martillo, la bomba) que su referente simbólico (el concepto de justicia, de guerra o de paz). Cualquier símbolo o convención visual va a tener un mayor grado de iconicidad respecto al concepto que lo representa ya que su vinculación con el referente es más cercano (una balanza genérica, una hoz y un martillo cualquiera, o el arma del ejército). Estas imágenes actúan primero como representaciones visuales y, en segundo lugar, como encarnación de un hecho o concepto abstracto.

La modelización convencional

De las tres funciones icónicas ésta es la más arbitraria respecto a la realidad. En este caso la imagen sustituye a la realidad sin reflejar ninguna de sus características visuales. No existe analogía con lo real (al menos de forma visual). En realidad, esta función icónica se manifiesta a modo de pacto o convención cultural. Son una serie de signos (como las palabras escritas o algunas señales de tráfico o la bandera de un país) formalizados, más o menos, arbitrariamente. Hacen referencia a un contenido particular o a un objeto pero sin reflejar sus características visuales en la realidad. Responden más a cuestiones de operatividad cultural, a la facilidad de reconocimiento de un entorno o situación, etc.

Así, frente a estas tres funciones cabe señalar el hecho de que las imágenes pueden, muy bien, encarnar simultáneamente más de una de éstas. Entonces, a la hora de analizar los iconos se tiene que destacar cual de ellos domina sobre los demás. Por este motivo es recomendable hablar de función icónica dominante para reflejar la transferencia más evidente que soporta una imagen.

EL CONCEPTO DE ICONICIDAD

Hasta aquí hemos visto la operación que hace la imagen para traducir o restituir a la realidad. El siguiente paso será indicar cuáles son las características de las imágenes y en función de ello podemos ver el grado de cercanía que posee el objeto icónico respecto a la propia realidad. En primer lugar debemos señalar que está directamente relacionado con la idea de verosimilitud aparential o con la aproximación que tiene respecto a los modelos reales. Me estoy refiriendo al nivel de mayor o menor abstracción que tiene una imagen y que Abraham Moles define como grado de iconicidad,⁷⁴ ahora bien, este concepto sólo puede servir

74. Moles (1981:32). El concepto de iconicidad se refiere a la semejanza o coincidencia que tiene la imagen respecto al modelo real.

para constatar el nivel de proximidad que guarda la imagen con su modelo real. La única finalidad posible es establecer una clasificación de imágenes para situarlas en una escala cuantificada y organizada que ayude a caracterizar el universo de los iconos, por lo cual no deja de ser un ejercicio convencional. Quizás la lista más célebre sea la publicada por Moles (1975: 335). En ella establece once niveles de realidad, es decir, desde la imagen que es capaz de restituir todas las características de un objeto (véase la imagen natural vista con el ojo humano) hasta aquella en que todos los elementos configurantes están indefinidos (por ejemplo, un cuadro de Jackson Pollock). La fotografía en blanco y negro se encontraría en el noveno nivel y la de color en el octavo nivel.

Con todo, me pregunto si es operativo realizar una escala de imágenes, pues además se olvidan las secuenciales. Lo que sí creo importante, a tenor de lo visto hasta aquí, es que la imagen supone una imitación o copia de la realidad y ésta se formaliza a modo de representación, es decir «... un enunciado sobre las cualidades visuales, y tal enunciado puede ser completo a cualquier nivel de abstracción» (Arnheim, 1976: 135). Lo que equivale a decir que entre la imagen y la realidad existe una correspondencia estructural, pero el grado de relación entre ambas es variable según la proximidad de una y otra, o sea que depende del nivel de abstracción que posee la imagen representada.

EL PROBLEMA DEL REFERENTE

Precisamente la «estética de la contigüidad» (Company, 1986: 69) es la que nos puede ayudar a conectar con la transferencia modelizadora de la realidad. Dicho concepto nos lo hemos apropiado de un notable estudio que hace Juan Miguel Company a la hora de dotar de sentido simbólico al mundo real desarrollado por Zola en sus novelas. La mencionada «estética de la contigüidad» consiste en llevar a cabo una transiti-vidad del objeto en expresión. Esto significa potenciar las huellas de la realidad para luego elaborar o construir una mirada del mundo donde se privilegia su ámbito como marca estética.

Pero esta aproximación también nos va a servir para poder esclarecer la equívoca noción del referente ya que existe la idea bastante extendida de que el realismo fotográfico o cinematográfico supone una expresión mimética de la realidad. Pero este equívoco tan generalizado se explica por el olvido del propio referente al pensar que las imágenes parecen nuestra forma natural de ver las cosas. Tendemos a considerar una fotografía más o menos realista por el hecho objetivo de proporcionarnos un alto grado de iconicidad, sin embargo, este aspecto responde más a una forma de sustituir la realidad, es decir, a los modos en que la imagen ha restituido, analógicamente, el mundo real. Hay una correspondencia en la estructura de los elementos configurantes y por eso creemos de forma ingenua que la fotografía realista nos facilita una cierta densidad de información apropiada para reconocer nuestro entorno próximo. Así pues, como señala Joan Fontcuberta (1990: 131) «el realismo está conectado a la calidad y no a la cantidad, y esta cualidad –esta facilidad– en fotografía se refiere al hecho de que el marco de referencia utilizado es el nuestro propio». Todo esto se explica por la tendencia a olvidar el propio referente al pensar que las imágenes fotoquímicas parecen nuestra forma «natural» de ver las cosas.

No obstante, en la mayoría de los casos, los signos icónicos tienen una fuerte dependencia con la realidad (en el sentido de que una imagen figurativa refleja, directa o indirectamente, una parte de ella). Roland Barthes (1987: 180-181) aseguraba, a propósito de la literatura realista y ejemplificándolo con un pasaje del cuento de Flaubert *Un coeur simple*, que los detalles pertenecen al reino de la descripción. Consideraba el detalle descriptivo como la representación cruda y dura de la realidad, como una serie de anotaciones insignificantes:

La anotación insignificante (tomada esta palabra en su sentido fuerte: aparentemente sustraída de la estructura semiótica del relato) tiene parentesco con la descripción, incluso cuando el objeto parezca no estar denotado más que por una palabra (en realidad, la palabra pura no existe: el barómetro de Flaubert no está citado en sí mismo; está situado, aprehendido en un sintagma referencial y a la vez sintáctico) ésta (...) (la

descripción) no lleva ninguna marca predictiva; al ser «analógica» su estructura es puramente aditiva y no contiene esa trayectoria de opciones y alternativas que da a la narración el diseño de un amplio *dispatching*, provisto de una temporalidad referencial (y no solamente discursiva).

De ahí que llegase a la conclusión de que, semióticamente, los detalles descriptivos constituyen un pacto directo entre el referente y el significante, estando, a la vez, desprovistos de significado. Dicho de otro modo, Barthes (1987: 186) parece plantear que las descripciones no son más que una ilusión referencial. En verdad, denotan directamente «lo real», pretenden indicar que los objetos detallados pertenecen al ámbito de «la realidad»:

... La misma carencia de significado en provecho del simple referente se convierte en el significante mismo del realismo: se produce un efecto de realidad, base de esa verosimilitud inconfesada que forma la estética de todas las obras más comunes de la modernidad.

Si nos atenemos a lo que he señalado hasta ahora puede advertirse una considerable discrepancia con lo esgrimido por Roland Barthes. Y su planteamiento idealista también contrasta con el de Emilio Garroni (1977), quien, de manera implícita, responde a los argumentos barthesianos matizando que el referente no es la «cosa misma», sino nuestro modo de operar sobre las cosas, de manipularlas y configurarlas a modo de correlato implícito del lenguaje. La «operación», a su vez, es este mismo manipular concreto que no puede desligarse de nuestra forma de representarnos las cosas y de nuestra manipulación de las mismas, o sea, de nuestro «tomar las distancias» con respecto a los estímulos inmediatos. Ello supone, por consiguiente, nuestro conocer y hablar de ellos. Según Garroni, las cosas no se encuentran ahí arrojadas y carentes de sentido, esperando o aguardando que se las represente sino que deben formarse mediante el lenguaje:

El contexto implícito es, más bien, una «presuposición» indispensable de un contexto explícito, no su «equivalente extralingüístico»: es aquello en lo que se constituye el *sentido* respecto al cual el *significado* no es una duplicación en términos explícitos, sino una transformación y reelaboración original que reacciona también a nivel de contexto implícito y de operaciones.

Como ya señalé en el apartado anterior, Gombrich plantea del mismo modo el problema de la noción de referente. Bien es cierto que usando otras terminologías, pero van en la misma dirección: la referencia no proviene de las formas externas del objeto sino de la función de sustituir, de forma simbólica, dicho objeto y del sentido dado por la cultura y la sociedad. Entonces, si pienso, por ejemplo, en el retrato fotográfico de August Sander de un maestro albañil (significante icónico + significado ‘albañil’), no tiene como referente el trabajador particular que se ha escogido para realizarla. En realidad, el referente tomado es la categoría de los albañiles: es necesario distinguir entre el acto de la toma fotográfica, que requiere un obrero en particular, y la atribución de un referente a la imagen vista por los que la miran. El referente también vendrá dado por el significado cultural que otorgamos al objeto particular: el valor histórico-social que haya tenido la figura obrera. Por tanto, un objeto-representante solo remite a esta categoría y no al objeto en sí que se ha utilizado para la fotografía. El propio August Sander era consciente de sus operaciones expresivas a la hora de realizar el proyecto del hombre del siglo xx. En una carta escrita en 1925 y dirigida al coleccionista e historiador de la fotografía Erich Stenger, con objeto de mostrar su álbum que, en ese momento todavía estaba en fase de preparación, August Sander pretendía definirse como miembro del círculo de los «artistas progresistas» de Colonia en estos términos (Lemagny y Roville, 1988: 143):

La fotografía pura nos permite crear retratos que reproducen a los sujetos con una verdad absoluta, tanto física como psicológica. He partido de este principio, tras decirme que, si podemos crear retratos de sujetos

que sean verdaderos, crearemos al mismo tiempo un espejo de la época en que viven esos sujetos. Para estar en condiciones de dar un panorama representativo de la época actual y de nuestro pueblo alemán, he agrupado esos clichés en colecciones, empezando por el campesino y terminando por los representantes de la aristocracia del espíritu. Al fijar las diversas categorías sociales y su medio ambiente por medio de la fotografía absoluta, espero reproducir fielmente la psicología de nuestro tiempo.

Con esta serie de fotos de los «Hombres del siglo XX», llevadas a cabo a mediados de los años veinte, August Sander buscaba un retrato social procurando reflejar elocuentemente la concepción social que se tenía desde la perspectiva cultural e ideológica entre las diferentes capas de la sociedad en la república de Weimar. Y curiosamente, a diferencia de los artistas coetáneos, Sander se preocupaba bastante poco de la creatividad estética pues le interesaba sobre todo el marco escogido de la realidad. Su enorme sentido de observación le permitió caracterizar al ciudadano alemán gracias al amplio abanico de retratos cuyos límites enunciativos desbordan la autonomía de cada uno de ellos pues al rol social del sujeto fotografiado se le dota de todo sentido a partir de los demás retratos. Pero está claro que la construcción del referente no sólo del maestro albañil que hemos tomado como ilustración, sino de todas y cada una de las imágenes tomadas, parte de la idea común y cultural que se tiene de la figura de cada profesión para significar la realidad.

BIBLIOGRAFÍA

- ARNHEIM, Rudolf (1976): *El pensamiento visual*, Buenos Aires, Eudeba.
- BARTHES, Roland (1987): *El susurro del lenguaje*, Barcelona, Paidós.
- COMPANY, Juan Miguel (1986): *La realidad como sospecha*, Madrid, Hiperión.
- ECO, Umberto (1977): *Tratado de semiótica general*, Barcelona, Lumen.
- FONTCUBERTA, Joan (1990): *Fotografía: conceptos y procedimientos. Una propuesta metodológica*, Barcelona, Gustavo Gili.
- GARRONI, Emilio (1977): *Ricognizione della semiotica*, Roma, Officina Edizioni.
- GOMBRICH, Ernst H. (1968): *Meditaciones sobre un caballo de juguete*, Barcelona, Seix Barral.
- LEMAGNY, Jean-Claude; ROUILLÉ, André (1988): *Historia de la fotografía*, Barcelona, Alcor.
- MOLES, Abraham (1975): *La comunicación y los mass media*, Bilbao, Mensajero.
- MOLES, Abraham (1981): *L'image. Communication Fonctionnelle*, París, Casterman.
- RAE (1992): *Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española*, Madrid, Espasa Calpe.
- VILLEFAÑE, Justo (1985): *Introducción a la teoría de la imagen*, Madrid, Pirámide.
- ZUNZUNEGUI, Santos (1984): *Mirar la imagen*, Servicio Editorial del País Vasco.

TIEMPO Y NARRACIÓN EN LA IMAGEN FOTOGRAFICA. ALGUNAS REFLEXIONES EN TORNO A LO INMÓVIL

FRANCISCO JAVIER GÓMEZ TARÍN

Universitat Jaume I, Castellón

LOS PRELIMINARES

David Bordwell y Khristin Thompson (1995: 65), siguiendo los pasos de Claude Bremond, Gérard Genette y otros teóricos de la narratología, señalan sin género de dudas que «una narración es una cadena de acontecimientos con relaciones causa-efecto que transcurre en el tiempo y el espacio». Tenemos, pues, una serie de factores irrenunciables para abordar aquello que podemos considerar como «narrativo»:

- Relaciones de sucesión y transformación.
- Presencia de un eje espacial y otro temporal.

Un primer acercamiento a la cuestión que nos ocupa señala las contradicciones iniciales: ¿cómo extraer índices de narratividad a partir de objetos en los que no se dan relaciones de sucesividad ni de transformación y en los que no es posible la temporalidad? Según Jesús González Requena (1989: 30) «la temporalidad es una condición esencial de la narratividad; por tanto, su ausencia, provocada por un sistema cerrado, vuelve, en último extremo, imposible el relato». Esto es cierto, pero puede ser matizado si suspendemos momentáneamente la concepción de «temporalidad» sobre la que habitualmente edificamos nuestros criterios, casi siempre sometidos a la vigencia de normas y dogmas.

Por otra parte está la relación que se establece entre un ente enunciador (el autor de la fotografía) y nuestra posición como lectores-espectadores. Aparece así un eje yo-tú que se sitúa en el orden del discurso (no del relato) y que «dice algo» porque, en caso contrario, el acto fotográ-

fico sería de una inutilidad manifiesta. Tengamos en mente que, a fin de cuentas (Gaudreault, 1988: 43).

Existirían, fundamentalmente, dos tipos de narratividad o, en todo caso, dos métodos de aproximación a las condiciones de existencia de las formas del relato en consideración a los medios eventuales por los que se lleva a cabo la comunicación narrativa. Habría de una parte un tipo de narratividad que podríamos calificar como extrínseca y que concierne expresamente y únicamente a los contenidos narrativos, independientemente del (o los) material(es) de la expresión por el cual (los cuales) el relato en cuestión es comunicado. De otro lado, la narratividad que llamaremos intrínseca aparecerá como una facultad anexa directamente a los materiales de la expresión.

Otro factor es la posible aparición en la fotografía de textos verbales e iconográficos. La suma de imagen y texto compone un todo cuyo resultado es de carácter gestáltico (el sentido del conjunto es diferente a la suma de las partes). La composición se convierte así en un factor esencial que integra, según Eguizábal (2001: 70):

- 1) elementos con significado pero sin relación relevante con el significante (tipografía, caligrafía, rotulación, números, emblemas, banderas, etc.),
- 2) elementos relacionados por analogía con el significante (fotografías, dibujos, esquemas, pinturas, etc.) y
- 3) elementos sin significado, pero con sentido, atentos a señalar, resaltar, separar o embellecer (recuadros, tramas, bloques de color, etc.).

Finalmente, no podemos poner en duda que «el solo hecho de representar, de mostrar un objeto de tal manera que se reconozca, es un acto de ostentación que implica que se quiere decir alguna cosa a propósito de este objeto [...] Todo objeto es en sí mismo un discurso» (Aumont, Bergala, Marie, Vernet, 1993: 90).

La concepción clásica del discurso concede al ente enunciador (autor) la posesión plena del sentido (de ahí que nos preguntemos con frecuencia «¿qué ha querido decir?» o si entendemos o no el «mensaje»). A nuestro modo de ver es ésta una visión limitada y poco eficaz de la relación dual establecida; si quebramos la direccionalidad, obtenemos un cruce dialéctico que otorga al ente supuestamente pasivo del lector una gran parte de la capacidad interpretativa del objeto y otra no menor del propio discurso. Es decir, el discurso es el fruto de la interacción. Los aspectos narrativos, no sujetos a una férrea lectura de la temporalidad, se producen a partir de:

- Las relaciones entre los elementos gráficos e iconográficos en el seno de la imagen: disposición, ritmo, tensión, textualidad, verbalización, etc.
- Las relaciones autor-lector, en tanto que éste puede ser conocedor de las estrategias y los contenidos habituales del ente enunciador.
- Las relaciones soporte (caso en que la fotografía se encuentre en una publicación o un catálogo) –lector, que provoca consecuencias similares a las del punto anterior pero, además, concita el establecimiento de interrelaciones y secuencialidades (con lo que el lector se dota de una perspectiva temporal ausente en el nivel de la fotografía estática unitaria).
- Las relaciones contextuales, utilizadas por el enunciador –pero también por el enunciatario– y que provocan diferentes interpretaciones según la clase o realidad social, etc.
- Las relaciones culturales, que corresponden al bagaje enciclopédico del enunciatario y a su idiosincrasia.
- Las relaciones intertextuales, también fruto de un saber –consciente o no– del enunciatario sobre los referentes de las imágenes y los textos. En la perspectiva del enunciador, éste es un factor no menos esencial.

No nos engañemos, la posición discursiva del autor tiende siempre a un objetivo, provoca una dirección de sentido, pero ésta es una «volun-

tad en origen» y no un resultado. Como podemos comprobar, el «discurso-interpretado» [digámoslo ya: el «discurso-discurso», el auténtico discurso], construido por el enunciatario, y en el que el enunciador sólo queda como huella, se establece a partir de relaciones sobre las que el enunciador tiene poco o nulo control (si observamos las relaciones, veremos que su dominio sólo es pleno en la primera de ellas mientras que en el resto está cada vez más sometido a elementos que no puede controlar).

Con estas premisas, ¿estamos en condiciones de construir interpretaciones que impliquen narración en fotografías estáticas? ¿Podemos generar análisis que valoren la presencia espacio-temporal en ellas? ¿Podemos narrativizar los análisis, huyendo del discurso supuestamente objetivo de la lectura de conceptos provenientes de las diversas teorías de la imagen? Tomaremos un ejemplo que, en nuestro criterio, utiliza con claridad los parámetros espacio-temporales y aplicaremos sobre él el tipo de mecanismo analítico que Javier Marzal ha propuesto, consecuencia del trabajo de investigación que nuestro grupo ITACA ha venido desarrollando en esta Universidad en los últimos tiempos, cuya formulación sistematiza, independientemente de los conceptos generales, los niveles morfológico, compositivo e interpretativo.

LA FOTOGRAFÍA

Robert Doisneau (París, 1912-1994) es uno de los fotógrafos que más atentos han estado a su realidad circundante. No entraremos aquí en detalles sobre su obra, puesto que la información es accesible telemáticamente. La imagen concreta que hemos seleccionado para llevar a cabo nuestro análisis data de 1950 y lleva por título *La chimenea de Madame Lucienne*, en otros textos reproducida como *Nous deux* (Nosotros dos). Ha sido extraída del catálogo *Rue Jacques Prévert*, París, Editions Hoëbeke, 1992, publicación llevada a cabo bajo la dirección de Jean-Luc Mercié.



Como puede observarse, se trata de una escena íntima, fotografiada en blanco y negro: una pareja de cierta edad, al fondo, mantiene la atención en un aparato de radio (él) y en la prensa (ella), mientras la mano del hombre reposa con suavidad cerca del brazo de la mujer. Todo ello se observa en último término, reproducido a través de un espejo situado sobre una repisa en la que hay objetos con marcada información familiar.

EL ANÁLISIS

Desde el punto de vista morfológico, la complejidad de la fotografía estriba en sus cruces lineales, con marcadas tendencias a establecer diagonales imaginarias que conectan aspectos denotativos para generar propuestas connotativas. La supuesta profundidad de campo, que perceptivamente funciona como tal, es la imagen en el espejo (plana). Si, tal como veremos, una de las líneas de fuga liga el reloj y se prolonga hasta el rostro del hombre; otra, se cruza con esta para ir desde el retrato sobre la repisa a la pareja al fondo. A su vez, ambas divisiones marcan un desequilibrio entre una zona más oscura y otra más luminosa, porque sus dominantes cromáticos se sitúan en ambos lados de la escala. Esta oposición se ve reflejada en el vestuario de los personajes, invertido en la foto del retrato sobre la repisa (intercambio del blanco y el negro). Las gafas y la llave, en primer término, rubrican la disonancia.

Estamos ante una fotografía cuya superficie es absolutamente nítida, ausente de granulado. Desde la perspectiva de introducción de elementos en cuya composición la circularidad es una constante, hay una presencia reiterativa de objetos: reloj frontal y posterior, platos, gafas, cubilete, si bien el valor predominante no es el circular porque hay un marcado componente rectilíneo que señala con evidencia la presencia esencial del espejo al dejar sus límites en el interior del encuadre y, al mismo tiempo, situarse en un plano inclinado con respecto a la perspectiva de la cámara (observador). Esta linealidad se reitera por el primer término del retrato de la pareja, las aristas de los muebles, las líneas del balcón o ventana, la base del reloj, la mesa, etc. Sin embargo, tiene especial interés el cruce permanente entre elementos verticales y horizontales que, aunque se enmarquen en el plano inclinado, cruzan en ángulos de 90°.

No hay un centro de la imagen, sino más bien una serie de descenramientos con focos diversos de atención, pese a lo cual, el reloj del primer término y su imagen posterior reproducida por el espejo generan una línea de fuga que remite al rostro del personaje masculino, trazando así una diagonal que cruza el espacio creando una sensación de

perspectiva (allá donde no la hay, por la naturaleza plana de la imagen reflejada) que se refrenda gracias al resto de líneas imaginarias prolongables y confluyentes: lateral del espejo y del balcón, arista del mueble.

Aunque el espacio es único –la repisa de la chimenea sobre la que se sitúa el espejo–, hemos de distinguir dos focos de atención principales, ambos con una importancia máxima: la repisa, en primer término, con los objetos que hay sobre ella, y la pareja al fondo (reflejada en el espejo); el espacio intermedio vendría dado por la superficie del espejo, su enmarcado.

Hay diversos planos en la imagen, pero cabe destacar los de detalle en primer término: reloj, objetos, fotografía. Sintomáticamente, la fotografía nos muestra un matrimonio en plano de conjunto, presumiblemente tras la ceremonia de su enlace. El interés radica en la imbricación entre esta escala y la global (un plano amplio inserto en otro de detalle). La pareja, al fondo, se puede observar en tres cuartos (ambos están sentados) con suficiente aire para que los reconozcamos en una escala más asimilable al plano general. Ninguno de estos elementos ocupa el centro de la imagen.

El predominio corresponde a las superficies rectilíneas, a excepción del reloj y los detalles barrocos de la carpintería del mobiliario. A pesar de la presencia de elementos simétricos, el descentrado generalizado dota a la imagen de una sensación de indeterminación, de superposición de capas.

La línea de fuga formada por el reloj y hasta el rostro del individuo, entra en contradicción con otra línea diagonal que podemos establecer –connotativamente– entre la fotografía enmarcada de la repisa y la pareja al fondo. La inclinación leve, posibilita esta segunda fuga porque está más en la perspectiva del ojo espectral.

No hay focos de luz natural que puedan identificarse en los espacios de la imagen, ni tampoco artificiales (lámparas); sin embargo, el ambiente creado, que es unitario, puede pretender reflejar la situación de luz natural procedente de una ventana no identificada (la del fondo no provee luz alguna). Teniendo en cuenta la hora que marca el reloj –si hemos de darle valor de verdad–, estimamos que se ha procedido a iluminar de forma difusa, bien mediante luz artificial, bien mediante luz natural rebotada.

Contribuye a privilegiar la idea de la luz artificial el que aparezcan algunos destellos en la parte superior del retrato y el reloj, sobre la repisa, y las sombras casi verticales sobre los platos del aparador, que contradicen la del hombre sobre la pared del fondo.

La nitidez es plena, con una falsa profundidad de campo producida por el reflejo en el espejo, y la imagen está poco contratada, si bien la presencia de elementos muy cargados de negro la divide en dos espacios con distintos predominantes. Ausencia de grano y definición lumínica muy igualada.

La simple enumeración de los elementos morfológicos, vemos que apunta ya una serie de direcciones posibles de lectura que, al incorporar los compositivos, se acrecienta, ya que la fotografía se reviste de un cierto nivel metafórico que es extrapolable a la concepción sobre la vida y la indefensión ante el paso del tiempo. A partir de un material anclado en lo cotidiano, se da una superación del mismo y una remisión a los condicionantes de la naturaleza humana, común para todos.

Desde el punto de vista compositivo, cabe destacar cómo la confluencia en una prolongación imaginaria de las líneas de fuga permite hablar de una sensación de perspectiva, propiciada por la de profundidad de campo. Ahora bien, un centro nítido no puede ser establecido, salvo que este sea, de acuerdo con las líneas mencionadas, el calendario que hay colgado en la pared debajo del reloj y sobre las cabezas de la pareja. No podemos hablar de simetría y sí de descentramientos; siempre conservando la idea de dos elementos de máxima atención: repisa y pareja.

El fuerte componente de tensión está directamente vinculado a la dualidad espacial: repisa vs espejo. Sobre esta base, diversos elementos confluyen para abundar en cruces que provocan quiebras sensoriales; es el caso de la triangulación que tiene lugar si prolongamos las líneas imaginarias antes mencionadas, con confluencia en el calendario de la pared del fondo; al igual que ocurre con las dominantes de negro y blanco, cada una de las cuales responde a una zona y una línea imaginaria de fuga. Las gafas y la llave (objeto de la mujer y objeto del hombre) aparecen en un triángulo invertido sobre el anterior. Visto lo cual, hay toda una serie de llamadas perceptivas que son satisfechas y al mismo tiempo desubicadas. En consecuencia,

el ritmo visual viene determinado por la superposición de capas y la reiteración de motivos que nos hablan del tiempo.

Es evidente la desproporción entre los objetos sobre la repisa y la pareja al fondo. Algo similar ocurre con el abigarramiento de la parte izquierda del encuadre frente a la «limpieza» de la derecha. El espacio ocupado por los personajes es muy inferior al de los objetos, dando así la sensación de estar engullidos por ellos. La distribución de pesos es irregular, cargada fundamentalmente hacia la parte inferior de la imagen (la repisa), que llega a ocupar más de la mitad del espacio.

La existencia de tensiones (diagonales, triangulación, etc.) y de capas superpuestas de información visual, dotan de un dinamismo a la imagen que procede directamente de su composición y no de los contenidos, toda vez que aquello que se representa es verdadera y fuertemente estático. Tal dinamismo afecta a la competencia lectora del ojo espectral, que tiene un difícil trabajo de selección mediante el que privilegiar una u otra zona. Así pues, el orden icónico es muy relevante, con fuertes cargas connotativas para los niveles compositivos. Tal parece que nada se ha dejado al azar y, aunque se abran diversas posibilidades de lectura interpretativa, hay promocionados toda una serie de elementos que, acomodados en el encuadre, apuntan hacia referentes que van más allá de su propia presencia en la imagen.

La existencia de dos capas con fuerza visual propia obliga a un recorrido de la mirada que se detiene en primer lugar sobre la repisa y sus objetos para saltar inmediatamente al fondo y comprender, acto seguido, que la representación se efectúa a través de un espejo, lo que obliga a replantear la visión de conjunto. Es decir, se produce un recorrido múltiple, no simultáneo, que va ampliando la conciencia de sí mismo y, en esa medida, actualizando la comprensión de la fotografía.

Los personajes se encuentran en una situación que obedece a su cotidianidad. Por otro lado, hay un fuerte trabajo de composición de elementos y del propio encuadre, por lo que estimamos que, una vez preparada la puesta en escena, los personajes han posado en una actitud habitual para ellos, manteniendo su posición.

Respecto al espacio de la representación, uno de los elementos esenciales que motivan este texto, la imagen nos muestra un «en campo» que es la repisa y el espejo. A través del espejo, accedemos a un suplemento de información que se traduce en una impresión de profundidad de campo, pero, en realidad, la imagen reflejada está ahí mismo, ante la cámara. Por lo tanto, la imagen en sí, en su conjunto, sólo nos habla de un fuera de campo que es el contexto cotidiano de los personajes, no conocido por el espectador ni necesario para su información. Pero esta sería una limitada visión de la complejidad que manifiesta la composición, porque si el campo es la repisa –y ésta es una concepción mucho más efectiva–, hay un dispositivo en la puesta en escena, que es el espejo, a través del cual se produce el descubrimiento de un espacio contiguo, sin reflejo de mirada.

Desde esta perspectiva, obtenemos un plus de sentido que proviene del propio significante: el «en campo» muestra un reloj y la fotografía de una pareja el día de su boda (presumiblemente la misma que vemos al fondo), con lo cual la imagen incorpora una elipsis nocional (Gómez Tarín, 2003) que afecta al espacio-tiempo al proporcionarnos la visión de diversas temporalidades en un mismo espacio. Y no es que se estén compartiendo acontecimientos de distintos ejes temporales, sino que, al hacerlos presentes, se está proporcionando al espectador un elemento informativo capaz de promover connotaciones múltiples: reflexión sobre el paso del tiempo, degradación física por el transcurso de los años, mantenimiento de la ternura, etc.

Estamos ante un espacio de máxima concreción pero abierto, pese a tratarse de un interior, porque los márgenes no limitan sus posibilidades, si bien lo abigarrado del mueble lateral confiere a esa zona un límite más marcado. Nos encontramos con el lugar de la pareja, en tanto que su habitación de vida cotidiana, es el espacio de su intimidad. El ojo que mira sólo puede corresponder a un ente ajeno y no puede penetrarlo en otra calidad que en la de espectador.

Ya hemos visto cómo la imagen debe haber sido preparada, pero, no obstante, la concepción de captación de una instantánea puede darse por buena, ya que la actitud de personajes y entorno responde a una situa-

ción habitual e íntima. La incorporación de elementos icónicos que refieren el tiempo de manera reiterativa y obvia, genera una isotopía que supera el anclaje del momento de la pareja para apuntar hacia un recorrido. No se trata de que la situación se salga del tiempo, sea atemporal, sino de que en ella se vea reflejado el pasado y un recorrido que ha llevado hasta el presente: como esencia de ese presente, la «suspensión» adquiere el matiz de atemporalidad.

El tiempo es el factor esencial en la imagen. Son muchos los elementos que apuntan a su presencia:

- Un «hoy», que es la situación íntima que se muestra, a la que acompañan diversos refrendos:
 - El calendario colgado en la pared
 - El reloj de péndulo, también colgado en la pared
- Un «ayer», que es el recuerdo en la repisa: la fotografía de la boda.
- Un «mientras tanto», que es el recuerdo del tiempo transcurrido:
 - la fotografía de los niños sobre la radio.
 - la postal recibida, apoyada contra el reloj de cuerda de la repisa.
 - El reloj de la repisa, antiguo y al tiempo marcando la hora, puente entre todos los recuerdos y el presente, que parece prolongarse en el aparador.

La subjetividad temporal va ligada al proceso hermenéutico que ejerce el espectador sobre la fotografía. Hay incorporados suficientes elementos informativos, cuyo carácter denotativo se transforma en connotativo. A partir de ahí, se producirá una «reconstrucción» vinculada a las experiencias cotidianas del que mira que le llevará a intuir un presente de felicidad para la pareja o, por el contrario, una situación de soledad, de incomunicación, de la pérdida del tiempo pasado y sus vivencias.

Esta imagen es una clara muestra de cómo la articulación del espacio-tiempo en un material estático no es una quimera. La gran riqueza icónica está refrendada por una composición que apunta al discurso y reclama un proceso de interpretación que debe partir, necesariamente, de la asunción de un eje espacio-temporal. Veámoslo examinando la articulación enunciativa:

La toma está hecha en un ligero picado, más evidente sobre la repisa, que se compensa por la situación elevada de la pareja al fondo del encuadre (efecto óptico que proviene del espejo). Ambos personajes parecen atender a los medios de comunicación: ella lee, mientras él escucha la radio. Sin embargo, hay una relación casi física entre los dos, que se puede apreciar en lo cercano de sus manos y en la mirada desviada del hombre. Podemos interpretar que, en realidad, se atienden entre sí, sin palabras, porque hay una sensación de «cercanía». Si bien la naturalidad de la imagen es absoluta, con lo que consigue una gran sensación de verosimilitud, no podemos hablar de transparencia enunciativa porque la disposición de los elementos, el punto desde el que se lleva a cabo la «mirada», la utilización del espejo y, sobre todo, los elementos temporales incluidos como isotopía, llevan directamente a pensar en la intervención de un ente organizador que no se manifiesta físicamente.

Si hablamos de las líneas y sus cruces, de los relojes, de las diagonales y del espejo —elementos antes sólo morfológicos—, vemos cómo hay una gran riqueza en el territorio enunciativo de las marcas textuales que, pese a todo, tiene la virtud de aparentar ser parte de la realidad cotidiana, de estar ahí como por casualidad. Ni que decir tiene que podríamos preguntarnos si no es así realmente, si, al fin y al cabo, los elementos estaban dispuestos así y sólo la mirada de Doisneau fue capaz de captar el punto ideal para la representación, lo cual no cambia en modo alguno lo que estamos defendiendo. Ambos personajes se miran entre sí, con una mirada un tanto desviada, ajenos por completo al hecho de que una fotografía se esté llevando a cabo. Sin embargo, en la foto sobre la repisa, que remite a su enlace matrimonial, la mirada es directa al espectador —al fotógrafo—, que ya no es el mismo, lógicamente; lo cual quiere decir que es a nosotros como espectadores a quienes se dirige. Esa mira-

da «llama» a una cierta dirección de lectura para la imagen en su conjunto.

Hemos visto cómo la enunciación interviene de forma muy evidente, pero, al mismo tiempo, cómo esa disposición de los objetos queda como normalizada, transparente. El ente enunciador está presente para mirar a través de un espejo, para sorprender la cotidianidad, la intimidad, y, al tiempo, para dotar a la imagen de un «valor de verdad». Se trata de una mirada oblicua, que ha sabido disponer previamente los elementos para hacerse intangible, un testigo poco molesto. Ahora bien, el ente enunciador, pase o no inadvertido, no pretende en modo alguno difuminar su voluntad discursiva, que refrenda con la presencia y disposición de los objetos. Así, esos relojes, esas líneas de fuga, se convierten en marcas enunciativas.

Esta fotografía convoca el resto de la obra de Doisneau, pero también la de otros fotógrafos con vocación de «cazadores de imágenes», que buscaban captar su entorno, lo cotidiano, el mundo que siempre desearon plasmar ante sus ojos. Es el caso de Cartier-Bresson, al que Doisneau admiraba.

Finalmente, hacemos una interpretación global, fruto de los análisis previos.

La fotografía realizada por Doisneau resulta de una complejidad notable, y ello precisamente por su aparente sencillez, ya que no hay efectos de ningún tipo, y se limita a plasmar una situación cotidiana que puede responder a la imagen mental que tenemos de la sociedad de la época.

Como se ha señalado, Doisneau introduce una constante demoleadora: el tiempo. Bastaría así quizás para hacernos una cabal idea de lo que supone la llegada de la vejez, el abandono de los hijos, el paso del tiempo (y la vida) —oír el tiempo pasar, como parecen hacer los dos protagonistas. Pero no le resulta suficiente y rubrica su visión mediante la presencia de ese retrato de la boda sobre la repisa, flanqueado por las gafas y una llave (también la herida del tiempo y del cuerpo).

La pareja feliz del retrato nos mira a nosotros, que a su vez les miramos a ellos en «el hoy»: somos su correspondiente espejo en un bucle

infinito. A su lado, el enorme reloj de cuerda, marca inexorable el paso del tiempo. Porque, no olvidemos que la imagen nos muestra la repisa y todo lo demás es un «añadido».

Oposición diagonal de la oscuridad y la luz, que se cierne sobre la pareja (en la foto invertidos los colores). La foto traspassa la efímera grandeza de lo cotidiano para apuntar hacia la reflexión sobre la naturaleza humana, sometida al paso del tiempo. Es un discurso conmovedor. La pareja se mira sin mirarse, atiende otros aspectos de su cotidianidad, se ha acoplado a un ritual, pero las manos cercanas entre ellos apuntan a una relación más que física, entrañable.

Podríamos hacer la lectura inversa y cuestionar así el concepto temporal. Quizás estamos ante la repisa en que figura la foto de su boda, en el día de su boda, y se miran –a través de nosotros– en un espejo que les observa muchos años más tarde. El espejo es lo temporal y también lo atemporal. La elección de Doisneau no sólo es brillante, magnífica, sino necesaria, porque la imagen que vemos habla del tiempo y del ser humano: mirad –nos dice, desde esas lentes en primer término–, os entrego la llave para interpretar cómo el paso del tiempo ha llevado a esta pareja de recién casados a un hoy de resignación y, ¿por qué no?, de asentada y pausada felicidad; han llegado a través de caminos de oscuridad y luz, como lo ha hecho la imagen fotográfica.

BIBLIOGRAFÍA

- AUMONT, Jacques, BERGALA, A., MARIE, M., VERNET, M. (1993): *Estética del cine. Espacio fílmico, montaje, narración, lenguaje*, Barcelona, Paidós.
- BORDWELL, David y THOMPSON, Kristin (1995): *El arte cinematográfico*, Barcelona, Paidós.
- EGUIZÁBAL, Raúl (2001): *Fotografía publicitaria*, Madrid, Cátedra.
- GAUDREAUULT, Andre (1988): *Du litteraire au filmique. Systeme du recit*, París, Meridiens Klincksieck.
- GÓMEZ TARÍN, Francisco Javier (2003): *Lo ausente como discurso: elipsis y fuera de campo en el texto cinematográfico*, (Tesis doctoral, en CD-ROM), Valencia, Servicio de Publicaciones de la Universidad de Valencia.
- GONZÁLEZ REQUENA, Jesús (1989): *El espectáculo informativo*, Madrid, Akal.

A LA INNOVACIÓN POR LA OPOSICIÓN DEL PICTORIALISMO A UNA FOTOGRAFÍA MODERNA EN EL MARCO DE LA REAL SOCIEDAD FOTOGRÁFICA

ANA MARÍA MARTÍN LÓPEZ

Universidad SEK, Segovia

INTRODUCCIÓN

Las sociedades fotográficas españolas han sido, tradicionalmente, focos de fotografía pictorialista y principales animadoras de esta estética que se perpetuó en nuestro país hasta entrados los años cincuenta, cuando en el resto del mundo ya se había olvidado y superado. La Real Sociedad Fotográfica no fue una excepción, agrupando entre sus socios a algunos de los más destacados e ilustres representantes de esta corriente. Desde Kaulak, el conde de Esteban Collantes o el conde de la Ventosa, hasta José Ortiz-Echagüe, José Tinoco, Francisco Andrada o Eduardo Susanna, fueron muchos los miembros de la asociación que practicaban este tipo de fotografía aduciendo que les permitía crear imágenes artísticas y mostrar sus emociones mucho mejor que las frías copias al bromuro, por no hablar de la capacidad de intervención sobre el resultado que proporcionaban los procedimientos pigmentarios que todos ellos utilizaban.

Durante la II República hubo intentos de practicar una fotografía diferente. No hay que olvidar que, en esos momentos, el resto del mundo prefiere la fotografía pura, el documentalismo o el fotoperiodismo y que, sobre todo en Europa del este, las vanguardias están revolucionando las artes. En nuestro país recordaremos el trabajo de Nicolás de Lekuona –cuya prematura muerte truncó una interesantísima y prometedora carrera– y los ácidos e inteligentes fotomontajes de Josep Renau, así como el trabajo de Pere Catalá i Pic, Josep Sala, Ramón Batllés, Emili Godés o Aurelio Grasa.

Cuando finaliza la Guerra Civil el panorama es desolador en España. Los artistas y periodistas gráficos que habían peleado y trabajado del lado de la República tuvieron que exiliarse y, debido al bloqueo económico, y a pesar de alguna tímida iniciativa industrial,⁷⁵ los afortunados que pueden permitirse adquirir material fotográfico no encuentran demasiadas opciones. Así las cosas, las iniciativas culturales son prácticamente nulas y los pocos aficionados que pueden seguir practicando la fotografía se agrupan desamparados –como dice López Mondéjar (1996)– en torno a las sociedades que, debido a su falta de matiz político, continúan abiertas. El pictorialismo se revaloriza y José Ortiz-Echagüe –que durante estos años edita su famosa cuatrilogía–⁷⁶ se convierte en el modelo y ejemplo a seguir, siendo el fotógrafo más conocido y valorado tanto en nuestro país como fuera de nuestras fronteras.

En estos difíciles momentos para la práctica fotográfica, los aficionados dejan de lado cualquier crítica o compromiso para continuar cultivando una estética con la que pueden optar a los premios que ofrecen los salones y concursos que organizan las asociaciones. Éstos, junto a los modestos boletines y a la revista *Sombras*, primero, y *Arte Fotográfico* más tarde, que actuaron como sus órganos de expresión, eran los únicos foros donde mostrar la obra propia y conocer la ajena.

SE OYE HABLAR DE FOTOGRAFÍA MODERNA

La Real Sociedad Fotográfica había sobrevivido a la Guerra Civil gracias al amor por la fotografía que unía a sus socios. Un amor que estaba por encima de tendencias políticas y que les llevó a organizar una incautación pactada de los bienes de la asociación para protegerlos de cualquier contingencia durante estos terribles años. La solución funcionó

75. En 1940 aparecía en el País Vasco la firma Valca y, en 1941, nacía en Barcelona la casa Negtor.

76. *España, Tipos y Trajes* (1933), *España, Pueblos y Paisajes* (1936-1939), *España mística* (1943) y *España, Castillos y Alcázares* (1956).

y, ya en 1940, gracias a una frágil normalidad, comenzaron a programarse actividades iguales a las que se organizaban a principios de siglo. Daba comienzo un período gris, que iba a extenderse durante varios años, y durante el que la fotografía dio varios pasos hacia atrás.

Como dice Rafael Doctor (1996: 20), al mirar estas obras que exaltaban las bellezas patrias y la tipicidad de nuestras costumbres, parecía que el tiempo se había detenido en los años anteriores a la guerra. «Todo era bello, todo estaba bien. La fotografía, al igual que el cine, la literatura y la pintura, debía ofrecer la imagen heroica y bella de un país en ruinas.»

Pocas imágenes se separaban de este modo de concebir la fotografía, pero algunas había. Baste como ejemplo la anónima *El niño del tebeo* (1942) en la que, a una temática diferente a lo que por entonces se veía en los salones, habría que añadir, y agradecer, la frescura de una imagen instantánea de la realidad cotidiana, tratada a la manera de la fotografía directa o documental, que ya se practicaba en otros lugares del mundo. Años más tarde, en la Real Sociedad Fotográfica, se suceden las exposiciones del joven Carlos Saura, que presenta entre otras cosas su serie «Madrid de noche», y del retratista Antonio Palau Claveras; ambos sorprenden a los cronistas por tratarse de autores con una concepción de la fotografía que aún lo clásico con un punto de vista más moderno.

Gracias a estas tímidas iniciativas y con la democratización del medio que se produce durante la década de los 50, a pesar de estar el tardopictorialismo todavía en pleno auge, un nuevo público se interesa por la fotografía y se acerca a las agrupaciones. La Real Sociedad Fotográfica no es una excepción y pronto se produce un relevo generacional en su seno. Uno de sus socios, Juan Dolcet, explicaría más tarde que, por aquel entonces, la Entidad era una especie de coto cerrado, integrado por un grupo de «señorones», hasta que llegaron los jóvenes dispuestos a revolucionar todo aquello (Zumeta, 1987: 421). Así, esta renovación de la fotografía comienza a ser objeto de encendidos debates en las asociaciones y, desde las páginas de los boletines y de la influyente *Arte fotográfico*, se aboga por una fotografía diferente.

Un artículo de Luis Conde Vélez (1952), publicado en ésta última, es toda una llamada a la acción:

Es preciso dirigirse a los jóvenes que son jóvenes por su espíritu, no por sus años, y a los viejos que son jóvenes por virtud de ese mismo espíritu inquieto, vibrante, que alienta en los seres humanos cuando en ellos reside una facultad creadora y titilante.

¡Cread! Dejad las viejas casitas, los viejos molinos, las nubes, los frailes en su huerto, los arroyitos, los árboles, las barquitas con sus velas blancas. Dejadlo. O utilizadlo solamente como accesorio necesario para vuelos audaces por espacios ilimitados. Y volad. [...] Sed audaces. [...] No os avergoncéis de vuestras extravagancias.

La fotografía espera en España eso, precisamente: personalidades vibrantes, que no se asusten ni avergüencen.

Iniciemos –o iniciad, los que os creáis dotados para conseguirlo– la regeneración de nuestra alicaída fotografía.

UNA RESPUESTA A LA LLAMADA

Si recordamos que, durante los años 50, la prensa fotográfica especializada era más bien escasa, entenderemos fácilmente la enorme repercusión que el artículo antes citado tuvo entre los aficionados. En el caso de los socios de la Real Sociedad Fotográfica, la respuesta no se hizo esperar: ese mismo mes, un grupo de ellos exponía 52 obras en los salones de la Agrupación Madrileña. José Aguilar, Fernando Maqueda, Luis Olivenza, Ángel Lorente, García Moya y Aurelio Osuna eran calificados por los cronistas como un grupo de autores «que ven y sienten modernamente».⁷⁷

Pero, ¿qué se entendía entonces por moderno? Una lectura de las bases del I Salón Nacional de Fotografía Moderna que organiza la Agrupación Fotográfica de Cataluña daba la siguiente definición: «toda

77. «Seis expositores en la Real Sociedad Fotográfica» en *Arte fotográfico*, Madrid, enero de 1953.

actividad fotográfica que saliéndose de los viejos cauces y las normas clásicas ponga de relieve un anhelo de innovación y de abandono de las reglas tradicionales». ⁷⁸ Por aquel entonces, fotografía clásica era sinónimo de fotografía «salonista», así que, para estos jóvenes autores, la renovación consistía en hacer algo distinto a las imágenes que veían colgadas en la sede de la Real Sociedad Fotográfica.

Sin embargo, renovación no significó entonces revolución. Se trataba, sí, de oponerse a la fotografía pictorialista cuyos practicantes gozaban de un enorme prestigio en la Entidad Madrileña pero era más bien una actitud o una declaración de intenciones, actuando sobre lo externo pero desde un vacío conceptual. Como escribió años más tarde Oriol Maspons (1957), eran más bien «fotografías modernas de salón». Y es que no podemos olvidar que, también durante estos años, en la Real Sociedad Fotográfica se continúa trabajando para poner en marcha la idea del salón nacional único circulante y generando proyectos para sacar a los socios de una época de apatía.

Comparando las imágenes de estos jóvenes aficionados con las que hacían sus antecesores, ⁷⁹ vemos que no existen diferencias radicales. Es cierto que se van abandonando los artesanales procesos pigmentarios, con lo que la intervención sobre la copia es menor, y cada vez se ve con mejores ojos la utilización del negativo de paso universal –conocido entonces como tamaño miniatura. Estos cambios en el aspecto técnico producen, como es natural, otra estética. Las copias pierden ese romántico aspecto desenfocado y el grano se reduce considerablemente alejándose de la pintura.

Los tipos populares como *El arrabelero* o *El vaquero*, de Francisco Andrada, los escultóricos frailes de Eduardo Susanna –ambos fuertemente influidos por el trabajo de José Ortiz-Echagüe y los brumosos

78. «Actividades de las sociedades fotográficas» en *Arte fotográfico*, Madrid, enero de 1953.

79. Algunas de las imágenes que estos autores obtuvieron durante esos años, están depositadas en la fototeca de la Real Sociedad Fotográfica y pueden consultarse a través de su base de datos que incluye parte de sus ricos fondos digitalizados.

paisajes de Diego Gálvez, dejan paso a temas cotidianos, menos grandiosos y poéticos: un promontorio con tres árboles sin hojas, como el que realiza Osuna, o una nevada nocturna en el viaducto de Madrid, como la que presenta García Moya, por poner un par de ejemplos.

Los encuadres se ajustan y se hacen más atrevidos, los planos se significan y las composiciones buscan dar dinamismo a la imagen. El propio José Tinoco, cuya producción anterior es clasificable dentro de la denominación de fotografía clásica, presenta a principios de los años cincuenta una imagen como *Los que tienen prisa*, en la que el autor, usando un contrapicado se vale del contraluz y de las sombras que provoca sobre las escaleras de una estación de metro, para crear una imagen original en su temática y factura...

La consecución del prestigioso premio Negtor por parte de un joven Juan Dolcet, con la casi minimalista *Estilos 1955*, animó a otros muchos a participar en el III Salón de Noveles y en el I Salón Nacional de Fotografía Artística de Miniaturistas, sin embargo, todo ello no son, como decíamos, sino tímidos intentos y esta joven estética aún convive con la imagen pictorial que, preferentemente, cultivaban los grandes nombres del panorama fotográfico nacional. La renovación había dado sus primeros pasos pero aún tendría que llegar una auténtica revolución, aquella tras la que no habría vuelta atrás.

EPÍLOGO

Esta fotografía moderna –denominación ya aceptada a mediados de los cincuenta, que la separaba claramente de la fotografía tradicional- no deja de ser motivo de debates. A pesar de la enorme influencia sobre los aficionados españoles del catálogo de la muestra *The family of man* y el revulsivo que supuso la Agrupación Fotográfica Almeriense (AFAL), son muchos los que aún se cuestionan el concepto. El deliberado descuido formal es cultivado como oposición frontal hacia la preocupación que demostraban los pictorialistas, y se huye de su grandilocuencia captando temas simples en exceso (Dolcet, 1956):

Tengo duda si nos estaremos haciendo un verdadero «taco» en ir demasiado deprisa y traspasar los límites que creo no conocemos [...] Hay que reformar lo hecho, y es una labor muy difícil pues la herencia que tenemos es de muy alta calidad y uno de los principios fundamentales de la fotografía moderna es simplificar su estructura y decir mucho, pero hacer una obra fría, sin alma que no recrea nuestro espíritu creo que no tiene base de éxito.

Este concepto se clarifica en lo que muchos vieron como «la exposición del año». La colectiva de Terré, Masats y Miserachs, que se celebra en 1957, deja a su paso por Barcelona, Madrid y Almería un soplo de aire fresco que muchos miembros de la Real Sociedad Fotográfica agradecen:

... sus fotos tienen la valentía de todo lo nuevo que trata de abrirse paso entre una masa de intransigentes adocenados y rutinarios, y el mérito de marcar un nuevo camino a los que creen, como yo, que la fotografía no ha agotado todos sus recursos, a los que creemos en la evolución y renovación de las formas, a los que pensamos que ahora empieza una nueva era fotográfica.⁸⁰

Cuando Masats llega a Madrid con el ánimo de establecerse profesionalmente y toma contacto con varios miembros de la Real Sociedad Fotográfica, su reportaje sobre los Sanfermines les deja impresionados. Esos mismos fotógrafos, Gabriel Cualladó, Rafael Romero, José Aguilar y Francisco Gómez –casi recién llegados a la veterana Agrupación Madrileña– cuelgan su obra en 1958, en la sala de exposiciones de la librería Abril y, dejando a un lado el hecho novedoso en nuestro país de que una galería de arte expusiera fotografía como si de pintura o escultura se tratara, la colección fue muy bien valorada por recoger el espíritu de la fotografía que se quería hacer en esos momentos: Cualladó con sus sensibles retratos ofrece la obra más poética y da muestras del gran retra-

80. «Exposición de Terré, Masats y Miserachs» en *Real Sociedad Fotográfica*, Boletín mensual para los Sres. Socios. Madrid, junio de 1957.

tista que era y que llegaría a ser; Romero hace suya la teoría del «instante decisivo» y sus fotografías están llenas de movimiento y vida; Gómez capta imágenes de gran interés humano con esa visión propia de unos pocos privilegiados y Aguilar está en plena búsqueda de un estilo propio.

Cuando Masats, Cualladó y Gómez conocen a Rubio Camín y forman, junto con Leonardo Cantero y Francisco Ontañón, medio en serio, medio en broma, La Palangana, semilla del movimiento conocido más tarde como Escuela de Madrid, seguramente no imaginaban la importancia que tendría el grupo para la pequeña historia de la Real Sociedad Fotográfica y para la historia de la fotografía española, en general.

Pero la búsqueda de un camino para la realización de una fotografía distinta, genera todavía durante los años sesenta respuestas encontradas. Para unos estas iniciativas suponen una verdadera fuente de inspiración mientras que, para otros, resultan incomprensibles. Por otro lado, aunque los grandes –últimos– pictorialistas como José Ortiz-Echagüe prueban a fotografiar a la manera moderna –su imagen *Muchacha al sol* podría ser un buen ejemplo–, no debemos olvidar que la primera continuaba siendo la estética imperante por lo que desde la Real Sociedad Fotográfica podía afirmarse aquello de que seguían siendo salonistas.

BIBLIOGRAFÍA

- CÁNOVAS, Carlos (1992): «Entre dos rupturas», *Tiempo de silencio. Panorama de la fotografía española de los años 50 y 60*, Barcelona, Fundación Caixa de Cataluña, Generalitat de Catalunya, Departamento de Cultura.
- CONDE VÉLEZ, Luis: «El momento fotográfico» en *Arte fotográfico*, Madrid, diciembre de 1952.
- DOCTOR RONCERO, Rafael (1996): «Apuntes del pictorialismo español» en *50 años de fotografía española en la colección de la Real Sociedad Fotográfica (1900-1950)*, Madrid, Fundación Cultural Mapfre Vida.
- LÓPEZ MONDÉJAR, Publio (1996): *Fotografía y sociedad en la España de Franco. Las fuentes de la memoria III*, Madrid, Editorial Lunwerg.
- FONTCUBERTA, Joan (1983): «Notas sobre la fotografía española» en NEWHALL, Beaumont (1983): *Historia de la fotografía desde sus orígenes hasta nuestros días*, Barcelona, Gustavo Gili.
- MARTÍN LÓPEZ, Ana María Y MUÑOZ GARCÍA, Manuel (2004): *Historia de la Real Sociedad Fotográfica: Voluntad de fotógrafos*, Segovia, Ministerio de Educación y Cultura, Real Sociedad Fotográfica, Universidad SEK, (en prensa).
- VIELBA, Gerardo (1988): «Ese grupo... Esa escuela: pequeña crónica de una actitud continuada» en *Fotógrafos de la Escuela de Madrid. Obra 1950/1975*, Madrid, Museo Español de Arte Contemporáneo.
- ZUMETA, Gorka, «Juan Dolcet: el camino de la coherencia», en *Arte fotográfico*, 421, Madrid, enero de 1987.

MITO E IRONÍA: EN TORNO A DOS FOTOGRAMAS DE GRETA GARBO

MANUEL MORENO DÍAZ

Universitat Jaume I, Castellón

EL CONCEPTO BARTHESIANO DE MITO

Vamos a adoptar fundamentalmente el modelo semiológico que Roland Barthes (2000: 199-257) propone en el artículo que da título a su libro. Para ello aclararemos previamente algunos conceptos que sirvan de esqueleto teórico al análisis que después llevaremos a cabo.

La palabra *mythos* significa exactamente acto de habla, palabra contada. En ese sentido, es una realización discursiva que puede adoptar la forma de discurso, rumor, conversación, consejo, prescripción o leyenda. Barthes, partiendo de su acepción etimológica, concluye que el mito es un modo de significación, no se define por su objeto sino por la forma en que se profiere. Cualquier objeto comunicado, del que se apropia la sociedad para referirlo, es susceptible de convertirse en mito. El soporte del habla mítica puede ser la literatura, la fotografía, la publicidad, el cine, el espectáculo, todo aquello dotado de significación. La imagen, en cuanto dotada de significación, deviene lexis, signo.

Barthes (2000: 205) parte del esquema tridimensional del signo lingüístico, el significante, el significado y el signo, y de una hábil combinación de semántica y pragmática. El mito edifica su particular sentido a partir de un sistema semiológico ya preexistente, «es un sistema semiológico segundo: lo que constituye el signo en el primer sistema, se vuelve simple significante en el segundo». El signo resultante, abarca, como significante que es, cualquier signo de un sistema semiológico primero para dotarlo de un significado y formar así el signo específico del lenguaje mítico. El semiólogo francés utiliza dos series de nombres: una en el plano de la lengua, otra en el plano del mito; en el plano de la lengua al significante lo llama sentido y en el plano del mito,

forma; al significado lo designa, en ambos planos, concepto; finalmente, y para evitar ambigüedades, el signo del plano de la lengua es llamado significación en el plano del mito. Ejemplificando, en el plano de la lengua:

Signo	Sentido
lingüístico	Concepto

y en el plano del mito:

Significación	Forma / Sentido
	Concepto

La clave de toda su interpretación se halla en la apropiación que la forma mítica, vacía, hueca y pobre, hace del sentido, lleno, rico, pleno de racionalidad suficiente, para depositar en él un concepto que siempre es histórico e intencional por más que éste aparezca travestido como natural o arbitrario. El concepto, cuantitativamente, es mucho más pobre que el significante: «de la forma al concepto pobreza y riqueza están en proporción inversa: a la pobreza cualitativa de la forma, depositaria de un sentido disminuido, corresponde la riqueza de un concepto abierto a toda la historia; a la abundancia cuantitativa de las formas corresponde un número pequeño de conceptos» (Barthes, 2000: 211-212). Un concepto por lo tanto dispondrá de un abanico infinito de formas en los que sustanciarse y, de igual manera, una forma minúscula o nimia podrá ser el esqueleto de un concepto rico en historia o que nos remita a su vez a otros significantes más prestigiados. En la inexactitud, la representación, la duplicidad, el esquematismo, la exageración, es donde halla el mito la tierra propicia para sus vergeles robados.

La significación es, según hemos dicho, el tercer término del sistema semiológico mítico. El vínculo que une el concepto del mito al sentido es una relación de deformación, el concepto deforma el sentido, o, en palabras del propio Barthes (2000: 214) «el concepto aliena el sentido». Para que esta deformación sea más efectiva, el mito prefiere operar,

según apuntábamos, sobre imágenes pobres, incompletas, despojadas de su sentido originario, alienadas, listas para ser ocupadas por los conceptos que construirán las significaciones míticas. Forma y sentido entonces aparecen recíprocamente expoliados: la forma aparece como presente, pero vaciada, el sentido en cambio se presenta lleno, pero ausente.

El mito, pues, no pretende ocultar ni desnudar nada, no es un secreto ni una confesión, es una distorsión. «La elaboración de un segundo sistema semiológico permite al mito escapar al dilema: conminado a desvelar o a liquidar el concepto, lo que hace es naturalizarlo. Estamos en el principio del mito mismo: él transforma la historia en naturaleza» (Barthes, 2000: 222).

EL MITO GRETA GARBO

Si hay un plano que contribuyó a la construcción del mito Garbo, ése fue sin lugar a dudas el plano final de la película *La Reina Cristina de Suecia* (*Queen Christina*, 1933) de Rouben Mamoulian.



Tiene una duración aproximada de cuarenta segundos y comienza con un plano general de Cristina apoyada en el mascarón de proa. Sus cabellos ondean al viento como serena propagación del mar. Entonces comienza un lento *travelling*, sin corte, hasta acabar en un primer gran plano de su rostro. Sus ojos miran hacia fuera de campo en la misma dirección del barco que la iba a llevar a España. Su rostro se convierte en un níveo vergel de enigmas esculpidos por la luz. Nace el mito Greta Garbo. Santiago Vila Mustieles (2000) explica las dificultades que entrañó el *travelling* al que aludimos. Este dispositivo construido por William Daniels, según un diseño sugerido por el propio Mamoulian, que se basaba en el funcionamiento de la linterna mágica, se considera el primer (pre)zoom dramático de la historia del cine.

Se suele adscribir este plano a la diégesis como el significante polisémico que recoge en él, a modo de luminosa cuenca, todas «las líneas significantes» (Vila, 2000: 52) que han discurrido por el texto. A la luz de la teoría barthesiana, este primer gran plano ilustra perfectamente las ideas a que hacíamos referencia en el primer epígrafe de nuestra comunicación y que, creemos, abren interesantes y sugestivas posibilidades hermenéuticas. Es cierto que el último plano es el epítome de la narración. Todos sus dispositivos significan y esa significación se ve multiplicada por las connotaciones que el texto ha ido depositando sobre cada uno de los elementos de la composición: la hierática soledad de Cristina, el mar tendiendo puentes a la muerte, la tempestad que presagia el cielo, el consuelo del viento, el barco convertido en sepulcro, rumbo hacia ninguna parte. El plano general recoge, pues, todo el sentido de la narración y las significaciones a las que los espectadores lo han ido asociando.

Santiago Vila (2000: 54) apunta muy agudamente que ya hay un detalle que rompe la verosimilitud del plano, «... el aire que despeja el rostro de la protagonista, que parece cara al viento. Esto quiebra espectacularmente el *raccord* entre los planos puesto que, si está en la proa del barco que avanza, el aire, que impulsa las velas –lógicamente– desde atrás, debería impulsar su cabello hacia el rostro». El mismo director en una entrevista comentaba:

Garbo me preguntó: «¿Qué debo representar en esta escena?».

Le dije: «¿Has oído hablar de la tabula rasa? Quiero que tu rostro sea una hoja de papel en blanco. Quiero que la escritura la haga cada miembro del público. Me gustaría incluso, si pudieras, que evitaras parpadear. Así que no eres más que una hermosa máscara».

Es evidente que el director quería trascender esta escena aun en detrimento del realismo. Pero entonces la cámara comienza a acercarse, en un imperceptible *travelling*, hacia su rostro. Todos los elementos compositivos se van disolviendo gradualmente: el mar, el mascarón de proa, el cielo, las cuerdas. Al final sólo queda su rostro bañado por la luz. Pero este rostro, a nuestro parecer, ya se ha desvinculado de la historia, es una máscara, presente, pero vacía. El mito aparece para decapitar esta cabeza de la diégesis, para convertirla en un esquema nacarado en el que el público encuentre la belleza, la soledad, el tiempo detenido: el rostro de la Garbo. En la medida que este rostro va creciendo en su desmesura, el mito lo desfigura, lo reduce a simulacro, máscara, símbolo de sí mismo. Es entonces cuando este rostro se posesiona sobre todo el sistema de significaciones que el texto ha ido construyendo, se desborda en sistema factual. Sobre este rostro vacío los «lectores» del mito fundan significados, construyen significaciones, puesto que, en la medida que las ha precedido y las ha motivado, también las naturaliza. La forma subyace debajo del concepto como osamenta generadora.

Errónea, por parcial, nos parece la interpretación que Laura Mulvey (1988: 37-38) da a los primeros planos del rostro de Greta Garbo o a las piernas de Marlene Dietrich. No responden ciertamente a idénticos impulsos expresivos todos los primeros planos de actrices, ni tienen siempre como finalidad, en aras de satisfacer la pulsión escotofílica o fetichista de los espectadores de la sala a modo de perversos recortables, la ruptura de la verosimilitud narrativa. Hemos afirmado que la esencia misma del mito es transformar la historia y sus leyes en naturaleza, establecer entre significantes y significados correspondencias que siempre tienen como último garante a la naturaleza misma. Debajo

de este impulso legitimador, de este afán de apropiación de formas por parte del mito, subyace la forma de pensar de los rituales (Nietzsche, 1999), el sistema sobre el que se construyen los cultos:

- Inexactitud de la observación: el mito prefiere trabajar con esquemas, con símbolos, simulacros.
- Falso concepto de la causalidad: el mito funda nuevas significaciones mediante la deformación del sentido.
- Exclusividad de la memoria: el mito siempre prefiere los elementos irregulares, excepcionales, anómalos, sobre los que construir sus sistemas.
- Potencia para captar analogías y tendencia a entregarse a ellas: La significación mítica nunca es del todo arbitraria, «siempre es parcialmente motivada, contiene fatalmente una dosis de analogía» (Barthes, 2000: 218-219).
- El impulso ligado a la inercia: La inercia de la contemplación, de los recuerdos, de las significaciones que genera un texto, es el impulso que funda, que deforma, que construye la inflexión mítica.

El mito se presenta, pues, como ritual que transforma un sentido en forma, que transfigura la historia en naturaleza y que convierte el rostro de Greta Garbo en palimpsesto de nieve en el que cada espectador escribe un discurso contra la muerte.

DECONSTRUYENDO A GRETA GARBO

Antes de pasar a comentar el segundo fotograma de Greta Garbo, conviene realizar unas consideraciones previas en torno al instrumento de análisis de la significación que para tal fin hemos escogido: la ironía.

El mito siempre halló su territorio natural en la tragedia, la cual nace como una simple dramatización ritual de éste. La comedia es posterior y nace como inversión cómica del mito, lo que se ha dado en llamar

travestimiento mítico, procedimiento mediante el cual una situación heroica y conocida por la comunidad es distorsionada con fines cómicos. Estamos ante un procedimiento análogo al modo de operar mítico. La comedia enfrenta unos significantes míticos, dramatizados con fines rituales y prestigiados por la tradición, a unos significados ridículos, grotescos, monstruosos, para dar lugar a ese extrañamiento que siempre comportan las parodias.

Uno de los vehículos por excelencia para producir esa distorsión es la ironía. En la medida que ésta aleja al mito de la tragedia y aliena su propio significante, empieza a confundirlo con la comedia. Wayne C. Booth (1989) la define como «la presencia simultánea de perspectivas diferentes [...] que se manifiesta al yuxtaponer una perspectiva implícita que aparenta describir una situación y una perspectiva implícita, que muestra el verdadero sentido paradójico, incongruente o fragmentario de la situación observada».

En la ironía se exige por parte del receptor la reconstrucción de un significado que no se ajusta a lo observado, se le invita a formular nuevos significados que permitan significaciones contrarias a las que aparecen a simple vista, a rechazar la literalidad de lo significado. Mito e ironía tratan de reconstruir significaciones a partir de un significante que el mito vacía para deformar y la ironía cuestiona para descodificar e interpretar correctamente. El procedimiento es parecido, se basa en desajustes entre el significante y el significado, pero la finalidad es radicalmente opuesta, el mito intenta trascender la contingencia, naturalizar la historia; la ironía, por el contrario, opera deconstruyendo los mecanismos míticos, las convenciones tácitamente asumidas, convirtiendo lo recibido como natural en vacía superficie, en verdad impostada.

El segundo fotograma es de la película de Ernst Lubitsch, *Ninotchka* (1939), que también fotografió William Daniels:



Pertenece a la presentación del personaje: su llegada a París como enviada extraordinaria a las órdenes de un comisario soviético. Las películas de Lubitsch tienen muy pocos elementos que no sean significativos. En esta presentación que hace de Greta Garbo, los espectadores que estén familiarizados con el estilo del director alemán ya observan una serie de detalles muy relevantes. Se ha retrasado bastante su aparición, 17 minutos, con lo que se genera en el espectador un efecto de suspense. El plano del que hemos extraído el fotograma dura tres segundos y está inserto entre un plano general que lo precede, en el que fugazmente aparece desde el punto de vista de los tres camaradas, y un plano medio largo, desde el punto de vista de ella, en el que los tres camaradas miran con recelo hacia fuera de campo en dirección a la enviada. Las miradas de unos y de otra forman el eje del *raccord*.

Hay detalles que el espectador inmediatamente asocia a melodramas de la Garbo. La cita más evidente se refiere a la presentación que de ella se hace en *Anna Karenina* (1935). La actriz baja del tren como saliendo de la niebla ante la mirada arrebatada de un deslumbrado Frederic March.

Si analizamos el fotograma descontextualizado, no hay demasiada diferencia entre la expresión totalmente neutra del plano final de *La Reina Cristina de Suecia* y la de este plano que nos la presenta en *Ninotchka*. Se ha discutido, de hecho, mucho sobre si el talento dramático de Greta Garbo no fue sino un caso de excepcional fotogenia. No olvidemos a este respecto lo fundamental que había sido para la codificación de la fotogenia clásica la llegada simultánea, a principios de los 30, de la película pancromática, de las lámparas incandescentes y de las lentes de Fresnel, que tanto contribuyeron a matizar y a naturalizar la imagen, a hacerla más realista y legible.

En ambos fotogramas, su rostro, casi mineral, parece ser la fuente de donde brota la luz. Su ademán no denota sentimiento alguno, pero hay una diferencia esencial: el tipo de plano utilizado en un caso y en el otro. El primer gran plano, fuertemente connotado, suele indicar énfasis expresivo y conlleva pareja una suspensión en la narración; en cambio, el plano medio vehicula la narración. Tampoco, llegados a este punto, coincidimos con algunas de las valoraciones narrativas que Laura Mulvey (1988: 38) hace del cine narrativo clásico en el que afirma que es el hombre el soporte activo de la historia, el que hace que las cosas sucedan, relegando a la mujer a un mero papel pasivo,⁸¹ a la parte espectacular. El personaje de *Ninotchka* es el detonante y el principal eje de la estructura narrativa de esta comedia. Afirmaciones que podrían ser válidas para géneros tan codificados como el cine negro o los *westerns*, se ven constantemente contradichas en otros, como el melodrama o la comedia. No todos los directores son trasuntos travestidos de un Joseph von Sternberg o un Alfred Hitchcock.

La ironía, en el plano *intertextual*, eje paradigmático, está produciendo un efecto de extrañamiento entre todos los personajes melodramáticos, naturalizados por el espectador, en los que Garbo antes se encarnó –mujeres entregadas al amor, siempre dispuestas al sacrificio y a la renuncia por el hombre al que aman– y el que interpreta en esta comedia, una implacable comisaria enviada por el Kremlin.

81. De hecho en la mayor parte de las películas de Lubitsch suele suceder lo contrario.

En el plano *intratextual*, eje sintagmático, los planos precedente y siguiente son los que producen un doble extrañamiento. La aparición de la Garbo en todas sus películas, sobre todo a partir de *Gran Hotel*, imanta las miradas masculinas. Desde la citada *Gran Hotel* a *La Reina Cristina de Suecia*, desde *Margarita Gautier* (1936) a *Maria Walewska* (1937). Pero en *Ninotchka* es recibida por las recelosas miradas de tres comisarios que no tienen la conciencia muy tranquila. La escena es la más divertida de toda la película y el espectador se olvida de Greta Garbo, actriz que por otra parte siempre había estado muy por encima de los personajes que había interpretado, sobre los que emergía a lo largo de la diégesis una y otra vez.

Para entender el efecto de la ironía, como mecanismo consciente que es, se ha de evidenciar la ruptura entre el significante, el plano medio de Garbo, y el significado, el sentido que le otorga el espectador en la narración. Los dos procedimientos más frecuentes en el cine narrativo clásico se hallan presentes aquí. Por un lado mediante el montaje, con el inserto del plano presentación de la actriz entre un chiste genial y las miradas de los tres camaradas con los que se identifica el espectador; por otro, mediante el contrapunto irónico de la *música*, tan diferente a la del final de *La Reina Cristina de Suecia* que enfatizaba emocionalmente el plano mediante un *crescendo* sonoro. La ironía desajusta la imagen romántica de Greta Garbo naturalizada por el espectador, descodifica los personajes asumidos tácitamente por el público, desenmascara los mecanismos impuestos por el mito, para integrarla plenamente en la diégesis e invisibilizar las máscaras del pasado.

Finalmente en el plano *extratextual*, la película *Ninotchka* utiliza la ironía para satirizar el régimen comunista soviético. La sátira siempre implica evaluación peyorativa del objeto ironizado, encarnado esta vez para mayor escarnio en la mismísima Greta Garbo. Así se explica que la ironía más demoledora de toda la película venga proferida por los dulces labios de quien había sido arquetipo de transparencia emocional:

Buljanoff: ¿Y qué tal está Moscú?

Ninotchka: Muy bien, los últimos juicios en masa han constituido un éxito; quedarán menos rusos, pero serán mejores.

BIBLIOGRAFÍA

- ANOBILE, Richard J. ed. (1975): *Ninotchka*, Nueva York, Avon Books.
- BARTHES, Roland (2000): *Mitologías*, Madrid, Siglo XXI.
- BOOTH, Wayne (1989): *Retórica de la ironía*, Madrid, Taurus.
- MULVEY, Laura (1988): «Placer visual y cine narrativo» en *Eutopías*, 2ª ép. Valencia.
- NIETZSCHE, Friedrich (1999): *El culto griego a los dioses*, Madrid, Aldebarán.
- VILA MUSTIELES, Santiago (2000): *Guía para ver y analizar La Reina Cristina de Suecia de Rouben Mamoulian (1933)*, Valencia, Barcelona, Nau Llibres-Octaedro.

EN EL ESTUDIO DEL FOTÓGRAFO: PUESTA EN ESCENA E IDENTIDAD

ÁUREA ORTIZ VILLET
Universidad de Valencia

Invoquemos, cómo no, a Roland Barthes (1989: 43-44):

Verse a sí mismo (de otro modo que en un espejo): a escala de la Historia este acto es reciente, por haber sido el retrato, pintado, dibujado o miniaturizado, hasta la difusión de la fotografía, un bien restringido, destinado por otra parte a hacer alarde de un nivel financiero y social [...]. Es curioso que no se haya pensado en el *trastorno* (de civilización) que este acto nuevo anuncia. Yo quisiera una Historia de las Miradas. Pues la fotografía es el advenimiento de yo mismo como otro: una disociación ladina de la conciencia de identidad.

Lo que aquí se va a intentar es caracterizar algunos de los síntomas de ese *trastorno*, analizando algunas de esas fotos que contienen la imagen borrosa y a veces inescrutable de nuestros antepasados y a las que no damos especial importancia.



Foto 1. Fotografía de boda, sin datos. Segunda década del siglo XX. Col. particular

Estamos en Valencia en 1920, asistiendo a la sencilla boda de una pareja de clase media. Tras la ceremonia, los novios acuden al estudio de un fotógrafo para hacerse la preceptiva foto que quedará como documento de su nueva condición de casados. Cuando llegan al estudio son colocados ante un telón que representa un jardín, o un salón, o el interior de un templo. Uno sentado y el otro de pie o bien los dos de pie, el fotógrafo les impone una pose, lo más noble y distinguida posible, acorde con ese momento tan crucial de sus vidas. El resultado es algo parecido a la foto 1. En el marco incomparable de un palacete con jardín, la pareja, envarada y rígida, mira ante sí con expresión incierta. Ni un atisbo de sentimiento, de felicidad o del supuesto amor que les ha llevado al matrimonio alegra la composición. Una imagen sin duda sorprendente para lo que esperamos de una fotografía de boda.⁸² Al fin y al cabo es un acontecimiento festivo y fundamental en las vidas de los retratados y no entendemos por qué no comparten con el espectador su supuesta felicidad. Por muy *kitsch* y convencionales que sean los reportajes de boda actuales (tanto fotográficos como videográficos), si algo deben dejar claro es el profundo amor y la inmensa alegría de los contrayentes, aunque no sean ciertos. Son, por una parte, documentos que informan a la sociedad de la formación de un nuevo núcleo familiar, pero sobre todo son la demostración, casi ostentación, ante esa misma sociedad de la gran satisfacción de los retratados por su decisión y el futuro que se avecina. Por otra parte, en la foto que analizamos, más allá de ese carácter informativo del que hablábamos («he aquí un nuevo matrimonio y por tanto un nuevo núcleo familiar»), no hay nada de lo demás. En vez de naturalidad, envaramiento; en vez de alegría y felicidad, inexpresividad; en vez de sentimiento amoroso, sólo solemnidad.

Es muy probable que cada uno de los cónyuges sólo se haya hecho en su vida una o dos fotos antes de ésta de la boda, o puede que, incluso, ninguna. Y éste es un dato fundamental. Acostumbrados como esta-

82. Para el análisis de las fotos de boda antiguas, consultar (Bonet y Ortiz, 2000).

mos a tener fotografías nuestras de los momentos tanto importantes como irrelevantes de nuestra vida, o incluso, para las nuevas generaciones, imágenes de antes del nacimiento en forma de ecografía, no nos damos cuenta del valor que para nuestros antepasados tenían las fotografías y del carácter de acontecimiento que envolvía a la visita al fotógrafo. Las familias no disponían de cámaras fotográficas y para hacerse una foto había que acudir al estudio de un profesional (lo que al principio era muy caro y, cuando se abarató, no siempre era posible por cuestiones geográficas) o aprovechar la llegada de alguno de los fotógrafos ambulantes que recorrían los pueblos y ciudades, sobre todo con motivo de fiestas y ferias. Así pues, estas imágenes que ahora nos hacen sonreír en su rigidez, eran documentos únicos y especiales, con una gran carga simbólica. Para nosotros, en el siglo XXI y en Occidente, el estar acompañados de nuestra propia imagen y ser tan conscientes de ella nos parece algo intrínseco al hecho de estar en el mundo, pero no es así. Los espejos de cuerpo entero llegan a los hogares no pertenecientes a la clase dominante, es decir, a la mayoría de la población, a finales del siglo XIX (Perrot, 1993: 427). Antes de eso estaban reservados a aristócratas y alta burguesía. Eso quiere decir que, hasta ese momento, el simple gesto de mirarnos al espejo que cualquiera de nosotros hace antes de salir de casa para comprobar que todo está en su sitio y que nuestra imagen es más o menos agradable o adecuada, era impensable para el grueso de la población. El control sobre la propia imagen, la que se ofrece a los otros, era muy débil, más cuanto más abajo se estaba en la escala social. En realidad, esa posibilidad de controlar nuestra imagen y enfrentarnos a ella, a nuestra propia representación, es muy reciente, algo a lo que han accedido únicamente tres o cuatro generaciones y, probablemente, sólo en Occidente (aunque esta cuestión geográfica no va a ser tratada aquí). Y, si a pesar de la profusión de imágenes de nosotros mismos que nos rodea, aún nos sobresaltamos cuando nos miramos en una foto, ¿qué sentirían nuestros antepasados al enfrentarse a su propia imagen?

Antes de la invención de la técnica fotográfica, solo las clases altas y dirigentes podían dejar plasmada su imagen en algún tipo de sopor-

te pictórico. Tras la llegada de la fotografía, en las primeras décadas de su existencia siguió siendo así, puesto que al principio estaba sólo al alcance de ricos. Poco a poco se va popularizando y abaratando los costes y más clases sociales acceden a la posibilidad de guardar para sí y ofrecer a los demás una imagen de sí mismos. De todas formas, a finales del siglo XIX, un individuo que no perteneciera a la aristocracia o a la alta burguesía, es decir, casi todos, se hacía muy pocas fotos a lo largo de su vida, 9 o 10 a lo sumo: una foto de niño solo o con sus padres y hermanos, otra de la boda, otra tras el nacimiento de un hijo, otra de toda la familia al cumplir x años de matrimonio y en función de su actividad laboral, en el caso masculino, alguna de grupo con sus compañeros de trabajo. Además hay que tener en cuenta que esta cifra de 9 o 10 fotos sirve para los habitantes de la ciudad, que tenían muchas más posibilidades de hacerse fotos que la población rural, y que la mayoría de la población europea y aún más la de nuestro país, era eminentemente rural.

El siglo XIX es en Europa un largo y complejo proceso de consolidación de la sociedad burguesa y de una nueva clase social, la burguesía. Esta nueva sociedad se construye sobre un creciente sentimiento de identidad individual y afianzamiento del yo, que se observa en todos los órdenes. Y la fotografía cumple un papel fundamental en este proceso. Su auge está directamente relacionado con el desarrollo de la sociedad burguesa, urbana e industrial. El inmenso e inmediato éxito del formato de tarjeta de visita que populariza el fotógrafo francés Disdéri a partir de 1854 y que se mantiene hasta la década de los 10 del siglo XX, es un dato revelador en este sentido, al igual que las fotos en forma de tarjeta postal que circulaban en grandes cantidades.

Aunque en las primeras décadas de existencia de la fotografía hacerse una foto era muy caro, resultaba mucho más barato que la pintura, por lo que se convirtió en la herramienta perfecta para que la burguesía emergente viera en ella el modo de dejar a la posteridad su imagen precisa y orgullosa; un arte nuevo para una nueva clase social. Y la burguesía solicitaba un modelo de retrato que en nada desmereciera de la representación de la clase aristocrática, es decir, que reflejara los valores

burgueses con dignidad, solemnidad y poder. Naturalmente también ésta es una demanda de la aristocracia, dispuesta a hacerse una foto sólo si el resultado iguala la majestuosidad del retrato pictórico, como podemos apreciar en la foto 2.



Foto 2. Julián Martínez de Hebert, Madrid. Retrato de Luis Fernández de Henestrosa y Santiesteban. Sin fecha. Probablemente realizada entre 1860 y 1880. Col. particular

El modelo, perteneciente a una familia noble, posa con gran desenvoltura y aplomo frente a la cámara, con la seguridad en sí mismo que proporciona la pertenencia a una clase social dominante, habituada a ser objeto de la mirada de los otros y a ofrecer a los demás una apariencia estrictamente controlada y preestablecida. Un telón pintado simula un paisaje con un río y el caballero se apoya en una balaustrada elegante con el inevitable y lujoso cortinaje de brocado o terciopelo que ha estado presente durante siglos en los retratos pictóricos. Los modelos de retrato se copian de la pintura, tanto en el formato como en el contenido. El retratado va siempre acompañado de fondos elegantes, cortinajes, muebles señoriales y objetos que hablan de distinción y lujo discreto. En el imparable proceso de popularización de la fotografía,

que las técnicas cada vez más eficaces y rápidas y el abaratamiento de los costes propiciaron durante la segunda mitad del siglo XIX, este modo de representación se mantuvo convertido en un cliché, fuera quien fuera el retratado. La foto 3 muestra otra fotografía de boda.



Foto 3. Fotografía de boda, sin datos. Segunda década del siglo XX. Col. particular

La seguridad y el aplomo han desaparecido totalmente en la pareja que mira a la cámara. La perfecta integración con el decorado que mostraba nuestro caballero de la foto anterior, acostumbrado sin duda, a moverse entre cortinajes y palacetes, se ha convertido aquí en un chirriante desajuste entre los retratados y el entorno. El desproporcionado trono (que encontramos en otras fotos de la época), donde está sentado un joven que, evidentemente incómodo, no se ha sentado jamás en nada ni remotamente parecido; la rigidez de la novia, más bien sujetándose al respaldo; el telón de fondo imitando una balconada noble y un tapiz que desde luego no formará parte del mobiliario de su casa, conforman una composición teatralizante y paradójica, que refleja una solemnidad adulterada. La fotografía está al alcance de todos pero no el control sobre la propia imagen. Para los recién llegados a la situación de poseer una representación de sí mismos, como estos incómodos novios, el resultado de la fotografía es siempre problemático, por mucho que se intente reproducir en el decorado el interior burgués y

todos los signos de la nueva clase social. Ambas fotografías son, indudablemente, artificiosas y teatrales, con sus telones y sus muebles de *atrezzo*, pero en la segunda es mucho más evidente la ausencia de naturalidad y la pose forzada.

En las primeras décadas de existencia de la fotografía, esta envarada puesta en escena era resultado de la necesidad de un largo tiempo de exposición ante el objetivo de la cámara. Los que iban a ser fotografiados debían permanecer mucho rato sin mover un músculo manteniendo la pose, lo que obligaba a la utilización del llamado reposacabezas o sujetacabezas, un soporte de pie que, situado tras el retratado, le ayudaba a no mover la cabeza sujetando la nuca, con lo cual la pose, además de rígida, se veía forzada por la necesidad de ocultar dicho artificio. Un manual de fotografía alemán de 1874 recoge un impagable texto acerca de la necesidad del sujetacabezas (Maas, 1982: 107):

Nadie puede permanecer quieto totalmente, cada pulsación genera unas ligeras vibraciones, y precisamente en el momento preciso en que el modelo debe ser del todo consciente de su comportamiento para conseguir una buena fotografía, el espíritu se muestra fuerte pero no así la carne, especialmente aquella parte de su cuerpo que más interesa en la foto, la cabeza, y que es lo que menos se mantiene firme. El único remedio consiste en utilizar el inevitable sujetacabezas, tan rechazado por el público como insistentemente empleado por el fotógrafo.

Pero cuando el tiempo de exposición se acortó y todos estos condicionamientos técnicos desaparecieron, sorprendentemente la rigidez y el envaramiento continuaron, convertidos ya en parte sustancial de una puesta en escena plenamente codificada, como hemos visto en las imágenes. Tal vez esa extraña necesidad de negar la vida que el texto que hemos transcrito revela (no han de percibirse las pulsaciones, ni las vibraciones que el simple hecho de respirar provoca) nos da una pista de ese convencionalismo en la representación.

Teniendo en cuenta el carácter excepcional y único que tenía cualquier fotografía, y que, además, su realización solía estar ligada a algún acontecimiento importante en la vida del retratado, se imponía la nece-

sidad de que la imagen plasmada fuera relevante y significativa, nunca banal. No se trataba de dejar constancia de un momento feliz, por ejemplo en las fotos de boda, comunión y otras celebraciones (ya hemos visto la falta total de alegría y sentimiento amoroso de esas imágenes, común a casi todas las fotos de boda que podamos ver de esos años), sino de dotar de dignidad y solemnidad al retratado, construyendo una representación eficaz bien de un momento decisivo en la biografía del individuo, bien del simple hecho de estar en el mundo y de ser yo. Pero esta necesidad también surge de su función, que es eminentemente social y representativa. Uno de los principales motivos por el que las fotos se hacían era para regalarlas a amigos y parientes, tanto si era la foto del niño recién nacido, como la del hijo que ingresa en el ejército, o la de la boda. Es decir, están hechas para los demás. Tanto es así, que incluso en el ámbito doméstico y privado, seguían manteniendo esta función puesto que el álbum familiar conformado por estas fotos altamente significativas, se colocaba en el salón de la casa, en lugar preeminente, para que pudiera ser hojeado por las visitas (Maas, 1982: 144).

Al margen de la mayor o menor fotogenia o desenvoltura del retratado lo cierto es que estas fotos antiguas de estudio revelan una artificialidad que nos resulta hoy incomprensible. Esperamos de la foto un grado de realidad que otras representaciones visuales no tienen; al fin y al cabo, por muy representación que sea, las personas que vemos en la foto estuvieron ahí una vez, en carne y hueso, ante el objetivo de la cámara; eran ellos de verdad, aunque ahora estén muertos y para nosotros los espectadores reducidos a una pequeña superficie plana, en blanco y negro. Pero la impresión que recibimos es, en general, que la representación está por encima de esa huella de la realidad. Los telones, los muebles y el atrezzo, la composición alambicada y la falta de expresión, construyen una representación que se nos antoja muy falsa y muchas veces incongruente.

La escenografía constituye un elemento esencial de la foto de estudio. En principio, los fondos, en forma de telones pintados normalmente de forma monocroma, sirven de superficie de contraste con respecto a la figura, pero son, sobre todo, un elemento estilístico. Se trata de dar

empaque y solemnidad al retrato, colocando a la figura en un entorno que se pretende bello y significativo. Palacios, ruinas, escalinatas, iglesias (éstas sólo en las fotos de boda y comunión) o jardines pintados acogen al modelo y le ennoblecen. A ello hay que añadir el mobiliario adecuado, aunque bien es cierto no siempre se consigue la deseada homogeneidad visual. Los tratados de la época dan cuenta de cómo los estudios de los fotógrafos debían contar con un buen número de muebles y objetos de diversos estilos creados para esa función a fin de formar escenografías y elaborar un ambiente. En un texto alemán de 1869 acerca de lo que ha de contener un estudio fotográfico leemos (Maas, 1982: 95):

El resto de los objetos está asimismo construido de madera, papel maché, etc., como las columnas, pedestales, vasijas, balaustradas, etc. Resultan decorativas las consolas, chimeneas, pequeños pianos, Étagères, mesas, escritorios de talla [...] Las esculturas que los adornan están hechas de papel maché o de otra cosa maleable, y están sobrepuestas. El conjunto se pinta luego de gris mate para evitar el brillo estridente del barnizado o el dorado [...]. Todos y cada uno de los elementos decorativos deben estar montados sobre ruedas empotradas en los pies para que no sobresalgan [...] Las mesas y columnas debieran ser ajustables a las distintas alturas de los modelos mediante un sistema de tornillo.

El texto es muy prolijo en su descripción del atrezzo del estudio. A la hora de elegir la decoración han de tenerse en cuenta las circunstancias de la foto así como el carácter del retratado. En otro texto alemán de 1875 se afirma (Maas, 1982: 98):

La juventud se ajustará mejor al rococó; la madurez, por el contrario, al renacentista, aunque por supuesto con excepciones fundadas en el carácter y vestimenta del o la fotografiada. Sólo es necesario vigilar un aspecto: si se recurre a esta decoración es importante preocuparse de que sea completa [...]. Gusto y conocimiento artísticos son primordiales en la utilización de tales piezas decorativas llenas de estilo.

Aparece en este texto la apelación a lo artístico que es uno de los factores que explica el recurso a la escenografía. La fotografía luchó desde el principio por ser considerada una disciplina artística y no una mera técnica y para ello asimiló modelos pictóricos, creando composiciones complejas como las de la pintura. De ahí la necesidad de la escenografía, que permite crear una composición artística, o que por lo menos el cliente va a percibir como tal. En el texto también se aprecia que estamos todavía en una fase en la que la fotografía no ha llegado a todas las capas sociales y es principalmente una técnica al servicio de las clases altas. El resto del texto habla sobre todo de la recreación de estilos renacentistas y barrocos como modelos del buen gusto, con los que se consiguen espacios serios, magníficos, dignos y sólidos, valores que remiten inmediatamente a los burgueses ricos que son los que principalmente se hacen fotografías en esos años.

De entre todos los entornos que se recrean, la casa burguesa es el principal. El espacio doméstico es el espacio burgués por antonomasia y es lo que vamos a encontrar en muchísimas fotos, a veces solo insinuado a través de un mueble y a veces casi con un reconstruido salón completo. Al principio la casa burguesa que recrean los decorados es rica y más bien lujosa, aunque dentro siempre del ideal de discreción de la burguesía, pero conforme van accediendo desde abajo más capas sociales a la fotografía, el lujo se diluye a favor de una simulación de un hogar simplemente adecuado. La foto 4 es un buen ejemplo.



Foto 4. Fotografía de boda, sin datos. Principios de la década de 1920. Col. particular

Está claro que los retratados no pertenecen a la nobleza, ni a la alta burguesía y el entorno que les rodea simula un interior que atiende a esta condición. En el telón está pintado el rincón de una casa, con ventanales y hasta macetas, aparecen sillones y mesitas y una columna más bien insólita que sólo se explica en función de la no muy afortunada composición buscada. Los contrayentes (es también una foto de boda) quedan fijados para la posteridad en un decorado que se va a parecer bastante (salvo la columna, quizás), a su casa, discreta, cómoda y de buen gusto.

Uno de los ejemplos más llamativos de escenografía que podemos encontrar es la foto 5.



Foto 5. Tarjeta postal, sin datos. Primera década del siglo XX. Col. particular

El extraordinario telón de fondo representa con todo lujo de detalles el interior de una casa bastante lujosa. He dicho extraordinario porque no es habitual semejante detallismo en el dibujo, casi *naïf*, precisamente porque se revela de una falsedad singular. El joven hace como

que escribe una carta en un pequeño escritorio y su integración con el fondo es, realmente, muy problemática. Esta foto es un caso extremo, pero incluso en las más discretas, se apela constantemente a lo teatral, aunque sea mínimamente. La foto 6 es interesante en este sentido.



Foto 6. Tarjeta postal. Castellón. Julio de 1911 (Fecha en el reverso). Col. particular

Se trata de una tarjeta postal que los retratados enviaron a sus padres con fecha de 28 de julio de 1911. En el texto que redactaron por el reverso se puede leer cómo fueron a Castellón a ver una corrida de toros y una exhibición aérea y aprovecharon para hacerse la foto que envían. Aunque es una foto de un día de vacaciones sin mayor importancia, el ambiente elegido para la foto es un remedo de interior burgués, con un telón que sugiere el inicio de una escalera, con la lámpara pintada y una cortina; los retratados se apoyan en una especie de mesita de recibidor con una planta, como la que probablemente tendrían en su propia casa. Es

como una reivindicación visual de la pertenencia a una clase y a un modo de vida, que no se abandona nunca. Por otra parte el texto también tiene mucho interés porque dice textualmente: «Como el objeto de estas líneas es solo por mandarles esta fotografía, nos despedimos...», lo que nos recuerda aquello que comentábamos unas líneas más arriba sobre la función que las fotografías cumplían en estos años, hechas, principalmente, para ser vistas por los demás.

Volvamos al interior burgués. El catálogo de fotos que nos ha legado el siglo XIX y las primeras décadas del siglo XX es una exaltación de la burguesía y sus valores: orden, decoro, bienestar, familia, moderación, contención, sentido común. La intimidad y la noción de lo privado son también manifestaciones del sentimiento de individualidad, de la progresiva conciencia del yo que marca la época y que las fotos recogen tan acertadamente. La falta de sentimientos, esa necesidad de un entorno perfectamente controlado, el estatismo, nos hablan de una sociedad que se pretende inmutable, sin contingencias, replegada en sí misma, por mucho que sean épocas de convulsiones sociales e individuales. De las fotos, o mejor, de la imagen de sí mismos, individualmente o en grupo, que dan los retratados, se extirpa lo instantáneo, el azar. Esta es una sociedad de orden y orden es lo que reflejan las fotografías.⁸³

Hasta la muerte es ordenada y contenida. Un hecho que nos impresiona siempre es la existencia de fotos de familiares muertos, habituales en los álbumes familiares; sin embargo, adquieren sentido a la luz de ese ideal de orden y decoro, del que se erradican las pasiones y el azar. Los cadáveres dispuestos como dormidos, controlados y reducidos en el marco de la foto, manifiestan una inquebrantable fe en el control de cualquier contingencia; al fin y al cabo, la vida parece huir de las imágenes de los vivos, así pues, ¿por qué no hacer fotos de los muertos? Por otra parte, teniendo en cuenta las escasas fotos que una persona se hacía a lo largo de su vida, la del cadáver sirve para hacer perdurar una imagen de la que quedan muy pocas huellas. Esto es sobre todo cier-

83. VV. AA. (2002).

to en el caso de los niños (existen muchas fotografías de niños muertos). Probablemente esa foto del niño fallecido, al que se fotografía como si estuviera dormido, intentando una actitud natural, era la única imagen que del hijo iban a conservar los padres, de ahí su existencia e importancia. También es cierto que la relación con la muerte que tenían nuestros antepasados no es la que tenemos hoy y lo que ahora encontramos morboso y siniestro, no lo era en absoluto.⁸⁴

La familia es la piedra angular de la construcción de la sociedad y las fotos lo revelan, como la fotografía 7. Se trata de la foto del relojero Juan Bautista Carbonell y familia (ca. 1890), perfecta representación de la familia burguesa y sus valores.



Foto 7. Autor: Julio Derrey (Valencia). La familia del relojero Juan Bautista Carbonell y familia. Ca. 1890. Col. particular

84. Un fotógrafo que realiza reportajes de bodas, bautizos y comuniones me comentaba que en una ocasión le obligaron, en el reportaje de una boda, a insertar en las fotos (gracias a la tecnología digital), la imagen del padre de la novia fallecido unos meses antes de las nupcias, ¿quién es más siniestro?

Estamos ante una familia muy satisfecha y orgullosa de sí misma que evidentemente no es aristocrática ni falta que le hace. La familia se exhibe como un grupo compacto, sin fisuras, que se abre con la madre entronizada en primer término y organizando en torno a sí el espacio y se cierra con el padre de pie, lo que visualmente le sitúa por encima de los demás y como vértice de la composición, perfecto *pater familias*, con sus dos brazos en torno a sus hijos, arropando y protegiendo a la familia. Están situados ante un telón que representa somera y discretamente un jardín, pero sin que suponga una molestia visual a fin de no desviar la atención de los retratados, serios y severos. Ciertamente no necesita *atrezzo* ni mobiliario. Con el orgullo de pertenencia a una clase y a un modo de vida que se entiende como el único correcto, basta. Esta fotografía y todas las que hemos visto o podamos ver de la época están hechas con la voluntad de permanecer y no pretenden dejar la huella de un momento o de un estado de ánimo, sino de un modo de estar en el mundo, una tarjeta de presentación (no en vano los formatos más comunes eran la tarjeta de visita y la tarjeta postal) que dice «aquí estoy yo, y ésta es mi identidad: clara, rotunda, estable y sin fisuras». Y sin embargo, esas escenografías exageradas, la difícil integración entre fondo y figura, la falta de armonía que el conjunto de fotografías sugiere, el recurso a lo teatral, nos hace surgir serias dudas sobre ese supuesto control del caos. Analicemos la foto 8.



Foto 8. Autor: Alejandro Quiles (Catarroja). Tarjeta postal. Década de 1920. Col. particular

Un hombre bien vestido, que mira al horizonte con aplomo, en un entorno clásico. Sin duda, refleja solidez y seguridad en sí mismo. Pero ¿qué hace al lado de esa absurda columna? ¿Qué jardín es ese que se adivina al fondo? ¿Dónde está ese insólito espacio, declaradamente falso? ¿Qué hace una mesita de recibidor ahí? La incongruencia revela las fisuras que Freud, la literatura y el arte, entre otros, nos cuentan. Las fotos de boda que hemos visto, de novios inexpresivos, cuando no abiertamente desconcertados, con cara de circunstancias, o las imágenes de los niños congelados en gestos estereotipados, nada infantiles, como en la fotografía 9, nos llevan de nuevo a invocar a Barthes. Ahí está ese *punctum*, esa fisura que deja entrever la fragilidad de una identidad cuya apariencia vemos construirse trabajosa y machaconamente en las fotos antiguas.



Foto 9. Autor: Julio Derrey (Valencia). Tarjeta postal. Agosto de 1918 (fecha en el reverso). Col. particular

BIBLIOGRAFÍA

- BARTHES, Roland (1989): *La cámara lúcida. Notas sobre la fotografía*, Barcelona, Paidós Comunicación, (1ª edición en francés: 1980).
- BONET, Victoria y ORTIZ, Áurea (2000): *Fotografías de boda. Testimonio público de una historia íntima*, Valencia, Diputación de Valencia.
- MAAS, Allen (1982): *Foto-álbum. Sus años dorados 1858-1920*, Barcelona, Gustavo Gili.
- PERROT, Michelle (ed.) (1993): *Historia de la vida privada IV. De la Revolución francesa a la Primera Guerra Mundial*, Barcelona, Círculo de Lectores, (1ª edición en francés, 1987).
- VV. AA. (2002): *Encantados de conocerse. Fotografía, retrato y distinción en el siglo XIX*, Valencia, Museu Valencia de la Il·lustració i la Modernitat.

NOTA:

Las fotos 1 y 7 se han sacado del catálogo: VV. AA., (2002): *Encantados de conocerse. Fotografía, retrato y distinción en el siglo XIX*, Valencia, Museu Valencia de la Il·lustració i la Modernitat.

LO QUE NO SOPORTA EL RECUERDO: EL *PUNCTUM* EN EL RECORTE DE LOS TEXTOS

JOSÉ ANTONIO PALAO ERRANDO

Universitat Jaume I, Castellón

LA FOTO

Cuando hace dos años me enfrenté por primera vez con la necesidad de introducir a mis alumnos de Teoría General de la Imagen en la especificidad del análisis del texto fotográfico, no dudé en utilizar cuatro conceptos acuñados por Roland Barthes (1990) en *La cámara lúcida* y que me habían dado un gran rendimiento teórico en mi abordaje de la imagen informativa (Palao, 2004). Estos conceptos son *studium*, *punctum*, *tyché* y *kairós*. El primero de ellos hace referencia al componente temático y genérico que alberga toda fotografía. Cuál es su sujeto, qué relaciones mantiene con los diversos moldes genéricos en cuyo seno se forja, qué expectativas crea en el espectador y qué visión del mundo vehicula. El término tiene, además, la ventaja propedéutica de permitirnos engarzar con la poética de los instantes esenciales (Aumont, 1992) que vertebra toda la estética pictórica occidental y prepara el lecho ontológico para la captura mecánica de las huellas lumínicas reales, haciéndolas habitables por el sentido. Los dos conceptos siguientes, *tyché* –el encuentro traumático con el azar– y *kairós* –el buen momento, el encuentro afortunado– permiten la transición a la especificidad del acto fotográfico, implicando ya una dialéctica del heroísmo de la visión y la política de no intervención –de los que hablaba Susan Sontag (1992)– con la temática indicial, con el componente de huella, que rasga en la superficie fotográfica la apacibilidad del *studium*. Llegamos así al cuarto término acuñado por Barthes, el más creativo y difícil –me parece mucho más adecuado este adjetivo que complejo, abstruso o impreciso– con el que Barthes recrea la temática del tercer sentido, del sentido obtuso, cuya reflexión había suscitado tiempo atrás. El *punctum*, lo que en

la foto hiera, lo que despunta; el elemento que viene a escandir el *studium* y que es el más irrenunciablemente específico de la fotografía pues se crea en la superficie emulsionada. El *punctum* está en la foto, está ineludiblemente adherido a la misma superficie de la instantánea, arraigado en su carácter indexical, y sin embargo no pertenece al mundo aunque es irrenunciablemente tributario de su esencia escénica.

Quedaba ahora acertar con la foto adecuada para que todos estos elementos resultaran diáfanos, tanto en la misión de mostrar el parentesco entre la escenografía pictórica y la imagen fotográfica, y a su vez la infinita diferencia con la imagen poiética que le otorga a la fotografía su intransferible especificidad. Creo que acerté en la elección cuando ofrecí como primera propuesta para el análisis una foto de Kevin Carter que dio la vuelta al mundo y recibió el premio Pulitzer en 1994. En ella se mostraba, en el contexto de una de las innumerables hambrunas africanas, la terrible imagen de una niña negra, patéticamente desnutrida, cuya muerte esperaba paciente un buitre para darse un festín con su cadáver. A lo terrible de la imagen, a lo desoladoramente brutal de su potencia metonímica, se unía la leyenda del suicidio del fotógrafo al poco tiempo, porque no pudo soportar el registro de la escena ni su prurito profesional de no intervención. Como dice Barthes (1990: 31):

Lo que la Fotografía reproduce al infinito únicamente ha tenido lugar una sola vez: la fotografía repite mecánicamente lo que nunca podrá repetirse existencialmente. En ella el acontecimiento no se sobrepasa jamás para acceder a otra cosa: la Fotografía remite siempre el corpus que necesito al cuerpo que veo, es el Particular absoluto, la Contingencia soberana, mate y elemental, el Tal (tal foto, y no la Foto), en resumidas cuentas, la Tuché (sic), la Ocasión, el encuentro, lo Real en su expresión infatigable.

La fotografía de Carter, evidentemente, ilustra las nociones de *kairós* y *tyché* hasta tal punto que, fundiéndolas –la fortuna, en este caso, consiste en mostrar el máximo desgarro–, las pone más de manifiesto que nunca. Pero también el *studium* es manifiestamente constatable por la fuerza metonímica, generadora de un relato elidido pero fatal, que el

instante preciso que el fotógrafo capta muestra en su estado incipiente. Nos parece que el hecho, en el momento de su registro, es aún evitable pero, sin embargo, queda fijado así para siempre en el embrión de un relato irreversible. A ello se sumaba la escenografía semidesértica, con esas chozas al fondo que muestran la tragedia de la despoblación, y el carácter emblemático de la figura del buitre que, en su posición simétrica respecto al fotógrafo y al espectador, denuncia la hediondez especular en el que la estructura enunciativa de la instantánea equipara la pasividad expectante del buitre con el criminal olvido de los efectos del desarrollo que el primer mundo proyecta sobre el tercero. Ésta era la virtud retórica de la foto, su vertiente temática, de denuncia, que acertaba (*kairós*, *studium* y *tyché* brutalmente fundidos) a emblematizar toda una trama mundial en un instante decisivo en el que esa niña iba a dejar de ser humana, un ser cultural y simbólicamente determinado, objeto de un amor paternal, para convertirse en un sanguinolento trozo de carne. Momento insoportable en el que el fotógrafo es el más despiadado de los testigos y más emblemático de los verdugos.

Pero nos falta el *punctum*, evidentemente el más «difícil» de designar de los cuatro conceptos, precisamente porque aquí parecía brutalmente enturbiado por la *tyché*. Pero no era eso. Sólo tras un reflexivo debate colectivo –el profesor no llevaba ningún as oculto en la manga– pudimos ubicar lo más punzante, lo más enconadamente emocional tras pátina plástica del escándalo, el dolor y hasta el morbo. Al final coincidimos: si en algún lugar podíamos ubicar el *punctum* en esta foto era en ese collarcito que la niña lleva en su cuello, lugar donde el afecto había depositado su dádiva, lugar en el que suponemos que el depredador se habrá cebado en su primera incisión. Alhaja primitiva que hacía de huella y frontera entre la zafiedad orgánica de la carroña prometida y el amor materno, el recuerdo de que aquella niña había sido objeto de un amor personal por una madre que la había adornado, que le había otorgado toda la dignidad de lo humano. Esa madre, patentemente ausente en la encarnación de su huella, devino así el *punctum* de esta estremecedora fotografía.

EL MARCO DE LA EXPERIENCIA

Tras esta breve recensión del trabajo analítico que suscitó en el aula esta fotografía, pretendemos continuar con una pregunta de alcance que sólo en un primer momento nos vuelve a remitir al *studium*. ¿Es posible un marco para la experiencia traumática? Barthes (1986: 26) expresaba la enorme dificultad que entraña la tarea de reabsorción institucional –semiótica– de una instantánea de estas características:

La foto-impacto es insignificante en su estructura: ningún valor, ningún saber, en último término, ninguna categorización verbal pueden hacer presa en el proceso institucional de la significación. Hasta podríamos imaginar una especie de ley: cuanto más directo es el trauma, más difícil resulta la connotación.

Pienso, sin embargo, que la foto de Carter no es una foto traumática pura. Desde cierto punto de vista es aún más terrible porque no nos muestra exactamente la huella de un hecho catastrófico o monstruoso –aunque el cuerpo famélico de la niña incluya ya en sí mismo esa dimensión– sino su inminencia, su –valga la paradoja– fatal inevitabilidad. Esto es, más allá del desgarramiento traumático objetivo esta fotografía nos convoca como sujetos desde un imposible: haber suturado la llaga de este desastre en un lugar en el que jamás estuvimos, haber podido realizar un imposible fáctico. Y, sin embargo, cargamos esta culpa delegada porque a nuestro ojo le ha sido dado ver el último instante en que la acción salvífica parecía ser posible. Cargamos con una culpa, pero es una culpa inconsciente.

Intentaré explicarme dando cuenta de una experiencia posterior con esta misma fotografía. Desde nuestro punto de vista actual, contamos con un concepto que Barthes sin duda conoció pero que en mi experiencia docente de los últimos años he podido comprobar que ha tomado una carta de naturaleza académica que su primera formuladora, Julia Kristeva (1978), no pudo ni soñar allá por los años 70. Este archi-concepto, en el que prácticamente todo cabe, no es otro que el de intertextua-

lidad. Hemos de reconocer el frecuente mal uso del término en la práctica crítica en el que se oblitera habitualmente la noción diálogo, de rendimiento significativo que estaba en el mismo núcleo del concepto cuando Kristeva lo formuló a partir de las aportaciones de Bakhtin. Así, en un uso poco reflexivo del término, bajo el epígrafe de intertextualidad cabe cualquier coincidencia entre textos, desde la más trivial cita ornamental al obscuro y teratológico goce erudito del teórico o del crítico que busca exhibir la vastedad de su acerbo cultural sin sentirse emplazado a interpretar, reflexionar o explicar la función de ese cruce textual en el seno de una interpretación.

Reconozco que pertrechado –vagamente legitimado– exclusivamente con el concepto más ingenuamente académico de intertextualidad –pese a que la fotografía de impacto, por su propia naturaleza, sea el más renuente de los medios de representación a este mal uso–,⁸⁵ cuando al año siguiente hube de volver a presentar esta foto a mis alumnos, y perdida la inocencia del año anterior, me atreví a hacer uso de un viejo recuerdo, casi de un metarrecuerdo, de un recuerdo en abismo. En efecto, tras intuir que sin el recurso al inconsciente freudiano, esto es, a la dimensión menos obliterable y más tozudamente particular del Inconsciente, no era posible explicar el auténtico alcance del impacto que produce en el espectador la foto de Carter, otra escena traumática con un buitro de protagonista vino a mi recuerdo. Se trata de un recuerdo de infancia de Leonardo da Vinci (1999). Relata el pintor en su aforismo 257:

Parece que me hallara destinado a escribir particularmente del buitro, porque uno de los primeros recuerdos de mi infancia me representa un buitro que, acercándose a mi cuna, viene hacia mí, me abre la boca con su cola y con ella me golpea muchas veces entre los labios.

La primera vez que leí este texto de Leonardo fue, como otra mucha gente, en el famoso ensayo que Freud (1988: 1577-1619) le dedicó. A partir de este recuerdo, Freud acomete la patografía del genio, deduce

85. Más habitual, sin duda, entre la crítica literaria o cinematográfica

sus principales rasgos de carácter, sus tendencias homosexuales, su mínima actividad sexual y explica los rasgos propios de la neurosis obsesiva presentes en los comportamientos del pintor. Pero lo más destacable para mi propósito era el comentario que Freud hacía de los rasgos eróticos de la relación de Leonardo con su madre a partir del cuadro Santa Ana, la Virgen y el Niño, en el que la madre y la abuela de Cristo posan con él y con un corderillo en una actitud tan dulcemente afectuosa como profundamente desasosegante en la composición de las figuras. Pero lo que me hizo aportar el cuadro de Leonardo –jugando el ambiguo papel de «intertexto»–al comentario de la foto de Carter es ese pliegue en las vestiduras de María, madre solitaria y exclusiva –como la que disfrutó el pintor, hijo ilegítimo, en su infancia– que figuran exactamente la figura de aquel buitre –fantasía proto-homosexual en la elaborada interpretación de Freud– literalmente encarnado en el más acogedor recoveco del regazo materno, lo que convierte el cuadro en un sobrecogedor rompecabezas inconsciente. Es decir, que tenemos en el seno de la apacible figuración pictórica la huella mnémica de aquella ausencia de la madre protectora que el recuerdo infantil transmutó en la amenazante ave carroñera, figuración del intolerable deseo de mujer que Leonardo no podía permitirse recordar en su madre. Es decir, que con la misma figura del buitre, hemos pasado de lo subliminal del recuerdo de Leonardo al recuerdo insoportable de Carter. Pero con una concomitancia estructural sorprendente: la madre africana que se disolvió en *punctum*, en el leve collar de la niña africana, vuelve transformada en el albergue de la misma silueta carroñera amenazante que la foto de Carter nos devuelve como nuestra imagen especular. El caso es que, aunque el descubrimiento de esta silueta pertenece a Oscar Pfister y Freud sólo lo incorpora a su comentario del cuadro en nota a una reedición posterior, éste ya había entrevisto en la práctica fusión de las figuras de Santa Ana y María una vertiente muy desasosegante en el cuadro de Leonardo, que representa una escena realmente poco frecuente en la iconografía religiosa. De hecho, añadimos nosotros, el conjunto muestra algo así como una cascada de depredación materna en el que los labios de cada madre apuntan al cuello de su retoño y que culmina con la contraposi-

ción direccional de las miradas descendentes de las madres y del niño y el cordero, donde este último ejerce de premonición del sacrificio y de la pasión. Madres que desasosiegan, pues, madres que apuntan al lugar del *punctum* en la nuca de aquella niña africana donde ese afecto también estuvo presente y donde la depredación más abyecta parece dispuesta a cebarse de un momento a otro. El cuerpo de la niña en la foto –como el del niño en el cuadro– representa el campo del goce inminente: goce del buitre, goce del fotógrafo, goce del capitalismo depredador. ¿Goce de la madre castradora, capaz de amar hasta la devastación?

EL INCONSCIENTE, LA REPRESENTACIÓN Y LO INCONCEBIBLE

Tal vez hayamos parecido un poco ingenuos –mejor, en todo caso, que visionariamente delirantes– al haber traído la temática de la intertextualidad, precariamente mistificada con la versión más agrestemente edípica del inconsciente, en la glosa de una instantánea como la de Carter en la que el azar, la pura *tyché*, parece jugar un papel tan determinante. Ése es al menos el pacto enunciativo de la foto de prensa, que la escena registrada nada debe a una intervención fraudulenta, *id est*, discursiva. Pero si seguimos el razonamiento freudiano veremos que el fundador del psicoanálisis se encontró con un problema muy parecido al intentar vincular el contenido mnémico de la fantasía de Leonardo –para Freud esto no ofrece duda alguna– a toda la tradición mitológica, recogida posteriormente por los padres de la Iglesia, según la cual el buitre era un símbolo maternal. En efecto, la zoología antigua pensaba que era una especie constituida sólo por hembras y la mitología egipcia lo usa para simbolizar a la fantástica hembra fálica. Pero en el siglo xv europeo no queda rastro alguno en la opinión común de este contenido mítico. Freud se ve, pues, también impelido a plantearse algunas hipótesis sobre la intertextualidad y el inconsciente que autoricen la traslación metafórica entre la figura del buitre y la de la madre.

De todas maneras, ya Walter Benjamin (1979: 67) había hablado de un inconsciente óptico que él parangonaba al pulsional y que la fotografía desvelaba. Fue Benjamin (1979: 66) el primero en teorizar una resistencia respecto al sentido, al *studium*, en el componente revelador de la imagen fotográfica cuando aseveraba:

En la fotografía en cambio nos sale al encuentro algo nuevo y especial: en cada pescadora de New Haven que baja los ojos con un pudor tan seductor, tan indolente, queda algo que no se consume en el testimonio del arte del fotógrafo Hill, algo que no puede silenciarse que es indomable y reclama el nombre de la que vivió aquí y está aquí todavía realmente, sin querer jamás entrar en el arte del todo.

Es decir, que mientras que la imagen pictórica clásica puede apretarse a velar del horror –incluso aunque lo inscriba en la superficie pictórica– la fotografía, sin embargo, desvela este componente real sin poderlo hacer entrar en la cadena ilimitada de la semiosis. Donde en Leonardo vemos en retorno trópico –metafórico– de lo reprimido, en la foto de Carter aparece el horror sin ambages con la tozudez inefable de lo real. Leonardo circunscribe la figura de un buitre para ofrecer una simbolización ante la angustia inexorable que le provoca el deseo materno. Hace del buitre metáfora. Y además una metáfora retóricamente bien constituida, es decir, fálica. Pero a Carter –y a sus espectadores– ¿qué le queda ante la realidad atrópica, indeslizable, de esa ave carroñera presta a devorar a una niña indefensa? Nosotros hemos optado por una solución muy postmoderna: donde lo inefable se muestra, hemos hecho aparecer la intertextualidad (el cuadro de Leonardo), pero a través del inconsciente, velando como hemos podido nuestra conculcación de principio de razón suficiente al señalar lo reprimido en el lugar de lo insoportable.

Pero esta tensión entre lo inconcebible y el icono es tan antigua como el arte pictórico occidental: la pintura intenta velar con una forma el desasosiego de lo inconcebible. Esta cuestión de lo inconcebible en la representación se manifiesta fundamentalmente en la figuración de la

divinidad que hunde sus raíces en la filosofía helénica y tiene su cumbre pagana en los textos de Plotino y en el *De Natura Deorum* de Cicerón.⁸⁶ La valoración de la imagen es irregular en el ámbito grecolatino, pero el propio fomento del paganismo político y la religiosidad popular fomentada por la divinización de la figura del emperador van sedimentando una rica iconografía, mientras en el ámbito monoteísta hebreo la prohibición de representación icónica de la divinidad era absolutamente interdicta bajo acusación de idolatría. Esta tradición será renovada por el Islam y por la corriente iconoclasta cristiana en el siglo VII. Pero el cristianismo en su ortodoxia es perfectamente capaz de reorientar la iconografía pagana. Frente al monoteísmo judeo-islámico, el dogma trinitario y la encarnación del verbo permiten la representación. Cristo circunscribe su figura en un cuerpo de naturaleza inequívocamente humana sin dejar de ser Dios. El cuerpo de Cristo no es su envoltura, sino que participa de la misma divinidad del Verbo.

Pero fijémonos que aparte de la carnalidad y humanidad de Cristo el problema tiene una vertiente lógica e intelectual a la que empuja la mixtura de naturalezas. Que el mismo Dios sea hombre, que sea uno y a la vez trino; que la relación entre las tres personas sea de engendramiento o «procesión» –la peliaguda cuestión del filioque– pero en ningún caso de creación o precedencia; la disyunción conceptual entre ousía e hipostasis, atañe al desfallecimiento de la comprensión. Es inconcebible –imposible de circunscribir por el concepto, por una ideación clara y distinta– es materia de fe, misterio, inefabilidad. Esto es, el Dios que se hizo humano, que asumió la naturaleza de la carne devino radicalmente misterioso, inasequible al entendimiento.

Y es aquí donde querríamos llegar: lo inconcebible, lo que no se aviene al concepto exige la suplencia, honestamente imaginaria, del icono. Si atendemos a la querrela iconoclasta acontecida en el seno del cristianismo oriental –y coetánea del nacimiento del Islam–, cuyo principal paladín del lado de la ortodoxia es Juan Damasceno, veremos que la

86. Para estas cuestiones, Besançon (2003).

cuestión de la imagen, de la dignidad transmisiva de la materia, en relación directa con la idea de la encarnación del verbo y con la creencia cristiana de que Dios transfirió su imagen al hombre para después asumirla en la carne, incluye la temática de la huella, de la transubstanciación, del contacto óptico que hace adquirir a las imágenes la dignidad de la veneración, la altura reverencial de las reliquias. La defensa de las imágenes en el cristianismo, frente a los demás monoteísmos, es consecuencia directa de su ascensión de los dogmas y misterios que superan el entendimiento humano: lo imaginario viene a velar lo horrendo que habita en toda falta de sentido. Es allí donde el anudamiento noumérico de la esencia divina hace desfallecer al entendimiento, donde la imagen encuentra su orden. De ahí, que la principal acusación iconoclasta sea la de blasfemia o idolatría, la de la promiscuidad del contacto entre la materia deleznable y la pura divinidad inmaculada. Un dios irrepresentable es un dios inteligible, un dios que sosiega en su inmisericordia. La iconoclastia viene asociada al principio informativo de razón suficiente.

¿Nos hemos ido muy lejos? Lo que estamos precariamente intentando es establecer una relación que pueda resultar esclarecedora entre la economía ontológica de la iconografía cristiana y la de la fotografía en función del carácter cultural y emplazador de la huella de lo inefable. Como aseveraba Bazin (1990: 27):

La fotografía se beneficia con una transfusión de realidad de la cosa a su reproducción. [...] La imagen puede ser borrosa, estar deformada, descolorida, no tener valor documental; sin embargo, procede siempre por su génesis de la ontología del modelo. De ahí el encanto de las fotografías de los álbumes familiares. Esas sombras grises o de color sepia, fantasmagóricas, casi ilegibles, no son ya los tradicionales retratos de familia, sino la presencia turbadora de vidas detenidas en su duración, liberadas de su destino, no por el prestigio del arte, sino en virtud de una mecánica impasible; porque la fotografía no crea –como el arte– la eternidad, sino que embalsama el tiempo; se limita a sustraerlo a su propia corrupción.

De tal manera, el apresamiento de la huella lumínica remite a la economía

ontológica de la transubstanciación y de la santificación de las imágenes que conlleva la creencia de una cadena de transmisión ininterrumpida entre la imagen y el modelo. La cuestión de la relación de la representación con la divinidad es primero la de lo que es posible concebir, lo circunscrito; y segundo la veneración, el contacto, el vínculo óptico entre la imagen y la divinidad. Ambos problemas segados por el problema de la huella enunciativa, retornan en la economía referencial de la instantánea.

Es ahí, pues, donde radica la similitud, pero también la diferencia. El problema del artista religioso es dar imagen a lo que no la tiene, con lo cual lo determinante para él es el régimen metáfora. El problema del fotógrafo es una tensión entre el afán metonímico y el metafórico: fundir la mirada universal con el encuentro de lo particular concreto. Para el fotógrafo, ser simbólico es ser relevante y representativo, revelador y convincente (verosímil). Dar imagen a la idea y dar idea a la huella. El *kairós* ilustra la idea y en su búsqueda emergen el *punctum* y la *tyché*. Con el recuerdo reprimido de Leonardo hemos visto cómo la pintura inscribe, velándola, la castración, el horror de la amenaza. Es una simbolización, una gestión de la angustia en el ámbito del sentido. Pero en Carter, el recuerdo insoportable lo llevó al suicidio. ¿Se trata de que la imposibilidad de dar sentido conlleva la abocación a la muerte irredimible, como querría hacernos creer cualquier religión? No. El problema no es la ausencia de sentido en esa foto terrible, sino la obligación inhumana de tener que producirlo. No es la ausencia de sentido lo que mata, sino la obligación de su creación, la crueldad espartana de encarnar la opinión pública. La obligación de hacer coincidir en la foto de prensa el horror particular con la visión del *subjectum* universal: identificarse con la niña, con el buitre (que está en posición simétrica a la del espectador), con el fotógrafo y con la madre ausente. Somos padres, hermanos, adultos; somos beneficiarios del capitalismo; somos aves carroñeras. Pero en lo más recóndito de nuestra trama edípica también somos la niña. La exigencia del sentido, de la universalidad, sólo deja como alternativa la melancolía mortífera. La foto de Carter nos emplaza a soportar la posición universal del sujeto trascendental con lo más íntimo, lo más refractario a la conciencia de nuestro ser incons-

ciente. Nos obliga a ofrecer lo más precario de nuestro ser en falta en holocausto a la universalidad de la información y de la globalidad. Nos pide responder con nuestras carencias esenciales a la atormentadora presencia de lo que ya nunca habremos podido evitar.

Éste es el nódulo central y la frontera de nuestro análisis, la concomitancia entre la intertextualidad y el universo de la información, que nos muestra cómo el *punctum* es también la patencia del acaecimiento entre los recortes textuales, en el seno de la imposibilidad postmoderna de la experiencia sin cita: una mise en abîme en el mundo. El buitre, el animal que come cadáveres que ha sido el origen intertextual de toda esta aventura hermenéutica, es irreductible como vínculo: la intertextualidad nos lo muestra como vacío de sentido. Pero, a diferencia de Carter y de nosotros, para Leonardo pudo encarnar la sublimación por encima de lo insoportable del recuerdo: ser como la niña africana, como todo ser que habla, el desecho indeseable de una madre que nos expulsó de su seno al mundo. Para el vinciano, el buitre era también el patrón de la elevación, como arquitecto del humano vuelo.

245. El pájaro es un organismo que obra según leyes matemáticas; el hombre puede construir un organismo igual, dotado de los mismos movimientos, aunque de menor potencia y capacidad para mantenerse en equilibrio. Diremos, pues, que a tal instrumento fabricado por el hombre, sólo le faltaría el alma del pájaro, la cual debería ser remedada por el alma del hombre.

246. El alma obedecerá mejor, sin duda, a los miembros del pájaro y a sus necesidades, de lo que podría hacer el alma del hombre separada de aquel organismo artificial, principalmente en los movimientos de balanceamiento apenas sensibles. Pero observando cómo el pájaro provee a una gran variedad de movimientos perceptibles, podremos juzgar por esa comprobación, que también aquellos movimientos casi imperceptibles del pájaro, acabarán por llegar a conocimiento del hombre, y que él conseguirá evitar la ruina del instrumento mecánico de que se ha constituido en alma y guía.⁸⁷

87. Leonardo da Vinci (1999).

Aplíquese lo dicho por Leonardo a la cámara fotográfica y tal vez encontremos una relación menos mortífera entre la imagen informativa y su contracampo.

BIBLIOGRAFÍA

- AUMONT, Jacques (1992): *La imagen*, Barcelona, Paidós.
- BARTHES, Roland (1990): *La cámara lúcida*, Barcelona, Paidós Comunicación.
- (1986): «El mensaje fotográfico» en *Lo obvio y lo obtuso. Imágenes, gestos y voces*, Barcelona, Paidós.
- BAZIN, André (1990): «Ontología de la imagen fotográfica», en *¿Qué es el cine?*, Madrid, Rialp.
- BENJAMIN, Walter (1979): «Pequeña historia de la fotografía» en *Discursos interrumpidos I*, Madrid, Taurus.
- BESANÇON, Alain (2003): *La imagen prohibida*, Madrid, Siruela.
- DA VINCI, Leonardo (1999): *Aforismos*, Madrid, Espasa-Calpe.
- FREUD, Sigmund (1988): «Un recuerdo infantil de Leonardo da Vinci», en *Obras completas*, Barcelona, Ediciones Orbis/Biblioteca Nueva.
- KRISTEVA, Julia (1978): *Semiótica*, 2 vol. Madrid, Fundamentos.
- PALAO, José Antonio (2004): *La profecía de la imagen-mundo: para una genealogía del Paradigma Informativo*, Valencia, IVAC.
- SONTAG, Susan (1992): *Sobre la fotografía*, Barcelona, Edhasa.



NUEVOS COMPORTAMIENTOS EN EL ÁMBITO FOTOGRAFICO. LA TRANSGRESIÓN DE LOS LÍMITES: ANÁLISIS DE LA CONCEPCIÓN ARTÍSTICA DE EDUARDO CORTILS

JOSÉ FERNANDO VÁZQUEZ CASILLAS

Universidad de Murcia

... ante la contaminación icónica circundante es preferible no producir sino transformar. El proyecto, por otro lado, hace que cobremos una conciencia de que el artista postmoderno ya no se ocupa de la realidad sino de imágenes, de signos de esa realidad, de una metarrealidad filtrada cultural e ideológicamente (Fontcuberta, 2001: 456).

Joan Fontcuberta deja claramente explicitado con estas afirmaciones, a propósito de las creaciones del artista América Sánchez, la nueva situación que la fotografía comienza a experimentar y, por tanto, la transformación que el ámbito creativo de la imagen fotográfica empieza a acusar durante la década de los ochenta, siendo de total implantación en los noventa.

En este sentido, la postmodernidad, instaurada paulatinamente durante los ochenta en España, transfigura y renueva definitivamente el mundo de la práctica creativa —el proceso de renovación había comenzado a fraguarse en la década de los setenta a través de actitudes como las favorecidas por el entorno de la revista *Nueva Lente*.⁸⁸ Claro exponente de este ámbito son las apre-

88. En la década de los setenta se originan una serie de hechos trascendentales que son el punto de partida para la evolución de la fotografía y la consolidación del fotógrafo creativo, siguiendo la propuesta de Enric Mira en su artículo «La fértil década de los setenta» (sin fechar: 8) podemos resumirlos en su serie de características que marcan la fotografía de este período. En primer lugar, se produce la liquidación de la poética documentalista y neorrealista que se había propiciado, desde los años cincuenta, desde Afal y que sigue presente en los primeros años de la década de los setenta. En segundo lugar, la frivolidad que se produce de los postulados neorrealistas por los fotógrafos amateurs, que adoptan esta imagen y la desposeen de su carácter testimonial y crítico con el único fin del reconocimiento en el certamen, con lo que se crean imágenes grandilocuentes y descontextualizadas. En tercer lugar, la formación de grupos fotográficos, que animarán la práctica fotográfica. En cuarto lugar, el auge del fotoperiodismo como consecuencia de la situación política que se vive en el país durante la transición. Y, por último, a todo ello se suma el surgimiento y

ciaciones que hace Jordi Alberich i Pascual (2000: 127) cuando presenta en su escrito *El Cant de les Sirenes*, una propuesta de clasificación en tres puntos concretos en los que se basa el acercamiento a la postmodernidad por parte de la fotografía española:

... En su introducción a la obra de los fotógrafos españoles, las estrategias fotográficas postmodernas viven un proceso de aculturación e hibridación con las inercias y tendencias apuntadas en la década de los setenta en el ámbito hispano.

La implementación de este conjunto de estrategias permite introducirse en el seno de tres grandes bloques temáticos. En un primer bloque, mediante el recobro de un uso ornamental de la fotografía, con la recuperación actualizada de técnicas y procedimientos fotográficos pictorialistas. En un segundo bloque, en el uso apropiacionista de imágenes extraídas de los mass media en el marco de estrategias simulacionistas y ficcionales de reflexión y crítica sobre las implantaciones que, para la comprensión de lo real y de nuestra vida cotidiana, tienen los media. Finalmente, en un tercer bloque se adscriben las vías de trabajo teatralizantes, de fabricación y escenificación de las imágenes, que definen un espacio interdisciplinario de la imagen fotográfica con opciones plásticas como la escultura o la instalación...⁸⁹

Estos tres bloques no son compartimentos estancos, por lo que muchos autores simultanearán su adscripción a diferentes partes de ellos (Alberich i Pascual, 2000: 132). Las obras creativas se vuelven totalmente íntimas, a la vez que se pueblan de referencias históricas –de las que se realizan interpretaciones muy personales que llegan a la ironía en muchos

posterior disolución de Nueva Lente como canalización de dos propuestas de vanguardia fotografía, que propiciará una fotografía más experimental. No obstante, como bien dice Enric Mira, la receptividad del ambiente fotográfico de finales de los años setenta favorece la consolidación de planteamientos más cercanos al documentalismo, que se distancian de las ideas más experimentales de Nueva Lente. Con lo que el ámbito se amplía y extiende. En este sentido, puede verse sobre este tema en Mira (1991).

89. En este mismo sentido puede verse Alberich i Pasqual (1999).

casos—, o se recontextualizan escenas artísticas reconocibles. La apropiación de caracteres e iconos de otros lenguajes creativos hace presente en los trabajos referencias a la imaginería clásica o religiosa, que sirven de pretexto para la expresión conceptual. Por otro lado, se produce un retorno a medios antiguos como son las técnicas pigmentarias entre las que se encuentran las cianotipias o las gomas bricomatadas,⁹⁰ que se convierten en procesos alternativos de positivado (Santos, 1991: 55), a la vez que son usados como lenguajes expresivos dentro de la fotografía. Del mismo modo, se recurre al uso de tecnologías pobres, refiriéndonos a cámaras de baja calidad o incluso estenopeicas —es decir sin objetivo. En este caso se juega con la distorsión de la imagen, por lo que los desenfocados y alteraciones del color pasarán a formar parte del vocabulario de muchos trabajos fotográficos.

En este aspecto, los artífices experimentan una total libertad, que les lleva a fundir dentro de su lenguaje expresivo diferentes disciplinas creativas, produciéndose una hibridación en sus composiciones susceptible de ser clasificada en el amplio concepto que engloba las artes plásticas. Por ello, la historia de la fotografía se amplía, se extiende a una concepción de la obra libre, donde la mezcla de las bellas artes pasa a ser asunto del mundo fotográfico. No obstante, los autores que se mueven dentro de esta tendencia híbrida siguen manteniendo la fotografía como centro de su producción artística, transformándola, acercándola a unos nuevos conceptos personales, que merecen un nuevo planteamiento dentro de la teorización fotográfica.⁹¹

90. En este caso véase: *Diccionario Espasa Fotografía* (2002).

91. A la par de todo este movimiento se acrecienta la práctica del documentalismo de una forma muy personal, donde el fotógrafo acomete la imagen desde la doble función: creativa y documental. Significativos serán, en este caso, los trabajos dentro de la Movida que se produce en Madrid, en la que el documento deja constancia de una identidad de grupo. Se irá igualmente depurando esta tendencia creativa, por lo que será a finales de los ochenta cuando el documentalismo en España marque un camino preciso que se aleja de los rituales y fiestas para contemplar con ojos críticos los ámbitos permanentes de nuestras sociedades. Se producirá una renovación en el reportaje subjetivo, a través del que los fotógrafos proyectan una realidad ambigua que invitará a la meditación y se distanciará de esa realidad marcada por ciertos acontecimientos. A ella llegarán un gran número de autores que extienden esta faceta personal por todos los noventa. Véase en este caso (Santos (1991: 53).

Por todo ello, a finales de la década de los ochenta, el lenguaje fotográfico se encuentra inmerso en ese profundo proceso de revisión, en el que se cuestionan los pilares que han definido hasta ahora este medio de expresión. Los sectores que caracterizan esta reflexión conforman un espectro absolutamente multidireccional, donde abundan los escarceos con otros lenguajes plásticos, no habiendo un límite creativo para estos artistas (Castellote y Santos, 1988: 7). En los noventa el campo se amplía con total libertad, las carreras y tendencias producidas durante la década anterior siguen evolucionando en estos momentos. En este sentido, la afirmación que realiza Myriam de Liniers (1995: 7), a propósito de la exposición «Fotografía española». Un paseo por los noventa, es clara del amplio lenguaje plástico y conceptual que posee la fotografía en esta década:

... el misterio que ostenta la fotografía encierra en sí un abanico tan grande de posibilidades y expresiones artísticas, que apenas somos capaces de distinguir entre lo que antropológicamente conocemos como fotografía y la multiplicidad creativa que promete este arte en la actualidad (...).

La fotografía más experimental y transgresora sigue su propio progreso y se desarrolla en todos los aspectos plásticos.⁹² Es el momento en el que la fotografía digital comienza a formar parte de algunos ejercicios creativos; la imagen entra de lleno en esa fase fin de siglo caracterizada por la implantación acompañada de las nuevas tecnologías de la información. En palabras de Joan Fontcuberta (2001: 468):

Bajo el impacto de la electrónica, la informática, los soportes digitales, Internet y las redes cibernéticas, la fotografía deriva hacia un espacio donde se disuelve la ya imprecisa frontera de lo fotográfico al tiempo que nos aboca a nuevos territorios de expresión...

92. Del mismo modo, la imagen documental y de reportaje continuó cogiendo adeptos, está sujeta a cada autor y se producen trabajos muy personales que mantienen su trascendencia en la actualidad.

Los fotógrafos comienzan a introducir en su trabajo los tratamientos digitales, y los procedimientos informáticos, de una forma reflexiva. La llegada a estos medios, de cada uno de los ejecutantes, será de diferente manera y su utilización estará condicionada por el propio autor. Algunos se aproximan por una evolución lógica, puesto que experimentan continuamente con diferentes técnicas, por lo que hacen uso de todo lo novedoso y llegan, por tanto, a lo digital. Otros, por el contrario, pasarán a ésta desde la propia fotografía analógica. Sin embargo, para los más jóvenes tan sólo será un medio más en el que poder expresarse. Del mismo modo, las creaciones mediante el uso de las nuevas tecnologías tenderán por diferentes vías expresivas y se adaptarán al momento actual de creatividad, reflexionando sobre distintos aspectos como la identidad, el lenguaje, la memoria, el cuerpo, etc. (Joan Fontcuberta, 2001: 470).

Dentro de este desarrollo, y del contexto que nos ocupa, encontramos en la figura de Eduardo Cortils un ejemplo significativo de la evolución sufrida por la fotografía a finales del siglo xx en España y de la nueva situación producida en los primeros años del nuevo siglo. Eduardo García del Real Cortils (San Pedro del Pinatar, Murcia, 1963) representa para el mundo de la imagen la total libertad de expresión. Su posicionamiento ante la práctica le sitúa como un representante de los nuevos comportamientos en el que la fotografía ha ido mutando. Igualmente, presenta una línea coherente que va a marcar todo el desarrollo de su producción artística.

Su interés por el ámbito de la imagen comienza a gestarse a principios de los ochenta, entendiendo desde el inicio de su producción artística la fotografía como un medio plástico de creación. Ya en estos instantes proyecta ejercicios en los que manifiesta el uso de técnicas como la goma bricomatada.⁹³ Estos incipientes trabajos trazan explícitamente por dónde va a caminar su ejercicio creativo —en la que el hombre va a poseer un protagonismo absoluto a través de una reflexión en torno al ser—, en los que con un planteamiento íntimo y formal entra de lleno en la evolución

93. VV. AA. (1988).

expresiva a la que es sometida la fotografía, dejando a un lado ideas preconcebidas para hacer de la imagen un objeto creativo artístico, que forma parte de la expresión de un autor concreto e individual. Para el resultado que pretende conseguir dentro de su labor no duda en transgredir todos los límites o reglas que pudieran venirle impuestas por la propia práctica fotográfica. En este aspecto, pasan a formar parte de su lenguaje expresivo otros tipos de materiales más cercanos a las artes plásticas, que lo convierten en un fotógrafo de taller que reconstruye la imagen y que recrea sus propias realidades (Sánchez, 1988: 34) –por ello, la fotografía pasa a ser un medio de expresión que se inserta en otros estadios diferentes a los planteamientos más tradicionales de la imagen.

A partir de este momento, finales de la década de los ochenta, sus producciones gozan de una libertad absoluta, tanto expresiva como compositiva. La imagen fotográfica pasa por un proceso acomodativo personal, donde se destruyen los conceptos clásicos de composición para expresar nociones intimistas que habitan en la mente del autor, produciéndose un acercamiento directo a las ideas de renovación postmodernas. Todo ello, en un principio, quedaba patente mediante el uso de la goma bricomatada que le servía de soporte a la imagen, junto a otros elementos externos como pigmentos, tierras, hierbas o cenizas que forman parte de la propia escenificación creativa. La inclusión de diferentes elementos dentro de sus fotografías, que las transforman a la vez que amplían su lenguaje expresivo, será norma común en lo sucesivo en todas sus producciones –aspecto que no abandonará presentando diferentes variantes expresivas. En este sentido, bajo estas premisas exhibía las primeras obras de lo que será un amplio campo de labor, que alcanza hasta la actualidad. Con el nombre de *casi objetos* reunirá diferentes proyectos o series que girarán alrededor de unas mismas concepciones plásticas y expresivas –este amplio campo comienza a tomar forma en 1987, en el que podemos encontrar una evolución paulatina hacia diferentes aspectos expresivos de la imagen, pero siempre dentro de una idea común de libertad creativa y



unos resultados poéticos de la misma. En ellos presentan unas imágenes irreales, recreadas, donde reflexiona y manifiesta poéticamente sus pensamientos más personales.⁹⁴

No obstante, será en la época de los noventa cuando su carrera conozca un desarrollo total y absoluto. En estos momentos comienza a extender su práctica, que es considerada en el ámbito creativo más actual, y se le incluye como representante de primera mano de la fotografía más contemporánea de España. Sus amplios recursos expresivos hacen posible que, junto a otros procedimientos, dentro de su producción personal sea constante la presencia de la poesía —elemento de escritura que se une totalmente a la imagen y forma parte indispensable de la obra. En 1992, a propósito de su primera exposición individual, presentaba el trabajo *A los que se vieron forzados a desaparecer* (Cortills y Jarauta, 1992), que era muestra fehaciente de su labor fotográfica. Este entra dentro igualmente de su amplio proyecto *Casi objetos*.⁹⁵ Poesía e imagen forman una sola expresión; el texto se convierte en parte de la propia composición. En este aspecto, la publicación, aparte de contener las obras que exponía, se completaba con diferentes escritos del autor, por lo que unía palabra e imagen para reflexionar sobre conceptos relacionados con el hombre y su existencia. El ejercicio ahonda en el devenir de los seres,

95. Estos casi objetos han sido publicados, entre otros, en: VV. AA. (1991); Cortills y Jarauta (1992); VV. AA. (1992b); VV. AA. (1992c); VV. AA. (1993); VV. AA. (1994); VV. AA. (1995) y VV. AA. (1997).

en la tragedia del hombre de morir y renacer. Para todo ello recrea mundos que comunican, que narran existencias, que se reafirman en la idea de ser forzados a desaparecer. Se sienten conceptos contrapuestos que resumen planteamientos de vida y muerte, de felicidad o de terror, que giran en torno a la noción que el autor tiene del hombre y del mundo. Profundizando en esta idea de unión de distintos lenguajes expresivos, que en los primeros años de la década de los noventa es una parte más de sus composiciones creativas, se publica en 1994 *El Hombre vencido* (Cortils, 1994). Como sucedió con los anteriores casos, la fotografía y la poesía forman una única obra. Ya en estos momentos dentro de su fotografía se encierran una gran cantidad de materiales y técnicas que exceden el propio hecho fotográfico y que, sin embargo, no cambian la idea primaria. Lo fotográfico es tan sólo una parte, aunque primordial, de la obra.—generalmente, no utiliza la cámara para el desarrollo de su trabajo. De esta forma, sus creaciones se componen, además de la imagen, de pigmentos, óxidos, tierra, hierba, cenizas, maderas, metal, así como cajas de pequeño tamaño que le confieren una forma tridimensional. Con ello se integra en toda la convulsión evolutiva que vive la imagen fotográfica, donde el límite entre las artes se disipa.



Su trabajo, en general, está cargado de una reflexión sobre el hombre, sobre el lugar que ocupa y sobre su historia. Como consecuencia de esto, la figura humana tiene gran importancia en su ejercicio y utiliza imágenes de archivos u otros lugares que incluye, previa manipulación, en sus

composiciones. Son vestigios del ayer, recurriendo en ocasiones al viejo álbum familiar de su abuelo para reutilizar sus fotografías, con las que nos muestra múltiples historias y narraciones que él mismo imagina e inventa. En muchas ocasiones reaprovecha una misma imagen, con lo que desmitifica el contenido de verdad de la fotografía. Por todo ello, en su labor la imagen fotográfica es un recurso para expresar unos sentimientos íntimos que representan su propia idiosincrasia personal, en la que reafirma la idea de uso libre del medio como elemento de tránsito de conceptos narrativos. El límite no existe para la concepción de las ideas, por lo que su ejercicio se hibrida en su forma y en sus conceptos con otras disciplinas creativas. A ello debe sumarse la presencia poética, física en textos y espiritual en el conjunto de la composición.

En la segunda mitad de la década de los noventa incrementa sus series fotográficas y sigue dentro de unos mismos presupuestos conceptuales y técnicos. En 1996, inicia *Historias de Job*,⁹⁶ donde expresa unas inquietudes similares. Se sigue produciendo una apropiación de la imagen a la que dota de un nuevo valor, al incluirla en su propia escenificación mental. Un año después, en 1997, presentaba *La vida como problema político, la vida como problema poético*,⁹⁷ y en 1998 genera *Hombre accidental hombre occidental*.⁹⁸ Para las diferentes recreaciones se adueña de viejas imágenes de enciclopedias antropológicas y etnográficas que le sirven de punto de partida y de protagonista principal de su propia obra final. El cambio de identidad se produce desde el propio hecho, puesto que recoge una imagen que en principio era un documento –que era tan sólo un ser humano inscrito a un lugar y un tiempo, reducido a un simple dato–, y transforma su significado primario a conceptos de reivindicación social. Estas imágenes son manipuladas y reinterpretadas, para devolver al ser su propia esencia e identidad. El trabajo del artífice se hace directo sobre la propia obra, que raya, pinta y, en definitiva,

96. VV. AA. (1997).

97. VV. AA. (1998).

98. Puede verse en este caso VV. AA. (2000).

altera para conseguir lo deseado. Por ello, presenta a los protagonistas en un ámbito creado, sin definición, que nos observan directamente e interpretan el nuevo valor que el artista le ha impuesto.⁹⁹ Es manifiesto en estos ejercicios la descomposición absoluta de lo real, al igual que la transformación y creación de la propia imagen.

Del mismo modo, paralelamente a esta tendencia de hibridación de lo fotográfico, la evolución de su producción y el interés por las nuevas tecnologías, como es la faceta digital de la imagen, hacen que de forma paulatina comience a aparecer dentro de su ejercicio esta nueva técnica, que se instalará definitivamente en sus últimos ejercicios. En este sentido, en el 2000 producía «Ecos de una nación, hechos de una narración».¹⁰⁰ Las fotografías realizadas, en este caso por el propio autor, pasan a ser filtradas por una búsqueda consciente de conceptos de identidad e incluye como parte de la obra billetes, sellos o fragmentos de un pasaporte, que identifican la parte oficial de estas culturas. Todo esto, se fusiona con la propia imagen del hombre, que recuerdan el límite, la opresión de la oficialidad de la frontera. Para el resultado final de estas obras hace uso de los recursos digitales que facilitan la composición y la transmisión de los conceptos.¹⁰¹

Igualmente, en el año 2003 ha realizado dos series que ejemplifican el lenguaje más avanzado de su trabajo, donde las recreaciones de procesos digitales son ya propias de su expresión personal. Por un lado, Nacimiento de la sonrisa (Cortils y Guardiola, 2003), se adentra en el interior de la consideración del individuo, del ser que ha visto en sus viajes, filtrado por su propia contemplación de esa cultura. Con lo que sigue componiendo sus obras a través de esa visión que se tiene de la

99. Con similares características sigue presentando series como: «Elogio de la diferencia de 1998» (Cortils, 2001: 49-55); «Diálogo de los extremos, nuevas formas de ciudadanía de 1999» (Cortils, 2000: 34-36); o «Claros de Bosque de 2002» (Cortils, 2001).

100. Cortils (2001: 15-47).

101. Con unas mismas inquietudes realiza series como: «La costa de los esclavos de 2001» o «British passport de 2002» (sobre estas dos series puede verse Cortils (2002)). En ellas fusiona, igualmente, al hombre y al documento oficial; el pasaporte que hace ciudadano o ilegal a un ser en un territorio concreto —con lo que se sigue manifestando en las mismas inquietudes.

humanidad fuera de las fronteras de occidente. Para ello, las imágenes son extraídas de otros medios, a las que les confiere un cambio interpretativo y de significados que deben de cumplir. Y como sucede en gran parte de su producción, la poesía y la imagen se mezclan, se fusionan y pasan a ser interrelaciones unitarias. Todas las escenas son montajes digitalizados y tratados, donde el hombre se asienta en un fondo negro irrecognocible, descontextualizado, y queda al descubierto ante la contemplación del espectador. Mientras que, por otro lado, encontramos Paludes, serie que en la actualidad se encuentra en pleno desarrollo. En este sentido, las imágenes fingen historias irreales que el propio autor escenifica en su mente y compone mediante recursos informáticos. Hace uso de la historia, y la narra de una forma personal, apropiándose de iconos e imágenes que poseen su propia vida visual, a las que cambia su contexto primario para formar parte de sus creaciones. En ellas recrea escenarios fantásticos, tan sólo presentes en el mundo de los sueños, en los que introduce a sus seres y objetos que adquieren su propio significado. Por ello, sigue dentro de todos los postulados de descomposición de la imagen, de desterramiento de cualquier rasgo de realidad pero no de verdad, y crea unas obras idílicas, en las que manifiesta conceptos de vida, arte e historia.



Su entendimiento de la práctica fotográfica le sitúa como uno de los representantes más interesantes de los nuevos rumbos fotográficos emprendidos en la década de los ochenta en España, uniéndose a toda la convulsión producida por la postmodernidad en el mundo de la fotografía (Alberich y Pascual, 2000: 128).

BIBLIOGRAFÍA

- ALBERICH I PASCUAL, Jordi (1999): *Fotografía i fi de Segle. Art, discurs i fotografia en le trànsit de la postmodernitat*, Binissalem, Di7, S. L.
- (2000): *El Cant de les Sirenes*, Girona, Fundació Espais d'Art Contemporani.
- CASTELLOTE, Alejandro y SANTOS, Manuel (1988): *Foco 88*, Madrid, Círculo de Bellas Artes.
- CORTILS, Eduardo (1994): *Al hombre vencido de Eduardo G. R. Cortils*, Murcia, Mestizo A. C., Colección «lo mínimo».
- (2000): «Diálogo de los extremos, nuevas formas de ciudadanía», *La fotografía*, número 78, abril-mayo, pp. 34-36.
- (2001): *Claros de bosque*, Cádiz, Museo Cruz Herrera, La Fundación Municipal de Cultura, La Línea.
- (2002): «Los otros», *Catálogos de Arquitectura*, nº 11, s/f.
- CORTILS, Eduardo I DÍAZ GUARDIOLA, Javier (2003): *Eduardo Cortils, nacimiento de la sonrisa*, Madrid, Galería Begoña Malone.
- CORTILS, Eduardo I JARAUTA, Francisco (1992): *Eduardo G. R. Cortils*, Valencia, Generalitat Valenciana, Club Diario Levante.
- CORTILS, Eduardo, ARANGUREN, Felipe I JARAUTA, Francisco (2001): *Eduardo Cortils, ecos de una nación, hechos de una narración*, Murcia, Ayuntamiento de Murcia, Centro de Arte Palacio Almudí.
- DE LINIERS, Myriam (1995): «Un paseo por los noventa» en *Fotografía Española*, Madrid, Instituto Cervantes.
- FONTCUBERTA, Joan (2001): «De la posguerra al siglo XXI», en *La fotografía en España de los orígenes al siglo XXI, tomo XLVII*, Summa Artis, Madrid, Espasa Calpe.
- MIRA, Enric (1991): *La vanguardia fotográfica de los años setenta en España*, Alicante, Instituto de cultura «Juan Gil-Albert», Diputación Provincial de Alicante.
- «La fértil década de los setenta», *Photo Vision*, número 20, sin fechar, pp. 7-11.

- SÁNCHEZ, Antonio (1988): «Eduardo García del Real, retrato de lujo en Murcia», *La Opinión*, 23 de septiembre, p. 34.
- SANTOS, Manuel (1991): «Fotografía contemporánea española 1970-1990» en VV. AA. (1991): *Fotografía contemporánea española 1970-1990. Cuatro direcciones fotografía contemporánea española*, tomo I, Madrid, Lunweg Editores, Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía.
- SANTOS, Manuel (1991): «Eduardo G.R. Cortils» en VV. AA. (1991): *Fotografía contemporánea española 1970-1990. Cuatro direcciones fotografía contemporánea española*, tomo I, Madrid, Lunweg Editors, Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía.
- VV. AA. (1991): *Fotografía contemporánea española 1970-1990, cuatro direcciones fotografía contemporánea española 1970-1990*, tomo I, Madrid, Lunweg Editores, Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, Madrid.
- VV. AA. (1988): *Foco 88*, Madrid, Círculo de Bellas Artes.
- VV. AA. (1988): *Jóvenes fotógrafos 1988*, Madrid, Ministerio de Cultura, Instituto de Juventud.
- VV. AA. (1992a): *European Phtotography Award*, Göttingen, Druckerei Borek.
- VV. AA. (1992b): *Synchronia, International Art Symposium*, Creta, Ministry of Culture.
- VV. AA. (1992c): *Tres propuestas plásticas para el próximo milenio*, Murcia, Comunidad Autónoma de la Región de Murcia.
- VV. AA. (1993): *Foto Bienale Enschede*, Enschede, Drukkerij Euregio.
- VV. AA. (1994): *La imatge fràgil*, Barcelona, Fundació «la Caixa».
- VV. AA. (1995): *Fotografía española. Un paseo por los noventa*, Madrid, Instituto Cervantes.
- VV. AA. (2002a): *Diccionario Espasa Fotografía*, Madrid, Espasa Calpe S. A.
- VV. AA. (1997b): *Géneros y tendencias en los albores de siglo XXI*, Alcobendas, Ayuntamiento de Alcobendas.
- VV. AA. (1998): *Primavera fotográfica 1998*, Barcelona, Generalitat de Catalunya, Departament de Cultura.

- VV. AA. (2000): *Quaderns*, Tecla Sala, 2000, L'Hospitalet de Llobregat, Ayuntamiento de L'Hospitalet, Centre Cultural Tecla Sala.
- VV. AA. (2001a): *Géneros y tendencias en los albores de siglo XXI*, Alcobendas, Ayuntamiento de Alcobendas.
- VV. AA. (2001b): *La fotografía en España de los orígenes al siglo XXI*, tomo XLVII, Madrid, Espasa Calpe, Summa Artis.

APROXIMACIÓ A LA FOTOGRAFIA DE REPORTATGE EN LA REVISTA *ESTAMPA* (1928-1938)

FRANCESC VERA CASAS
Universitat Politècnica de València

INTRODUCCIÓ

Em sembla oportú de recordar l'opinió ja expressada per López Mondejar (1981: 107-198), segons la qual considerar que els fotògrafs autòctons han estat més dolents i en res comparables als fotògrafs estrangers que ocupen un lloc de privilegi en la història, no resulta procedent. Aquesta idea, durant molt de temps arrelada i condicionada pels cànons establerts per les històries de Newhall i Gernsheim, fonamentalment, ha donat lloc a casa nostra a un «model de història de la fotografia sense model», com recorda Carmelo Vega (2002: 211), un model que s'aplica a un àmbit local o regional al qual s'intenta traslladar el model canònic d'aquelles històries. És un model que, d'una banda, obeeix a criteris basats en la lògica del museu, però que, per altra part, és també un model fortament etnocèntric, que té com a referent inqüestionable la fotografia americana, anglesa, francesa i alemanya.¹⁰² Totes dues coses, pense, han afectat a la recuperació i valoració del nostre patrimoni fotogràfic.

Els intents de recuperació de fotògrafs autòctons i també la possibilitat de construir una història de la fotografia espanyola sempre han ensopegat, al menys eixa és la sensació que tinc, amb la mateixa pedra: s'ha adoptat aquella lògica del museu i sols ha estat considerada objecte d'estudi l'obra fotogràfica original, aquella que existia com a «objecte», ja fos en forma de negatiu o de còpia sobre paper fotogràfic, deixant-se de banda tot un patrimoni que pot ser consultat a les hemeroteques en tant que subjecte. Ara bé, si, com diu Vega (2002: 213), la història de la fotografia «consistiria en

102. Resulta bastant aclaridora l'entrevista a Newhall en Hill & Cooper (1980: 348).

donar forma a un conjunt de variables independents que, ben ajustades i interpretades, ens ofereixen les claus per entendre la mentalitat i els modes d'expressió particulars d'un home en el seu temps», ¿com podem deixar de considerar la fotografia publicada en la premsa gràfica de l'entreguerra i que tanta transcendència havia de tindre per a un públic que trobava en ella l'única forma possible de sentir-se part del món?

En el període d'entreguerres, una de les revistes il·lustrades més influents i la de major difusió a Espanya fou *Estampa* i, lògicament els fotògrafs que hi publicaven els que major difusió tenien de la seua obra. És per això que l'estudi d'aquesta revista esdevé de gran importància per a la fotografia espanyola d'aquest període.

LA REVISTA *ESTAMPA*

El període d'entreguerres serà el moment de màxim esplendor de les revistes il·lustrades i de consolidació del reportatge com a la forma d'expressió per excel·lència de la fotografia. A casa nostra destaquen, en el primer quart del segle xx, *Blanco y Negro*, *Mundo Gráfico* i *La Esfera*, publicacions, de continguts banals i pomposos on es recollien «retratos de las celebridades más célebres: La Familia Real, Machaquito, la Imperio. ¡El célebre toro Coronel!», com diu el barber de *Las galas del difunto*,¹⁰³ i transmetien un món al que Joan Fuster qualifica d'estrany i al·lucinant (Fuster, 2003). És en eixes circumstàncies que naix el 1928 *Estampa*.

Característiques empresarials i ideològiques d'*Estampa*

Estampa respon al projecte editorial de Luis Montiel de Balanzat, enginyer madrileny, monàrquic moderat i home del seu temps, entusiasta de la tècnica, les màquines i el progrés. Montiel, que s'havia iniciat en el món de les arts gràfiques amb la Papelera Madrilenya i la impremta Gráficas

103. VALLE INCLÁN (1964): Madrid, Espasa Calpe.

Excelsior, adquirí els tallers de Sucesores de Rivadeneyra, instal·lacions que li permeteren la concessió per a imprimir publicacions oficials com *La Gaceta de Madrid i el Diario de Sesiones*. S'inicià en el món editorial amb *La Novela Mundial*, dedicada a la publicació de novel·les de quiosc. Montiel adquirí noves rotatives d'heliogravat i reestructurà els tallers, mecanitzant i electrificant tot el procés de producció i, amb el concert d'Antonio García de Linares, periodista que exercia la corresponsalia a *París de Mundo Gráfico*, i que, segons diu Gómez Aparicio (1971: 158), s'hauria sentit menyspreat per Verdugo i Zabala, propietaris de *Prensa Gráfica*, crea *Estampa*.

Linares sols dirigirà la revista durant els dos primers mesos, però aconseguirà en tan curt període de temps un tiratge de cent mil exemplars,¹⁰⁴ igualant el tiratge de *Blanco y Negro* i el de *Nuevo Mundo*. A partir del número 10, Montiel es farà càrrec de la direcció de la revista i deixarà la tasca de redactor en cap en mans de Sánchez Ocaña, un periodista de la casa. En arribar al primer any, *Estampa* tirarà 200.000 exemplars, tants com totes les seues competidores juntes.

El criteri editorial que guiarà *Estampa*, des de que fou creada, és el d'arribar al gran públic i per a això li cal un posat moderat, sense compromisos polítics evidents, de manera que resulta quasi impossible trobar en ella cap referent ideològic explícit més enllà de posicions que poden ser enteses com a comunes per un ventall ben ample de la població: el sentiment religiós o el patriòtic. *Estampa* té la intenció, declarada des d'un primer moment, de ser «la revista de todos y para todos», vanagloriant-se de que «son las modistillas –alegría y gracia de Madrid– las lectoras más entusiastas», i això ho aconseguirà mitjançant un «deliberat to amé i lleuger», centrat en les informacions gràfiques sobre esdeveniments curiosos, pintorescos o exòtics, en notícies sobre gent famosa i en abundants reportatges sobre la quotidianitat, amb la qual s'identifiquen els lectors.

104. Acta notarial estesa pel notari José Toral y Sagristá en les rotatives d'*Estampa* el 21 de febrer de 1928 i reproduïda al núm. 9 d'*Estampa*, del 28 de febrer de 1928.

105. «Estampa y las modistillas madrileñas», *Estampa*, núm. 8, 15 de febrer de 1928.

Tanmateix, *Estampa* es pagarà d'haver iniciat una «gran i eficaç» campanya feminista, tot i que de seguida s'afanya a dir que «en el buen sentido de la palabra». Certament, des del primer número, la revista es decanta cap a un públic femení i, sense ser ni una revista *femenina* ni una revista realment *feminista*, s'interessa pel paper de la dona en la societat del moment, tot destacant la incursió de la dona en professions fins aquell moment reservades a l'home. Així, en el número 8 ja apareix una entrevistada a Victoria Kent, Clara Campoamor i Matilde Huici, les úniques advocades que hi ha fins el moment a Madrid. Des de la perspectiva actual, qualificar de feminista *Estampa* podria resultar, fins i tot, insultant, però comparant aquests continguts amb les fotografies de les dames de l'alta societat que publicaven *Blanco y Negro* o *La Esfera*, entenem que ens trobem davant d'una publicació que, dintre del caràcter lleuger de la revista, considera la dona des d'un vessant molt més progressista.

Un altre tret important és el de que tot i editar-se a Madrid, la publicació no mostra un tarannà excessivament centralista, sinó que donarà informació gràfica d'arreu de l'estat, fent-se ressó, en els seus reportatges, d'intel·lectuals i polítics catalans, bascos o gallecs, sempre des d'un to de respecte i, fins i tot, d'admiració.

Característiques formals de la revista

De format pròxim al tabloide, estampada sobre paper cuixé i amb quarant-vuit pàgines per número, *Estampa* resulta de to lleuger i agradable, fàcil de ser tingut entre les mans per veure les il·lustracions tot d'un cop d'ull. La portada, amb una capçalera de grandària ben visible i dibuixada amb lletres modernes, de traçat compacte en el cos i trets molt fins en les unions, destaca d'entre les altres capçaleres del quiosc, i una fotografia a tota pàgina capta l'atenció del lector. La maquetació de la revista es realitza en base a una retícula semblant al modulator proposat per *Le Corbusier*, la qual permet flexibilitat en la compaginació i una distribució dinàmica i àgil del text i les imatges.

Característiques temàtiques de les fotografies

Si agrupem les fotografies segons la temàtica, és a dir, segons allò que ens presenten com a contingut, podem determinar què és el que més interessa a la revista i què és, tanmateix, el que més atreu l'atenció del lector. Podem dividir la temàtica de les fotografies en tres grans blocs: llocs i indrets, persones i fets i esdeveniments.

A partir d'aquesta divisió resulta un fet indiscutible que la major atenció de la revista es centra en les persones, ja que a elles es dedicarà més del 40% de les fotografies que apareixen entre 1928 i 1931, però aquest percentatge es veurà augmentat fins quasi el 72% en 1936. És a dir, l'home i aquelles coses que fa són el referent més important per a la revista. Però, això no obstant, cal determinar quin es el tipus de persona que ix a les pàgines d'*Estampa*, per la qual cosa considerarem quatre subgrups: gent coneguda, il·lustre o famosa, personatges exòtics o curiosos, gent del carrer i models. Durant els primers anys de la revista, seran les persones conegudes les que tindran una major presència, de fet, l'any 1928 representen el 56,84%, mentre que les fotografies de models (fotografia de modes, fonamentalment) representen el 13,04%, els personatges curiosos el 16,85% i el de la gent del carrer el 13,27%. Però aquest interès per la gent il·lustre anirà disminuint en favor de la gent del carrer; així, en 1931, es dedicarà el 24,11% a gent normal i corrent, mentre que les fotografies de personatges famosos baixa al 31,25%. Però cal ressenyar que el percentatge de personatges curiosos o exòtics es mantindrà quasi invariable en tot els anys que s'edita la revista.

El segon grup en importància correspon als fets i esdeveniments, que en 1928 suposen el 42,50% del total de fotografies, en el 1931 representa el 41,22% i en el 1936 baixa al 18,64%. Molt rarament apareixen fotografies de successos i les dedicades al món de l'espectacle representen un percentatge ben reduït, cosa aquesta que contrasta amb la gran quantitat de fotografies d'esports que en 1928 és del 27,40% i arriba al 41% el 1931 (a partir de 1932, descendirà notablement el nombre de fotografies esportives ja que Montiel treu al carrer *As*, diari especialitzat en informació esportiva). L'actualitat nacional es veurà reflectida en un

31,49% durant 1928 i un 22,77% en 1931. Finalment, les fotografies de llocs i indrets són ben poques (el 13,81% de 1928 es veu reduït a un 9,43% el 1936), i la majoria són de monuments o d'objectes diversos.

D'altra banda, cal destacar que les fotografies es presenten en *Estampa* d'acord a tres diferents funcionalitats: la il·lustració, la nota gràfica i el reportatge. En els primers anys de la publicació s'hi nota una proporció bastant equilibrada entre tots tres tipus de funcionalitat; així, el 1928, el 35,11% de les fotografies il·lustren articles, el 37,31% són notes gràfiques i, finalment el 27,58% podrien enquadrar-se dintre del reportatge, un gènere que encara no té la força que tindrà més endavant, ja que es nota que els fotògrafs encara realitzen les imatges pensant més en la nota gràfica que no en el relat visual. El 1931, el nombre de fotografies dedicades a la nota gràfica descendeix al 7,96% i en 1936 representarà sols el 6,80%, mentre que, cada vegada més, la fotografia de reportatge guanyarà presència i, ja en 1931, suposarà el 53,88% del total. Sembla com si, amb la proclamació de la República, la curiositat del lector s'aparta de les notes gràfiques de societat i es centra en fets curiosos, xocants, de la vida diària. Ja no s'interessa per l'obra de teatre sinó en aquells aspectes més o menys íntims de l'actriu. La revista, a través dels reportatges, mostra un món dinàmic, viu, divertit, curiós, de vegades sentimental, d'enyorança, del qual el lector se sent partícip, transcendint l'entorn immediat per arribar a sentir-se dintre d'un context molt més ampli i universal.

LA FOTOGRAFIA EN *ESTAMPA*

Període inicial (1928-1930)

Una de les característiques més distintives d'*Estampa* va estar la gran quantitat de fotografies que omplien les pàgines de la publicació, però quins eren els paràmetres estètics i formals en que aquelles imatges transmetien la informació gràfica al lector? En un primer moment no sembla haver-hi un criteri clar i no pot trobar-se un estil definit d'imatge, sinó que, ans

al contrari, hi ha una disparitat de formes i d'estils que, no obstant això tractarem de classificar.

Hi ha una gran quantitat de col·laboradors gràfics, generalment fotògrafs que tenen galeria oberta en alguna ciutat mínimament important i que envien imatges soltes que donen compte dels esdeveniments provinçians de certa rellevància social (posades de llarg, festes benèfiques, determinat acte escolar, etc.). Aquestes fotografies es presenten com a notes gràfiques en una espècie d'àlbum visual. La major part d'aquestes col·laboracions responen a premisses estètiques i tècniques semblants, llevat d'alguna excepció notable. Es tracta de fotografies realitzades frontalment amb un aparell 9/12 muntat sobre trípode combinat amb el flaix de magnesi, com era habitual aleshores. Aquests condicionants tècnics, l'estereotip d'allò que es considerava una fotografia correcta i la manca d'imaginació de la majoria d'aquests fotògrafs fa que ens trobem davant d'unes imatges que no tenen cap altre interès que el merament temàtic.

D'altra banda, la revista publica allò que en diu «fotografies d'art», publicades per les seues qualitats intrínseques, en tant que obra «artística». Calvache publica retrats de dames de l'alta societat madrilenya, com els de la reina Victòria Eugènia o la marquesa de Tenorio, i Walken participa amb retrats de gent de l'espectacle, com ara Celia Gámez.

La fotografia de modes està present en la secció «Páginas de la mujer» i solen estar bastant convencionals. Realitzades en estudi, solen mostrar la model de cos sencer, limitant-se a mostrar-la amb una certa frontalitat, de composició vertical, estàtica i amb il·luminació uniforme. Sols el retall de les imatges en combinacions de formes geomètriques donen cert dinamisme a les pàgines de modes.

De tant en tant, la revista recorre a fotografies d'agència, generalment de Keystone, Trampus, Russ-Phot. Es tracta de fotografies de caràcter tendre i simpàtic, fins i tot mel·líflues, i es destinen a la portada o a seccions de curiositats. Són fotografies de bastant correcció tècnica i generalment preparades o escenificades.

Però amb tot, serà la fotografia de reportatge aquella que tindrà major presència a *Estampa*, o, almenys la que major pes tindrà en el tractament

editorial. I això no obstant, no serà fins el número 18 que apareixerà el primer reportatge a la revista. Es tracta d'una sèrie de nou fotografies de Móstoles realitzades per Álvaro que abarquen des d'una vista panoràmica de la població fins fotografies de detall o d'indrets i persones.¹⁰⁶ A partir d'aquest moment apareixeran reportatges d'Álvaro (que anirà especialitzant-se en fotografia esportiva), de Cervera (realitza fotografia taurina), de Contreras i Vilaseca, dos socis que signen de manera conjunta i ja a partir de 1929, Benítez Casaux. Però el fotògraf per excel·lència de la revista i qui més reportatges realitzarà en aquesta primera etapa d'*Estampa* serà Zapata, un fotògraf tot terreny que cobreix els esdeveniments més diversos, retrats de personatges, instantànies de curses de braus, imatges d'un partit de futbol, reproduccions d'obres d'art, etc. Zapata serà, igualment, una excepció a la pràctica fotogràfica habitual del moment. Empra molt poques vegades el flaix de magnesi, tot treballant amb la llum ambient. Realitza un reportatge sobre la vida nocturna de Madrid en l'estiu en agost de 1928, un any abans de que F. H. Man realitze el seu treball nocturn sobre la *Kurfürstendamm* de Berlín, i també la primera imatge d'una sessió del Congrés dels diputats, realitzada amb la llum ambient. Però el que més sorprèn de Zapata no és aquesta habilitat tècnica, sinó la coherència d'estil i la solidesa de l'obra que publica a *Estampa*. Al contrari del que passava amb Calvache o altres fotògrafs «artístics», Zapata fa mirar el subjecte directament a la càmera, deixant ben patent el fet d'estar posant per a la realització de la fotografia, de manera que les seues imatges tenen un caràcter franc i autèntic. Situa els seus models dintre de la seua quotidianitat i sembla com si el fotògraf, més que situar els models a partir de la posició de la càmera (pràctica habitual) es situa en funció de la escena, sent en els temes de caire popular en aquells on més desimboltura presenta («Los domingos en la Moncloa», «Los músicos ciegos», «Las mudanzas tragicómicas de los aprendices de torero», etc.).

106. «El alcalde que declaró la guerra a Napoleón el 2 de mayo de 1808. Su pueblo, su casa, sus parientes». *Estampa*, núm. 18, 1 de maig de 1928.

Període de transició (1931-1932)

Entre finals de 1930 i els inicis de 1931 es fa palés un canvi en la revista. Zapata, que havia anat espaiant les seues col·laboracions, deixa definitivament de publicar i altres fotògrafs habituals tampoc no publiquen amb la mateixa assiduitat. Hi ha també una certa renovació en els col·laboradors gràfics de províncies i un augment notori de les fotografies d'agència, tot i que, a partir de 1932, deixaran de tindre aquell caràcter mel·liflu, xocant o exòtic per esdevindre més cosmopolites: El *jazz* americà i les *big bands*, els gànsters de Chicago i Al Capone, Lenin, el príncep de Gal·les, etc. Hom diria que el gust del públic ha variat amb la proclamació de la República i que la revista, que no tenia la infraestructura gràfica suficient per donar resposta a aquesta demanda ha de recórrer a les agències per saciar el desig del lector.

En aquest període, sembla que la fotografia de reportatge tinga menor presència que en l'etapa anterior, però, això no obstant, es producte dels esdeveniments trepidants que s'estan produint a Espanya. La revista duu abundants pàgines de notes gràfiques i que són en realitat com reportatges sobre aquells esdeveniments (crema de convents, vaga general, etc.) realitzats per diferents fotògrafs.

La fotografia d'esports té en aquest moment el seu punt més àlgid, ja que més del 40% de les fotografies publicades ho són d'aquest gènere, omplint pàgines en què les imatges es retallen en formes geomètriques i la compaginació forma ritmes i dibuixos capriciosos en els quals s'incorporen les fotografies.

Període de maduresa (1932-1936)

Amb el número 227, del 14 de maig de 1932, *Estampa* inicia una nova etapa. En principi, sembla que la revista continua amb una tònica semblant a la del període anterior, però hi apareix una sèrie fotogràfica firmada per Erik, un fotògraf que mai no havia publicat i que continuarà col·laborant fins l'any trenta-quatre. A partir d'aquest moment, *Estampa*

va transformant-se: hi ha un notori descens de la fotografia esportiva (Montiel ha creat *As*) i les notes gràfiques d'actualitat aniran deixant d'ocupar espai, fins ser pràcticament inexistents en 1934. Hi ha també una menor quantitat d'imatges per pàgina però amb un format major, tot augmentant el nombre de reportatges. Amb el número 248, en una portada en què pareix un fotògraf fent equilibris sobre una barca per prendre una fotografia, s'inicia la pràctica de transformar la contraportada en una segona *cover story*, fent que una fotografia a tota pàgina i un breu títol indiquen el contingut del reportatge estrella de la revista.

La fotografia d'agència que fa servir *Estampa* en aquest moment és d'origen centreeuropeu (Kruger) amb fotografies generoses en l'ús de picats i contrapicats, diagonalitzacions i marcats contrastos de caire expressionista. Un cas curiós, tanmateix, de la utilització de les fotografies d'agència és aquella que la revista fa de les que li serveix l'agència soviètica Russ-Phot, destinades a il·lustrar «El maestro Juan Martínez que estuvo allí» una història fictícia per entregues d'un ballarí espanyol que es troba a Rússia durant la revolució, de manera que se'l fa aparèixer entre les imatges dels esdeveniments. Una utilització de les fotografies al més pur estil Fontcuberta. *Estampa* publica ara, doncs, fotografies d'agència d'un nivell molt més elevat i de major interès tècnic i estètic, integrant-les en una publicació molt més cohesionada i estructurada en forma de narracions visuals. Fins i tot les fotografies de modes esdevenen més dinàmiques, soltes i modernes.

Però el que realment suposa un canvi definitiu en *Estampa*, és el fet d'estar estructurada al voltant del reportatge fotogràfic com a contingut visual bàsic. En el transcurs de 1932, publica fotografies de diversos esdeveniments, entre els quals destacariem les realitzades en la *intentiona* militar. D'aquells fets, publicaria *Estampa* una fotografia de Contreras i Vilaseca que coincideix quasi exactament amb una altra d'Alfonso recollida per López Mondejar. Hi ha una coincidència quasi exacta entre totes dues imatges: d'enquadrament, de punt de vista, de temps i fins i tot d'estil. Observant totes dues fotografies arribem a la conclusió podem deduir que podien haver altres fotografies semblants, una mica més a l'esquerra o una mica més a la dreta, una dècima de

segon abans o després. Si ens fixem veurem que tots els personatges de la imatge miren a la càmera, però cada un d'ells mira a «una» càmera que no es correspon necessàriament amb la del seu veí. El corredor que deixa el públic no s'ha fet perquè passen els guàrdies d'assalt amb el cadàver del sediciós, sinó perquè les càmeres dels fotògrafs captin l'esdeveniment. Els fets són ja trepidants, tot i que la càmera encara demana deturar l'esdeveniment per fotografiar-lo. Però això durarà poc i el fotògraf haurà de córrer amb l'esdeveniment, trobar-se immers en ell si val captar-lo, perquè a partir d'ara la vida ja no deixarà corredors per a que una bateria de càmeres es dispare.

És per això que l'aparició del primer reportatge d'Erik significa el principi del canvi de la fotografia a *Estampa*. És un reportatge sobre els passos a nivell, un tema banal si es vol, però tractat de tal manera que crida l'atenció. Les composicions en diagonal, el contrapicat del guardaagulles, captat a contrallum, les composicions geomètriques i els punts de vista subjectius fan que aquest reportatge, format per vuit imatges, iniciï un estil nou en *Estampa*. Erik realitzarà molts reportatges per a la revista, tots ells ben planificats i d'execució impecable, tot destacant «Las playas de Madrid», «Rabasaires», «El cura rural» i, sobretot, «Lepra en Espanya» dedicat al sanatori de Fontilles. Però Erik també aportarà altres recursos expressius, com ara la sobreimpressió i el fotomuntatge.

Però no fou Erik l'únic fotògraf que aporta modernitat i noves formes visuals a la revista. Llompart, Gonshani, Marina i Montaña, són fotògrafs que col·laboren a *Estampa* a partir de 1932. Díaz Casariego, que ja havia col·laborant en alguna ocasió anterior publica un magnífic treball sobre San Ginignano, una ciutat de la Toscana italiana. Llompart arribarà a ser un dels fotògrafs que més publica a la revista, tot introduint la sèrie fotogràfica per a il·lustrar entrevistes a personatges; en aquestes sèries no hi ha una variació substancial d'enquadrament o de plantejament, sinó que el que pretén és captar diferents expressions de l'entrevistat, a la manera d'un retrat polièdric. Gonshani publica reportatges pintorescos, ben estructurats, en els que no s'estalvia diagonalitzacions i recursos diferents per a emfasitzar el tema, amb composicions vigoroses i un ús intel·ligent de la llum. Marina participa també d'aquestes

característiques, tot realitzant uns memorables reportatges sobre «el tren botijo», en el que ja incorpora les bombetes de flaix, o les eixides al camp dels madrilenys els diumenges.

Un cas particular és el de Badosa, mestre de Centelles, que publica a *Estampa* de manera assídua des del primer número fins el 1936. Sabem que tenia galeria oberta a la Plaça de Catalunya de Barcelona i que va realitzar el mapa fotogramètric de Catalunya. D'ell opinava Centelles que era el millor reporter de Barcelona. Resulten memorables algunes de les fotografies que realitzà de la Copa Nadal de natació, de la volta ciclista a Catalunya, de partits de futbol del Barça i els retrats de personatges catalans del moment, com Pompeu Fabra, Dalí, Narcís Oller, Cambó, Santiago Rusinyol, Macià, etc. Badosa reflectirà l'actualitat barcelonina de manera puntual i realitzarà reportatges sobre els loocs i els personatges més pintorescos de Barcelona. També cobrirà esdeveniments com la Vaga General Revolucionària, els successos de Terrassa, la manifestació per l'Estatut, la proclamació de l'Estat Català, etc.

Període de guerra (1936-1938)

A partir del número 447, tot i que Montiel es va mantindre fidel a la legalitat republicana (malgrat la seua filiació monàrquica), *Estampa* fou confiscada per les Joventuts Socialistes. També a partir d'aquest número la guerra monopolitza tant la informació escrita com la informació gràfica, deixant lloc a reportatges propagandístics de la Unió Soviètica. Tanmateix, en aquest període hi ha una gran part de fotografies que apareixen sense signar, sobre tot aquelles procedents del front.

No obstant això, encara hi ha autors les fotografies dels quals sempre apareixen signades. Benítez Casaux, que ja havia publicat en altres ocasions a *Estampa*, realitza algunes fotografies de contingut simbòlic, com la foto d'un camperol que alça amb la mà dreta una falç i un martell mentre aixeca el puny esquerre, o determinats fotomuntatges amb consignes.

Altres fotògrafs notables seran Oplés, Manzano i Almazán. Oplés és

un fotògraf que es centra en els combatents i en la població civil que ha d'abandonar les seues cases. Té un estil caracteritzat per la proximitat al tema, per trobar-se immers entre allò que fotografia, situant elements en un pla quasi fregant a l'objectiu de la càmera, l'atenció concentrada sobre un punt expressiu i la distribució dels elements compositius de manera centrípeta per tal d'emfasitzar el contingut emotiu de la imatge. Oplés realitza reportatges sobre la Columna Mangada, sobre la columna Thälmann, o de les representacions teatrals al carrer.

Manzano exaltarà els personatges que treballen per la República, tot destacant el reportatge sobre els mariners que recuperaren els vaixells de l'Armada a Cartagena. Almazán, per la seua part fotografia bàsicament el Madrid de guerra, el comité popular d'abastiments, els jocs infantils de republicans i facciosos, els xiquets abandonats que recull l'Estat, el teatre del poble, voluntaris arribats des d'Andalusia, les infermeres de Socors Roig Internacional, el servei de correus per al front etc, tot amb amb un sentit compositiu molt acurat, amb una distribució de llums i ombres que provoquen imatges punyents i amb una particular atmosfera.

CONCLUSIONS

Estampa és un exemple de revista il·lustrada amb clara vocació de premsa de masses, una revista per a «ser vista tant com llegida», una publicació destinada a satisfer la pulsio del lector, erigint-se en un mitjà de comunicació i de representació del món, en un organitzador simbòlic i un generador de la cosmovisió. Contràriament a les publicacions coetànies, *Estampa* pren formes i postulats moderns, si més no, en les formes i ho fa tot partint dels models autòctons –dels quals anirà deslliurant-se de manera progressiva– en un període en que altres revistes europees es renoven o apareixen, com la francesa *Vu*.

Estampa és, doncs, una publicació clarament visual que, front a la compaginació estàtica de les seues publicacions precedents, presenta una maquetació dinàmica que obvia moltes vegades l'estructura de columnes,

permetent-se, fins i tot, desbordar la caixa amb les imatges. Tanmateix, *Estampa* es diferencia d'aquelles revistes en l'ús que dona a les fotografies, cada vegada més allunyades de la mera il·lustració per donar cos informatiu i expressiu a les formes del reportatge. Ens trobem, doncs, davant d'una publicació d'ideologia moderada de dreta, però que respon a les expectatives i els desitjos de canvis i transformacions del seu temps mitjançant la representació d'aqueix món com a quelcom canviant, mirant-lo de manera diferent, fixant-se en la gent del carrer tant com en els personatges il·lustres i mostrant les paradoxes i curiositats que per tot arreu apareixen. Crec que no seria agosarat pensar que l'estructuració simbòlica i cultural de l'Espanya d'aquell moment es devia, en gran part, a *Estampa*.

Tanmateix, *Estampa* acull l'obra de fotògrafs professionals que, al marge del salonisme i de les pretensions artístiques, entenen la fotografia com a comunicació i com a informació, com el mitjà per a transmetre als seus coetanis el món en què viuen, tot mostrant-lo des d'angles i punts de vista nous, en una posició que m'atreviria a dir intermèdia entre l'elecció temàtica de quotidianitat de la fotografia francesa i les formes compositives i de posició del fotògraf de la fotografia alemanya del moment.

L'obra dels Zapata, Badosa, Benítez Casaux, Contreras i Vilaseca, Erik, Gonshani, Marina, Oplés, Almazán, etc., són una part important del nostre patrimoni fotogràfic i representen un dels períodes més prolífics, al meu entendre, de la fotografia espanyola. El treball d'aquests professionals, unit al de autors ja coneguts i reconeguts, com és el cas d'Alfonso, Centelles, Campúa o Díez Casariego, conformen l'iconografia de tot un període de la nostra història i la recuperació de la seua obra suposaria pujar un escaló important en la construcció d'una història de la fotografia espanyola.

BIBLIOGRAFIA

- FUSTER, J. (2003): *Diari, «12-11-1958»*. *Obra Completa*. Vol. I. Edició a cura d'Antoni Furió i Josep Palacios. Barcelona/València. Edicions 62, Universitat de València.
- GÓMEZ APARICIO, P. (1971): *Historia del periodismo español*, Madrid, Editora Nacional, vol II.
- HILL & COOPER (1980): *Diálogo con la fotografía*, Barcelona, Gustavo Gili.
- LÓPEZ MONDEJAR, P. (1981): «La fotografía, ese ojo de la historia», *Nueva Lente*, núm 107-108.
- VALLE INCLÁN, R. M. (1964): *Las galas del difunto*, Madrid, Espasa Calpe.
- VEGA, C. (2002): «Reflexiones para una nueva historia de la fotografía».
- Fontcuberta, Joan (ed.) (2002): *Fotografía. Crisis de historia*, Barcelona, Actar.

***EL ESTATUTO ARTÍSTICO DE LA FOTOGRAFÍA
Y LA CONSTRUCCIÓN DEL ESPECTADOR
EN EL HECHO FOTOGRÁFICO***

EL ESTATUTO DE LO FOTOGRÁFICO, ENTRE EL ARTE Y LA TECNOLOGÍA

JORGE LATORRE IZQUIERDO

Universidad de Navarra

INTRODUCCIÓN

Por un lado, la fotografía aporta una realidad documental propia de los signos naturales (ese haber-estado-allí propio de lo fotográfico, de Roland Barthes), que la hace especialmente privilegiada como instrumento de registro, y por otro lado, es un lenguaje abierto a la connotación y, por lo tanto, a la recreación de la realidad. Dicho de otro modo, aunque el universo propio de la fotografía es más el archivo que el museo, la fotografía es obra de un sujeto y, por tanto, subjetiva. Cabe entonces una selección intencionada del tema y la técnica más adecuadas y, especialmente, una organización de la propia experiencia (lo que exige educación de la mirada, intuición, reconocimiento instantáneo de la imagen), en un proceso en el que entra en juego la imaginación simbólica o creativa. La dependencia de los procesos técnicos, lo que tiene de mecanismo de grabación en un instante (más o menos prolongado), no coarta la libertad artística del fotógrafo –como se pensaba al principio–, sino que abre posibilidades nuevas, inéditas en la historia de la representación visual.

El fotógrafo artista, como el pintor o el dibujante, debe seleccionar el tema, componerlo en las dos dimensiones del plano y organizar cada uno de sus elementos internos tanto desde el punto de vista formal como significativo (aspectos que en fotografía suelen ir muy unidos). Pero, y ésta es la gran novedad que aporta el medio, la realidad externa –lo dado al otro lado del objetivo– actúa en la fotografía y demás instrumentos de registro o grabación como el material de trabajo base, independientemente de la transformación posterior que este material experimente con las diversas técnicas de manipulación, que pueden ir desde el montaje tradicional al retoque y la combinatoria digital. En todo caso, con la fotografía sucede lo mismo que con otros lenguajes plásticos como el óleo sobre lienzo, el pastel, la acu-

rela o el grabado: es un medio de representación de la realidad con el que puede hacerse (o no hacerse) arte. Pues, resumiendo mucho, el arte no está tanto en el cómo (el lenguaje utilizado) o en el para qué (su finalidad), sino en el conjunto de todos esos factores de cara a un porqué; o, dicho de otra forma, está en el resultado de una actividad sujeto-objeto, artista-obra, con vistas a la transmisión de ese diálogo a un tercero, el espectador. (Coloma, 1986: 125).

Antes del desarrollo de las cámaras digitales se pensaba que lo mejor del resultado fotográfico se obtenía de modo instantáneo (al apretar el disparador) y se descubría a posteriori con el revelado. Esta inversión del proceso de elaboración con respecto a las demás artes de representación antes citadas, otorgaba a lo inesperado un papel fundamental. Para un tipo de fotografía de instantánea, que podríamos denominar «de descubrimiento», las interesantes intuiciones de Siegfried Kracauer sobre las implicaciones del factor mecánico en el arte fotográfico, conservan plena actualidad: lo mejor de la fotografía tiene que ver con la captación de la realidad imprevista (no previamente preparada); en este proceso aparece constantemente lo fortuito, que se nos descubre a posteriori como importante; y esto es así independientemente de la categoría del tema o de la composición más o menos pictórica; porque la fotografía tiende a sugerir infinitud desde esos fragmentos de realidad que, a diferencia de lo que ocurre en otras artes de la representación, no tienen la pretensión de un todo, Kracauer, (1995: 264).

In this respect, there is an analogy between the photographic approach and scientific investigation: both probe into an inexhaustible universe whose entirety forever eludes them.

Por último, y por todo lo anterior, el medio tiene una especial afinidad por lo indeterminado, tal como supo verlo Marcel Proust con gran finura, aunque también un poco de exageración, movido quizá por su obsesión de disolver la intervención del yo en el proceso (Kracauer, 1995: 165):

No doubt Proust exaggerates the indeterminacy of photographs just as grossly as he does their depersonalizing quality. Actually the photo-

grapher endows his pictures with structure and meaning to the extent to which he makes deliberate choices. His pictures record nature and at the same time reflect his attempt to assimilate and decipher it.

Y el texto continúa del modo siguiente:

Yet, as in pointing up the photographer's alienation, Proust is again essentially right, for however selective photographs are, they cannot deny the tendency toward the unorganized and diffuse which marks them as records. It is therefore inevitable that they should be surrounded with a fringe of indistinct multiple meanings.

Efectivamente, la importancia del azar en la creación de una fotografía —lo que la máquina pone de su parte—, no anula la existencia del diálogo creativo, como ocurre en las demás artes de la representación; diálogo que, aunque breve —a veces instantáneo—, se orienta a prever los resultados que se obtendrán en la copia última, con el apoyo de la experiencia, la educación de la mirada y la mucha práctica con el medio técnico, en este caso con la cámara. En cierto modo, la imagen artística existe ya antes, como forma de la imaginación de un sujeto, y el revelado no es más que su reconocimiento, junto con los ingredientes que el proceso mismo depara; novedad, por otra parte, presente en toda creación artística, que entraña un componente de sorpresa o descubrimiento también para el propio artista, como analiza Ernst H. Gombrich, en un magnífico texto que resumo a continuación:

El compositor de música compone tocando y el pintor se expresa pintando, o el buen actor se emociona actuando. No es el poema un síntoma externo del dolor o la alegría vividos por su autor, que hacen que éste se muestre apasionado (como opinaban los románticos), sino el poema experimentado apasionadamente el que provoca esos sentimientos en el poeta (independientemente de que viva las experiencias que simboliza). El lenguaje ofrece al poeta los medios para dar forma a sus sentimientos y pensamientos en la dirección adecuada. El primer sorprendido, por tanto, es el artista, que crea en la acción, mediante un proceso de *feedback* o retroalimentación, por la interacción entre forma y sentimientos, medio y mensaje. Antes que

la obra sea expuesta al público, el propio artista actúa como su crítico y su primer espectador, tanteando con su medio, y haciendo caso también a lo accidental, tan importante siempre en la expresión artística de calidad (Gombrich, 1997: 4-22).

La distinción no debería hacerse, por tanto, entre fotografía fotográfica (documental, etc.) y pictórica (experimental, etc.), sino entre fotografías artísticas y otro tipo de fotografías, como se hace también –con dificultad– entre pintura artística y la que no lo es. Aparece aquí el otro extremo de la incompreensión fotográfica, motivada por un exceso de confianza en la novedad tecnológica del medio: la visión de que con la fotografía –y su peculiar inversión del proceso creativo– se ha transformado la misma concepción del arte, que ha ampliado sus límites a otras manifestaciones visuales antes despreciadas. Walter Benjamin es quien primero escribió sobre este fenómeno, y sus ideas tienen todavía gran eco entre nuestros pensadores de la semiología y el arte.¹⁰⁷

Especialmente, en su ensayo de 1931 «La obra de arte en la era de la reproductibilidad mecánica», defiende que con la fotografía y con el cine surge un lenguaje artístico estrechamente vinculado a sus posibilidades técnicas; un lenguaje que, con el tiempo acabaría por transformar totalmente la concepción tradicional del arte. Según este autor, la obra de arte se da entre dos polos: el valor exhibitivo (de manifestación visual) y el cultural (ocultamiento, misterio, símbolo etc.). Con los medios de reproducción –en la fotografía y el cine ya no existe original– crecen las posibilidades de exhibición y se modifica la naturaleza misma del arte, que deja de ser cultural –contemplativo– para convertirse en pura manifestación (Benjamín, 1976: 54 y ss.). El desarrollo de la fotografía durante el siglo XIX –a la par que culminaba el proceso revolucionario– se

107. Su influencia hoy sigue siendo enorme, como atestigua la abundante bibliografía actualizada que podemos encontrar sobre el tema. De hecho, se atribuye a Benjamin un protagonismo esencial en el desarrollo de la segunda escuela de Frankfurt, con figuras tan señeras como Adorno. Estudiosos de la semiótica de la talla de Rolan Barthes y Susan Sontag o, en España, Roman Gubern o Juan Antonio Ramírez (autor de *Medios de Masas e Historia del Arte*, con su primera edición en 1976 y tercera en 1988), etc. se apoyan constantemente en algunas de sus afirmaciones.

presentaba como el primer paso en este desarrollo inevitable de la cultura visual vigente en las sociedades democráticas modernas (Galí, 1988).

Desde una perspectiva marxista, Benjamin afirmaba que, gracias a las técnicas de reproducción al infinito, específicas de la fotografía, desaparecería la referencia al original en la obra de arte, con la consiguiente pérdida del «aura» artística, para dar lugar a una nueva concepción «desacralizada» de las imágenes, al servicio de la cultura popular (Benjamin, 1976: 52):¹⁰⁸

la masa es una matriz de la que actualmente surge, como vuelto a nacer, todo comportamiento consabido frente a las obras artísticas. La cantidad se ha convertido en calidad; el crecimiento masivo del número de participantes ha modificado la índole de su participación.

Este optimismo –tan diferente de la visión de posguerra dominante en la Escuela de Frankfurt– encajaba muy bien con la defensa que se hacía entonces de una forma nueva de entender el arte, basada más en el «compromiso» político que en la contemplación «burguesa» de las imágenes. Los estudios culturales se ocupaban sobre todo del impacto político y cultural de los medios y, inmediatamente después de la Segunda Guerra Mundial, asumieron las ideas de Theodor Adorno, Herbert Marcuse de que no se pueden producir verdaderas obras de arte en el capitalismo avanzado, ya que todos los productos son por definición objetos de consumo creados por la «industria de concienciación capitalista». La rama optimista de los estudios culturales surgió en los 60, cuando los pensadores más influyentes de la nueva izquierda alemana, Jürgen Habermas y Hans Magnus Enzensberger, se inspiraron en las ideas de Walter Benjamin, concluyendo que los medios reproducibles, especialmente el cine, podrían, en buenas manos (no en las de Hollywood), ser usados para movilizar las masas en favor de la revo-

108. Walter Benjamin tiene también una «una pequeña historia de la fotografía», claramente orientada hacia la revolución de las masas, según los métodos del materialismo histórico (1976: 59 y ss.).

lución socialista. (Bayles, 2001: 40-47). Tanto los tiempos de Benjamin previos a la Segunda Guerra Mundial como los de mayo del 68 eran épocas en las que se reivindicaba la destrucción de los museos, mausoleos del pasado, en favor de un arte público, presente en la calle a través de los carteles y prolongado a gran escala por el cine.

Desde esa época, hoy ya tan lejana, de optimismo revolucionario, se ha escrito mucho acerca de la influencia que el descubrimiento y desarrollo de la fotografía ejerció en esta muerte, por inflación, del arte. Ensayistas como John Berger, Susan Sontag o Rosalind Krauss, han desarrollado todo un corpus teórico sobre el hecho fotográfico, que se mantiene casi incuestionable. Y, en general, a pesar de que su «*sex appeal*» se ha desvanecido algo últimamente, el brazo más optimista de los estudios culturales se ha impuesto también entre los académicos de las disciplinas humanísticas, incluidos los historiadores del arte y la fotografía.

Los investigadores tienden a colocar todos los «productos culturales»—objetos de arte, tal como se definían tradicionalmente, y productos de la cultura popular— al mismo nivel, como especímenes para ser analizados, no evaluados. Por supuesto, el mismo concepto de evaluación es visto (teóricamente al menos) como otro dato más a ser analizado. Esta aproximación no es mala del todo: vivimos en una economía cultural increíblemente compleja y dinámica, que reparte todo tipo de objetos, imágenes, textos, y representaciones a todo tipo de gente, que responde, a su vez, a estos estímulos de mil maneras distintas. Su mecanismo de funcionamiento interno es fascinante, y los estudios culturales representan uno de los pocos campos de estudio que se esfuerzan seriamente por crear un mapa de análisis. Pero uno no puede quitarse de la cabeza el relato de Jorge Luis Borges sobre una civilización en la que el arte de la cartografía se había perfeccionado tanto que, al final, los mapas tenían la misma extensión que los propios territorios. La conclusión fatal de decadencia de dicha civilización, sobre todo por falta de papel (y de espacio), podría aplicarse también a nuestro tiempo, que busca de modo borgiano cartografiarlo todo, sin recurrir —no es científico, por apriorístico— a la abreviación o clasificación. Éste es uno de los errores que voy a cometer en esta comunicación.

Por otro lado, sigue abierta la cuestión (no es propio de los estudios culturales responderla) de si ese fenómeno de masas, supuestamente inevitable y necesario, trajo consigo la liberación de éstas, o su alienación en beneficio del más descarnado capitalismo; la gran paradoja histórica fue justificar democráticamente ambos extremos, marxista y capitalista, con el pretexto de que el espectador –las estadísticas de audiencia decimos hoy– tiene siempre la última palabra. Esta dialéctica ha justificado también, al menos entre los académicos, la noción ampliada de arte que domina en nuestro tiempo. Estoy con Gombrich cuando afirma que:

si hay una crisis en el arte actual, los causantes de esta situación no son tanto los artistas como lo somos los historiadores del arte, críticos y demás «acólitos» del sistema, a quienes se debe en último término la manzana fatal de teorías que prometían al artista convertirse en dios, libre de dar cuenta a nadie de sus acciones. Y es, por tanto, al historiador, crítico, etc. a quien corresponde también reparar la falta. (Conclusión de un ciclo de cuatro charlas radiofónicas que, por encargo de la BBC, dedicó Gombrich al primitivismo en 1979.)

A combatir tanto el problema del relativismo como del «historicismo» en la historiografía moderna, Gombrich dedica cuatro de sus ensayos más recientes (1997). Pero en este estudio interesa analizar, no tanto si ha salido o no ganando el arte con esta ampliación de sus límites y sus consumidores hasta el infinito, como el papel que «lo fotográfico» ha ejercido en todo el proceso de transformación de la noción tradicional de arte.

Comencemos por la obviedad de que la ampliación de la noción artística (a escala creativo y de disfrute colectivo) no fue una cuestión meramente socialista, sino que también para los intereses del capital sólo hay algo mejor que ampliar la demanda, y esto es ampliar también sin límite la oferta. Es a Duchamp a quien se le atribuye la frase «arte es lo que el artista dice que es arte»; toda una provocación contra el esteticismo elitista dominante en su tiempo, al que oponía como alternativa más extrema la relativización del gusto estético, contra el culto al ARTE característico del momento. Desde un planteamiento radicalmente

democrático, defendía que todas las obras humanas pueden ser juzgadas por igual, porque todas son igualmente valiosas desde la novedad que aportan. Lo que equivale afirmar que, al menos en potencia, todos somos artistas.

Como analiza Rosalind Krauss, fue Duchamp el causante del cambio más radical: el paso del concepto tradicional de icono al de índice (Krauss, 2002: 73-96). La fotografía pasó a convertirse en el medio más idóneo de producción de imágenes-objeto accesible a todos. Si lo que el fotógrafo –es decir, cualquiera- dice que es arte es aceptado como tal, la oferta se amplía al infinito. Es evidente que no todos los productos «artísticos» que genera nuestra sociedad de los *mass media* llegan a adquirir categoría y valor de mercancía de lujo. Ante la pérdida de referencia que supone la ampliación del concepto de arte, el artista que triunfa es el que tiene la suerte de exponer su obra en los museos y galerías. Son los santuarios de exhibición cultural los que configuran el gusto artístico de nuestro tiempo. Esta idea fue desarrollada magistralmente por el filósofo Boris Groys en una conferencia de la que voy a traducir dos de sus párrafos más interesantes (Groys, 1999: I, 87 yss.):

Hasta hace unos años, la presencia creciente de la fotografía en los museos era vista como un síntoma de la pérdida de la autonomía de esta institución, que se mantenía como una alternativa a la constante y abrumadora presencia de los *media* en la realidad social. Algunos críticos veían en esta «crisis» algo positivo, que hacía a los museos más abiertos y accesibles al gran público, y más integrados en el paisaje actual de la sociedad de comunicación de masas. Pero otros muchos veían, sin embargo, una amenaza que transformaría al museo, en manos de la gran industria de entretenimiento actual, en una especie de Disneylandia para los mejor educados. En todo caso, la presencia de la fotografía en los museos dejaba claro que ya no tiene sentido reclamar una historia del arte tradicional, cuando la producción de imágenes se ha despojado totalmente de aquel misterioso proceso que requería siempre la complicidad de un genio. Las estrategias antiartísticas, autodestructivas, de la vanguardia, entendidas también como eliminación de diferencias visuales entre obras de arte y objetos profanos o de los «*media*», de hecho obligan al levantamiento de nuevos museos que aseguren institucionalmente esa diferen-

cia; lejos de deslegitimar el museo como institución, la crítica actual del arte nos proporciona una fundación teórica para la musealización del arte contemporáneo.

Efectivamente, gracias a la crítica e historiografía del arte actual, se mantienen vigentes los planteamientos del dadaísmo en favor del «arte nuevo» generado por el desarrollo por el estatuto de lo fotográfico: las elecciones visuales del fotógrafo son, ante todo, modelos de consumo; no nos ofrece imágenes u obras de arte sino la posibilidad de ver la realidad con su mirada, que produce las imágenes con la misma velocidad instantánea con que estas son consumidas. Por ejemplo, Susan Sontag (1981: 158) afirmaba, que:

... mucho más importante que la cuestión de si la fotografía es arte o no es el hecho de que la fotografía pregona (y crea) nuevas ambiciones para las artes. Es el prototipo de la tendencia característica de las artes modernistas y las artes comerciales en nuestro tiempo: a transformar las artes en meta-artes o medios.

Esta autora afirma que mientras que las artes plásticas tradicionales son elitistas (su forma característica es una obra singular producida por un individuo; implica una jerarquía temática según la cual ciertos asuntos son importantes, profundos, nobles, y otros irrelevantes, triviales, vulgares), los medios son democráticos (debilitan la función del productor especializado, etc.). Se trata de toda la enumeración de ideas que establece Benjamin en el famoso artículo citado. Algo similar afirma Román Gubern (1974: 38).

La mirada del fotógrafo artista hace que cualquier producto pueda ser convertido en mercancía de lujo, dotado de una nueva «aura» musealizable. Todo lo contrario de lo que profetizaba Benjamin: no sólo no ha dejado de haber arte cultural sino que también el fotógrafo que quiere ser artista está de nuevo vinculado estrechamente al museo. Sólo los elegidos por estas instituciones pasan a ser modelo a imitar por los espectadores que no se sienten con fuerza para ser artistas, o no tienen la suerte de ser elegidos como tal. De este modo –sigue argumentando Groys–,

el sistema artístico actual no se ha colapsado, sino que ha evolucionado a un sistema más fuerte y mejor organizado, donde tienen cabida cualquier producto, como casuales son también las elecciones fotográficas que figuran en los museos (Groys, 1999):

Así la única oportunidad para el arte que muestra lo normal es el museo. Fuera todo es excitante y exitoso desde el punto de vista visual, atrayendo a las masas con los mitos de siempre (ataques de alienígenas, historias de Apocalipsis y redención, héroes con poderes sobrehumanos, etc.), fascinantes e instructivos, pero que no aportan nada nuevo que no figurara ya en las colecciones y archivos de arte tradicional. Para encontrar lo banal, no recogido en los *media* por falta de interés para la gente, debemos ir a los museos de arte contemporáneo. Y la presencia de la fotografía en los museos es muy esclarecedora al respecto; cuanto más orientado está un museo de cara a la colección de arte moderno, más se suele permitir exponer fotografías de temas cotidianos sin ningún valor estético formal explícito.

Todo esto recuerda bastante a la filosofía del denostado pictorialismo, con sus salones y fotoclubs, antiguos lugares de «musealización» de un tipo de fotografía banal, dedicada a los temas propios de la pintura (bodegones, paisajes, alegoría y composición) o a la pura investigación formal. Una vez más el artista se reserva para sí la mirada aristocrática que defendían los pioneros «artistas» de la fotografía, para diferenciarse del común de aficionados a la kodak, o los profesionales del periódico, el retrato y la postal. Problemas filosóficos aparte, la «verdad» fotográfica como verosimilitud de una ficción que defendía Robinson en su *Pictorial Photography* de 1889, no sería muy diferente del concepto fotográfico actual de simulacro. Ni habría demasiada distancia, salvando las intenciones, entre el «autorretrato» de Sir Holland Day como *Cristo Crucificado* y las autopojes político-feministas de Cindy Sherman, los autorretratos simbólicos de Bruce Nauman o los montajes teatrales de Duane Michals, por citar algunos ejemplos de lo más políticamente correcto en la fotografía postmoderna. No me cabe duda de que este fenómeno es de nuevo un contagio en lo fotográfico de las

«enfermedades» finiseculares que se producen en el mundo artístico, y no al revés (Latorre, 2003).

O recuerda también a la fotografía del periodo de vanguardia, que imitaba a la pintura abstracta y surrealista, para distanciarse de lo específicamente mecánico del medio, estrechamente vinculado a la realidad. Ya Kracauer decía que la defensa del realismo creativo de artistas como Moholy-Nagy o Man Ray no era muy diferente de la visión artística decimonónica, puesto que se alejaban de la realidad documental, como si esta fuera un impedimento para la creatividad. Afirma Kracauer (1995: 261) que:

los «subjective photographers», siguen obsesionados por la capacidad personal de controlar el proceso: en su deseo de potenciar las cualidades del medio, ponen atención sobre la selección que hace el fotógrafo, como si fuera un poeta o pintor. El arte comienza donde termina la dependencia de las condiciones incontrolables, por lo que, olvidando lo que la cámara tiene de registro, tratan de convertir la fotografía en el medio artístico que ellos desean, como muestran las siguientes declaraciones de Leo Datz: «Our subjective experiences, our personal visions, and the dynamics of our imagination».

La polémica que abrió Lisette Model en 1951, en defensa de la fotografía directa, contra la moda experimental de la vanguardia histórica, ilustra muy bien que este debate sigue estando abierto, quizás porque no tiene solución.

Entre los fotógrafos invitados a tomar partido en este debate, unos opinaban que es posible experimentar siempre más allá de los límites de «lo fotográfico», y ahí reside precisamente la creatividad; otros decían que los mejores resultados de la fotografía se dan dentro de las «limitaciones» del medio; y, por último, estaban los que creían que cualquier intento de definición de la función artística del medio en una dirección concreta sólo llevaba a éste a su empobrecimiento agónico. A este respecto, Kracauer (1995: 255) concluía que:

Siempre se dará una oposición entre ambos polos de la creatividad fotográfica: a lo largo de la historia de la fotografía está en un lado la tenden-

cia hacia el realismo que culmina en el registro de la naturaleza, y en otro lado la tendencia formalista que persigue la creación de obras de arte; dos tendencias que compiten y entran en conflicto.

Susan Sontag (1981: 96) dice, retomando estas ideas, que la historia de la fotografía podría recapitularse como la lucha entre dos imperativos diferentes: el embellecimiento, que proviene de las bellas artes, y la veracidad, que no sólo responde a una noción de verdad al margen de los valores, un legado de las ciencias (y la tecnología), sino a un ideal moralizado de la veracidad, adaptado de modelos literarios del siglo XIX y de la entonces nueva profesión de periodista independiente.

Fotografía *versus* simulacrum

Esta verosimilitud que se le atribuía al periodismo (o a la fotografía científica como opuesta a la «artística») ha entrado en crisis últimamente: por imperativo de «la sociedad del espectáculo» (Guy Debord), los propios reporteros y documentalistas se han convertido en «inventores» de sus historias, mientras que, curiosamente, los programas de ficción de más audiencia son *reality shows*. Por no hablar de la cuestión digital, que permite que la manipulación pase del todo desapercibida, ya desde el mismo momento de su captación. Si a este desarrollo de las telecomunicaciones, añadimos la confusión de géneros tan característica de nuestro tiempo (como una generalización del rol trasgresor del arte a todos los niveles de comunicación); y le unimos la enorme influencia que ejercen los *media* en la configuración de los modelos sociales, obtendremos que se han invertido los extremos de realidad y representación, hasta pasar a ser un todo confuso de simulacro. Son las famosas declaraciones de Baudrillard –citadas por Fontcuberta (1998: 195)– para quien:

Estamos presenciando el fin de la perspectiva y del espacio panóptico (que permanece como una hipótesis moral ligada a todo análisis clási-

co de la esencia «objetiva» del poder) y de ahí la absoluta abolición de lo espectacular... Los propios medios ya no son identificables como tales y la confluencia de medio y mensaje (McLuhan) es la primera gran fórmula de esta nueva era. Ya no hay medios en el sentido literal del término: se han vuelto intangibles, difusos e integrados en lo real.

Sin embargo, el último gran fenómeno de reflexión sobre lo fotográfico vuelve a poner en la palestra el valor de la fotografía (digital, y máximamente subjetiva), como prueba notarial: me estoy refiriendo a la polémica de las torturas en Irak, conocidas gracias a las imágenes que los propios soldados americanos tomaron en sus móviles-cámara, y enviaron a sus familiares. Ningún tipo de censura informativa tiene capacidad de controlar semejante implosión de «reportaje» inconsciente produciéndose a gran escala. Estos sistemas «democráticos» y creativo-consumistas (según las ideas de Boris Groys) permiten que cualquier individuo-espectador sea en potencia un reportero, testigo y comunicador de imágenes notariales en tiempo cero. Quizás, con el tiempo, incluso algunas de ellas pasen a formar parte de las galerías de arte, como fenómeno característico de nuestro tiempo.

En todo caso, hechos como éste (o sus inmediatos *fakes* ingleses) demuestran que, también en la sociedad del espectáculo, el imaginario colectivo sigue otorgando a la fotografía (incluida la digital) un valor de huella testimonial, de documento, que no da a otras artes de la representación. En un reciente congreso internacional de fotoperiodismo al que tuve la fortuna de asistir en Lima, se puso sobre la mesa el gran debate de los límites de intervención del fotógrafo (y el proceso de edición posterior) en la transmisión de las imágenes de reportaje. Por supuesto, tanto académicos como fotógrafos –los que se juegan el tipo por una imagen in situ– éramos conscientes de las posibilidades artísticas (y, por tanto, manipuladoras) del medio; aspecto éste que no sólo puede sino que debe esgrimirse también dentro del género fotográfico más pegado a la realidad, para su propio beneficio.

Pero no hubo acuerdo en definir hasta dónde llegan los límites en esta intervención; y no lo hubo porque es algo abierto. Depende siem-

pre de la conciencia de cada fotógrafo, que es el testigo presencial del suceso a transmitir; y sólo a él corresponde hacerlo bien, del modo más adecuado posible (según los tres puntos citados en la introducción a este estudio: público-obra-realidad, simultáneamente y con múltiples interferencias). Para que esto se entienda mejor, extraeré de mi intervención la comparación entre fotografías de temas similares, pero ideas opuestas sobre la verdad fotográfica, como son los trabajos de Eugene Smith *Velatorio en la aldea de Deleitosa* y *Fading Away* de Robinson. Ambos fotógrafos recurrían a todo tipo de manipulación, tanto previa (preparación de la escena en el primer caso, utilización de focos en el segundo) como posterior (revelado por zonas, e incluso montaje, también en el caso de Eugene Smith, aunque no en este caso), pero la diferencia es abismal. En *Fading Away* no hay muerto real; ni interesa que lo haya. Son dos fotografías que buscan finalidades muy distintas. Y saber esto, es lo que hace de ellas dos obras de arte, cada una a su manera.¹⁰⁹

En el caso de Smith, su arte fotográfico va unido a su prestigio profesional, la confianza de que no nos está engañando. Y no pueden separarse ambos aspectos en su fotorreportaje, puesto que sabemos que utilizaba todos los recursos de que dispone para transmitir la verdad que él vivió tal como la experimentó en el lugar y en el momento del disparo (Madow, 1985). Y, en lo que aquí nos interesa, que es el estatuto artístico de lo fotográfico, en ese valor que otorgamos a sus imágenes, radica también su más atractiva fuente de belleza=verdad. Diane Arbus, tan voluntariamente subjetiva, solía decir que al cine le corresponde un carácter de ficción; a la fotografía, de verdad (1972: introducción). Y sobre verdad habla también Roland Barthes (que llevó en su investigación el *cogito ergo sum* cartesiano hasta sus más radicales consecuencias) cada vez que se refiere a la fotografía, a la que justifica fuera de cualquier otro componente estético que no sea el documental: «lo verdadero, la verdad, la sensación de verdad y la exclamación de verdad» (Barthes, 1977). Sobre esta frase, Fontcuberta (1998: 41) dice lo siguiente:

109. Latorre, Jorge, Garay, Andrés, (Actas pendientes de publicación, ver <http://www.pucp.edu.pe/eventos/fotoperiodismo/conf.htm>.)

La fotografía arrastra, pues, un contenido ético que es previo a cualquier uso. Por eso, cuando se nos habla de la fotografía como «una ética de la visión» (Sontag, por ejemplo) en el sentido de que está preestablecido qué enfocaremos a través del visor, se pasa por alto que el mismo medio implica ya una ética propia. El fotógrafo, por lo tanto, debe ser consciente de la dicotomía a que se enfrenta: obedecer o desobedecer los dictados éticos del medio, erigirse o no en mercenario de sus atavismos expresivos o, como ha señalado Vilém Flusser, reconocerse o no como funcionario de un «programa» fotográfico.

También en la era en que los reporteros llevan cámara digital, el sello personal –como garantía notarial de veracidad– supera lo meramente tecnológico, aunque se base también en ello. Y desde luego, supera también lo «artístico» (en un sentido personalista más que fotográfico). Nos puede gustar más o menos la composición *Fading Away* de Robinson (o el fotomontaje de la muerte de la anciana de Duane Michals), pero no nos problematiza la existencia. Sin embargo, seguimos fiándonos de las imágenes periodísticas bien hechas, porque, mientras que el arte es algo «superfluo», la comunicación –basada en la confianza del medio como registro– resulta absolutamente necesaria.

Y esta confianza que el imaginario colectivo pide a las imágenes «informativas», se extiende también al panorama de la fotografía «musealizable», donde entran también reporteros como Smith o Capa (siempre que no se demuestre que su Miliciano caído en combate era una ficción), que gozan de un aura que incluye también –porque no depende de ello– el factor reproducible de sus imágenes. Excede el campo de esta comunicación analizar si esta aura fotográfica es, o no, una prolongación del «culto a la personalidad», que reduce la vieja noción benjaminiana a «la magia averiada de su carácter de mercancía» –por utilizar algunas frases que este filósofo hizo famosas.

Joan Fontcuberta ha dedicado gran parte de su obra y de su vida a desmentir la doctrina «realista» que arrastra la fotografía desde sus mismos orígenes, y que no parece tener nunca fin. Desde una postura posmoderna defiende que no hay verdad, tampoco en fotografía, pues-

to que siempre hay puntos de vista que seleccionan esa presunta realidad que queda más allá del objetivo y del ojo humano. Y la fotografía y los demás medios de registro, precisamente por la verosimilitud tecnológica que se les presupone, son más peligrosos que ningún otro medio de representación, y más manipuladores: sibilinos y traidores como el beso de Judas (Fontcuberta, 1997). Sus ideas pueden resumirse en el párrafo siguiente:

Todo debe ser cuestionado, hay que derrocar todo atisbo de dogma, y para ello se impone adoptar una actitud beligerante. La confrontación con el realismo dogmático en el estadio de la representación constituye una llave simbólica para acercarnos a la realidad de objetos y hechos en la que vivimos. Es en este contexto de confrontación que resulta pertinente la adopción de una estrategia «contravisual».¹¹⁰

Recogido en Fontcuberta (1998: 45), sigue diciendo:

La contravisión aspira a pervertir el principio de realidad asignado a la fotografía y no representa tanto una crítica de la visión sino de la intención visual. Se trata, por consiguiente, de una actitud y no de un estilo. Una actitud elástica que dependerá del marco de circunstancias sociales, culturales y políticas en que se desenvuelve cada fotógrafo.

Pero también a esta «metadocumentación» de la realidad como simulacro que hace Fontcuberta le han salido contundentes contestaciones. Resumo las de toda una generación de documentalistas españoles en las siguientes palabras de Xavier Miserachs (1998: 30):

Fontcuberta define sus imágenes como «irrealidades producto de mi imaginación que subvierten la cómoda creencia que afirma que la cámara no miente». Francamente, me fío más de Edward Weston cuando afirmaba: «Sólo con esfuerzo se puede obligar a la cámara a mentir:

110. Originariamente en Fontcuberta, Joan (1977): «La subversion photographique de la réalité», en *The Village Cry*, nº 7, Basel.

básicamente es un medio honesto». Por ello Weston se dedicaba a la fotografía, y Fontcuberta se esfuerza en atribuir a la cámara las mentiras con las que espera acercarse al arte.

Aunque no estoy de acuerdo con la acusación que hace a Fontcuberta (y por extensión a la fotografía postmoderna) de buscar en el aura artístico-musealizable el «culto a la personalidad» que se le niega a la fotografía tradicional, pienso que esta opinión de Miserachs no es muy distinta de la de Kracauer, hablando de la fotografía subjetiva; y como aquélla, sigue teniendo parte de razón, puesto que, en estos tiempos finiseculares (que tanto se parecen a aquel otro *Fin de Siecle*), hemos vuelto sin ambages en fotografía al dominio de lo que Barthes llama la conciencia ficcional, más proyectiva o mágica (característica del cine), en la que el *haber-estado-allí* del sujeto-testigo (la conciencia espectral del acontecimiento) desaparecería en favor de un mero *estar-allí* de la cosa puesta frente al aparato (lo propio de un instrumento de grabación). Opino que esta distinción de Barthes en *La Chambre Claire. Note sur la photographie*, es un punto clave, al que conviene retornar, en plena era digital.

En una serie de artículos del filósofo Fernando Inciarte, que han sido publicados a título póstumo, se postula que el *simulacrum* no es un tema tan sólo de nuestro tiempo, propiciado por los *media*. Es algo tan viejo como el hombre, o al menos la cultura occidental, que sabe reflexionar sobre sus imágenes y lo que éstas dicen de lo real. Lo que nosotros llamamos técnica y los griegos llamaban *techné* (vocablo que se utilizaba también para hablar de arte-artesanía) es nada más que efecto, a la vez éxito e impresión, tal como decimos con expresiones como «eso hace efecto» o «eso tuvo efecto» (Inciarte, 2004: 28-40):

... cuando se trata de imitar algo, no se plantea la pregunta de si es farsa o no. Si se quiere, todo es farsa. En la *techné* no hay sitio para la diferencia entre auténtico e inauténtico, ser y apariencia, realidad y ficción. Lo esencial de la *techné* es, por así decirlo, no tener ser, ser pura apariencia, disolverse en el efecto. Quien logra así su efecto, es hábil; y ser hábil no significa otra cosa que dominar una técnica. Poder algo es igual a saber cómo realizarlo, cómo hacerlo, *know how*. Las vías para eso, los

medios, son irrelevantes. Sólo importa el éxito (como en la política) [...] Pero esto no significa a su vez que la política no tenga ningún criterio, un criterio moral, si se quiere. Significa sólo que no tiene el criterio en sí misma, sino que tiene que buscarlo fuera de ella, y concretamente, igual que la moral, en la realidad, y más precisamente en la naturaleza.

La realidad es el mejor juez, y esto se ve en los efectos, los frutos de la comunicación. Esta es la conclusión de Aristóteles, para quien el arte imita a la naturaleza, no como *natura naturata* sino *natura naturans*, en su mismo poder de creación, acorde con sus mismas leyes. Y ya entonces se encontró con la oposición de los sofistas, que no aceptaban el criterio de la naturaleza para juzgar sobre lo verdadero y lo falso, y ni siquiera el de la mayoría (tampoco Aristóteles, que sabe que la mayoría puede equivocarse, o ser engañada por una minoría), sino que preferían terminar de una vez con ese tipo de oposiciones (entre bueno y malo, estar despierto o soñando, enfermo y sano, cuerdo y loco...), guardarse de todo juicio y vivir en adelante sin convicciones. Dice Aristóteles en sus *Refutaciones Sofísticas*:

Sería de extrañar si los adversarios (los sofistas) dudaran [...] si las cosas son tal como parecen a los sanos o como parecen a los enfermos [...] de si es real aquello que sucede así para los que duermen o para los que están despiertos. Pues es claro que ellos no piensan así en realidad.

CONCLUSIONES

Nada nuevo bajo el sol; las mismas alternativas ante el conocimiento de las cosas, y sólo distintos medios de comunicarse, de recrear la realidad de modo más o menos artístico-verosímil. Por lo que a mí, y en lo que a la fotografía respecta, opino que, una vez convencido el público de que una imagen no es la realidad, interesa ahora decir a los fotógrafos que lo que hay de verdad (siempre como búsqueda-descubrimiento) de sus imágenes depende de ellos; y que es bueno que nos informen sobre lo que hacen, con qué finalidad, en qué contexto y hacia qué público va

dirigido su trabajo. Y a los historiadores y teóricos de la fotografía, animarles también a poner un poco de orden en el complejo panorama actual. Una referencia (siempre provisional) a las intenciones y los géneros –junto a algunos límites entre las distintas artes–podría traer algunos puntos de común acuerdo, aunque sólo fuera para seguir debatiendo y conociendo juntos. Por supuesto, estoy de acuerdo con Rosalind Krauss en que los géneros y estilos fotográficos son muy diferentes de las clasificaciones al uso en las artes tradicionales, y que, por tanto, lo mejor es desprenderse de ese lastre «artístico» (Moholy-Nagy, 1970):

La fotografía produce sus propias leyes y no depende de las opiniones de los críticos de arte; sus leyes constituirán la única medida válida de sus futuros valores. Lo que importa es nuestra participación en nuevas experiencias sobre el espacio. Gracias a la fotografía, la humanidad ha adquirido el poder de percibir su ambiente y su existencia con nuevos ojos. El fotógrafo verdadero tiene una gran responsabilidad social. Ha de trabajar con los medios técnicos que se hallan a su disposición. Ese trabajo es la reproducción exacta de los hechos cotidianos, sin distorsiones ni adulteraciones. El valor en fotografía no debe medirse únicamente desde un punto de vista estético, sino por la intensidad humana y social de su representación óptica. La fotografía no sólo es un medio de descubrir la realidad. La naturaleza, vista por la cámara, es distinta de la naturaleza vista por el ojo humano. La cámara influye en nuestra manera de ver y crea la nueva visión.

Como puede deducirse de la última frase, no se trata de un manifiesto realista decimonónico, sino algo que parece muy actual. Se trata de la declaración de principios que abrió camino a la fotografía subjetiva de los años 30, en los que seguimos inspirándonos en plena era del *simulacrum*, según Fontcuberta (1985: 45):

Acuñado y teorizado por Laszlo Moholy-Nagy, la fotografía era entendida como un medio intensificador de la visión y que, por tanto, debía superarla en sus limitados umbrales perceptivos y revelar una nueva realidad. Un mundo inédito quedaba al alcance del ojo humano mediante la intro-

ducción de recursos técnico-creativos de reciente invención o mediante el reciclaje de otros que habían sido postergados prematuramente, y por otro lado, variado las condiciones convencionales de visión.

Nos viene bien recordarlo, para festejar la inocencia de la mirada que definía, al comienzo mismo de la modernidad fotográfica, la fotografía artística consciente de sus valores específicos. Pero esto, el que la fotografía tenga valores específicos, es sólo mi opinión, y seguirá siendo siempre discutible, al menos mientras siga habiendo realidad y modos humanos de expresarla.

BIBLIOGRAFÍA

- ARBUS, Diane (1972): *Diane Arbus*, Millerton, Aperture.
- BARTHES, Roland (1977): «Les portraits de Richard Avedon», en *Photo*, nº 112 (enero), París.
- (1990): *La cámara lúcida*, Barcelona, Paidós Comunicación (1ª edición en francés: 1980).
- BAYLES, Martha (2001): «The Perverse in the Popular», en *Wilson Quarterly*, Summer.
- BENJAMIN, Walter (1976): *Discursos interrumpidos*, Taurus.
- COLOMA, I. (1986): *La forma fotográfica*, Málaga, Ed. del Colegio de Arquitectos.
- DESCOMBES, V. (1982): *Lo mismo y lo otro: Cuarenta y cinco años de filosofía francesa (1933-1978)*, Madrid, Cátedra.
- FONTCUBERTA, Joan (1985): «Nueva Visión y fotografía experimental», en *Idas y Caos*, Madrid.
- FONTCUBERTA, Joan (1977): «La subversion photographique de la réalité», *The Village Cry*, 7, Basel.
- (1997): *El beso de Judas. Fotografía y verdad*, Barcelona, Gustavo Gili.
- (1998): *Ciencia y Fricción*, Murcia, Mestizo.
- GALÍ, Montserrat (1988): *El arte en la era de los medios de comunicación*, Madrid, Fundesco.
- GOMBRICH, Ernst H. (1997): «Cuatro teorías sobre la expresión artística», en *Atlántida III* (1992), enero-marzo, n. 9, tomado de *Temas de nuestro tiempo: propuestas del siglo XX acerca del saber y del arte*, Madrid, Destino.
- GROYS, Boris (1999): «The artist as an exemplary art consumer» en *Actas del XIV Congreso Internacional de Estética*, Lubliana (Eslovenia).
- GUBERN, Román (1974): *Mensajes icónicos en la sociedad de masas*, Barcelona, Lumen.
- INCIARTE, Fernando (2004): *Imágenes, palabras, signos: sobre arte y filosofía*, Pamplona, Eunsa.
- KRACAUER, Siegfried (1995): *Photography*, Los Angeles, E. Dimendberg.

- KRAUSS, R. E. (2002): *Lo fotográfico: por una teoría de los desplazamientos*, Barcelona, Gustavo Gili.
- LATORRE, Jorge (2003): «La fotografía entre lo documental y lo representado», en *VI Coloquios de Cultura Visual Contemporánea*, Valencia, Mainel.
- LATORRE, Jorge y Andrés GARAY: «El fotoperiodismo en el diván», *I Congreso Internacional de Fotoperiodismo*, Universidad de Lima. (Actas pendientes de publicación, ver <http://www.pucp.edu.pe/eventos/fotoperiodismo/conf.htm>).
- MADDOW, Ben (1985): *Let truth be the prejudice: W. Eugene Smith, his life and photographs*, Nueva York, Aperture.
- MISERACHS, Xavier (1998): «La venganza del arte», en *Criterio fotográfico. Notas para un curso de fotografía*, Barcelona, Ediciones Omega.
- MOHOLY-NAGY, Lászlo (1970): *Painting, Photography*, vol. 8 de los *libros de la Bauhaus (1925)*, Munich, tomado de KOSTELANETZ, Richard (ed.) (1970): *Moholy-Nagy*, Nueva York, Praeger Publishers.
- PHILIPS, Christopher (ed.) (1989): *Photography in the Modern Era, European Documents and Critical Writings, 1913-1940*, Nueva York, Aperture.
- SONTAG, Susan (1981): *Sobre la fotografía*, Barcelona, Edhasa.

LA REALIDAD COMO GÉNERO ARTÍSTICO: EL RETRATO FOTOGRÁFICO

RIÁNSARES LOZANO DE LA POLA

Universidad de Valencia

Dos fueron o, mejor dicho, están siendo las razones que me han llevado a comenzar este estudio en torno al cuestionamiento del retrato como «género» artístico. En primer lugar, la sensación de encontrar ciertos trabajos fotográficos que, desde su más inmediata contemplación, parecían no encajar en la idea (más o menos abstracta, más o menos inconsciente) que yo misma tenía del retrato y, lo que es más interesante, la sensación que esto me producía y me llevaba a imaginar la posibilidad de que existiera un modo de «representación» (en algunos casos, como veremos, «autorrepresentación») aceptable frente a otro modo de representación decididamente «anormal».

En segundo lugar me llamó extraordinariamente la atención la constatación de la paradójica conformación de la práctica fotográfica como género artístico: si todavía hoy en la mayoría de historias de la fotografía, las ideas de «verosimilitud», «realismo» o «parecido» son abanderadas de la definición normativa de esta práctica artística, en el momento de su aparición, fueron también justamente los «rasgos» que sus más importantes detractores argumentaron para excluirla sistemáticamente de las Bellas Artes. Tal es el caso, por ejemplo, de Karl Rosenkranz quien en su conocida obra *Estética de lo feo* (1992) definía la aparición de la fotografía como síntoma de la «fealdad» del arte de su época por romper con el «ilusionismo estético».

Como decía al comienzo, la conjunción de estos dos elementos, especialmente la combinación resultante de la existencia de representaciones anormales y la distorsión de la fotografía como arte que vierte fielmente la «realidad», me hizo comenzar a cuestionar no el estatuto artístico de la fotografía (tema que en absoluto me parece relevante) sino la posibilidad misma de la «representación» fotográfica (especialmente la representación humana: retratos y autorretratos) al margen del discurso

normativo (artístico y social) y su conformación histórica como instrumento de poder y de control social. Para un análisis más amplio de esta cuestión véase Sontag (1996: 15-18). Como veremos, la cuestión identitaria se encuentra en el centro de todo ello.

En este sentido, considero necesario aclarar cuál es la postura teórica y activista de la que partiremos para que así, desde el principio, quede clara la orientación que seguiré en este análisis. De nuevo dos son las ideas principales a tener en cuenta: en primer lugar la voluntad decididamente política que desde hace tiempo me lleva a reivindicar el análisis de la práctica artística desde un discurso teórico marginal (en-el-margen), no hegemónico, consciente de que a lo largo de toda la historia de Occidente, la propia práctica artística tanto como su estudio o historiografía han sido empleadas como una de las más poderosas, parafraseando a Foucault, tecnologías del *biopouvoir* (poder controlador de la propia vida), una de las más eficaces disciplinas normalizadoras cuya herencia vemos hoy obscenamente recogida por otros discursos (especialmente el publicitario) capaces, entonces y ahora, de determinar formas de subjetivación tales que han posibilitado una inconsciente interiorización de cánones, de manera que todos sabemos cómo posar ante un fotomatón para obtener la imagen que ilustrará nuestro DNI. Por otro lado, la idea de que la «realidad» no es algo imparcial ni objetivo y el convencimiento de que lo real y lo fáctico son cuestiones fantasmáticas,¹¹¹ no hace sino obligarnos a refutar la «esencia» misma de la fotografía, las ingenuas o quizá voluntariamente perversas definiciones de ésta como medio de representación exacto de la realidad, en un ejercicio de comprensión primaria donde los conceptos de verdad y realidad son, tal y como ya anunció Roland Barthes (2002: 192), confundidos. En este mismo sentido, simplemente la contemplación de las obras que a continuación propondremos, espero, servirán para entender hasta qué punto y de manera contraria a la opción tradicional, la fotografía ofrece la posibilidad de distorsionar

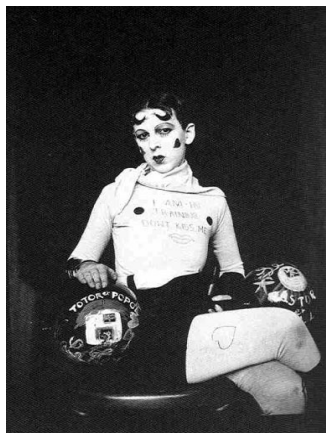
111. Recojo aquí ideas que Judith Butler desarrolla en (2001) refiriéndose específicamente al tema de las construcciones sexuales («ilusiones de sustancia a las que los cuerpos están obligados a aproximarse») pero que, en nuestro caso nos sentimos capaces de extender a la total conformación de lo «real», revelando su carácter estrictamente «fantasmático».

o, mejor dicho, de desenmascarar la «realidad», supuestamente natural y objetiva, presentándola al contrario como un mecanismo (construido) de control social, dotado de todas las características que según Butler (2002: 55-79), recogiendo la herencia foucaultiana, conforman la actividad de un poder vinculante y ambivalente, capaz de generar y enmascarar al mismo tiempo su propio discurso normalizante.

Por lo tanto, y de lo dicho hasta este momento, podemos comprender que el punto central de nuestro estudio se verá concentrado justamente en aquellos elementos «reales» que la representación fotográfica, en nuestro caso, buscará desenmascarar y presentar en tanto que formas de subjetivación conformadas a partir del discurso hegemónico y entre las cuales, sin lugar a duda, la configuración de la propia imagen y, por ende, su representación, constituyen hoy en día una de las más destacadas sujeciones del individuo. Parece entonces evidente que dicho análisis de los elementos reales deberá pasar, necesariamente, por un cuestionamiento del propio referente al que implacablemente adjudicaremos el carácter de lo real. Y es que, desde la aparición de la fotografía y de su teorización en cuanto a sistema especial de representación, la referencialidad ha sido tomada como base de la relación establecida entre la obra material y su referente entendido, según explicación de R. Barthes, como la «cosa necesariamente real que ha sido colocada ante el objetivo y sin la cual no habría fotografía» (2002: 136). Aunque Barthes hablaba en estos términos para tratar de definir sintéticamente lo que dio en llamar «noema» de la fotografía, agrupando dos ideas básicas: el hecho de que en la fotografía no se pueda negar que la cosa ha estado allí y el estatuto de acontecimiento pasado que a su vez esto implica, bajo nuestra perspectiva de estudio, esta voluntad de presentar como evidencia que «toda foto es de algún modo connatural con su referente» (2002: 135) no actúa sino, de nuevo, como desviador de una atención principal: la consideración de dichos referentes como elementos constitutivos de la falacia social, «ilustrada» y no «emanada» por la fotografía. Me refiero a la idea sostenida por Roland Barthes (2002:142) según la cual la fotografía no es sino una emanación del referente, entendiéndolo como «un cuerpo real que se encontraba allí»

En otro de sus escritos (1970: 95-101), Barthes, refiriéndose a la producción literaria, tratará la cuestión del realismo haciendo una separación que, en definitiva, se corresponde con dos momentos cronológicamente dispares. De tal forma, el autor introduce dos conceptos diferentes: la idea de lo «verosímil discursivo», haciendo referencia a aquella época, la Edad Media, en la que el género descriptivo no estaba sujeto a ningún realismo ni ningún tipo de «verdad» más allá de las propias exigencias de dicho género y, por otro lado, la de lo «real concreto», también llamado lo «verosímil referencial», donde lo real o, mejor dicho, su «representación pura y simple», parece servir como garantizador autónomo y autosuficiente, capaz de vencer como fuerza resistente a la búsqueda de sentido o funcionalidad más allá del «decirse a sí mismo». Si retomamos esta idea es porque consideramos que, en su misma concepción en cuanto desarrollo cronológico de lo que el autor ha denominado «el efecto realidad», podemos nosotros interpretar los mecanismos de un poder (el biopoder) que discretamente se ha ocultado bajo la complicada piel de las «evidencias», de lo dado como incuestionable. En este sentido, y evidentemente saliéndonos del ámbito literario y buscando comprender el estatuto actual de la representación fotográfica y su relación con el citado referente, creo poder afirmar que lejos de presentar dos acepciones diferentes de descripción lo que en realidad encontramos es una repetición de la misma pero enmascarada en su segunda versión: si en principio la conciencia de responder a las exigencias de un género, y por tanto a las pautas marcadas por una serie de convenciones previamente definidas, parece estar clara, al contrario, en la idea de lo verosímil referencial, parece perderse de vista la importancia del propio género, un género que activado y a la vez ocultado llega a ser capaz de instaurar una pantalla de incuestionabilidad infranqueable. Si insisto tanto en esta idea es porque, espero, la cuestión de la representación fotográfica pueda ayudarnos a ejemplificar de forma más sencilla, menos abstracta, lo que en realidad ocurre en la totalidad del «juego social» en el que todos estamos inscritos y conformados, en la mayoría de los casos, como «realidades» identitarias inmóviles.

En este sentido, este autorretrato de Cahun no debería, en principio, resultarnos más artificial que cualquiera de las fotos que cada uno de nosotros guardamos en nuestras carteras, ilustraciones de nuestros «documentos nacionales identitarios», o en cualquier otra pose en la que como hombres, mujeres, esposas, maridos, blancos de clase media y universitarios hemos participado conformándonos (porque, como veremos, mucho tiene de autofabricación) como actores de este «rito social». Recogemos aquí la idea que lleva a Susan Sontag a hablar de la fotografía y su estatuto de arte masivo como una práctica que en la actualidad se lleva a cabo especialmente como rito social e instrumento de poder (1996: 18).



Pero es que además, y como he tratado ya de introducir, esta especie de autofabricación de uno mismo, esta presentación en sociedad según una serie de parámetros rígida e inamoviblemente establecidos, no se da únicamente en el acto de posar para la toma fotográfica. Recordemos aquí de nuevo las palabras de Roland Barthes quien, al describir su actuación en cuanto a sujeto fotografiado (*spectrum*) hablaba de un fabricarse instantáneamente otro cuerpo, un transformarse por adelantado en imagen que le hacía llegar a tener una profunda sensación impostura e inautenticidad al «no cesar de imitarse». De nuevo, esa microexperiencia que Barthes relaciona con la muerte nos sirve a nosotros para entender la actuación que a cada uno de nosotros nos espera en el teatro de la cotidianidad, ese mismo teatro que luego, en el registro fotográfico, se intenta enmascarar bajo parámetros de realidad. Pero curiosamente nuestra pose, nuestra actuación (cita repetida de las normas) más que como conversión espectral, considero, debería ser entendida como proceso de activación vital en cuanto a que su obligado cumplimiento nos posibilitará la entrada en lo real, es decir, en lo culturalmente aceptable y socialmente inteligible.

En cualquier caso y antes de continuar con nuestra explicación, quizá valga la pena aclarar que el hecho de referirnos a un «sujeto» que se conforma como cuerpo y que «actúa» en el teatro social no implica que le atri-

buyamos, en ningún momento, una supuesta «voluntad» ejercida como individuo libre. Al contrario, el sujeto en cuanto tal no puede escapar de las normas hegemónicas que conforman la obligatoria repetición, regulada al margen de la acción de individuos concretos puesto que, como venimos diciendo, estamos convencidos de la inexistencia de un sujeto prediscursivo como realidad ontológica anterior a la propia realidad construida. En cualquier caso, y como veremos más claramente ejemplificado al contemplar el trabajo activista y político de algunos de los autores escogidos, también me gustaría señalar que, pese a todo, no creo que estas conclusiones deban llevarnos necesariamente a caer en un pesimismo devastador, especialmente si pensamos que ello aceleraría una situación de impasse e inmovilismo provocada, en realidad, por la decepción de no encontrar soluciones –respuestas y juicios en el sentido más hegeliano (Casals, 1999)—¹¹² dentro del sistema de pensamiento (la tradición analítica y patriarcal del pensamiento occidental) que justamente refutamos y al que trataremos de oponernos.

Por tanto, intentemos sintetizar las ideas hasta aquí surgidas para dar un paso más: si, como acabamos de puntualizar, la combinación de las nociones «sujeto» y «libre voluntad» constituyen parte del engaño social, y si hemos decidido tratar la «realidad» como otro género más (igual que la literatura fantástica, el *western* cinematográfico o la novela policiaca), con sus convenciones fijadas y por tanto su alarma a la vez activada ante el acecho de inadecuaciones «corruptas», parece que, entonces, la idea del referente fotográfico debe sufrir una irremediable mutación conceptual lo cual, a su vez, nos llevará necesariamente a replantearnos la noción misma de «retrato» fotográfico. Y es que si algo ha definido a lo largo de la historia la conformación, evolución y consolidación del género retratístico, ha sido justamente aquello que algunos autores han dado en llamar «vínculo de la verosimilitud», utilizado como una llave que de manera perfecta encaja en la cerradura que permite conectar y reconocer al sujeto representado y al objeto final ofrecido al espectador, al consumo espectacular. A su vez, nocio-

112. Se dispone de una copia del artículo en Internet:
www.ucm.es/info/period/Period_1/EMP/Numer_05/5-3Estu5-3-2.htm

nes como las de «parecido», «parentesco», «identificación», etc., aparecerán ligadas a esta primera proposición. Pero en cualquier caso, y conscientes de que, de momento, no podemos extendernos demasiado en este tema, he optado por reunir todos estos términos (activados a partir de la relación que, se espera, sea establecida entre el referente «real» y su representación fotográfica) bajo la idea de *le vraisemblable* definida por Barthes (1999: 15) como aquello que en una obra o en un discurso «no contradice a ninguna de las autoridades» a las que mucho antes aludió Aristóteles (la tradición, los sabios, la opinión corriente, etc.) y que, continúa el propio Barthes, no es sino simplemente aquello que el público «cree posible» (y de nuevo, debemos puntualizar, las creencias, igual que los deseos, son en el mismo sentido «realidades» construidas; nuestra misión tendrá por lo tanto un objetivo principal: ampliar imparablemente ese campo de lo «posible»).

Como también anuncié al principio de este escrito, si me ha interesado el estudio del retrato y autorretrato como géneros de «representación» fotográfica, se debe en realidad a la aparición de un interés original por cuestiones identitarias y sus correspondientes representaciones artísticas. En este sentido, podríamos considerar que nos serviremos de la fotografía, de los ejemplos específicos que hemos seleccionado, como «testimonios» (Burke, 2001) que actuarán al servicio de la investigación de la cuestión identitaria pero, eso sí, sin caer en el error de tomarlos como ilustraciones sino, en un sentido muy diferente, considerándolos muestras de la actuación subversiva de creadores políticamente comprometidos.

Con todo ello quedará claro que el consumo de este tipo de imágenes (y aquí entramos ya en la actitud requerida con respecto al espectador) debe ir más allá de la contemplación estética, exigiendo, forzosamente, un consumo político. De nuevo esto implicaría, tal y como señaló ya hace varias décadas Susan Sontag (1996: 28-31), la existencia previa de un espacio ideológico que posibilitara una «conciencia política relevante» de manera que estas fotografías pudieran escapar a la artrosis provocada por la incesante y masiva producción de imágenes suministrada por la ideología dominante, por el poder que inventa e impone la «visión realista del mundo» y el cual –comprensiblemente– se esfuerza por anes-

tesiar cualquier posibilidad de brote subversivo. A su vez, esta última afirmación nos permite introducir una de las características, a mi juicio, más destacadas del nuevo acercamiento teórico a la práctica artística (o si se prefiere la nueva «estética») en el que inscribimos voluntariamente este breve análisis: la posibilidad, lograda desde hace ya varias décadas, de trascender la división patriarcal de roles llegando incluso a desdibujar la frontera marcada entre teoría y práctica de manera que la creación del espacio ideológico al que antes nos referíamos y la práctica artística (retratos y autorretratos en nuestro caso) correrán parejas, apoyándose, intervinándose recíprocamente e incluso provocando interferencias que acabarían en la disolución de las marcas liminares.

Sólo nos quedaría ya mostrar algunas de las imágenes que, como señalamos en la introducción de este escrito, nos llevan a reivindicar la existencia de una representación anormal, una práctica artística capaz de intervenir activamente en la conformación de una realidad otra, donde el tránsito identitario, desnaturalizado y desfamiliarizado comience a verse reflejado. Conscientes de que la cuestión es compleja y, sobre todo, amplísima, hemos creído conveniente detenernos tan sólo en el trabajo de algunos artistas, pero haciendo especial hincapié en su actividad entendida como acción posible.

En esta misma dirección, muchos han sido los teóricos que han tratado de ofrecer alternativas más que válidas a esta situación de sometimiento inconsciente del sujeto aceptable. Entre ellos, y aunque no nos detendremos en este punto de manera exhaustiva, considero necesario destacar posicionamientos como los de Judith Butler en el desarrollo de su concepto de «agencia»¹¹³ en cuanto a posibilidad de existencia de individuos (en nuestro caso extensible a la existencia de discursos y prácticas artísticas) no-sujetos y, por tanto, desviados e ininteligibles por no ajustarse a la Norma; Michel De Certeau (1990), en su conceptualización de la «creatividad de la gente ordinaria» como aquellas «astucias» sutiles y eficaces por medio de las cuales cada uno inventa su

113. Para un acercamiento introductorio consúltese (Femenías, 2003: 41-47).

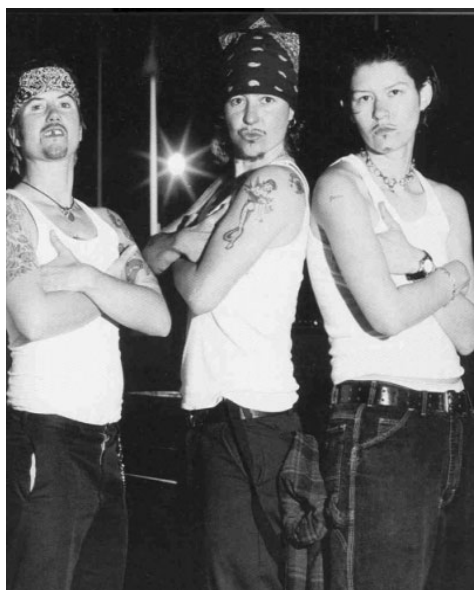
manière prope de intervenir en medio del «bosque de los productos impuestos» o, entre otros, Toni Negri¹¹⁴ y su relectura del concepto spinoziano de «multitud». Pero, en cualquier caso, y quizá ajustándose más al trabajo particular de los fotógrafos que defendemos, quedémonos con la idea desarrollada por José Luis Brea en uno de sus textos (1996),¹¹⁵ según la cual, en el uso contemporáneo de la fotografía existe una voluntad deconstructiva, tras la cual, en su acción recomponedora, el artista «se agencia la capacidad de dar a la imagen producida un sentido otro potencialmente político por ser justamente capaz de desenmascarar el orden de relaciones que estructuran lo real». Aunque Brea se refiere de manera especial a la incidencia de las nuevas tecnologías visuales, nosotros creemos poder aplicarlo al conjunto de la práctica fotográfica (intervenga o no la manipulación digital) sustentada por intenciones de compromiso político.

Será justamente en este proceso de desenmascaramiento político en el que el mencionado «vínculo de verosimilitud», tanto como la noción misma de realidad, quedarán comprometidos para siempre. Pero de todos modos creo que es necesario entender que en esta acción de re-conocimiento (la verosimilitud entendida como el vínculo de obligatoriedad representacional que sujeta al individuo) no son sólo dos las partes de cuya conformidad depende la defensa del retrato como un género artístico abanderado de la representación analógica de la realidad, en nuestro caso, la realidad individual o identitaria. Al contrario, el que dicho mecanismo funcione y sea capaz de ocultarse bajo el disfraz perfecto de la evidencia depende en gran medida de un tercer poder, una acción ejercida por todos nosotros en cuanto a público-legítimo del contrato artístico normativo y que de forma reactiva pondrá en marcha una última condición: la representación «normal», aceptable, sólo será posible cuando en esta nueva relación establecida por medio de la obra-vehículo entre el artista-sujeto y el espectador-juez, la inteligibilidad del primero quede

114. Véase la edición digital del artículo publicado por Ángel Vivas el 14 de abril de 2004 en *El Mundo*: «Antonio Negri: Las manifestaciones del 13-M fueron leninistas» [en línea]: www.rebellion.org/cultura/040415tn.htm

115. Artículo accesible también en Internet, en <http://aleph-arts.org/pens/index.htm>

siempre encuadrada dentro de las normas del segundo, conformadoras a su vez de lo real y que como ya ha quedado claro más que provenir de la acción de un «sujeto», funcionan como conformadoras del mismo (y de su representación) mediante la misma coerción.



En este sentido, la obra que aquí reproducimos, funcionaría como ejemplo inmejorable de todo lo que hasta aquí he tratado de desarrollar.

Evidentemente algo ocurre cuando el espectador «normal» se enfrenta a un tipo de representación como la arriba reproducida. La alarma salta. Se trata de una de las fotografías (*Dodge Bros Cholo*, 1997) que, desde hace ya más de una década, constituyen el trabajo del fotógrafo norteamericano Del LaGrace

Volcano.

Comprometido activista *queer*, Del LaGrace se autodefine –corporalmente– como «terrorista de género» e «intersexo de diseño», datos más que relevantes para comprender hasta qué punto la realidad personal y la práctica política estarán completamente presentes en su actividad artística. Su trabajo, repartido entre Estados Unidos e Inglaterra, busca fotografiar su cuerpo y el de sus amigos y compañeros, componentes de diferentes grupos de Drag King, transexuales y hermafroditas, luchando de esta manera por la visibilización de comunidades sexuales minoritarias. Si su trabajo nos resulta tan interesante en lo que respecta al estatuto actual de la fotografía se debe en parte a que ese ejercicio de visibilización de «otras realidades» denostadas y ocultadas es inmejorablemente asumido por una práctica representacional, la fotografía, que, como ya apuntó Sontag (1996: 13), todavía hoy, mantiene la capacidad de conformar la «ética de la visión», constituyendo las nociones de lo que vale la pena mirar.

En este punto creo conveniente destacar, aunque sea muy brevemente, el enorme papel que estas comunidades –especialmente el fenómeno *drag king*– ejercen con sus actuaciones, aunque evidentemente de manera todavía muy minoritaria y bajo el peso perpetuo de la invisibilización por parte del sistema hegemónico heteronormativo, posibilitando el cuestionamiento de esas «evidencias» a las que ya antes aludíamos. Sustentados por un importante aparato teórico, las comunidades *drag king* reivindican, como lucha política diaria, la consideración del género como acto performativo (no natural aunque sí de obligatorio cumplimiento) siguiendo de cerca las ideas desarrolladas por Judith Butler o Eve Kosofsky Sedgwick entre otros. El resultado como se podrá adivinar resulta devastador para la falsa ilusión de «realidad», presentándola, al contrario, como parte individual de una «interpretación», en el sentido más teatral del término, en la que todos participamos. En este sentido las consecuencias evidentemente sobrepasarán el ámbito de la representación artística, llegando a constituir un motor de avance social y filosófico. Me parece oportuno recoger aquí las ideas de Isaiah Berlin (1998: 120) quien defiende la originalidad filosófica como producto de la liberación por parte de «aquellos oprimidos por problemas provenientes de alguna ortodoxia paralizante». Quizá de nuevo podríamos extrapolar esta cuestión y llevarla al campo artístico considerando, en nuestro caso, que la evolución estética vendrá dada con la liberación con respecto a los géneros históricamente establecidos y en el caso específico de la fotografía, con el desenmascaramiento del referente real (ortodoxia paralizante) y la relación que entre éste y el resultado fotográfico proporciona el llamado «vínculo de verosimilitud». En cierto sentido se trataría de retorcer la conocida afirmación de Marcuse: «el camino del arte es la subversión estética permanente», para afirmar que en realidad el camino de la estética es la subversión –incluyendo dosis de autocrítica– política y filosófica permanente.





Se trata, en definitiva, de llegar a cuestionar verdades tan familiarmente asumidas e interiorizadas que con su traducción a la práctica artística (pensemos que constituirá la representación de una representación y no ya una forma «realista» de presentar la realidad) conmocionará, necesariamente, al espectador. En este sentido, indudablemente el trabajo de Del LaGrace ilustraría ejemplarmente la acción del artista contemporáneo que muchos se empeñan asfixiantemente en calificar de posmoderno pero que, en nuestro caso, estamos convencidos tiene mucho más que ver con un consciente compromiso político puesto en marcha. Pero como se podrá suponer, ni Del LaGrace es el único creador dedicado a esta empresa ni evidentemente es el primero. Como precedente indiscutible cabe señalar la obra de la escritora y fotógrafa francesa Claude Cahun. Sus fotografías, en la mayoría de casos tituladas *autoportrait* y concebidas como juegos de travestismo parecen ilustrar el texto contemporáneo de la psicoanalista Joan Rivière (*Womanliness as a Masquerade*) en el sentido en el que en ambas obras (fotográfica y psicoanalítica) la «feminidad» dejaba de ser pensada como esencia, como realidad, siendo entonces sustituida por la idea de la mascarada.

La cámara de Cahun fue pionera en demostrar que todo, en la vida y en sus representaciones artísticas, es susceptible de ser interpretado: forzados de feria, viriles retratos de primer plano, personajes míticos (*Autoportrait*, ca. 1928).

En la misma línea el autorretrato de Sarah Lucas, que a la izquierda reproducimos (*Self Portrait with Knickers*, 1997), nos sirve para incidir en la importancia que en toda representación identitaria adquiere el «gesto». En este caso, la autora posa desafiante con gesto fácilmente re-conocible (asumido) como masculino. En realidad nos encontramos muy cerca de aquello que Barthes, bajo la denominación de *studium*, describió como formas de participación cultural de los gestos, rostros, vestimentas, colores de la piel... que conforman la cultura moral y política del ojo «espectacular» y de la

«actuación» identitaria y que, en definitiva, marca las pautas del contrato normativo establecido entre el creador y el consumidor.

En el mismo sentido pero incluyendo una importante dimensión racial, Leticia Valverdes fotografía a los niños más pobres de las calles brasileñas, pintándose las uñas (*Tatiana dressing up*) o vestidos con ropas de importantes modistos (*Fabiana*).

Y así podríamos seguir citando obras y artistas que, especialmente desde la década pasada, trabajan explotando el potencial que la fotografía ofrece como medio artístico de intervención política; intervención que, en el caso de la práctica retratística, logrará trascender la inmovilidad identitaria que nos define a cada uno de nosotros –tantas veces fotografiados–, abriendo la brecha hacia un nuevo universo pluridentitario, ambiguo, siempre cambiante que, asumiendo y reivindicando su estatuto de artificiosidad actuará de manera inversa a la camuflada realidad.¹¹⁶ Las prácticas para ello utilizadas pasarán, como hemos podido observar en las obras reproducidas, por tomar el retrato como una forma de repetición paródica, en el mismo sentido en el que Butler adivinaba en su día el potencial subversivo de algunas de las prácticas drag capaces de evidenciar que lo «supuestamente real o natural también está construido como efecto, como producto de un determinado proceso que, como tal, posibilitará la capacidad de acción» (2001: 177). En este sentido, el retrato abandonará definitivamente su «retórica normal» (Sontag, 1996: 48), definible según parámetros de solemnidad y «sinceridad», dejará de buscar la «revelación» de la esencia del sujeto, para demostrar, con una artificiosidad hiperbólica, que lo real es tan engañoso como lo irreal. En este sentido, me atrevería a dibujar la nueva y múlti-



116. Evidentemente cabría también hablar en este sentido de la importancia decisiva de la aparición de lo que muchos han dado en llamar «posfotografía», refiriéndose a la práctica que ha incorporado la manipulación digital. Pero limitados por la breve extensión de este análisis, creemos conveniente dejarlo apuntado para un siguiente estudio.

ple «retórica anormal» del retrato en cuanto a *tropos* de la actividad fotográfica. Y es que si el *tropos* es entendido como una desviación del lenguaje convencional que funciona, tal y como señala Butler (1997: 14,15), fuera de las limitaciones impuestas por las versiones comúnmente aceptadas de la realidad, el retrato anormal en el mismo sentido será capaz de generar nuevos significados y nuevas actuaciones políticas, desde el momento en que desvelemos la existencia de una versión aceptable e inteligible de la realidad, una convención de la que definitivamente aparecerá «desviado».

Así, lo que en principio había comenzado como cuestionamiento de la fotografía en su definición más ortodoxa se ha acabado por convertir en un cuestionamiento de verdades extrafotográficas porque si de algo estamos en este momento convencidos es de que el gran engaño del siglo XX no ha sido la práctica fotográfica como han argumentado algunos autores, el gran engaño todavía hoy aparece enmascarado y continúa inventando absurdos culpables. El gran engaño es la propia realidad, nuestra propia realidad. La esperanza: saber que podemos vivir (retratarnos) fuera de ella.

BIBLIOGRAFÍA

- BARTHES, R. (2002): *La cámara lúcida. Notas sobre la fotografía*, Barcelona, Paidós Comunicación.
- (1999): *Critique et Vérité*, París, Ed. Du Seuil.
- (1970): «El efecto de realidad» en VV. AA. (1970): *Lo verosímil. Comunicaciones*, Buenos Aires, Tiempo Contemporáneo.
- BERLIN, I. (1998): *El Sentido de la Realidad. Sobre las ideas y su historia*, Madrid, Taurus.
- BREA, J. L. (1996): «El inconsciente óptico y el segundo obturador. La fotografía en la era de su computerización», en *Un ruido secreto. El arte en la era póstuma de la cultura*, Murcia, Mestizo, colección «Palabras de Arte».
- BURKE, P. (2001): *Visto y no visto. El uso de la imagen como documento histórico*, Barcelona, Crítica.
- BUTLER, J. (2002): «Críticamente Subversiva», en MÉRIDA, R. M. (2002): *Sexualidades Transgresoras. Una antología de estudios queer*, Barcelona, Icaria.
- (2001): *El género en disputa. El feminismo y la subversión de la identidad*, México, Paidós/Universidad Autónoma de México.
- (1997): *Mecanismos psíquicos del poder. Teorías sobre la sujeción*, Madrid, Cátedra/Universitat de València.
- CASALS, M^a J. (1999): «El Arte de la Realidad: perspectivas sobre la racionalidad periodística», en *Estudios sobre el mensaje periodístico*, n^o 5, Madrid, Servicio de publicaciones de la Universidad Complutense.
- DE CERTAU, M. (1990): *L'invention du quotidien. 1- Arts de faire*, París, Gallimard.
- FEMENÍAS, M. L. (2003): *Judith Butler*, Madrid, Ediciones del Orto.
- ROSENKRANZ, K. (1992): *Estética de lo feo*, Madrid, Julio Ollero Editor.
- SONTAG, S. (1996): *Sobre la fotografía*, Barcelona, Edhasa.

USOS DOCUMENTALES DE LA FOTOGRAFÍA ARTÍSTICA: JOSÉ ORTIZ-ECHAGÜE EN EL MUSEO DEL TRAJE

JULIO MONTERO DÍAZ
JAVIER ORTIZ-ECHAGÜE
Universidad Complutense de Madrid

«Bueno», siguió diciendo cuando pudo el Sombrerero, pues apenas si había acabado de cantar la primera estrofa cuando la Reina se puso a gritar: «¡Se está cargando al Tiempo! ¡Que le corten la cabeza!» «¡Qué barbaridad!», exclamó Alicia. «Y desde entonces», siguió diciendo el Sombrerero, cada vez con más pena, «el Tiempo no quiere saber nada conmigo y ¡para mí son siempre las seis de la tarde!».

Lewis Carroll, *Alicia en el país de las maravillas*

Hay al menos dos estéticas fotográficas. Una estática, pretende captar el mejor encuadre, la luz más reveladora, la plenitud parmenidea del objeto. La otra, dinámica, pretende captar el instante, el gesto irrepetible, demasiado veloz para que el ojo lo capte y la memoria lo conserve. Ortiz Echagüe y Cartier-Bresson serían adecuados ejemplos.

José Antonio Marina, *Ortiz Echagüe y la realidad*

FOTOGRAFÍA ARTÍSTICA Y FOTOGRAFÍA DOCUMENTAL

Gran parte de la crítica fotográfica a lo largo de la historia se ha articulado en torno a dos grandes conceptos: fotografía documental y fotografía artística. Las polémicas que en torno a la definición de ambas posturas se han producido, recorren la historia completa de la fotografía hasta nuestros días, y sería imposible siquiera resumirlas en estas páginas. Estas posiciones se han enunciado así (Ward, 1978, en Fontcuberta, 2003 27):

El pictorialismo está basado en la premisa de que una fotografía puede ser juzgada con los mismos patrones con que se juzga cualquier otro tipo de imágenes (por ejemplo, grabados, dibujos y pinturas); la postura purista está basada en la premisa de que la fotografía tiene un cierto carácter intrínseco y que el valor de una fotografía depende directamente de la fidelidad a ese carácter. Para el pictorialista la fotografía es el medio, y el arte es el fin; para el purista, la fotografía es a la vez fin y medio, y se muestra reticente a hablar de arte.

Esta dialéctica ha articulado gran parte del discurso de la vanguardia durante el siglo XX: frente a los puristas, fieles a la naturaleza intrínseca de la fotografía, se alzarían los *pictorialistas*, entregados al efectismo, sin respetar la esencia del medio. Esta polémica, no falta de matices morales, radicalizó las posiciones, y las descalificaciones acabaron prevaleciendo sobre los análisis. Uno de los resultados de este proceso fue que la crítica *purista*, vinculada tradicionalmente a las vanguardias y unida a un cierto concepto *progresista* del arte, descalificó continuamente al pictorialismo, afirmando que era un tipo de fotografía esencialmente conservador y vinculado a los valores burgueses.

También en esto la realidad histórica rompe esquemas fáciles y omnicomprendidos. La cuestión se presenta más compleja que la simple dialéctica de posiciones teóricas tomadas a *priori*. Muchos de los que ahora llamamos *pictorialistas* defendieron en su momento posturas explícitamente *puristas*: el caso de Kaulak, con sus polémicas intervenciones en *La fotografía*, es uno de los más claros¹¹⁷ (King, 2000: IV-1, 66 y ss.). Y también, y quizá sea esto lo más importante, es que gran parte de la fotografía sintética moderna tiene por base unos postulados teóricos pictorialistas, aunque sus resultados prácticos estén casi en las antípodas de estos (Fontcuberta, 2003: 28). No se pretende aquí diluir los términos hasta la confusión, pero sí es necesario subrayar un aspecto básico: que el concepto de *pureza*, la creencia que atribuye una *naturaleza* inmutable

117. Esto nos lleva a plantear la necesidad de superar la vinculación del pictorialismo con unos procedimientos técnicos concretos y a ampliar sus límites a una posición estética definida con todas sus consecuencias.

a un artefacto tecnológico, constituye un principio tan apriorístico, por lo menos, como la suposición de que el fotógrafo tiene libertad para escoger medios mientras el resultado sea artístico. Dicho de otro modo y en positivo: no existe una oposición radical entre aspectos artísticos e informativos. En cualquier fotografía se dan estas variables, que constituyen las dimensiones, siempre presentes –en mayor o menor medida– para abordar el análisis y la crítica fotográfica. En esto coincidimos con la propuesta de una *nueva crítica fotográfica* realizada por Vilém Flusser. Ya no se trata, como en la crítica convencional, de «diferenciar los parámetros estéticos, éticos y epistemológicos de una foto dada (en distinguir entre fotos artísticas, políticas y científicas), por considerar que cada foto reúne los tres parámetros». *La nueva crítica* «será una crítica de la cultura en general, una “crítica cultural”, en una acepción novedosa del término. Se entenderá como crítica del aparato cultural en general y de la posición del ser humano dentro de ese aparato», y la artisticidad de la fotografía no se medirá, como en la *crítica tradicional*, por la propia foto, sino partiendo de que es «su medio de distribución (la galería, el cartel, la revista) el que codifica estos significados. El que una foto dada sea o no sea “artística” es una cuestión que atañe al medio, no a la foto» (2001: 102).

Desde esta perspectiva, se pretende tratar un caso concreto: las fotografías de José Ortiz-Echagüe que conserva el recientemente creado Museo del Traje de Madrid –antes en el Museo Nacional de Antropología– en dos aspectos: de una parte, las circunstancias en que fueron realizadas y adquiridas por el Museo; de otra, la polémica fortuna crítica que ha sufrido este autor. Ambas facetas iluminan de modo concreto y práctico algunas de las amplias cuestiones que se han indicado. Una revisión de estos conceptos a la luz de la obra de Ortiz Echagüe se puede encontrar en (Domeño de Morentin, 2000b: 575-585).

JOSÉ ORTIZ-ECHAGÜE EN EL MUSEO DEL PUEBLO ESPAÑOL

El Museo del Traje Regional e Histórico se creó en 1927. Su origen está en la Exposición del Traje Regional que tuvo lugar en el Palacio de Bibliotecas y Museos de Madrid en 1925. En 1934 se integró en el Museo del Pueblo Español, que a su vez, en 1993, se unió al Museo Nacional de Etnología para constituir el nuevo Museo Nacional de Antropología. Recientemente este Museo se ha vuelto a dividir, para formar dos instituciones: el Museo de Antropología por un lado, que conserva los fondos del antiguo Museo Etnológico, y el Museo del Traje por otro, que conserva los del antiguo Museo de Pueblo Español. Sobre el origen de las colecciones, ver Carretero (2002: 11).

En 1933 el Museo del Traje Regional adquirió una serie de fotografías de José Ortiz Echagüe (hoy conservadas en el Museo del Traje) para complementar la colección de trajes que conservaba el Museo. Sobre el ingreso de estas fotografías no existe documentación precisa, a excepción de una referencia conservada en las Actas del Patronato del Museo del Traje, que dice literalmente:

Puesta a discusión la adquisición de la colección de fotografías de Don José Ortiz Echagüe se acuerda, por unanimidad, adquirir las doscientas de que se compone la colección y abonar por cada una de ellas veinticinco pesetas; que con cargo al presente Presupuesto se adquieran cuarenta, y las restantes en los años de 1935 y 1935. El Sr. Ortiz, al proponer se le adquiriese la colección ofreció regalar otras cuarenta fotografías.¹¹⁸

No se conserva ninguna noticia posterior sobre el ingreso. El Museo del Traje se integró al año siguiente en el Museo del Pueblo Español, en cuyas actas no se hace ninguna referencia a las adquisiciones previstas para 1934 y 1935. Las fotografías debieron integrarse a su tiempo en los

118. Comisión Ejecutiva del Museo del Traje Regional e Histórico, acta de la sesión celebrada el día 17 de noviembre de 1933, cuaderno conservado en el Archivo del Museo del Traje, fol. 6, verso.

fondos del Museo, pues actualmente se conservan 217 copias de las 240 que debía haber según las actas. Por otro lado, la numeración impresa en el soporte de las fotografías, que quizás indicara el orden de entrada, sigue hasta 251. Ante la falta de documentos, no es posible saber si la colección aumentó hasta superar las 250 fotografías ni qué ocurrió con las 23 que faltan.

Lo interesante del caso es que, entre los fondos del Museo del Pueblo español, estas fotografías no han llamado la atención. Probablemente porque no formaban propiamente parte de la colección, sino que se consideraban material de apoyo, parte del aparato *documental* para estudiar el *monumento* que es objeto de atención: los trajes populares. Y aquí se presenta una primera y cierta paradoja: se trataba de fotografías reveladas en papel Fresson, una técnica en principio escasamente realista y típicamente asociada al tardopictorialismo de Ortiz Echagüe. En fin: uno de los estilos menos realistas se planteaba como documental. El hecho es que nunca se realizó una exposición –propia de la consideración artística– de estos fondos hasta nuestros días. Se mantuvieron en los almacenes del Museo cumpliendo su función de complemento. El caso es, por tanto, suficientemente complejo para que merezca una reflexión sobre el estatuto documental de la obra.

EL DESTINO POLÍTICO DEL FONDO ORTIZ ECHAGÜE

Aunque en un principio el Museo del Traje adquirió las fotografías como *complemento* documental a sus fondos, el hecho es que, *en la práctica*, apenas se emplearon, hasta donde sabemos, con este propósito. Una de las pocas veces que pudieron contemplarse estos fondos –y de nuevo la paradoja– fue en el pabellón español de la Exposición Universal de París de 1937. Sobre el Pabellón, cuya significación política e ideológica para la República española es bien conocido (Martín, 1983), la documentación es abundante, pero quedan aún hilos sueltos. La participación de Ortiz Echagüe es posiblemente uno de ellos.

Las actas del Museo del Pueblo Español correspondientes a los años de la guerra, si es que alguna vez las hubo, no se conservan actualmente. Las únicas referencias conocidas sobre el asunto corresponden a los años posteriores a la guerra. Se trata de una «memoria» que el entonces director del museo, José Pérez de Barradas, presentó a la consideración del Patronato del mismo, haciendo propuestas y consideraciones sobre las obras de restauración y labor de recuperación de los fondos del museo. Sobre Ortiz Echagüe dice lo siguiente:

Faltan por recuperar 49 objetos correspondientes a los cuatro trajes de Lagartera, cuatro carpetas conteniendo 155 fotografías de Ortiz Echagüe y un libro sobre el traje español de Isabel de Palencia. Por la comisión de Defensa del Tesoro Artístico se siguen las gestiones para lograr la devolución de dichos objetos, propiedad del Museo y de la Nación española.¹¹⁹

Es decir, que fueron prestadas 155 fotografías que luego se trasladaron al Museo del Hombre de París, donde se tenía proyectado realizar una gran exposición con la colección de cerámica, artesanía y artes populares de la Exposición Universal para el verano de 1938. El proyecto fue retrasándose, y finalmente se realizó entre octubre de 1938 y enero de 1939. Finalizada la exposición, los fondos permanecieron en París hasta que el Servicio de Recuperación del Patrimonio se hizo cargo de ellos. Por lo que respecta a las fotografías, esto ocurrió en 1940. El 11 de noviembre se encontraban ya en España, según anota el Acta del Patronato del Museo del Pueblo:

El Secretario dio cuenta al Comité de que por el servicio de recuperación fueron devueltas al Museo las 153 fotografías del Sr. Ortiz Echagüe, que habían sido robadas por los marxistas.¹²⁰

119. «Memoria que presenta a la consideración del Patronato del Museo del Pueblo Español el director del mismo, don José Pérez de Barradas», cuaderno sin título conservado en el Archivo del Museo del Traje de Madrid, fol. 11, verso. Inmediatamente posterior a la anotación de 20 de mayo de 1940.

120. Museo del Pueblo Español. Comité Ejecutivo. «Acta de la sesión celebrada por el Comité Ejecutivo del Museo del Pueblo Español el día 11 de diciembre de 1940», cuaderno conservado en el Archivo del Museo del Traje, fol. 33, verso.

Dejando a un lado el conflictivo proceso de las negociaciones para la devolución de las obras y la pérdidas sufridas en el proceso –volvieron dos fotografías menos de las que salieron (Alix, 1987a: 169)–, lo que interesa para el caso es que debieron salir para la exposición de 1937 155 fotografías enviadas por el Museo del Pueblo Español para ilustrar la sección de arte popular, uno de los mayores atractivos, como es bien sabido, del pabellón español (Alix, 1987: 128 y ss.). Nada sabemos sobre cómo ni en qué número se expusieron las fotografías. La opinión comúnmente aceptada es que se expusieron, en la línea de los fotomontajes de Renau, «en paneles a la manera de cuadros, pues eran auténticas obras maestras de la fotografía de la época» (1987: 129).

Por los pocos datos de que disponemos, parece que en el pabellón se debió exponer sólo una mínima parte de las enviadas y en un panel aparte. De este modo adquirirían una presencia monumental propia de fotografías artísticas y no de mero complemento de los trajes, que ya iban acompañados por los fotomontajes de Renau dedicados a cada región. Si, como dice Horacio Fernández (2004 a: 98), es cierto que expusieron cuatro fotografías de Ortiz Echagüe sobre temas vascos junto al panel dedicado a Euzkadi, su obra adquiriría un significado político destacado. Dicho panel contenía, por un lado, una reproducción completa de un poema de Paul Éluard titulado *La victoire de Guernica*, un fotomontaje con un mapa del País Vasco junto a un soldado con un fusil y la bandera de Euzkadi bordada en el hombro, y una leyenda alusiva a la fidelidad del pueblo en la adversidad. Del otro, otro fotomontaje con el árbol de Guernica –símbolo de la democracia del pueblo vasco–, una imagen de las ruinas de la misma ciudad y otra gran leyenda en letras mayúsculas: EST-CE UN CRIME POUR UN PEUPLE DE DÉFENDRE SA LIBERTÉ? Este panel se veía, como se puede comprobar en las fotografías de la época, a través de otro gran panel que contenía un fotomontaje de Renau con dos mujeres: sobre fondo neutro, una charra salmantina, con un traje que parece el «traje de vistas» de La Alberca, y junto a ella, sobre fondo traslúcido, una miliciana gritando con una leyenda: «se degeant de son eveloppe de superstition et de misere de l’esclave inmemoriale est née LA FEMME capable de prendre une part active à l’elaboration de l’avenir».

Vistas junto al resto de fotomontajes sobre la vida campesina que contenía el pabellón, y en contraste con la violencia del panel sobre Euzkadi, las fotografías de Ortiz Echagüe parecen actuar, en primer lugar, como un *suavizante* político. La elección de fotografías como *La taberna de Orio*, *Lino de duelo*, *Vendedoras de pescado de Orio* y *Remero vasco* parece corroborarlo, ya que no se trata de fotografías de trajes ampulosos como los de La Alberca, parodiados en los fotomontajes de Renau, sino de tipos populares, dos de ellos trabajando, que pueden encajar fácilmente en esa visión idealizada del pueblo trabajador y explotado, que sufre una guerra provocada por alguien que no es el pueblo, tan frecuente la propaganda republicana (Spanish Embassy in London, 1938). El panel sobre Euzkadi se encontraba precisamente junto a una imagen de ese tipo: un minero llenando un vagón de carbón, que junto a un mapa de Cantabria y Asturias constituían el panel dedicado a *l'Espagne du nord*. En resumen, unas fotografías teóricamente alejadas de la realidad política se convertían en cauce de expresión para la propaganda ideológica.

La lectura precedente sobre la participación de Ortiz Echagüe en el Pabellón no puede dejar de ser parcial, ante la falta de datos, pero contamos con otros testimonios que pueden ilustrar esa ambivalencia política de su obra. Se refieren a la utilización de su archivo fotográfico personal en Madrid durante la guerra civil. El propio fotógrafo narra la situación (1978: 8):

A la liberación de Madrid encontré mi casa saqueada y, naturalmente, desaparecido todo mi laboratorio y archivo fotográfico. Después de activas pesquisas encontré éste en un centro de juventudes libertarias casi completo. Mis fotografías sobre temas populares habían sido utilizadas por los comunistas [sic] para ilustrar artículos periodísticos exaltando las virtudes del pueblo. Nunca hubiera yo imaginado semejante destino.

Este empleo de las obras de Ortiz Echagüe en los diarios revolucionarios puede servir para dar una idea de la ambivalencia de sus fotografías –y posiblemente de toda fotografía– para servir como propaganda,

según los casos, de una idea, o, precisamente, de la contraria. Otros testimonios confirman una nueva paradoja: las fotografías de un militar franquista fueron empleadas por la propaganda oficial republicana para defender las instituciones que él combatía (Spanish Embassy in London, 1937). En 1937, paralelamente al desarrollo de la Exposición Internacional de París, Ortiz Echagüe realizó una serie de retratos oficiales de los dirigentes franquistas (Domeño de Morentin, 2000 a: 69). Más tarde sus libros se seguirían reeditando en España, y su producción continuaría ampliándose.

Tanto en un caso como en otro —el pabellón de París y los libros posteriores a 1940— sus fotografías definían una España, *actual* y bien diversa en cada caso. Lo relevante es que esas obras habían sido realizadas en los años veinte. Así, las fotografías realizadas en otro contexto, resultarían oportunas para llenar ese vacío cultural que se había producido tras la guerra. El franquismo no aportó, para llenar ese hueco, más que tímidos y eclécticos intentos de algo que se ha llegado a llamar «no estilo», por su falta de compromiso estético (Calvo, 1988: 36). Las fotografías de Ortiz Echagüe, originariamente ligadas al pensamiento del 98 (Latorre 1998: 281- 292, y, Levenfeld y Vallhonrat, 1999: 25-31), sirvieron oportunamente para llenar ese espacio. Desde luego poco tenían que ver los trajes de 1925 con la vida real de los años cuarenta en España. Los trajes populares estaban para desaparecer ya por entonces. El propio autor era consciente de la real dureza de la situación en la posguerra. Así lo afirmaba en la carta a Antonio Ortiz Echagüe el 28 de julio de 1939 (Domeño de Morentin, 2000a: 69):

España ha quedado desgarrada, llena de tristeza y el ambiente social descompuesto por completo. Esto ha de tardar en curarse y mientras el tono de vida es desagradable y el nivel de la misma mucho más bajo que el que tú conoces.

La oportunidad política de las obras de Ortiz Echagüe resulta evidente (Vega, 2000: 66):

Una de las consignas del nuevo régimen político fue ocultar la realidad del país. Para ello las imágenes de tipos y trajes de Ortiz Echagüe hicieron un gran servicio, ya que se transformaron en la imagen «real» de España, a través de un proceso de simulación, es decir, se convirtieron, siguiendo a Braudillard, en la hiperrealidad de España.

ESPAÑA FUERA DE ESPAÑA

Una lectura política puede servir para llegar a negar el carácter documental a las fotografías, hasta el punto de entenderlas como *ocultación* de la realidad. Otro caso puede servirnos para ver cómo se entendieron las fotografías en un medio diferente. Volvamos a los meses anteriores a la guerra. En marzo de 1936 *The National Geographic Magazine* publicó un artículo sobre España, firmado por W. Langdon Kihn y titulado «A palette from Spain» (1936: LXIX-1, 407-440). El artículo era crónica de un viaje por España, y especialmente por Andalucía, narrando anécdotas sobre los diferentes lugares y buscando el lado pintoresco de las situaciones. Por supuesto, los toros, el fútbol y la Semana Santa sevillana ocupaban un lugar especial. Lo interesante para el caso es que iba ilustrado con 42 fotografías de toda la geografía española, de las cuales más de la mitad eran obra de Ortiz Echagüe.

Hay que destacar, en primer lugar, la variedad de estilos fotográficos que aparecen unidos en *National Geographic* para ilustrar un artículo del que cabría esperar intenciones documentales. Las fotografías al carbón de Ortiz Echagüe se unen a fotografías *directas* para ilustrar un texto. Muchas de las imágenes están, incluso, tomadas de agencia (especialmente «Publishers Photo Service»). Esta mezcla de técnicas antagónicas en un único proyecto documental nos lleva a plantear la relación entre técnica y estética ya señalada arriba.

En Ortiz Echagüe se combinan técnicas pictorialistas con propósitos documentales, generando una tensión que no siempre ha sido bien comprendida. Esto se debe, en parte, a los clichés que manejamos: la vinculación de técnicas pigmentarias a la fotografía artística nos hace

excluir inmediatamente su validez documental: «¿Acaso los procedimientos pigmentarios interfieren en la correcta descripción de las gentes y los lugares?». Para muchos la respuesta es clara: «Es obvio que no» (Fontcuberta, 1999: 14). Un determinado género fotográfico genera unas expectativas en el espectador que confieren a la obra un talante artístico, periodístico o documental. La cuestión que hay que analizar es si la fotografía responde realmente a las previsiones, o si, en otro discurso, la misma fotografía no podría tener otro sentido.

Comparar las fotografías de Ortiz Echagüe publicadas en *National Geographic* con las de otros autores, resulta sumamente ilustrativo. En primer lugar, para dar idea de la calidad estética de sus obras. En segundo, porque parece que la España de Ortiz Echagüe resulta menos tópica y estereotipada que la de otros. Compárense si no las gitanas de Ángel Rubio (página 439 de *National Geographic*) o las de Herbert G. Ponting (página 438) con el *Viejo pescador vasco* (página 419) o la *Alcaldesa de Zamarramala* (página 427) de Ortiz Echagüe. Sus figuras, con todo su arcaísmo, adquieren una monumentalidad y un aplomo, en cierto modo intemporal, que lo aleja en gran medida de la «españolada» que presenta Richard Ford en el mismo artículo (página 435). Se comprende que uno de los argumentos que se hayan esgrimido a favor del talante documental de la obra de Ortiz Echagüe sea precisamente el artículo de *National Geographic* (Fontanella, 1999: 20):

Una rápida observación de las imágenes publicadas en *National Geographic* de 1936 demuestra a las claras una verdad que sorprendería al que tachara a Ortiz Echagüe de un pictorialismo demasiado fuerte o privilegiado en comparación con su tendencia documentalista. La relativa independencia del fotógrafo que el tema –aún el tema humano– parece poseer en la mayoría de las fotografías de Ortiz Echagüe desmiente en grado notable cualquier insistencia en un Ortiz Echagüe demasiado entrometido en su obra.¹²¹

121. Se puede encontrar una reflexión teórica sobre este aspecto en Marina (1999: 8-11).

Enlazando con el tema que nos ocupa, hay que señalar que estas fotografías coinciden en su mayoría con las conservadas en el Museo del Pueblo Español. No hay ninguna prueba de que las copias fueran las mismas, pero sí está claro que por lo menos de 17 de las 26 fotografías de Ortiz Echagüe reproducidas en el artículo había copia en el Museo del Pueblo. Una de ellas, además, *Las Vendedoras de pescado de Orio*, fue expuesta, si es cierto lo que aventurábamos antes, en la Exposición Internacional de 1937: otra prueba de la ambivalencia significativa de estas fotografías, que pueden servir para ilustrar un artículo sobre España, para documentar una colección de trajes o para articular un mensaje político.

En el caso de la publicación en *National Geographic* parece que las fotografías de Ortiz Echagüe funcionan como un intento de difundir una determinada imagen de España en el extranjero. El público de este artículo no es el español, sino el americano. Habría que plantear si la obra de Ortiz Echagüe, como ya se ha señalado en alguna ocasión, funciona como «embajadora de la cultura española en el extranjero», y si no será en ese sentido, «en el del análisis de las elaboraciones ideológicas sobre la identidad y la imagen identitaria» (Carretero, 2002 :16), en el que su obra tiene una significación más profunda. En este aspecto el paralelismo con Sorolla y su serie de pinturas para la *Hispanic Society of America* es claro. Ortiz Echagüe conoció a Sorolla en París en 1913, precisamente cuando éste se encontraba pintando su serie sobre las regiones de España (Domeño de Morentin, 2000 a: 58). Ya se ha señalado más de una vez el parecido entre algunas de las pinturas de Sorolla y las fotografías de Ortiz Echagüe (Fernández, 2004 b: 28), que en algunos casos, como el de los *Novios Salmantinos de Sorolla y Charra* de La Alberca de Ortiz Echagüe resulta llamativo. Lo interesante es que la serie de pinturas de Sorolla, tan vinculada al regeneracionismo de la Restauración¹²² (Tussel, 1999: 20), *funcionó*, en gran medida, como una pintura de España para extranjeros. De hecho las pinturas no llegaron a expo-

122. También en esto coinciden Sorolla y Ortiz Echagüe (Latorre, 1998: 281-292).

123. Grandes exposiciones como *Spectacular Spain* (Metropolitan Museum de Nueva York, 1960), que combinaba fotografías de Ortiz Echagüe y grabados de Goya, aumentaron significativamente la venta de sus libros en los Estados Unidos.

nerse en España. En el caso de Ortiz Echagüe esto resulta especialmente llamativo, tanto por el destino de sus publicaciones, vendida mayoritariamente fuera de España¹²³ (Carretero, 2002: 16), como por los lugares en que exponía su obra, es abrumadoramente superior el número de sus exposiciones en el extranjero respecto a las escasas organizadas en la Península. Sin afán de exhaustividad, nos limitaremos a un ejemplo llamativo –el *Remero vasco*–, y a los años treinta. En 1933 se expuso, en las diferentes versiones conservadas, en 16 lugares de los Estados Unidos, además de en Inglaterra; dos años más tarde, en 1935, se expondría en el *First International Tokio Salon of Photography*. Una versión de esa misma fotografía se había expuesto en el pabellón español de París en 1937 y se había publicado en *National Geographic* un año antes (Domeño de Morentin, 2000a: 101). Estos datos pueden servir para dar una idea de la presencia de Ortiz Echagüe fuera y dentro de España. A la vez, resultan muy ilustrativos para comprender la fortuna crítica y las diferentes lecturas que se han realizado de su obra.

LOS LÍMITES DEL DOCUMENTO

Una fotografía sólo adquiere una significación determinada en función del discurso en que se inserte (Sontag, 1979: 33):

Toda fotografía tiene múltiples significados; en verdad, ver algo en forma de fotografía es enfrentar un objeto de fascinación potencial. La sabiduría última de la imagen fotográfica es decirnos: «Esta es la superficie. Ahora piensen –o mejor sientan, intuyan– qué hay más allá, cómo debe ser la realidad si esta es su apariencia». Las fotografías, que por sí solas son incapaces de explicar nada, son inagotables invitaciones a la deducción, la especulación y la fantasía [...]. En rigor, nunca se comprende nada gracias a una fotografía [...]. La versión de la realidad de una cámara siempre debe ocultar más de lo que muestra [...]. El límite del conocimiento fotográfico del mundo reside en que, si bien puede acicatear la conciencia, en definitiva nunca puede ser un conocimiento ético

o político. El conocimiento obtenido mediante fotografías fijas siempre consistirá en una suerte de sentimentalismo, ya cínico o humanitarista.

Las fotografías de Ortiz Echagüe expuestas en el Museo del Traje, en el pabellón español de la Exposición Internacional de 1937, empleados por la prensa republicana para su propaganda de guerra, y publicadas por *National Geographic* en 1936 no parecen sostener que son «la culminación natural del regionalismo burgués, que inevitablemente abocó en el nacionalismo patriotero de una burguesía tradicional y tradicionalista» (López, 1992: 32). Es indudable que fue un artista favorable al franquismo, pero tachar el conjunto de su obra de *fotografía burguesa* parece –como poco– aventurado. Esto supondría adjudicar a una fotografía significados concretos, en lo político, estético, etc. Parece indudable que la *historia* de estos fondos lo desmiente.¹²⁴ Quizás precisamente por *artísticas* las fotografías de Ortiz Echagüe resultan más ambiguas, y por tanto susceptibles de múltiples lecturas. Levantando los ojos de estos casos concretos, se presenta como razonable la duda de si, realmente, se puede hablar de *fotografía burguesa* o *proletaria*, *artística* o *documental*. Quizá estos conceptos no son más que partes inseparables de una realidad, y su separación un mero producto cultural, dependiente del medio en que se presente.

124. La reciente inclusión de varias obras de Ortiz Echagüe dentro de una exposición sobre Dalí, que da una lectura surrealista a estas obras, es una prueba interesante de ello. Vid. cat. exp. Huellas Dalinianas, Madrid, MNCARS, 2004.

BIBLIOGRAFÍA

- ALIX TRUEBA, Josefina (1987a): «La devolución de las colecciones de arte popular y arte vasco», en MNCAR (1987).
- (1987b): «Las secciones de arte popular y fotomontajes. Publicaciones, cine y otras actividades», en MNCAR (1987).
- BAUDRILLARD, Jean (1984): *Cultura y simulacro*, Barcelona, Kairós.
- CALVO SERRALLER, Francisco (1988): *Del futuro al pasado: vanguardia y tradición en el arte español contemporáneo*, Madrid, Alianza.
- CARRETERO PÉREZ, Andrés (2002): «Ortiz Echagüe en las colecciones del Museo Nacional de Antropología», en MNA (2002).
- DOMEÑO DE MORENTIN, Asunción (2000a): *La fotografía de José Ortiz-Echagüe. Estética, técnica y temática*, Pamplona, Gobierno de Navarra.
- (2000b): «Pictorialismo o fotografía artística en España. Revisión de un concepto a la luz de la obra de José Ortiz Echagüe», en CSIC (2000): *El arte español del siglo XX. Su perspectiva al final del milenio*, Madrid.
- FERNÁNDEZ, Horacio (2004a): «Radicalidad reconciliada», en *La Fábrica* (2004).
- (2004b): «Tipos y Trajes», en *La Fábrica* (2004).
- FLUSSER, Vilém (2001): *Una filosofía de la fotografía*, Madrid, Síntesis.
- FONTANELLA, Lee (1999): «Realzar el mundo», en MNCAR (1999).
- FONTCUBERTA, Joan (ed.) (2003): *Estética fotográfica*, Barcelona, Gustavo Gili.
- (1999): «Arqueologías de la memoria», en MNCAR (1999).
- KING, Sir Carl (2000): «El impresionismo fotográfico en España», en *Archivos de la fotografía*, vol. IV, n.º 1 (invierno-primavera).
- LA FÁBRICA (2004): *Catálogo exposición Variaciones en España. Fotografía y arte 1900-1980*, Madrid.
- LANGDON, KIHN (1936): «A palette from Spain», en *The National Geographic Magazine*, vol. LXIX, n. 3 (marzo).

- LATORRE, Jorge (1998): «Fotografía del 98», en *Arte e identidades culturales. Actas del XII Congreso del Comité Español de Historia del Arte*, Oviedo, Universidad de Oviedo.
- LEVENFELD, Rafael y Valentín VALLHONRAT (1999): «Ortiz-Echagüe, 1886-1980», en MNCAR (1999).
- LÓPEZ MONDEJAR, Publio (1992): *Las fuentes de la memoria II: fotografía y sociedad en España, 1900-1939*, Madrid, Lunweg.
- MARINA, José Antonio (1999): «Ortiz Echagüe y la realidad», en MNCAR (1999).
- MARTÍN MARTÍN, Fernando (1983): *El pabellón español en la Exposición Universal de París en 1937*, Sevilla, Universidad.
- MUSEO NACIONAL CENTRO DE ARTE REINA SOFÍA (2004): *Catálogo exposición Huellas Dalinianas*, Madrid.
- (1999): *Catálogo exposición Ortiz Echagüe*, Madrid.
- (1987): *Catálogo exposición Pabellón Español. Exposición Internacional de París*.
- MUSEO NACIONAL DE ANTROPOLOGÍA (2002): *Catálogo exposición Ortiz Echagüe en las colecciones del Museo Nacional de Antropología*, Madrid.
- MUSEO THYSSEN-BORNEMISZA (1999): *Catálogo exposición Sorolla y la Hispanic Society*, Madrid.
- ORTIZ ECHAGÜE, José (1978): *Ortiz Echagüe. Sus fotografías*, Madrid, Incafo.
- SONTAG, Susan (1979): *Sobre la fotografía*, Barcelona, Edhasa.
- SPANISH EMBASSY IN LONDON (1937): *Spanish people's fight for liberty*, Londres, The Spanish Department of the Spanish Embassy in London.
- (1938): *Work and war in Spain*, Londres, The Spanish Department of the Spanish Embassy in London.
- TUSSEL, Javier (1999): «Joaquín Sorolla en los ambientes políticos y culturales de su tiempo», en MTB (1999).
- VEGA, Jesusa (2002): «El traje del pueblo, Ortiz Echagüe y el simulacro de España», en MNA (2002).
- WARD, John L. (1978): *The criticism of photography as art*, Gainesville, University Press of Florida.

LA EVOCACIÓN DEL CUERPO SINIESTRO. DESDE LO FOTOGRÁFICO: DEL CUERPO DEL «DELITO» AL CUERPO DEL «RELATO»

MARISOL ROMO MELLID

Universidad del País Vasco

LA EVOCACIÓN DEL CUERPO SINIESTRO

En la presente comunicación,¹²⁵ analizaremos algunas fotografías en las que el cuerpo siniestro es sugerido desde el espacio fotográfico. Para realizar este análisis, hemos tomado como punto de partida una selección de fotografías¹²⁶ de conflictos bélicos que abarcan desde la guerra de Crimea hasta el holocausto judío.

Llamaremos cuerpos siniestros a los cuerpos muertos, deformes y a todos aquéllos que, en general, ofrezcan una representación inquietante del cuerpo, bien desde el punto de vista estético o desde el punto de vista narrativo. En este sentido, hay que señalar que las fotografías de guerra se caracterizan, como la fotografía de prensa en particular y la documental en general, por mantener un nexo de unión evidente con los acontecimientos (trágicos en este caso) a los que se refieren. Y, es precisamente esta «adherencia», la que nos va a permitir hablar de la evocación del cuerpo siniestro.

De fondo, subyacen dos debates teóricos importantes en relación al análisis de la imagen fotográfica. En primer lugar, la discusión sobre la realidad y la ficción y, en un segundo momento, el problema del referente en la fotografía documental. En medio de estos dos debates (que en realidad son uno solo) se sitúa otro punto de conflicto: las acusaciones constantes de manipulación sobre los trabajos de los reporteros

125. Este trabajo está incluido dentro de un estudio más amplio, de tesis doctoral, sobre la evolución de la representación fotográfica de los cuerpos siniestros.

126. Por motivos obvios de espacio, en la presente comunicación sólo mostraremos las imágenes más significativas.

gráficos y en qué medida esto va a tener o no su importancia en lo que se refiere al análisis de lo siniestro.

Resulta necesario decir que las posiciones teóricas de Barthes, expuestas en su ya célebre *La cámara lucida* (1982: 34, 39), expresan a la perfección el punto de partida necesario para proceder a la indagación de la forma en que lo siniestro se articula en el espacio fotográfico:

Una foto es siempre invisible: no es a ella a quien vemos [...] El referente se adhiere. Y esta singular adherencia hace que haya una gran dificultad en enfocar el tema de la fotografía [...] algo terrible que hay en toda fotografía: el retorno de lo muerto.

Por tanto, en el libro de Barthes hay una referencia explícita al cuerpo: al cuerpo muerto (por ausencia) y al cuerpo que se constituye (que nace) como imagen en el propio acto de posar. Pero, además de ese acercamiento a la problemática del cuerpo, también encontramos en Barthes (sugerido o perfilado) la asunción del carácter «siniestro» de la fotografía.

De lo siniestro

El concepto de lo siniestro será tratado en esta comunicación con la debida precaución, a la vista de los escasos trabajos (por no decir nulos) que existen sobre el particular en su aplicación directa sobre el estudio de la fotografía. Los autores principales que se han acercado al concepto de lo siniestro son, entre otros, Kant, Schelling, Burke, Freud y Lacan. En todo caso, no existe una articulación de lo siniestro desde la estética fotográfica, sino que más bien se acude a la filosofía o al psicoanálisis para desarrollar este concepto. De aquí, reiteramos, la necesidad urgente de articular lo siniestro desde la especificidad de lo fotográfico.

Desde el punto de vista fotográfico, lo siniestro puede ser considerado una categoría estética y narrativa de la fotografía que vendría definida por la presencia en la imagen de elementos estéticos y/o discursivos relacionados con el terror y las sensaciones que éste produce. Asimismo,

los propios acontecimientos a los que se refieren las fotografías actúan como elementos capaces de «volcar» sobre la imagen el relato siniestro que representan (tal es la fuerza de su «adherencia»).

Convendría matizar que, en relación a lo siniestro, no conviene relacionarlo siempre con una experiencia estética negativa (y aquí incluimos también a Barthes),¹²⁷ ya que diferentes autores reconocen en algunos niveles de articulación de lo siniestro la presencia de cierta catarsis. Y esto tiene que ver, precisamente, con las relaciones que estos mismos autores han establecido entre lo sublime y lo siniestro.

En este sentido, tanto Kant como Burke establecen importantes vínculos entre estos dos conceptos. Así, Kant (1999: 14) se detiene en exponer algunos ejemplos prácticos que nos ayudan a entender precisamente estos conceptos: «lo sublime –matiza– presenta, a su vez, diferentes caracteres. A veces le acompaña cierto terror o también melancolía». De esta manera, conceptualiza lo que el denomina lo sublime terrorífico y que va a guardar una estrecha relación con la categoría estética de lo siniestro. Cuestión sobre la que habría que discutir con más profundidad.

Burke (1985: 92), por su parte, señala como «todo lo que de algún modo es terrible, todo lo que versa cerca de los objetos terribles, u obra de un modo análogo al terror, es un principio de sublimidad: esto es, produce la más fuerte emoción que el ánimo es capaz de sentir [...] porque estoy convencido –precisa– de que las ideas de pena son mucho más poderosas que las que nos vienen del placer».

Resumiendo, y una vez que hemos visto las vinculaciones que desde la filosofía se establecen entre lo sublime y lo siniestro, nuestra posición en este trabajo es la de articular lo siniestro –desde la fotografía– en sus diferentes niveles y sin una vinculación directa con lo sublime.

Para ello analizaremos algunas fotografías, en las que –como ya hemos señalado– el cuerpo siniestro está ausente, pero sugerido desde

127. Recordemos los sentimientos de Barthes al reencontrarse con su madre (ya muerta) en una fotografía, que los lectores nunca vamos a llegar a ver; a pesar de que está continuamente sugerida e «invocada» desde el propio texto de Barthes.

el mismo espacio fotográfico, donde lo siniestro y la sensación de lo trágico (de lo fatídico) se articula desde la interacción de los efectos estéticos y los elementos narrativos.

Del cuerpo

El cuerpo es lo que da a una persona su identidad, distinguiéndola, por su aspecto exterior de los demás y es, en alguna medida, un producto disfrazado y artificial: los modelos que recoge la fotografía, por su parte, no dejan de ser más que fieles reflejos de la forma en que se entiende el cuerpo como algo incompleto e imperfecto.

El cuerpo representa en la sociedad actual, desde el campo de la experiencia y de los valores colectivos, el espacio en el que tienen lugar los conflictos entre el individuo y la sociedad. El cuerpo actual, el cuerpo postmoderno,¹²⁸ podríamos decir se ha constituido como un «cuerpo autómata» que busca escapatorias en el hedonismo y en la vida privada.

El modelo propuesto, desde lo social y desde los mass media, se constituye como un cuerpo inaccesible (modelo de perfección a seguir), lo que genera un gran malestar frente a nuestro propio cuerpo. Los cuerpos «fotográficos» recogen, también en alguna medida, esta tensión.

Hay dos textos muy ilustrativos en relación a la concepción del cuerpo, en sentido general, que aquí citaremos de forma breve. En primer lugar, estaría: «Reflexiones simples sobre el cuerpo» de Paul Valery (1990-1992), en el que establece una clasificación muy acertada sobre los diferentes tipos de cuerpo que, en su opinión, se dan en el hombre.

128. Mientras parece ser que se persigue la belleza por encima de otros valores, porque suscita un placer de orden estético y erótico: sin embargo, el cuerpo «autómata», el modelo generado en la sociedad postmoderna, parece estar cada vez más «descarnado» y más «tarado» y es incapaz de llegar a los modelos de belleza y perfección creados desde los mass media y desde la publicidad. Ésta es la paradoja del cuerpo en la sociedad contemporánea –cada vez se le hace ser más imperfecto e incomprensiblemente cada vez se le pide que sea más perfecto: incongruencia que se ve también con claridad reflejada desde los modelos de cuerpo propuestos por la fotografía artística.

En segundo lugar, es interesante mencionar las aportaciones teóricas de Jean-Pierre Vernant (1990-1992), en las que establece una clasificación entre dos tipos de cuerpos: el humano (transitorio, pasajero y oscuro) y el de los dioses (sobrecuerpo, caracterizado por la luminosidad y por estar cercano al no-cuerpo). En definitiva, Vernant plantea el juego entre lo visible y lo no visible, expuesto desde una tipología general de los cuerpos.

Aproximación analítica a los cuerpos siniestros ausentes

Después de esta breve aproximación a lo siniestro, al cuerpo y a la forma en que podemos empezar a analizarlo desde lo estrictamente fotográfico, pasamos a continuación a analizar las fotografías que hemos seleccionado para esta comunicación.

El cuerpo siniestro en la guerra de Crimea

En la fotografía de Roger Fenton sobre la guerra de Crimea no hay cuerpo muerto, pero la imagen «inscribe», apela en última instancia, a esos espectros que están sugeridos en la fotografía; precisamente porque se intenta plantear los motivos por los que los muertos no son, en estas fotografías, más que simples sombras.



Pero la fotografía de Fenton nos va a resultar interesante principalmente por dos cuestiones. En primer lugar, por la forma de representar, por su ausencia, el cuerpo siniestro y, en segundo lugar, porque perfila una mirada fotográfica que se aleja notablemente de los cánones esteticistas de la pintura (lo que no sucede con la mayoría de las fotografías que hizo este fotógrafo de la guerra de Crimea).

The Valley of the Shadow of Death será, en opinión de Nicolás Sánchez Durá (2000: 27), «fuente de inspiración para el cine, en lo que se refiere a la representación imaginaria de la épica del suceso»:

The Valley of the Shadow of Death (El valle de la sombra de la muerte): en lugar de la alocada carga de los bravos jinetes de la caballería, en vez de sus gestos, sables y picas rasgando el aire, de los impactos de la artillería, sólo vemos un desértico y angosto camino donde centenares de bolas de cañón esparcidas, ya desprovistas de su velocidad mortífera, no hace sino acentuar la impresión de quietud, de ausencia de acción alguna. Asunto diferente –señala Sánchez Durá– es la ausencia de los muertos, prácticamente la entera famosa brigada, debida a la censura y ser el reportaje de Fenton un encargo de la corona británica. En cualquier caso, lo que aparece en la imagen es el residuo del combate.

Las palabras de Sánchez Durá confirman que, efectivamente, la elipsis de la acción nos posiciona en un estado de quietud, de la no-acción. Pero «asunto diferente es la ausencia de los muertos», que los hubo y que, a pesar de tratarse de la fotografía del «residuo del combate», se inscriben en la estructura significativa del no-cuerpo fotográfico (la sombra) que se propone en *El valle de la sombra de la muerte*.

Las fotos de Roger Fenton sobre la guerra de Crimea fueron expuestas en 1855 en la galería de la Water Colour Society de Londres. El director de la revista *The Photographic Journal* «se mostró particularmente impresionado por *El Valle de la sombra de la muerte*, con su terrible sugestión, no ya la que despierta en la memoria, sino la que coloca materialmente ante los ojos, con la reproducción fotográfica de las balas de cañón, desparramadas en el fondo del valle», declaraciones publicadas

en *The Photographic Journal* (1855: vol. II, 221) y que Newhall incluye en el libro *Historia de la fotografía* (2002: 86).

En cualquier caso, la presencia de las balas no hace más que reforzar, efectivamente, la «terrible sugestión que coloca ante los ojos». Sugestión en su doble sentido; por una parte, como cosa sugerida (insinuada) y, por otra, como cosa inspirada. Es decir, mostrada y recreada después desde el relato siniestro que aquí se configura.

Karl Rosenkranz (1992: 336, 337) se acerca de forma muy adecuada a la idea de lo espectral, cuando reconoce que:

como ya revela su nombre la sombra es inasible [...] La sombra se convierte en espectro, en «larva», cuando se conecta a aquella en una historia [...] El muerto es ya incorpóreo y está privado de fuerza: temeroso de la luz; ya no puede intervenir en persona en la realidad del día, sólo puede suplicar, conjurar, implorar a los vivos que no olviden la justicia hacia el muerto.

En *El valle de la sombra de la muerte* reina el silencio más absoluto, toda vez que ha cesado el estruendo de las armas. Las sombras en estas imágenes están sugeridas¹²⁹ por un espacio metonímico que las «reclama». Un silencio oscuro, vacío, igual que el escenario gris que nos propone Fenton. El mismo título sugiere ya la escenificación de un espacio crítico contra la guerra; un recurso que ha utilizado el fotógrafo para exponer su punto de vista sin tener que pasar por la censura del gobierno inglés.

Es también un escenario siniestro, compuesto por los espectros de los muertos y por los ecos lejanos de los disparos. Es, por tanto, en contra de lo que pueda parecer, un espacio (sugerido y sugerente), lleno y corrupto; un espacio de violencia y, por tanto, también horrendo. Precisamente,

129. Recordemos que el gris (tono predominante en esta fotografía) es uno de los colores que se asocia con la sombra. Así nos lo confirma Rosenkranz (1992) en el siguiente párrafo: «En todos los pueblos los colores acromáticos: el negro, el blanco y el gris son los colores del mundo de las sombras, ya que todos los colores verdaderos pertenecen a la vida, al día y al mundo».

por todas estas razones, se acerca también a la idea de lo insensato, lo repugnante y del mal, aunque visualmente aparente ser sólo un espacio desierto, áspero y gris; vaciado de toda presencia humana.

El cuerpo siniestro y la abstracción fotográfica (la Primera Guerra Mundial)

El territorio completamente destruido por la guerra, en el que un sufrimiento inmenso afectó al ser humano y a cualquier criatura, se convierte (visto desde la distancia) en un paisaje de cráteres sin alma que la observación fugaz puede confundir con una fotografía de la superficie de la Luna.

Con estas palabras, describe Georg Knapp (2000: 93), la experiencia que supone para el espectador enfrentarse a las imágenes aéreas de la guerra, en las que los paisajes se parecen más a una pintura abstracta que a una copia de la realidad, ya que todo queda plasmado en un conjunto de líneas y elementos geométricos.



A pesar de los niveles altos de abstracción, el piloto que sabe descifrar la imagen, puede ver con claridad las trincheras, los territorios que ha ocupado el enemigo y, en este caso concreto, el resultado de la batalla. De esta forma, comprobamos cómo una imagen que se acerca a la fotografía microscópica y a la telescópica, se convierte a los ojos del experto en una imagen muy codificada: las rayas y los agujeros que vemos en la fotografía tienen un significado muy claro para el aviador. Tras esa codificación, tras esas trazadas, sin duda, se esconden los muertos.

Sin embargo, a los ojos del no-experto, la interpretación de la fotografía es más compleja (Knapp, 2000: 93):

En nuestros días el lector de un periódico se encuentra en una situación de percepción muy parecida a la situación en que se encontraba un observador de fotografías aéreas en los años veinte o treinta. Así, en los periódicos y las revistas nos topamos con fotografías de alta definición de (por ejemplo) las lunas de Júpiter, imágenes de radar de un sistema de cavidades de 60 km de longitud en Venus o hace poco la imagen de la niebla planetaria NGC 6751, cuya figura se describe de manera antropomórfica como el iris de un ojo. La diferencia entre la figura percibida y la interpretación presuntamente errónea de los elementos de la imagen no podría ser mayor para un lego en astronomía.

Desconocedor del significado de las formas geométricas, no sabe lo que significa la imagen y, sólo consigue entenderla, gracias a los pies de foto explicativos. Como sucede en el caso de esta imagen.

Podemos constatar en esta fotografía la emergencia de un momento siniestro, escenificado en unas ruinas que esconden los cadáveres, que están ahí pero que no podemos ver tras una imagen abstracta; bien diferente a lo que sucedía con la fotografía de Fenton (*El valle de la sombra de la muerte*), donde los muertos estaban sugeridos pero ausentes.

El cuerpo del perdedor (la Segunda Guerra Mundial)

Los cascos esparcidos por el suelo son el signo de la rendición, pero también son la representación de unos soldados, unos cuerpos, que han renunciado a luchar. En sentido radical, los cascos representan a todos y cada uno de esos hombres ausentes que se han rendido al enemigo. Por todo ello, la fotografía habla del cuerpo del «perdedor», que ya no necesita el casco puesto que ha abandonado la lucha. El abandono del casco supone también el abandono de las armas.



El cuerpo del «perdedor» es una variante del cuerpo de la «batalla». En todo caso, vamos perfilando poco a poco la tipología de cuerpos siniestros que se nos propone desde el relato de la guerra. El cuerpo de la «batalla» es en su génesis el cuerpo atacante, el cuerpo invasor; pero, a su vez, va a permitir la génesis de otros dos tipos de cuerpos: el vencedor y el perdedor.

En la fotografía que estamos analizando ahora, se produce una cierta saturación visual, ya que todo el camino está lleno de cascos. Entendemos que se trata de los restos de una batalla y que el bando perdedor, al rendirse, ya no necesita protegerse y por eso abandona sus instrumentos de defensa en el suelo. Inútiles para el uso que se les debería dar, aparecen ahora como objetos simbólicos.

Sin embargo, a pesar de que prácticamente la totalidad de la fotografía nos habla de rendición, al mirar el fondo del camino podemos ver que está libre y que no hay ningún casco. Es decir, la derrota domina la escena pero, podríamos decir, que una pequeña esperanza se perfila en el horizonte.

Ejemplos como el de esta fotografía nos sitúa en un momento complejo en el análisis de lo siniestro, ya que nos coloca al borde de la posible configuración de un cuerpo siniestro, aludido desde el espacio de significación del cuerpo del perdedor; a todas luces situado en un espacio trágico (de decepción), pero no configurado totalmente como cuerpo siniestro (como podíamos ver en el caso de Fenton y de la fotografía aérea de la Primera Guerra Mundial).

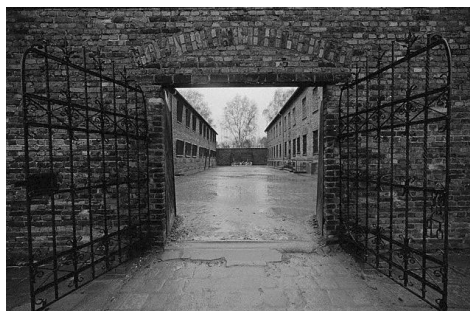
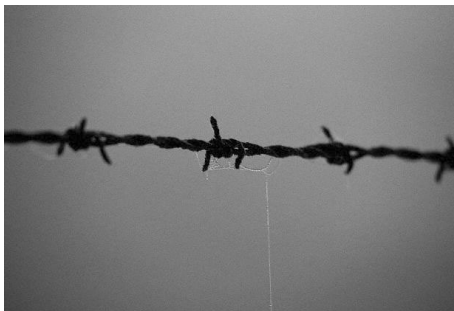
El cuerpo siniestro «sugerido» del holocausto

Siguiendo la estela de algunos fotógrafos documentalistas actuales, Michael St. Maur Sheil ha realizado con esta colección de fotografías, un trabajo de evocación, al proponer, desde los espacios que fueron testigos de acontecimientos crueles, una mirada al pasado.

En su caso concreto, ha llevado a cabo una rememoración del holocausto nazi. Para ello, ha acudido al lugar de los hechos muchos años después, concretamente en 1996, y nos ha ofrecido imágenes de los escenarios donde tuvieron lugar unos sucesos tan trágicos.

Hemos seleccionado, dentro de su extenso trabajo en memoria de las víctimas del genocidio, seis fotografías. Las tres primeras corresponden, en concreto, a las imágenes que ha registrado el fotógrafo en los campos de concentración; en ellas podemos ver el estado actual de los espacios en los que tantas personas fueron sacrificadas. En las otras tres siguientes, el fotógrafo ha realizado un trabajo metafotográfico, reproduciendo paneles en los que se nos muestran fotografías del holocausto judío.

En términos generales, las fotografías de Michael St. Maur Sheil «llaman» al recuerdo e invocan los acontecimientos trágicos de otra época, al ofrecernos «los restos visuales» de una tragedia. El deterioro de las instalaciones, en contra de lo que pudiera parecer en un principio, consigue amplificar el efecto de evocación, ya que nos sitúa en un espacio de ruina, de desolación y de muerte.





Lógicamente, en estas fotografías ya no se nos muestran cadáveres, pero sí están sugeridos en tanto en cuanto esos espacios de horror «apelan» a la memoria colectiva. Y, en alguna medida, el observador puede volcar sobre las fotografías, las imágenes del holocausto que él mismo recuerde.

Precisamente, las imágenes en las que Michael St. Maur Sheil fotografía escenas del pasado dentro de su escenario actual (el sendero hacia el crematorio, el bosque de Auschwitz y las incineraciones de los presos –que son tres de las que hemos recogido aquí–), confronta de «golpe» dos escenarios diferentes: el del pasado y el del presente. O, expresado en otros términos, el encuentro entre dos mundos: el de la realidad y el de la pesadilla.





Por tanto, vamos a distinguir dos aspectos distintos dentro del análisis general que estamos realizando de este trabajo fotográfico. Por una parte, el carácter evocador (la capacidad para sugerir) de la fotografía y, por otra parte, su potencial para hacernos recordar. En el caso concreto de las fotografías del genocidio, evocación y recuerdo están muy unidos porque el hecho histórico fue muy impactante y está muy presente en la memoria de todos. Y, sobre todo, no podemos olvidar que se trata de un acontecimiento documentado fotográficamente y que la mayoría de las personas han visto más de una fotografía del genocidio.

No pasa lo mismo con otras fotografías, recordemos la de Roger Fenton: *El valle de la sombra de la muerte*, en la que se evoca la muerte de un batallón inglés en la guerra de Crimea; un hecho que nunca hemos visto en imágenes y que sólo hemos podido intuir en la fotografía de Fenton, ya que el resto de su trabajo fotográfico sobre este conflicto bélico no muestra ninguna escena de combates, ni tampoco ningún muerto.

Al hilo de estas consideraciones, resulta interesante retomar las afirmaciones que realiza Susan Sontag (2003: 98) sobre las fotografías del holocausto, a las que considera «engañosas», «porque muestran los campos en el momento en que las tropas aliadas entraron en ellos». Para esta analista, «lo que vuelve insoportables tales imágenes –las montañas de cadáveres, los sobrevivientes esqueléticos– no era de ningún modo lo habitual en los campos, pues en ellos, cuando estaban funcionando, exterminaban a los presos sistemáticamente (con gas, no con la hambruna y la enfermedad), y después los incineraban de inmediato».

El trabajo de Michael St. Maur Sheil pone en evidencia que Susan Sontag se equivoca al hacer estos comentarios, ya que la evocación del holocausto es lo suficientemente trágica como para que nos demos cuen-

ta de que «lo insoportable» mismo viene del propio acontecimiento, de la existencia de esos campos de concentración y de las prácticas espeluznantes que allí tenían lugar. En definitiva, lo siniestro perdura en esos escenarios a pesar de que hayan pasado muchos años.

Del cuerpo del «exterminio» al cuerpo del «relato»

El primer plano del alambre es una sinécdoque visual que nos lleva de la parte al todo: de ese detalle de la alambrada al conjunto general de los acontecimientos. El paso del tiempo está también muy bien explicitado con la telaraña helada que cuelga de uno de los enrejados. En todo caso, parece que la fotografía hablara por sí sola, una vez que sabemos que se ha hecho en Auschwitz.

La fotografía del corredor de la muerte es mucho más explícita. Es la imagen de un escenario de tránsito hacia el contexto mismo de lo siniestro. Es, por tanto, el espacio del tormento y de la pesadilla. El silencio, el vacío y la solemnidad con la que está fotografiada no hacen más que acentuar estas sensaciones.

El trabajo de Michael St. Maur Sheil es interesante, además, porque nos va a permitir realizar el recorrido desde el cuerpo del exterminio, en el que nos habíamos quedado con las fotografías de las víctimas del holocausto, hasta el cuerpo del relato (aunque esta narración sea la de unos hechos siniestros).

En alguna medida, retornamos con estas imágenes a un espacio discursivo quebrado en el que domina el cuerpo del exterminio, pero su poder evocador actúa a modo de catalizador (de oxígeno) y nos conduce a un espacio en el que aún hay lugar para el relato. Son imágenes, en síntesis, que retornan al escenario del horror pero que, a la par, permiten ir superando el peso de lo que supuso el holocausto.

En síntesis, a partir de la Primera Guerra Mundial, el cuerpo del relato (que todavía podía mantenerse en las fotografías de la guerra de Crimea y de Secesión americana) desapareció ante la emergencia de las primeras fotografías lacerantes de los heridos y muertos del conflicto y dio

paso al cuerpo del delito, que a su vez, tras el holocausto nazi, paso a ser el cuerpo del exterminio.

Con esta nueva visión de la fotografía documental al evocar espacios siniestros, se perfila la posibilidad de que pueda desarrollarse de nuevo el cuerpo del relato (aunque todavía muy «impregnado» por los acontecimientos siniestros, tal y como podemos ver en el trabajo de Michael St. Maur Sheil).

El cuerpo del exterminio se va desintegrando en nuestra memoria, al igual que ocurre con la cubertería de las víctimas de Auschwitz-Birkenau, que se va quebrando gracias al efecto catalizador del oxígeno. Esa cubertería, aún a medio destruir, simboliza el tránsito del cuerpo del exterminio de Auschwitz al cuerpo del relato, aunque en ese trayecto queda claro, además, la existencia de un cuerpo del delito que fue fotografiado (fechado) en otro momento, antes de que esas cucharas de plata se oxidasen.

El camino hacia el cuerpo del relato, propuesto desde este trabajo, puede verse con claridad en las tres imágenes en las que Michael St. Maur Sheil plantea una reflexión sobre las fotografías del holocausto. Una mirada al pasado, desde el momento presente, para poder contemplar a las víctimas en ese mismo lugar hace unos años. Son fotografías de otras fotografías que rememoran, por tanto, unos acontecimientos que tuvieron lugar en el sitio en el que ahora se está haciendo la fotografía. Sin embargo, la distancia en el tiempo, ya nos habla de una transición hacia otros escenarios, donde ya no hay víctimas destinadas al exterminio y el paisaje está más normalizado a pesar de haber sido testigo de hechos terribles.

Además del trabajo fotográfico de Michael St. Maur Sheil, hay otros fotógrafos contemporáneos (PMNAC, 2001) que han intentado también buscar a través de sus imágenes (la mayoría de ellas realizadas en la década de los noventa) la evocación del cuerpo siniestro del Holocausto. Entre ellos, podemos destacar a los siguientes: Michael Kenna, Bernard Lantéri, Christian Gattinoni, Michel Séméniako, Jeffrey A. Wolin, Gilles Cohen, Jean Lemberger, Christoph Dahlhausen, Krzysztof Pruszkowski, David Levinthal, Rudolf Herz, Reinhard Matz y Naomi Tereza Salmon.

BIBLIOGRAFÍA

- BARTHES, Roland (1982): *La cámara lúcida. Nota sobre la fotografía*, Barcelona, Gustavo Gili, (1ª edición en francés: 1980).
- BURKE, Edmund (1985): *Indagación filosófica sobre el origen de nuestras ideas acerca de lo sublime y lo bello*, Consejería de Cultura y Educación de la Comunidad Autónoma de Murcia.
- KANT, Immanuel (1999): *Lo bello y lo sublime*, Barcelona, Espasa Calpe.
- KNAPP, Georg (2000): «Fotografía y mirada estereoscópica», en *Guerra, técnica y fotografía*, Valencia, Universitat de València.
- NEWHALL, Beaumont (2002): *Historia de la fotografía*, Barcelona, Gustavo Gili.
- PATRONAT DEL MUSEO NACIONAL D'ART DE CATALUNYA (2001): *Memoria dels camps. Fotografies dels camps de concentració i d'extermini nazis (1933-1999)*, Barcelona.
- ROSENKRANZ, Karl (1992): *Estética de lo feo*, Madrid, Julio Ollero Editor.
- SÁNCHEZ DURÁ, Nicolás (2000): «Guerra, técnica, fotografía y humanidad en los foto-libros de Ernst Jünger», en *Guerra, técnica y fotografía*, Valencia, Universitat de València.
- SONTAG, Susan (2003): *Ante el dolor de los demás*, Madrid, Santillana.
- VALÉRY, Paul (1990-1992): «Reflexiones simples sobre el cuerpo», *Fragmentos para una Historia del cuerpo humano*, (parte segunda), Madrid, Taurus.
- VERNANT, Jean-Pierre (1990-1992): «Cuerpo oscuro, cuerpo resplandeciente», *Fragmentos para una Historia del cuerpo humano* (Parte Primera), Madrid, Taurus.

FOTOMONTAJE *VERSUS* MONTAJE FOTOGRAFICO: ESPECIFICIDAD ARTÍSTICA Y CONSTRUCCIÓN DE REALIDADES

JOSÉ CARLOS SUÁREZ FERNÁNDEZ

Universitat Rovira i Virgili

Lo que sigue a continuación pretende ser, y no exclusivamente, una reflexión sobre la utilización que del lenguaje hacen los medios de comunicación, atendiendo a la responsabilidad que ello conlleva. Se ha hablado de «perversión del lenguaje»¹³⁰ y de la necesidad no ya de buscar un lenguaje ideal, puro e inocente, sino de adoptar una actitud responsable y una conciencia crítica frente al mismo; porque, y no lo debemos perder de vista, el lenguaje es un acto performativo que crea comportamientos y, también, crea pensamientos.

El lunes 3 de mayo (2004) aparecía en *La Vanguardia* un artículo (Val, 2004: 6), sobre las torturas infringidas a presos iraquíes en la cárcel de Abu Ghraib, el cual incluía un despiece con el siguiente titular: «Acusan a *The Daily Mirror* de fotomontaje», en donde se hacía referencia a la ignominiosa fotografía que ocupaba la portada de dicho periódico en su edición del sábado 1 de mayo y en la que se ve a un soldado británico orinar sobre un prisionero iraquí. En él, se hacían eco de la puesta en duda, por parte de fuentes militares citadas por la BBC, de la autenticidad de la imagen en cuestión y aseguraban que se trataba de un fotomontaje.

Antes de continuar me gustaría referirme a un reciente artículo publicado por Susan Sontag (2004: 1), también en relación al tema anterior, en el que aseveraba: «Durante mucho tiempo –al menos seis decenios-

130. Este año (2004) ha tenido lugar en el centro cultural del Círculo de Lectores de Madrid el ciclo «La Perversión del Lenguaje». Coordinado por José María Ridaio y José Luis Pardo, se ha desarrollado en varias sesiones, enero y abril, contando con la participación de Fernando Savater, Eduardo Milán, Llätzer Moix, Sami Nair, Xavier Antich y José Antonio Millán.

las fotografías han sentado las bases sobre las que se juzgan y recuerdan los conflictos importantes. El museo de la memoria es ya sobre todo visual». En este sentido es conveniente recordar, como bien ha señalado Gisèle Freund (2002: 149), la transformación que la fotografía sobre conflictos bélicos –fotoperiodismo– ha experimentado y que va desde las fotos trucadas durante las dos guerras mundiales hasta el cambio de estado mental que suponen las de Corea y, sobre todo, Vietnam. En donde, los fotógrafos de prensa, obvia y fundamentalmente los no norteamericanos, fueron los primeros en denunciarla con sus imágenes: «La fotografía y la televisión desempeñaron un papel capital a hora de despertar conciencias».

Actualmente asistimos a una nueva transformación en donde las imágenes tomadas por particulares son las que ocupan los titulares gráficos, sin ser propiamente fotoperiodismo, ni en la intención ni en la forma. Ello es debido al desarrollo experimentado por la técnica fotográfica, léase cámara digital, y al de las telecomunicaciones, léase Internet (McLuhan, 1987: 8):

Las sociedades siempre han sido moldeadas más por la índole de los medios con que se comunican los hombres que por el contenido mismo de la comunicación.

Esta revolución, de consecuencias aún por cuantificar, expresa un nuevo paradigma que, como acertadamente señala Susan Sontag (2004: 1) en relación a las fotos tomadas por los soldados estadounidenses en Abu-Ghraib: «reflejan un cambio en el uso que se hace de las imágenes: menos objeto de conservación que mensajes que han de circular, difundirse».

Volviendo a retomar el concepto de fotomontaje, y en el contexto al que antes hacíamos referencia, hay que puntualizar que si bien se trata de una palabra cuyo uso es correcto, en tanto que etimológicamente significa montaje fotográfico, sin embargo provoca confusión y evidencia la utilización más que arbitraria, cuando no errónea, que cada vez más y desde los *medios* se hace del lenguaje.

Por ello pretendemos, en estas líneas, contribuir a redefinir este concepto que por un lado hace referencia a una tipología del *collage* que lo sitúa en el ámbito de las artes plásticas y por otro es tomado como una rama de la fotografía emparentada con el trucaje.

En este último sentido es donde habría que ubicar la palabra *fotomontaje*, tal como aparece utilizada en la noticia del diario antes citado. Entendida como *montaje fotográfico* –lo que se suele denominar un *montaje*–, realizado con la idea de engañar. Este uso de la imagen manipulada está tipificado como delito tal como queda recogido en la página *web* de la Guardia Civil dedicada a delitos telemáticos:

Si en páginas de Internet, en correos electrónicos, o cualquier otro medio, se publican o difunden montajes fotográficos con su rostro o rasgos identificativos, con ánimo ofensivo hacia su persona, usted puede estar siendo víctima de un delito de injurias contemplado en el Artículo 208 de nuestro Código Penal.¹³¹

Para acabar con este tema, que por otro lado ya merece por sí mismo un detenimiento y un análisis de cuáles son sus mecanismos y sentido último, me gustaría referirme a otra noticia, también aparecida en la prensa diaria y que se encuentra íntimamente relacionada con aquella, en tanto que hace referencia a unos acontecimientos situados en un mismo espacio y tiempo histórico. El texto en cuestión aparecía como un despiece y decía:

un vídeo divulgado en Internet que anunciaba la supuesta decapitación de un rehén de EEUU en Irak resultó ser un montaje de la presunta víctima. «Lo hice para llamar la atención y para destacar lo fácil que es falsificar este tipo de vídeos» declaró Benjamín Vanderford (foto) de 22 años, que grabó la cinta hace meses en su casa de San Francisco.¹³²

131. <http://www.guardiacivil.es/telematicos/victima0224.htm>.

132. *El Periódico de Catalunya*, domingo, 8 de agosto 2004, Sección de Internacional, página 8, bajo el titular: «Falso vídeo sobre una decapitación».

Como podemos observar tanto en un caso, teniendo como protagonista a la fotografía, como en el otro, en el que lo es el vídeo, contamos con la imagen como auténtico protagonista, ya sea ésta estática o en movimiento. Una cualidad de la imagen que la sitúa en un lugar privilegiado para la comunicación, y que nos trae a la memoria el viejo aforismo chino de que «una imagen vale más que mil palabras», reside en su mayor grado de verosimilitud, de aquello que es real y por lo tanto creíble.

En el caso del cine –fotografía en movimiento– y entendiendo el vídeo, a pesar de las diferencias de soporte y concepto, como una extensión del mismo, la fuerza de la imagen queda potenciada y con ella su mensaje. Según señala Christian Metz (1977):

La película, [...] produce una impresión de realidad mucho más viva que la novela o el cuadro, pues la propia naturaleza del significante cinematográfico, con sus imágenes fotográficas particularmente «similares», y con la presencia real del movimiento y del sonido, etc., tiene por efecto desviar el fenómeno-acción, muy antiguo sin embargo, hacia formas históricamente más recientes y socialmente específicas.

Así, una vez dejado claro, por lo que se refiere a la imagen publicada por *The Daily Mirror* y a su hipotética manipulación, que no debiera de llamársele fotomontaje, pasemos a contextualizar qué es lo que entendemos por fotomontaje y cuáles son sus características definitivas.

Sin entrar de lleno en el viejo debate sobre la fotografía considerada como arte, sí me gustaría señalar el importante papel que ejerció el invento de la fotografía, en tanto que liberó a la pintura de la pesada carga representativa a la que se la había condenada desde siempre. Ello supuso para la pintura la apertura de nuevas vías que, indagando sobre aquello que le es específico –forma, color, etc.–, conducirían a la abstracción y al nacimiento del arte moderno, concretado en las denominadas vanguardias artísticas.

Mediado el siglo, la Francia decimonónica asiste a la aparición de un movimiento, con Goussave Courbet a la cabeza, de gran trascendencia artística como fue el *realismo*, *justamente*: «... cuando el invento de la fotografía provoca y favorece la ambición de una exacta experiencia de la realidad» (Thomas, 1987: 172). El invento de la fotografía y, como señala Peter Sager (1981: 26), el acuerdo tomado en 1829 entre Nicéphore Niepce y Jacques Daguerre para «capturar cuadros de la naturaleza sin recurrir a la ayuda de un artista» tuvo para el arte consecuencias sólo equiparables al desarrollo de la perspectiva central en el Renacimiento.

Sin embargo, el desarrollo en paralelo del realismo y la fotografía, la cual liberó a la pintura de la obligación de la objetividad –una de sus metas históricas–, así como su coincidencia de objetivos, provocó que ambos se confundieran. Charles Baudelaire, con motivo del Salon de 1859, arremetió contra el realismo y por ende contra la fotografía, acusando a la fotografía de empobrecer a la pintura, reabriéndose así la polémica entre arte y documento (1995: 55-62). A pesar de todo, ya nada volvería a ser igual: «La invención de la cámara cambió el modo de ver de los hombres. Lo visible llegó a significar algo muy distinto para ellos. Y esto se reflejó inmediatamente en la pintura» (Berger, 2000: 25).

Esta asociación técnico-artística representó un gran avance en el desarrollo del arte por sus posibilidades e intencionalidad claramente social, sobre todo por la incidencia que iba a tener en la estructura social del arte. Cuando en 1844, Henry Fox-Talbot obtiene el negativo fotográfico, lo que permite la obtención de un número determinado de copias a partir de un original, asistimos a lo que Walter Benjamín denominó, en referencia a la obra de arte, la pérdida del aura o de su unicidad (Benjamin, 1983: 41):

La reproductibilitat tècnica emancipa l'obra d'art, per primera vegada en la història del món, de la seva existència parasitària dins l'esfera del ritual. L'obra d'art reproduïda esdevé cada cop més la reproducció d'una obra d'art disposada a la reproductibilitat. D'una placa fotogràfica, per exemple, és possible

obtenir tota una serie de còpies; la qüestió de la còpia autèntica no té sentit. Però tan bon punt el criteri de l'autenticitat en la producció de l'art falla, es modifica la funció global de l'art. En lloc de fonamentar-se en el ritual, passa a fonamentar-se en una altra praxi: és a dir, en la política.¹³³

Para añadir a la cuestión que (Benjamin, 1983: 91):

Si alguna cosa caracteritza les actuals relacions entre l'art i la fotografia, és la tensió encara no resolta que s'ha establert entre l'un i l'altra a causa de les obres d'art.¹³⁴

Las reflexiones de Benjamin en torno al paradigma que la reproducción mecánica, ha supuesto para el mundo del arte y sus implicaciones con otras ciencias sociales han tenido una gran resonancia, y hay autores, como John Berger (2000: 30), que han partido de ellas para elaborar sus ensayos:

La falsa religiosidad que rodea hoy las obras originales de arte, religiosidad dependiente en último término de su valor en el mercado, ha llegado a ser el sustituto de aquello que perdieron las pinturas cuando la cámara posibilitó su reproducción.

El tema de la originalidad, como vemos, está en el centro del debate y así para Pierre Bourdieu, la fotografía «en tanto que arte medio, es decir, práctica del hombre medio, debe ser definida en términos de funcio-

133. «La reproductibilidad técnica emancipa la obra de arte, por primera vez en la historia del mundo, de su existencia parasitaria dentro de la esfera del ritual. La obra de arte reproducida pasa a ser cada vez más la reproducción de una obra de arte dispuesta a la reproductibilidad. De una placa fotográfica, por ejemplo, es posible obtener toda una serie de copias; la cuestión de la copia auténtica no tiene sentido. Pero desde el momento que el criterio de la autenticidad en la producción del arte falla, se modifica la función global del arte. En lugar de fundamentarse en el ritual, pasa a fundamentarse en otra praxis: es decir, en la política.»

134. «Si algo caracteriza las actuales relaciones entre el arte y la fotografía, es la tensión todavía no resuelta que se ha establecido entre uno y otra a causa de las obras de arte.»

nes sociales» (Krauss, 2002: 220), y añade: «todas las discusiones críticas que se dan en la revistas fotográficas sobre la originalidad son, pura y simplemente, un discurso vacío» (2002: 223). La propia Rosalind Krauss afirma que la multiplicidad propia de la fotografía, derivada de su técnica, niega la existencia de la noción de originalidad, lo que hace posible una ausencia de diferenciación: «La posibilidad de una diferencia estética se desmorona internamente y, con ella, se desmorona la originalidad que depende precisamente de la noción de diferencia» (2002: 223). En la actualidad, Sherrie Levine, con sus trabajos fotográficos sobre reproducciones: «En lugar de hacer fotografías de árboles o de desnudos, hago fotografías de fotografías», es la artista, como señala Dominique Barqué (2003: 152), que más lejos ha llegado en la negación radical de las nociones de autor, obra y originalidad.

Continuando con el tema, pero desde la óptica del cartel, –medio de expresión artística que si bien aparece con anterioridad a la fotografía, comparte con ella el ser producto de una época donde el avance técnico los hacen posibles; desarrollándose desde posturas que van más allá de la técnica considerada como simple instrumento y promoviendo experiencias artísticas formales que serían inalcanzables con otros medios–, nos encontramos con la coincidencia de planteamientos desde matizaciones específicas.

Así Josep Renau, uno de nuestros mejores cartelistas que hizo precisamente del fotomontaje una herramienta clave en este campo, se adentra en el debate cuando dice (1976: 80):

Otra peculiaridad del arte cartelístico consiste en que, contrariamente a lo que sucede con otros géneros pictóricos, el original que crea el artista no tiene valor alguno en sí mismo. Comúnmente, este original se olvida o se extravía tan pronto como ha dado vida a millares, de ejemplares, y hasta las planchas que han servido a su reproducción se borran para ser utilizadas de nuevo [...] De modo que, así como la reproducción de una pintura famosa no es mas que una copia mecánica más o menos aproximativa a un original que, con su presencia física insustituible, existe al margen de la reproducción, detrás de ese cartel pegado a la cartelera no hay nada más que el cartel mismo que usted ve, con su función

y contenido concretos. La individualidad del artista que lo creó desaparece generalmente en el anonimato, pero su grito –el cartel– queda en el espacio, congelado, permanente y activo, hasta que el sol, la lluvia y el viento lo desintegran. Mientras tanto y en revancha a su efímera vida, el cartel que usted ha visto en aquella cartelera, vuelve a verlo una y otra vez en el «metro», en la plaza y el parque, junto a su casa mismo, allá donde usted vaya. Y no se trata de otro cartel, sino del mismo...

Pasemos a ver cómo el cambio del siglo XIX al XX supuso para la pintura, y el arte en general, la apertura hacia nuevas vías que cristalizarían en las denominadas *vanguardias históricas* o *primeras vanguardias*, a la que contribuyó de manera decisiva el fenómeno liberador que, como ya hemos señalado, fue el invento de la fotografía. A partir de este momento los artistas ven a la fotografía y al cine no como simples documentos de reproducción de realidades concretas, sino como medios expresivos desde donde poder crear arte.

Ya que hemos hablado de cine, es pertinente recordar que su origen está ligado a la necesidad que ha sentido el hombre, desde tiempos remotos, por representar el movimiento y que él mismo, no es sino fotografía en movimiento. Precisamente las experiencias fotográficas en el campo de la descomposición del movimiento, realizadas por Edward Muybridge y Étienne-Jules Marey, que condujeron a la cronofotografía y sentaron las bases del cinematógrafo –a falta de un aparato capaz de realizar nuevamente la síntesis del mismo–, fueron ampliamente utilizadas por los artistas. Baste recordar a Edgar Degas y sus cuadros de caballos en acción o a Marcel Duchamp y su *Desnudo bajando la escalera* (1912), por no hablar ya, de cubistas y futuristas.

Pero paradójicamente mientras los pintores se acercaban a la fotografía, la fotografía volvía la mirada hacia la pintura. *El pictorialismo*, nacido en Europa a finales del siglo XIX, surge como una defensa del estatus artístico de la fotografía. Para ello recurren al tratamiento manual de la imagen mediante el empleo de procedimientos pigmentarios como: *bromóleo*, *carbón Fresón*, *goma bicromatada*, etc., en un mestizaje de nuevas técnicas y materiales. Esa «artesanía» supone una clara reivin-

dicación del gesto pictórico y por consiguiente de la subjetividad (Baqué, 2003:147):

... los pictorialistas de los años veinte defendieron, oponiéndose a los defensores de la *Neue Sachlichkeit*, el derecho de la fotografía a distanciarse: distancia frente a la pretendida exactitud documental; distancia frente a la mecánica; distancia frente a la reproductibilidad serial. Es decir que tomaron el partido de la obra única en oposición a la obra múltiple, del autor frente al operador, de la interpretación frente a la transmisión de la realidad. Pero lo hicieron queriendo, por encima de todo, preservar un aura de la imagen, aura de la que Walter Benjamin demostró cómo la modernidad consagraba su pérdida.

La reivindicación de esa aura la encontramos en una de las corrientes de mayor impronta en la fotografía de los ochenta, la cual, obviamente, ha sido denominada neopictorialismo.¹³⁵ Calificado como reacción, donde nuevamente se vuelven a cuestionar los viejos valores de autenticidad y originalidad de la obra de arte. Así mismo, como si de un complejo se tratara, volvemos al tema sobre la reivindicación del estatus artístico de la fotografía, ya que como señala Dominique Baqué (2003: 148):

de lo que se trata en estas fotografías-pinturas compuestas con elegancia, sensibles y sensuales, de colores y materias preciosas que poseen esa seducción fin de siglo, es de nostalgia. Como si una vez más la fotografía tuviese que practicar la negación –«no soy la fotografía»– para acceder al tan deseado territorio de las artes plásticas; como si la foto-

135. La década de los ochenta se caracterizó por conjugarse en ella toda suerte de «neos», unas corrientes que se manifestaron en el universo del posmodernismo y que vienen marcadas por un eclecticismo donde la apropiación y la simulación configuran su ideario estético: «Podíamos, también, medir este asalto posmodernista a la fotografía, donde, quizás más que en otro ámbito, fuimos testigos del triunfo generalizado y jubiloso de las citas, e hibridaciones, de la fotografía denominada de “puesta en escena”, del kitsch y del pastiche» (Baqué, 2003: 149).

grafía tuviese que hacerse, siempre-ya, pintura para acceder al sacramento de la obra.

Una problematización y un examen al que, reiteradamente, se somete la propia fotografía y que Roland Barthes zanja con estas palabras (1994: 71):

La fotografía ha estado, está todavía, atormentada por el fantasma de la pintura [...] La fotografía ha hecho de la pintura, a través de sus copias y de sus contestaciones, la referencia absoluta y paternal, como si hubiese nacido del cuadro. Nada distingue, eidéticamente, una fotografía por realista que sea, de una pintura.

Los pictorialistas en su reivindicación de lo manual/artístico hicieron uso de las combinaciones, ya fuera de varios positivos, como Henry Peach Robinson, o de varios negativos para una sola imagen, como Oscar Gustav Rejlander. Ello nos sitúa en un contexto que nos recuerda, tal como señala Dawn Ades, que (2002: 7):

La manipulación de fotografías es tan antigua como la fotografía misma [...] Recortar y pegar imágenes fotográficas solía formar parte del universo de los pasatiempos populares: postales cómicas, álbumes de fotografías, pantallas y recuerdos militares.

Los trucajes ópticos encontrarían en el naciente cinematógrafo el medio idóneo donde ubicarse, encontrando en figuras como Georges Méliès y Segundo de Chomón –descubridor de *la truca* o *paso de manivela*– sus más cualificados cultivadores. Pero el fotomontaje, como tal, aún tardaría unos años en aparecer.

La aparición de las *vanguardias históricas*, supuso una profunda ruptura con respecto a los valores estéticos de la tradición artística previa, de la que fue pionero el movimiento cubista por prescindir de la mimesis y por sustituir, con el *collage*, la noción de representación por la de «presentación» de un fragmento de realidad. Este cambio trajo como consecuencia la modificación de los esquemas perceptivos y, probable-

mente, fue la transformación más radical en el área lingüística introducida en la historia del arte desde el Renacimiento.

Practicado así mismo por los futuristas, no sería hasta la irrupción del dadaísmo –un movimiento anti-arte, nacido en plena Primera Guerra Mundial, del que el surrealismo heredaría muchas de sus propuestas– que los *collages* fueran eminentemente fotográficos y calificados terminológicamente como fotomontajes. Sin embargo, no podemos obviar la aportación de una figura paradigmática como fue Marcel Duchamp, protodadaísta cuyo hallazgo lingüístico más sorprendente y conocido fue el *ready-made*.¹³⁶

Puede ser entendido como una prolongación del concepto de *collage*, no tanto de realidades formales, lo que lo diferencia del cubismo y lo acerca a dadaístas y surrealistas.¹³⁷ Se podría definir como un objeto sacado de su contexto y situado verbal o visualmente (o en ambos sentidos) en un nuevo contexto.¹³⁸ Duchamp argumenta (en Sanouillet, 1978: 160):

Del mismo modo que los tubos de pintura empleados por el artista son productos manufacturados y ya hechos, debemos concluir que todas las telas del mundo son *ready-mades* y trabajos de acoplamiento.

136. Este nombre le fue dado por el propio Duchamp a sus «objetos» en 1915. Objetos que definió como «una distorsión de la idea visual, para plasmar una idea intelectual». André Breton, los define como: «objetos fabricados, elevados a la categoría de arte por la elección del artista» (1935: 45-49).

137. Véase la referencia al ensayo de 1923, sobre los collages y fotomontajes de Max Ernst, de Louis Aragón, en Ades (2002: 15).

138. La descontextualización del objeto implica una pérdida de identidad, a pesar de que éste sigue conservando su carga simbólica y semántica, para pasar, en el nuevo contexto en el que es situado, a configurar una realidad nueva e independiente.

Distinguió varias tipologías,¹³⁹ pero en todas ellas insistió en la pérdida de su significado (función) para ser convertidos en objetos significantes (tautológicos).

Los dadaístas berlineses, como señala Dawn Ades (2002: 12,13):

emplearon la fotografía como imagen *ready-made*, [...] Su utilización formaba parte de la reacción de los dadaístas contra la pintura al óleo, considerada esencialmente irreplicable, privada y exclusiva. El fotomontaje, en cambio, pertenecía al mundo tecnológico, al mundo de la comunicación de masas y de la reproducción fotomecánica.

En referencia a John Heartfield añade «es evidente que no le interesa el procedimiento técnico, sino la idea, la operación que transforma el sentido de la fotografía original» (2002: 16). En este mismo sentido, e insistiendo en el significado como arma de batalla política que trascienda lo meramente real –no olvidemos la fuerte politización de dadá, ejemplificada en la obra de Heartfield–,¹⁴⁰ encontramos la apreciación de Bertolt Brecht, que sin duda reflejan el espíritu y la intención de los «constructores» –como Raoul Hausmann definió a los practicantes, incluido él, de la técnica del fotomontaje (Benjamin, 1983: 92):

Una fotografia de les oficines Krupp o de l'AEG no diu gairebé res sobre aquestes institucions [...] Es tracta, doncs, efectivament, de construir quelcom, quelcom artificios, prefabricat.¹⁴¹

139. 1) Simplemente elegidos. 2) Ayudados, rectificados o asistidos.

140. Gustav Klutis considera que el fotomontaje es la forma que toma el *agitprop* (agitación y propaganda) en el campo del arte y cómo este fotomontaje de propaganda política, desarrollado en suelo soviético, ha ejercido sus influencias en la prensa comunista de Alemania (Heartfield) y en otros países. Distinguiéndose de la otra tendencia: fotomontaje publicitario formalista que tiene su origen en la publicidad estadounidense (Leclanche-Boulé, 2003: 245-250).

141. «Una fotografía de las oficinas Krupp o de la AEG no dice casi nada sobre estas instituciones [...] Se trata, pues, efectivamente, de construir algo, algo artificioso, prefabricado»

Estas declaraciones hacen que volvamos a Duchamp y a lo que él denominó el «escalofrío retiniano»: «En otros términos, la pintura no ha de ser exclusivamente visual o retiniana. También ha de afectar a la materia gris, a nuestro apetito de comprensión» (Sanouillet, 1978: 160). En este sentido el escoramiento hacia esferas más mentales, propuesta que asumirá la vanguardia, provocará un desplazamiento paulatino del objeto hacia el concepto, que dejará su impronta en el arte, en general, de las últimas décadas del siglo XX.

El fotomontaje tuvo un amplio desarrollo durante los años veinte en la Unión Soviética dentro del movimiento constructivista, encontrando en figuras como Alexander Rodchenko y El Lissitzki a dos de sus máximos responsables. En este país la expresión «nueva tipografía» designaba a la vez la tipografía y el fotomontaje que los procedimientos fotomecánicos modernos permitían conjugar sobre una misma hoja de papel impreso (Leclanche-Boulé, 2003: 245-250). Los constructivistas hicieron suya la definición que hiciera Serguéi Tretiakov sobre John Heartfield en 1936 (Ades, 2002 :17):

cabe señalar que el fotomontaje no debe ser necesariamente un montaje de fotos. No: puede ser foto y texto, foto y color, foto y dibujo... una fotografía puede convertirse, añadiéndole una mancha de color insignificante, en un fotomontaje, en una obra de arte de un tipo especial... si el fotomontaje, bajo la influencia del texto, no sólo expresa el hecho que muestra, sino también la tendencia social expresada por el hecho, entonces ya es un fotomontaje.

Aprovechemos la ocasión para hacer notar la falta de una definición concreta y precisa sobre fotomontaje –hay diccionarios que ni siquiera recogen el término, como señala Dawn Ades. Entre otras razones porque el montaje/*collage*/combinación fotográfico, ofrece múltiples variantes atendiendo a los distintos materiales y técnicas utilizadas para llevar a cabo el proceso, a lo que hay que añadir las diferentes hibridaciones

y terminologías propuestas por los propios autores.¹⁴² No en vano ya lo dijo Raoul Hausmann en 1931 (Ades, 2002: 158):

El campo del fotomontaje es tan vasto que tiene tantas posibilidades como medios distintos haya, y estos medios cambian cada día en su estructura social y en la superestructura psicológica resultante. Las posibilidades del fotomontaje sólo están limitadas por la disciplina de sus medios formales.

El fotomontaje, con todo lo que ello implica, no ha abandonado desde entonces la escena artística y muchos han sido los artistas que han hecho uso de él, sobre todo en la década de los ochenta, momento que coincide con una fuerte implantación de los lenguajes artísticos basados en la fotografía. Un periodo en el que el *collage*, entendido como la máxima invención de las vanguardias, es adoptado como la principal estrategia de las artes plásticas en el postmodernismo.¹⁴³

Sobre David Hockney,¹⁴⁴ escribió Mark Haworth-Booth (1985: 11):

Una fotografia és una fotografia, és una fotografia. Els darrers anys, David Hockney ha anat dient alló que Gertrude Stein no va arribar a acabar dir. Però ara és del domini públic que Hockney troba que la fotografia fixa és fixa fins al punt de la congelació, que creu que la fotografia exclou més que no pas revela i que es construeix de maneres que són contraries a la visió natural i a l'art tradicional. Davant d'aixó, la solució sembla ben fàcil. Al llarg d'aquests dos últims anys, ha anat afegint una fotografia a una fotografia i aquesta damunt d'una altra –o dotzenes de fotografies entre elles–, com un desafiament a la fotografia tradi-

142. Los casos de Lazlo Moholy-Nagy que los llamó «fotogramas», o de Christian Schad, que en 1918 propone sus «schadografías», son elocuentes.

143. El *collage*, en tanto que figura retórica, puede fácilmente convertirse en el vehículo de las connotaciones de: fragmentación, eclecticismo, inclusivismo, pluralidad, etc. que definen en gran parte la obra postmoderna.

144. Artista asimilado al movimiento pop. En 1982 descubrió las posibilidades de la cámara Polaroid, iniciando sus series de *collages* (231 fotomontajes) que fueron editados por Alfred A. Knop en Nueva York: *Camera-works: David Hockney*.

cional. Un desafiament digne de ser acceptat, perquè la seva producció en aquest camp qüestiona alguna cosa més que la fotografia tradicionalment cèlebre del «moment decisiu».¹⁴⁵

Un «momento decisivo» que sería cuestionado por la fotografía plástica de los ochenta (Baqué, 2003: 127):

... la fotografía resultante del arte conceptual no sólo fue sostenida por el ámbito plástico: también contribuyó, y de forma extremadamente radical, a la deconstrucción del paradigma fotográfico tradicional constituido por el mito –tan espectacularmente ejemplificado por Henri Cartier-Bresson- del «instante decisivo».

desplazando su interés hacia prácticas apropiacionista de imágenes, a menudo con vocación crítica y política, que entronca en muchos aspectos con aquellas prácticas vanguardistas del montaje.(Baqué, 2003: 191).

Para terminar me gustaría hacerlo con Josep Renau, máximo representante de estas prácticas en nuestro país, juntamente con Nicolás de Lekuona, y hacerlo con una referencia a una de las obra más importantes en la historia del fotomontaje, en donde se pone de relieve la importancia que para la efectividad del medio tiene el uso de mecanismos de contraste (Renau, 1977: 91):

A fin de permanecer al nivel del tema y no rebasarlo, he adoptado el mismo lenguaje sofisticado de la publicidad yanqui, su mismo «suges-

145. «Una fotografía es una fotografía, es una fotografía. Los últimos años, David Hockney ha ido diciendo aquello que Gertrude Stein no llegó a terminar de decir. Pero ahora es del dominio público que Hockney encuentra que la fotografía fija es fija hasta el punto de la congelación, que cree que la fotografía excluye más que revela y que se construye de maneras que son contrarias a la visión natural y al arte tradicional. Delante de eso, la solución parece bien fácil. A lo largo de estos dos últimos años, ha ido añadiendo una fotografía a una fotografía y esta sobre otra –o docenas de fotografías entre ellas–, como un desafío a la fotografía tradicional. Un desafío digno de ser aceptado, porque su producción en este campo algo más que la fotografía tradicional célebre del “momento decisivo.»

tivo» naturalismo, es decir, las imágenes literales de ese monstruoso *trompe-l'oeil* cuya absurdidad sólo es plenamente discernible mediante un método tan drástico y terminante como el fotomontaje, en virtud de su índole documental y de su congelado dinamismo visual.¹⁴⁶

146. La serie, compuesta por 69 fotomontajes, fue depositada en el IVAM por la Fundació Renau en 1987.

BIBLIOGRAFÍA

- ADES, Dawn (2002): *Fotomontaje*, Barcelona, Gustavo Gili (1ª edición en inglés: 176).
- BAQUÉ, Dominique (2003): *La fotografía plástica. Un arte paradójico*, Barcelona, Gustavo Gili (1ª edición en francés: 1998).
- BRETON, André (1935): «Phare de la Mariée», *Minotaure*, vol. 2, nº 6, París.
- BARTHES, Roland (1994): *La cámara lúcida, Notas sobre la fotografía*, Barcelona, Paidós (1ª edición en francés: 1980).
- BAUDELAIRE, Charles (1995): «El público moderno y la fotografía», en *Archivos de la Fotografía*, vol.1, nº 2.
- BENJAMIN, Walter (1983): *L'obra d'art a l'època de la seva reproductibilitat tècnica*, Barcelona, Edicions 62 (1ª edición en alemán: 1963).
- BERGER, John (2000): *Modos de ver*, Barcelona, Gustavo Gili (1ª edición inglesa: 1972).
- FREUND, Gisèle (2002): *La fotografía como documento social*, Barcelona, Gustavo Gili (1ª edición en francés: 1974).
- HAWORTH-BOOTH, Mark (1985): «Introducció», *Hochney Fotògraf* (catálogo), Barcelona, Fundació Caixa de Pensions.
- KRAUSS, Rosalind (2002): *Lo fotográfico. Por una teoría de los desplazamientos*, Barcelona, Gustavo Gili (1ª edición en francés: 1990).
- LECLANCHE-BOULÉ, Claude (2003): *Constructivismo en la URSS. Tipografías y fotomontajes*, Valencia, Campgràfic Editors (1ª edición en francés: 1984).
- MCLUHAN, Marshall (1987): *El medio es el masaje. Un inventario de efectos*, Barcelona, Paidós Studio (1ª edición inglesa: 1967).
- METZ, Christian (1977): *Psicoanálisis y cine: El significativo imaginario*, Barcelona, Gustavo Gili, Colecc. «Comunicación visual» (1ª edición francesa: 1977).
- RENAU, Josep (1976): «Carteles de Paz», en *Función social del cartel*, Valencia, Fernando Torres.

- (1977): *The American Way of Life. Fotomontajes: 1952-1966*, Gustavo Gili, Barcelona. Título original *Fata Morgana USA* (Berlín, 1967).
- SAGER, Peter (1981): *Nuevas formas de realismo*, Madrid, Alianza Editorial (1ª edición en alemán: 1972).
- SANOUILLET, Michel (ed.) (1978): *Escritos. Duchamp du Signe*, Barcelona, Gustavo Gili. (1ª edición en francés: 1958).
- SONTAG, Susan (2004): «Imágenes de la infamia», Madrid, *El País* (suplemento domingo), 30 de mayo.
- THOMAS, Karín (1987): *Diccionario de arte actual*, Barcelona, Labor (1ª edición en alemán).
- VAL, Eusebio (2004): «El avispero iraquí», *La Vanguardia*, Sección de Internacional, 3 de mayo, página 6.

UNA MIRADA CLANDESTINA. ANÁLISIS DE LA MIRADA DOCUMENTAL EN LA PELÍCULA *FURTIVOS* DE BORAU

LONGI GIL PUÉRTOLAS
Universitat Jaume I, Castellón

EL CONTEXTO HISTÓRICO

De una película como *Furtivos* (J. L. Borau, 1975), de la que se ha escrito y hablado mucho en las últimas tres décadas, resulta difícil descubrir matices nuevos. Sin embargo, si en toda película está reflejada de alguna manera la época y el contexto histórico en el que se ha producido, la película de Borau –además de otros interesantes valores cinematográficos reseñados por la crítica– es un documento imprescindible para conocer algunos aspectos que caracterizaron la dictadura del general Franco y los inicios de la Transición. La metáfora de la clandestinidad que representa *Furtivos* es uno de los aspectos menos recurridos de todo lo que se ha escrito sobre José Luis Borau. No obstante, Carlos F. Heredero (1990: 346) insiste en la condición clandestina de los personajes a la que un régimen como la dictadura franquista había empujado a los ciudadanos de este país. Y en un texto más reciente añade que la condición furtiva acaba contagiando a todos los personajes de la historia, por lo que comienza a configurarse como una metáfora de la dimensión clandestina (Heredero, 1997: 740).

Pero para entender la represión a que dio lugar el franquismo hay que mirar retrospectivamente a sus inicios. El ejército de Franco ganó la Guerra Civil al Gobierno democrático de la II República y, desde 1936, instauró un régimen autoritario que duró unos cuarenta años. Al final de esta guerra, las organizaciones políticas y sindicales fueron prácticamente eliminadas del territorio español. La brutal represión del régimen generó una serie de movimientos de grupos ilegales que tuvieron que desarrollar sus actividades en la clandestinidad. Sin embargo, a finales

de los sesenta se produce un cambio social muy significativo que tendrá repercusiones importantes en la década siguiente. La liberalización de la economía, la industrialización, la migración del campo a la ciudad y el desarrollo de zonas turísticas hizo que se viviera un periodo de expansión económica. Como consecuencia del desarrollo se produjo una liberalización de las costumbres, especialmente en las generaciones jóvenes y urbanas. *Furtivos* hizo acto de presencia en un momento histórico y político decisivo para la democracia, durante el cual una parte importante de la población sembró grandes esperanzas e ilusiones en el futuro. Especialmente aquéllos y aquéllas que simpatizaban o militaban en las numerosísimas organizaciones antifranquistas que surgieron como forma de lucha para restablecer las libertades democráticas. Este contexto histórico es imprescindible para entender la película de Borau.

LA HIPOCRESÍA Y LA TRAGEDIA

Situándonos en la ficción de *Furtivos*, el conflicto que desencadena la tragedia se produce a partir de la introducción de un personaje extraño al medio. Milagros (Alicia Sánchez), de origen urbano, huyendo de una persecución policial se mete en el mundo rural de Ángel y Martina (Ovidi Montllor y Lola Gaos, respectivamente). El sentido de posesión, los celos, el amor y el sexo son los desencadenantes del enfrentamiento. Y, al final, un desenlace trágico causado por el enfrentamiento entre un personaje que busca su felicidad y la represión de una madre posesiva y autoritaria que condena a todos a un mismo destino.

La hipocresía del doble lenguaje se centra en dos personajes símbolos del autoritarismo. El primero es el gobernador de la provincia española donde se desarrolla la historia (J. L. Borau) que representa de forma explícita el poder franquista y los supuestos valores de rectitud y acatamiento de la ley. Sin embargo, este ejemplo viviente de integridad no duda en aprovecharse del cazador furtivo para disfrutar de su deporte favorito. En cuanto al personaje de la madre, éste ostenta una doble representación, por una parte juega a ganarse los favores del poder (el gober-

nador, su hijo de leche) y, al mismo tiempo, es la metáfora del propio poder autoritario y represor frente a su hijo y su nuera. El carácter de Martina nos recuerda otro personaje emblemático de la historia del cine, el de la Señora Danvers en *Rebeca* (*Rebecca*, Alfred Hitchcock, 1940) aunque con funciones retóricas algo diferentes. *Furtivos*, en cambio, es una cadena alegórica sobre la clandestinidad.

Si profundizamos en este aspecto, descubrimos numerosos detalles significativos tanto en la composición de la imagen, como en el desarrollo de las acciones y, por supuesto, en los diálogos. A través de estos elementos profílmicos se representa el ambiente que rodea las diversas actividades furtivas y las contradicciones entre lo que se dice y lo que se ve, entre lo que se cuenta y lo que se sabe.

En la primera secuencia, las fuerzas de orden público persiguen un delincuente. A través de un montaje paralelo, Borau fija la mirada sobre unos personajes que viven al margen de la ley: por un lado, un delincuente común y por otro, un cazador furtivo. Una metáfora sobre la clandestinidad política en la que vivían una buena parte de los ciudadanos.



Fotograma 1

Otro ejemplo lo encontramos en la cena del gobernador y los miembros de su séquito. El gobernador dirigiéndose a los guardas del coto dice llenándose la boca de solemnidad y rectitud: «Vosotros estáis para

acabar con el furtivo. Sea quien sea. Ante todo juego limpio». En ese mismo momento, acabada de pronunciar la frase, se dirige a la escalera que lleva a la buhardilla, sube, levanta el portón y en un corte en *racord* de movimiento un plano situado en el habitáculo superior nos muestra las pieles de zorros colgadas en primer término y en el centro del encuadre la cabeza del gobernador que inspecciona el repleto almacén peletero (fotograma 1). El gobernador descubre el cuerpo del delito pero no dice nada, cierra el portón y vuelve a bajar. Ésta es una metáfora perfecta de las contradicciones del régimen. La negación de la realidad que vive el país a través del discurso oficial. «Ante todo juego limpio», decía.

UNA ÓPTICA PARA MIRAR EL FURTIVISMO

Pero en relación a la representación del furtivismo/ clandestinidad, la película de Borau va más allá de las acciones mostradas en la pantalla y más allá del montaje externo de los planos, como hemos reseñado en los ejemplos anteriores. La mirada hacia la caza furtiva de Ángel, vista a través de la óptica de la cámara, es también una mirada clandestina que como veremos se construye mediante la composición interna del plano.



Fotograma 2

Ángel *El Alimañero*, después de llevar al caserío a su recién estrenada novia, es avisado por su madre que el gobernador está cazando en el bosque. Acompañado por su perra, marcha a la montaña y saca una escopeta escondida en el tronco hueco de un árbol. Al fondo, sonido en *off*, se escuchan los disparos del grupo de cazadores que acompaña al gobernador. Ángel aprovecha el ruido de los tiros y la ausencia de los guardas para cazar furtivamente sin que lo descubran. En los tres planos siguientes, un gamo camina entre las ramas de los árboles. El gobernador apunta con su arma y dispara, el gamo sigue corriendo tan ágil y vivo como antes. El corte de plano siguiente nos traslada a otro lugar del bosque no muy lejano. Ángel, en plano medio, entre el follaje, apunta la escopeta y dispara (fotograma 2). En el contraplano, el gamo cae abatido sobre la capa de hojas secas. Ángel baja la escopeta, mira y sonrío. Ha tenido suerte. Con dos planos generales montados con *racord* de movimiento, Ángel y su perra, salen corriendo hacia el animal muerto. Lo coge por las patas traseras y lo arrastra. En el plano siguiente, el gamo muerto es arrastrado entre las ramas, de Ángel sólo vemos las piernas y los brazos. La secuencia continua con un montaje paralelo que alterna la caza certera del furtivo y la caza del grupo de domingueros que consiguen matar bastantes menos piezas de las que se habían propuesto. Para terminar la secuencia aparece un ciervo, un macho adulto con paso tranquilo y majestuoso que exhibe una espectacular cornamenta. El gobernador, ansioso por cobrar semejante trofeo, lo apunta con la escopeta, dispara y falla otra vez. Ángel se prepara para disparar al ciervo huido, pero se da cuenta que es la pieza codiciada por el gobernador y la deja correr, sabe que es un animal único y su venta puede traerle problemas. Es una pieza tan singular se supone que está prohibida para un furtivo.

Cerca del desenlace de la película, cuando ya se presagia el final trágico, vemos cómo Ángel –triste y desolado por la «desaparición» de Milagros, su mujer– vuelve al bosque y –sin preámbulos– mata al ciervo, la pieza deseada del gobernador y prohibida para el alimañero. Los guardas del bosque que llevaban un tiempo espíándolo, finalmente, lo descubren y denuncian la acción furtiva.

CONCLUSIÓN

Sobre la secuencia en la que se muestran simultáneamente la caza legal del grupo del gobernador y la furtiva de Ángel, hemos de remarcar que los planos que corresponden al Alimañero están fotografiados con teleobjetivo, de manera que la escasa profundidad de campo deja una zona nítidamente enfocada –la cara de Ángel– y el resto del encuadre queda gradualmente desenfocado, los hojas y el extremo de la escopeta ya que ambos exceden el espacio nítido.

Es decir, si el montaje de las acciones se nos muestra la caza furtiva paralelamente comparada con la legal para hacernos reflexionar sobre las contradicciones entre ambas modalidades; en lo que se refiere al tipo de fotografía con la que la cámara cinematográfica de Borau registra el furtivismo podemos afirmar que es una mirada desde lejos, con objetivo de ángulo estrecho. Por la forma en que la imagen de Ángel cazando ha sido captada podemos decir que es una mirada vigilante y escondida que nos implica como espectadores.

Coetáneas de *Furtivos* son las series documentales sobre fauna salvaje del célebre Félix Rodríguez de la Fuente, emitidas por Televisión Española. Este tipo de documentales sobre naturaleza se caracteriza, entre otras cosas, por filmar con teleobjetivos que permiten la observación y captación de imágenes a grandes distancias. La utilización de estos objetivos de ángulo estrecho permite un acercamiento óptico a los objetos retratados sin interferir en su comportamiento. Esta óptica cinematográfica es la que utiliza Borau para retratar la escena furtiva de Ángel *El Alimañero*. Se trata también, dicho sea de paso, de una referencia intertextual de naturaleza óptica entre el cine de ficción y el documental.

Para concluir diremos que la condición furtiva de la película de Borau no sólo acaba contagiando a todos los personajes, sino también a la mirada del propio espectador a través de la fotografía. La óptica de teleobjetivo es una mirada documental, lejana, escondida, vigilante, furtiva y clandestina: una metáfora óptica que invita a la reflexión sobre una forma de «mirar» que propician los regímenes dictatoriales.

BIBLIOGRAFÍA

- HEREDERO, C. F (1990): *José Luis Borau. Teoría y práctica de un cineasta*, Madrid, Filmoteca Española.
- (1997): «Furtivos», en VV. AA. (1997): *Antología crítica del cine español 1906-1995*, Madrid, Cátedra.
- MARTÍNEZ DE MINGO, L. (1996): *José Luis Borau*, Madrid, Fundamentos.
- MONTERDE, J. E. (1993): *Veinte años de cine español 1973-1992*, Barcelona, Paidós.
- SALA, R. (1993): «La memoria del franquismo», *Archivos de la filmoteca*, nº 15, Valencia, Filmoteca Valenciana.
- TORREIRO, C. (1995a): «¿Una dictadura liberal? (1962-1969)», en VV. AA. (1995): *Historia del cine español*, Madrid, Cátedra.
- (1995b): «Del tardofranquismo a la democracia (1969-1982)», en VV. AA. (1995): *Historia del cine español*, Madrid, Cátedra.

LA (RE)PRODUCCIÓN DE UN IMAGINARIO GENÉRICO

NOELIA IBARRA RIUS

Universidad de Valencia

Si consideramos el género a manera de pacto de lectura, como una particular y compleja manera de decir brindada a todo lector empírico, ésta genera pues una peculiar relación con el lector que interactúa con dicha forma textual. En este sentido, una de las consecuencias de la tan traída y llevada modernidad viene articulada por el desarrollo y posterior consolidación de determinadas modalidades de lectura, cuya aceptación tácita por parte de emisores y receptores presuponen un pacto o contrato de lectura con el texto, así como el soporte discursivo característico de ese período.

En este sentido nos parece interesante apuntar las condiciones de recepción del género melodramático en relación a la (re)producción del imaginario sexual. Nos referimos al pacto de lectura marcado por la consideración de esta tipología como «películas románticas», que conlleva una serie de implicaciones. Así en primer lugar, el género se dirige mayoritariamente a un público femenino que digiere dichas ficciones desde la nube vaporosa del ensueño romántico, como también dicha etiqueta genérica enmascara las estrategias de la cultura patriarcal (re)produciéndolas como único modelo de comportamiento, elogiado y recompensado con el ansiado happy ending (Burch, 1987). En nuestro caso, si bien nos hallamos ante un film híbrido entre diversos códigos genéricos, partiendo de la base de la hibridez como rasgo definitorio de la etiqueta terminológica, género, así como de la dificultad de adscripción estricta, creemos poder leerlo desde una tipología de compleja definición, el melodrama femenino impregnado de notas pertenecientes a la comedia según se aprecia en determinados fragmentos, mas comencemos por el principio (Thompson, 1993: testimonio de Wellman).

La hibridez fue apuntada ya desde el primer momento por David O. Selznick. «Mira, está todo mal. La primera mitad es una comedia, y la segunda mitad una tragedia.» De acuerdo a este propósito y pese a las reacciones del público, Selznick contacta con John Lee Mahin de la MGM puesto que: «Cuando ella le ve borracho por primera vez en el Hollywood Bowl queda escrito. Tenía que ser una tragedia».

En efecto, melodrama femenino puesto que la protagonista del mismo es una mujer que re-articula los binomios masculino-femenino activo-pasivo invirtiendo la asociación tradicional de acuerdo a lo apuntado por L. Jacobs (1995) respecto al consenso que relaciona sendas oposiciones. Frente a los personajes masculinos, las mujeres representan mayor fortaleza y dinamismo –pensemos por un instante en un hipotético diálogo entre la abuela de Esther y su marido– como también determinan las directrices de los acontecimientos, así como la emotividad de las acciones en el conjunto de la trama. Esther cuestiona el personaje femenino tipificado por el melodrama de mujeres, aquella pasiva y sufriente receptora de injusticias y desgracias protagonista del género es problematizada por la protagonista, quién asume un carácter activo, responsable hasta cierto punto de lo que le ocurre según veremos. Esther, aparentemente desde una posición problemática para el género melodramático, va a distanciarse del arquetipo femenino para ubicarse más próxima a una heroína autoconsciente, y responsable por momentos de su propio destino.

De esta forma, y de acuerdo con Nowell-Smith la película se inscribe en otra subcategorización del melodrama de mujeres, en directa relación con el cine de mujer, esto es, las historias generadas por él mismo «sacadas del sufrimiento, del sacrificio personal y la no realización del deseo», como se itera en tres ocasiones «el éxito se cobra su sacrificio [...] lo pagarás con el corazón», como efectivamente la fama le arrebató a Esther la vida de su marido, el también actor Norman Maine y éste realizará el máximo sacrificio por amor.

En este sentido, pensamos de acuerdo a Guilia Colaizzi (1997), el film participa plenamente del género cinematográfico privilegiado en Hollywood en los años treinta y cuarenta; el *woman's film*, genitivo que

no implica autoría o pertenencia de film –en parangón con *women's cinema*– sino que alude a un cine de/para la mujer. Este género presenta (Colaizzi, 1997: 114):

películas lloronas –de hecho se llaman *weepies* en inglés, de *wipe*, llorar– dirigidas a un público femenino que ponían a la mujer en el centro de la representación y que estaban basadas en la lógica del sacrificio. En estos melodramas las posibilidades diegéticas de elección que se ofrecían a las mujeres –mujeres fuertes e independientes inicialmente– se reducían a tipologías distintas de la modalidad «sacrificio»: podían a) sacrificarse a sí mismas para los niños (*Madame X*); b) sacrificar a los niños por sus intereses (*Stella Dallas*); c) el matrimonio en nombre del amor (*Back Street*); d) su amor por el matrimonio o por el bien de él (*Kitty Foyle*, *Intermezzo*); e) su carrera por el amor (*Lady in the dark*); f) el amor por su carrera (*Morning Glory*).

De esta forma, el cine a través del *woman's film* en este caso, impone modelos de representación femenina, asumiendo el modelo decimonónico burgués femenino de toda una galería de heroínas caracterizadas por el sacrificio, «buenas chicas» cuya abnegación y capacidad de renuncia de sí instauran patrones de comportamiento a imitar como positivos, a través de una construcción ficcional que naturaliza dichos modelos desde su proposición como únicos, en absoluto casual. En efecto, el cine no tiene por qué ser únicamente un reflejo fiel de la realidad empírica tal y como quería Bazin, sino que su función y caracterización se torna más problemática, en tanto se nos revela como una compleja maquinaria que asume una concepción de realidad reproduciéndola como absoluta, compacta, impidiendo así su cuestionamiento, desde el enmascaramiento del dirigismo espectral mediante la naturalización y la paradójica –puesto que amaga una minuciosa elaboración– exhibición de transparencia, característica del modelo clásico. Como postula Foucault (1998:105):

El poder es tolerable sólo con la condición de enmascarar una parte importante de sí mismo. Su éxito está en proporción directa con lo que logra esconder de sus mecanismos [...] El poder como puro límite traza-

do a la libertad, es, en nuestra sociedad al menos, la forma general de su aceptabilidad.

El texto cinematográfico, el mismo cine incluso, pueden ser entendidos desde las anteriores aseveraciones, como discurso y como industria, producto de relaciones históricamente específicas, cuya dimensión político-ideológica, en tanto hecho cultural, se torna innegable, tal y como la crítica fílmica feminista fundamentalmente ha venido problematizando. Althusser (1978) apunta en este sentido, la noción de «Aparatos Ideológicos de Estado (AIE)», comprendidos como «cierto número de realidades que se presentan de modo inmediato al observador en forma de instituciones diferenciadas y especializadas», entre los que señala diversos sistemas como el religioso, escolar, familiar, político, jurídico, político, sindical, informativo y cultural. El AIE funciona de manera secundaria a través de la «represión» (1978: 124) pero, fundamentalmente «mediante la ideología» (1978: 124), definida ésta como «una representación de la relación imaginaria de los individuos con sus condiciones reales de existencia» (1978: 144) cuya función «en tanto que toda ideología tiene la función (que la define) de constituir a los individuos concretos en sujetos» (1978: 154).

Desde esta línea de trabajo, el cine puede ser entendido como un sistema complejo de configuración del imaginario individual y social, cuyo mecanismo fundamental descansa en la creencia como productora del efecto de verdad, así como activación del proceso de reconocimiento. Nos hallamos así, desde las primeras aproximaciones, en un sistema de representación que define y configura la condición femenina como verdad absoluta, compacta, postulada como real desde el aparato fílmico, homogeneizando el colectivo «mujer» como sujeto anatómico de idénticas características, naturalizado a partir de procesos de identificación y reconocimiento, anotados por Althusser, que remiten a la construcción del imaginario tanto individual como colectivo.

A partir de Althusser señalamos cómo *A star is born*, en tanto texto fílmico representa la configuración de un cosmos ficcional que re-actualiza modelos pertenecientes al imaginario socio-cultural en que se inser-

ta. En lo referente al objeto que nos ocupa, la figuración femenina en relación a la fundación de un género destinado a su consumo, anotamos la importancia respecto a la propagación de un modelo vital de comportamiento, cuyos pilares fundamentales radican en la negación del propio sujeto femenino. La violencia simbólica introduce sigilosamente sus efectos en la mostración de un imaginario social que alaba el sacrificio heroico de la mujer, exhibiéndolo a manera de panegírico desde un espectro de posibilidades vertebrado a la comprensión de la condición femenina, en que matrimonio, amor e hijos conforman las virtudes a guarecer por supremacía.

En el análisis de nuestro caso concreto, el abandono de una brillante carrera profesional en privilegio del cuidado del esposo en virtud del amor, responde a una estrategia naturalizada reproductiva del binarismo sexual así como, perpetuadora de la división de roles y asignación de funciones según la anatomía que, en última instancia, diseña una política de dominación sexual, que no podemos obviar como tampoco puede escapar de ella el espectador. Quizá nos hallamos próximos a la pregunta subyacente en el artículo de Mulvey, materializada por de Lauretis del modo que sigue: «¿Qué sucede cuando la mujer sirve de espejo presentado a las mujeres?». Interrogante al que el texto fílmico responde mediante un modelo femenino fruto de la interiorización de los esquemas duales aducidos anteriormente, basado por tanto, en la constatación del sexo biológico, inalterable como tecnología semejante al género.

LA CONFIGURACIÓN DEL OTRO-MUJER

La película comienza describiendo a Esther Blodgett, joven de un pueblo de Dakota del Norte, fascinada por el cine y lo que ella considera su metonimia simbólica, Hollywood, como también por el actor Norman Maine. Tras una disputa familiar, pequeño nudo dramático que nos revela la incomprensión de su familia ante la vocación de Esther, la firmeza de sus propósitos y la función del personaje de Lettie, abuela de Esther, como ayudante de la protagonista, mujer fuerte asimismo, que

fue capaz de luchar para alcanzar su sueño. A este respecto Esther es tipificada en los primeros planos como una provinciana adolescente subyugada por el *star system*, cuyos pasos se dirigirán ahora a Hollywood, escenario que albergará, tras una serie de obstáculos, su triunfo como actriz. La fama implica el tránsito del nombre, Esther Victoria Blodgett desaparece para la esfera social ante Vicki Lester, constructo re-actualizador de la fábula de Pigmalión, que equipara reminiscentemente a Esther con la ninfa Galatea, lienzo moldeable sobre el que escribir el discurso requerido para el triunfo, el éxito conlleva la desaparición del individuo y la construcción de otro yo.

En la génesis de Vicki Lester, el productor Oliver Niles le advierte de los peligros del éxito, repitiendo las proféticas palabras de la abuela al inicio del film: «Nada es gratis. Cada triunfo lo pagarás con el corazón y además tendrás que cuidar de ti misma», brindándole además un valioso consejo: «Mantén la boca cerrada. Incluso en las escenas de amor». Interesante consejo por cuanto nos permite observar cómo se de-construye el proceso de generación del discurso constructor de la mujer, cómo se desvela el punto de vista, el agente responsable de su enunciación, modelo femenino que actualiza en parte el mito de Pigmalión, el silencio como cualidad esencial de la mujer, vacío significativo para escribir su significado, esta muñequita creada de acuerdo imposiciones externas –los gustos del público, como apunta Oliver– debe velar asimismo por su propio cuidado, dado que es una «buena chica» deberá salvaguardar ante todo su incontaminada honradez y sencillez frente a la falsedad de la elaboración. Interesante contradicción.

No nos hallamos tan distantes pues, de los eternos versos de Neruda, creemos eternizados en función de un sobreimpuesto romanticismo que no obedece a una lectura crítica capaz de deconstruir la significación transmitida, de manera semejante a la transparencia como reflejo de la realidad propugnada desde lo que Noel Burch (1987) ha denominado el «modelo de representación institucional». Nos referimos por supuesto, al célebre poema xv del poemario *Veinte poemas de amor y una canción desesperada*: «Me gustas cuando callas / porque estás como ausente...»

En este proceso de generación, en esta metamorfosis puntuada por el cambio de elementos nominalizadores, se articula una identidad femenina fundada en la metáfora de la página en blanco como emblema de la condición femenina, en el silencio como maquillaje del cuerpo, articulado ahora como fetiche, topografía corporal que se torna metonimia en tanto condensa fragmentos identitarios discursivizados, presencia y ausencia por tanto. La colonización se devela legítima, activando la escritura selectiva de las virtudes ponderadas como encomiables e imitables respecto a la condición femenina sobre el sujeto a definir desde la mirada social.

De esta forma, la feminidad se codifica en torno al artificio, a la máscara que enmascara la escisión exterior/interior, protegiendo el secreto que configura a la mujer como tal; el silencio. Bachelard asevera al inicio del capítulo significativamente titulado «La dialéctica de lo dentro y de lo fuera», en *La poética del espacio*:

Dentro y fuera constituyen una dialéctica de descuartizamiento y la geometría evidente de dicha diálectica nos ciega en cuanto la aplicamos a terrenos metafóricos. Tiene la claridad afilada de la dialéctica del sí y del no que lo decide todo. Se hace de ella, sin que nos demos cuenta, una base de imágenes que dominan todos los pensamientos de lo positivo y de lo negativo.

La estetización impuesta sobre el exterior de Esther entabla así una relación dialéctica con el enigma de su interior, el silencio como gesto enunciativo primigenio de la dominación sexual, dada la mutilación de la propia identidad como requisito imprescindible para la aceptación social. Esther exhibe en este sentido su victoria, su construcción como Vicki Lester despliega las fisuras del itinerario, las grietas deladoras de la inestabilidad de la identidad en tanto dependiente de la valoración del público como emblema del ámbito público, del contexto sociohistórico de producción del film.

Creemos, asimismo, esta recomendación de su productor y futuro apoyo, coadyuva a configurar la imagen de la protagonista, pues ese

«cuidar de ti misma» define por negación el modelo que Esther está actualizando. En efecto, el espectador re-conoce en su re-presentación una muestra del arquetipo perteneciente al imaginario occidental desde el neoplatonismo hasta nuestros días; la espiritualización de la imagen femenina. Esta purificadora mujer neoplatónica, deudora de la literatura cortés, será configurada como esa *Donna Angelicata* de los poetas del *Dolce Stil Nuovo*, la amada ideal, descorporeizada por la acumulación de virtudes hasta el paroxismo que trasmuta su presencia en intangibilidad, convirtiéndola en un ser etéreo, personificación de la Belleza, cuya contemplación desprende tal luz que hace palidecer al mismo Dios, único camino de salvación del hombre. La evolución del arquetipo prosigue históricamente, siendo objeto de diversas formulaciones, no obstante, de acuerdo a nuestra finalidad nos centraremos en las postrimerías del pasado siglo e inicios del siglo XX para reseñar la actualización del imaginario. Así pues, creemos podemos equipar a Esther con lo que Dijkstra (1986) denomina «la guardiana del alma del comerciante y el culto a la monja del hogar» que desembocará en la imaginería del movimiento prerrafaelita, re-creador de un código femenino opuesto a la sexualizada *femme fatale*, re-productor de una mujer frágil, delgada casi niña, cuya sola compañía puede purificar al varón.

Este «bombón de criatura» como será piropeada tras el estreno de su película, exhibe una imagen resplandeciente de pureza —la relación con su novio-prometido-esposo preserva la erotización de sus contactos, que el espectador supone fuera de campo, exhibiendo una relación claramente asexuada, como corresponde al género—, honestidad, fidelidad, lealtad y sinceridad sin mácula como cualidades a imitar para ser una gran actriz, en detrimento de una fémina consciente de su sexualidad —puesto que, la deserotización del héroe/ína es una nota característica del melodrama clásico y de los emblemas corporales propios del deseo masculino. En efecto, nuestra heroína es de pequeña complexión, luce una corta cabellera y en su ingenuidad afirma no conocer las máscaras del maquillaje —parafraseando a Baudelaire—, encanto natural, de aspecto saludable y frágil apariencia que no medra su constancia en el trabajo, su perseverancia para obtener sus objetivos, ni se corresponde con

su fortaleza interior. Pensemos que esta pareja formada por la «buena chica y el sinvergüenza», como los llama Matt Liby recogen toda la tradición de la mujer que conduce al amado descarriado al redil, la «buena chica» que escenifica y condensa el camino para la salvación del hombre con la que el público puede identificarse y re-conocerse, ser moldeado desde las marcas de enunciación de la misma manera que Galatea es esculpida, cuya muestra paradigmática en la tradición española hallará el espectador en la mítica pareja Don Juan-Doña Inés.

Heredera pues del ideal decimonónico, este omnipresente sujeto textual condensa y escenifica décadas de tradición literaria, revela todos los pilares de la utopía instaurada en torno a la mujer en este siglo, preludiando asimismo la estetización femenina de movimientos posteriores. Próxima asimismo a las dulces, pacientes, sufridas, bondadosas, humildes, tiernas heroínas del folletín o la novela por entregas, Esther encarna las atribuciones positivas de la condición femenina en su grado máximo, de ahí la adoración del público en tanto escenifica la mujer que las madres desean por esposa para sus hijos, el patrón conductual para el público femenino y el objeto a desear por el público masculino.

Tal y como corresponde al relato clásico y parafraseando uno de los textos fundacionales a este respecto, el ensayo de Mulvey (1988), *Placer visual y cine narrativo*, la figuración femenina responde a una cosificación del cuerpo femenino como objeto erótico, expuesto a la mirada, embellecido y fundado para ella incluso, alineando la masculinidad en el ámbito de la actividad, frente a la feminidad restringida a la pasividad, brindándonos más que una mujer real una lectura del fetiche como metonimia de la misma, connotada por la mirada masculina como fundadora de esta cosmovisión.

Este producto del *the woman's film* naturaliza así, mediante el enmascaramiento de sus estrategias discursivas como caracteriza al relato clásico, un estereotipo tradicional de la mujer; la virgen. En efecto, próximo al canon literario español del periodo denominado siglo de oro, la honra y pureza de la mujer son salvaguardadas voluntariamente por este jánico y escinidido Don Juan, quien ante tal puesta en escena, no puede menos que idealizarla y reconocerla como personificación de su posi-

ble trayecto purificador. La ponderación del modelo que Esther representa, implica la asunción del público femenino consumidor del texto fílmico, del lugar asignado en el sistema social, como también la naturalización de un paradigma de exclusión de la mujer de las esferas de poder al conferirla e identificarla a la salvación del hombre.

Sin embargo a Vicki se le plantea una difícil disyuntiva: la conjugación perfecta de amor, representado en la institución canonizada a tal efecto, el matrimonio, y éxito profesional, tan frecuente en nuestros días. Su realización profesional, su victoria como su propio seudónimo indica, conlleva el camino inverso en el caso de su marido, que deberá asumir los roles tradicionalmente asociados a la esposa, relegado a la esfera doméstica, esperando el regreso del miembro activo, laboralmente hablando, de la pareja. De hecho, lo que Vicki se atribuye como posible causa potenciadora de la progresiva autodestrucción de Norman –también un seudónimo– radica en el exceso de trabajo, que la aleja del hogar matrimonial, así como de la realización de las funciones propias de éste que deben ser asumidas por Norman, como también el abandono de la salvaguarda moral del esposo ante las obligaciones profesionales, la no dedicación plena a su cuidado, la fusión de dos existencias en la masculina con el objeto de asegurar su bienestar interior. Como le manifiesta a Oliver al confesar su determinación de renunciar a su carrera «para devolverle la vida a él», lo que su productor lamenta pero, concluye que no ve nada extraño.

En este sentido las obligaciones para cada uno de los protagonistas se revelan intransferibles en función de su rol sexual, observamos pues una definición de los personajes en relación a un patrón cultural que fija identidades («ser hombre», «ser mujer»), una constatación de paradigmas o modelos identitarios a partir de identificaciones con ideales culturales. Por tanto, se sustenta una división masculino/femenino tras cuya definición de patrones subyace un poderoso instrumento de poder y control. La asignación de tareas se puntúa de acuerdo a la biología, comprendida desde el sistema sexo/género acuñado por Gayle Rubin (1986), frecuentemente citado por la teoría feminista, en tanto reseña la escisión biología por un lado y, por otra la mujer como ese «deber ser

social» que venimos reseñando, el trayecto y producto configurador de la feminidad. En palabras de Rubin citadas por Colaizzi (1997: 107):

Un sistema sexo/género es el conjunto de disposiciones por el que una sociedad transforma la sexualidad biológica en productos de la actividad humana, y en el cual se satisfacen las necesidades humanas transformadas...

En efecto, la distinción planteada por la crítica feminista entre sexo y género separa a la hembra de la mujer, distingue la biología de la dimensión socio-cultural al tiempo que establece una separación entre el cuerpo sexuado como determinación biológica y las marcas de representación de la masculinidad y feminidad esbozadas tanto por los códigos sociales como por las pautas culturales. Así la barra mostraría para Colaizzi «lo que separa a la hembra de la mujer», la cual siguiendo a Judith Butler comprende el sexo como una construcción cultural, de la misma manera que el género, el sexo sería el medio a través del que la «naturaleza sexuada» se establece como «pre-discursiva», anterior a la cultura, una superficie políticamente neutra sobre la que la cultura actúa. En este sentido, ni el sexo ni el género serían atributos pertenecientes a los cuerpos, sino el citado proceso, ese «llegar a ser», una manera de existir socialmente y por tanto medios de representación y autorepresentación, una «tecnología social», terminología apuntada por de Lauretis en *The Technology of Gender*.

Así pues se legitima la imposibilidad de conjunción de ambas esferas en el caso femenino –nos resulta bastante complicado imaginar la decisión de abandonar una carrera profesional en pleno auge para dedicarse al cuidado de su esposa, desde la inversión de los papeles masculino y femenino–, como también el sacrificio por amor. Tras estas palabras Esther abandonará su trabajo para emplear su poder moral en contrarrestar la destructiva influencia del mundo sobre su amado, en nítido apogeo del culto a la mujer como monja de clausura casera, trasmutándose en la guardiana de la conciencia del esposo y salvaguarda de su alma.

Así, el cine configura y difunde un imaginario social que alberga la re-presentación de la mujer como entidad modélica de la condición femenina a partir de toda una atribución de funciones definidas como propias, fundada a partir de una concepción biologicista que constriñe a la mujer a sus funciones reproductoras, problematizada por la crítica feminista a través del trayecto sexo-género, como comentaremos con más detalle en un fragmento concreto. Observamos pues, la concepción del matrimonio como un mecanismo de sujeción y dominación sexual femenina, enmascarado por el maquillaje de ficciones amorosas difundidas por el folletín, novelas rosa, el género romántico o el mismo cine.

En este sentido asevera con Foucault (1998: 141,142):

En esas postrimerías del siglo XVII, y por razones que habrá que determinar, nació una tecnología del sexo enteramente nueva; nueva, pues sin razón de ser de veras independiente de la temática del pecado, escapaba en lo esencial a la institución eclesiástica. Por mediación de la medicina, la pedagogía y la economía, hizo del sexo no sólo un asunto laico, sino un asunto de Estado; aún más, un asunto en el cual todo el cuerpo social, y casi cada uno de sus individuos era instado a vigilarse. Y nueva, también, pues se desarrollaba según tres ejes: el de la pedagogía, cuyo objetivo era la sexualidad específica del niño; el de la medicina, cuyo objetivo era la fisiología sexual de las mujeres; y el de la demografía finalmente, cuyo objetivo era la regulación espontánea o controlada de los nacimientos.

El film no podía sino clausurarse alzando su alabanza del sacrificio hasta un punto álgido, el itinerario finaliza con el asentamiento definitivo en el universo conquistado pero con una metamorfosis vital, fruto de todo el espectro experiencial asumido. Este nuevo pasaje culmina en un nuevo borrado identitario, más emblemático si cabe, que los anteriores, la escena final nos presenta a Vicki ante un micrófono de la radio desde el que mantiene una «conexión con todo el mundo», con lágrimas en los ojos diciendo: «Hola a todos, les habla la esposa de Norman Maine», el itinerario culmina en el tachado de la identidad individual en privilegio de una existencia como objeto poseído, «señora de», por

una ausencia, el difunto Norman Maine, recuperado así como presencia intangible, Esther desaparece como protagonista para ser la transcripción de una falta, de un vacío.

Palabras que se rebelan contra el tiempo para recuperar presencias, que desafían la mortalidad humana mediante la eternidad de la fama, que compensan en el terreno simbólico el vacío, el melodrama restablece el equilibrio desestabilizado por la cadencia de la muerte mediante un elemento de redención del personaje caído, precisamente los términos regeneradores de esta estabilidad en el único plano posible, el simbólico, son las mismas que clausuran la ficción: «Hola a todos, les habla la esposa de Norman Maine». Alfred es redimido por autosacrificio de labios de su esposa, y restituido al terreno de la ficción gracias al recuerdo de su nombre, su pervivencia a través del tiempo, la fama. La autoinmolación de Norman asume el inicial proyecto sacrificial de su esposa, trasmutando asimismo la existencia posterior de Esther como escenificación de una lacra, de una carencia que la anula como identidad individual, a favor de una nominación perpetuadora del borrado de Esther en privilegio de la escenificación de la identidad como objeto poseído del esposo ausente.

BIBLIOGRAFÍA

- ALTMAN, Rick (1991): *Los géneros cinematográficos*, Barcelona, Paidós.
- ALTHUSSER, Louis (1978): *Ideología y aparatos ideológicos de Estado, Ensayos*, Barcelona, Laia.
- BURCH, Noel (1987): *El tragaluz del infinito*, Madrid, Cátedra.
- COMPANY, Juan Miguel (1987): «Dulces prendas por mí mal halladas. El objeto del melodrama cinematográfico», en VV.AA.: *Acerca del melodrama*, Generalitat Valenciana.
- COLAIZZI, Giulia (1997): *Cine y feminismo; del «cine para la mujer» al cine de mujeres como crítica de la representación*, Sólo para tus ojos; *el factor feminista en relación a las artes visuales*, Zure begietarako bakarrik; feminismo faktorea arte bisualak direlaeta, Donosita, Diputación Foral de Gipuzkoa.
- DJKSTRA, Bram (1986): *Ídolos de perversidad*, Madrid, Debate.
- FOUCAULT, Michel (1998): *Historia de la sexualidad 1. La voluntad de saber*, Madrid, Siglo XXI.
- GUBERN, Roman (1974): «Teoría del melodrama», en *Mensajes icónicos de la cultura de masas*, Barcelona, Lumen.
- JACOBS, Lea (1995): *El cine de mujer y la poética del melodrama*, Archivos de la Filmoteca de la Generalitat Valenciana, nº19.
- LEFF, Leonard J. (1991): *Hitchcock y selznick. La rica y desconocida colección de A. Hitchcock y D. O. Selznick en Hollywood*, Laertes.
- MULVEY, Laura (1988): *Placer visual y cine narrativo*, Valencia, Episteme.
- RUBIN, Gayle (1986): *El tráfico de las mujeres: notas sobre la economía política del sexo*, México, Nueva Antropología.
- THOMPSON, Frank T. (1993): *William A. Wellman. Festival Internacional de cine de San Sebastián*, San Sebastián-Madrid, Filmoteca española, primera edición (agosto).

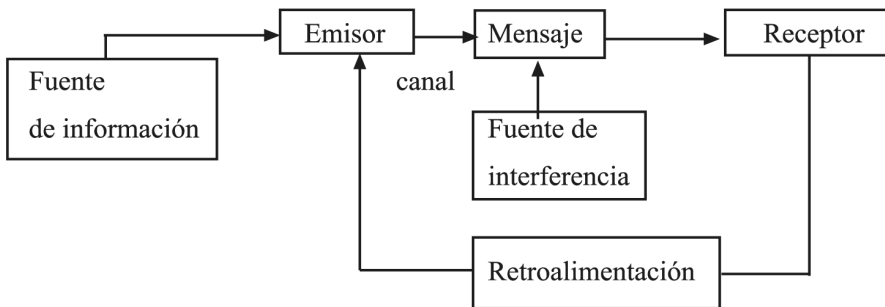
EL ESPECTADOR DE LA IMAGEN DIGITAL: ¿UN NUEVO AGENTE DEL PROCESO COMUNICATIVO?

JESSICA IZQUIERDO CASTILLO

Universitat Jaume I, Castellón

INTRODUCCIÓN

El planteamiento procesal de la comunicación de Lasswell: *quién dice qué a quién*, mediante qué *canal* y con qué *efecto*; reproduce la comunicación como un proceso de transmisión lineal de un mensaje que parte del emisor hacia el receptor a través de un canal apropiado y con el código correspondientemente compartido por ambos agentes:



Los modelos posteriores profundizan acerca del *feedback*, fundamental para poder hablar de comunicación más allá de la mera transmisión de información. En la fotografía, el fotógrafo (emisor) configura un mensaje (imagen fotográfica) que tiene como destinatario un receptor (consumidor de imágenes fotográficas). La presente comunicación pretende recoger precisamente esta disposición de la figura del receptor como espectador-consumidor de los medios audiovisuales, para tratar de analizar qué papel se concreta como destinatario de la imagen fotográfica, especialmente en la transición de esta última del proceso analógico-fotoquímico al digital.

El debate de lo digital sobre lo fotográfico se viene desarrollando en dos niveles. Por un lado el nivel de lo particular y lo local, referido al trabajo tradicional de los fotógrafos y las consecuencias que pueda tener en su significado y en la manera de percibir de los consumidores, así como las amenazas que pudiera representar. Por otro lado, el nivel global y temporal se cierra sobre los cambios históricos en la ciencia, la tecnología y la cultura visual (Lister, 1997: 15). Esta comunicación se centrará en el primer nivel.

Un texto, una imagen estática o en movimiento, la producción de sonido..., todos los mensajes audiovisuales están concebidos por un creador con el fin de ser percibidos por una audiencia. Son numerosos los trabajos que focalizan el objeto de análisis en la configuración del espectador por parte del mensaje y su autor. Así, la elección de un encuadre, la iluminación, la partitura, son elementos concebidos a priori para un determinado receptor pre-configurado. El receptor está presente en la propia concepción del mensaje, como elemento intrínseco y necesario para que se cumpla la funcionalidad del mismo, es decir, comunicar (un sentimiento, una información, un peligro, etc). Esta comunicación también intentará poner sobre la mesa la cuestión del espectador en su nuevo papel de receptor de la imagen digital, en relación con su anterior estatus pasivo, y de cómo esta nueva función puede modificar la concepción de la fotografía como mensaje en transmisión.

LA MANIPULACIÓN ILIMITADA DE LA IMAGEN DIGITAL

La nuestra es una sociedad envuelta en imágenes. Desde que la fotografía nos introdujo en la era de la reproductibilidad técnica a la que se refiere W. Benjamin (1982), la captación de la realidad mediante imágenes ha sido la manera de recoger testigos de nuestro presente para que hicieran la función de recordatorio para el futuro. Así, hay quien opina que hemos ido construyendo una realidad alternativa, construida sobre imágenes, que en el peor de los casos estaría desvirtuando lo real mediante el simulacro. De esta manera, la producción y el consu-

mo de imágenes se ha convertido, como afirma Susan Sontag (1979: 16), en el sustituto de la experiencia de primera mano, y en esta sociedad de la información, donde los mensajes se multiplican exponencialmente a cada segundo, el afán por estar informados de todo ha hecho que caigamos en la necesidad de recurrir a la plasmación bidimensional de fragmentos de realidad.

Por estos motivos, es fácilmente comprensible el estatuto de veracidad que le hemos otorgado durante años a la fotografía. Por muchas manipulaciones que se pudieran realizar sobre la fotografía analógica, ésta siempre nos dejaba el negativo como testigo. Ahora la tecnología digital borra las huellas.

Hasta ahora, podría considerarse que el consumidor de imágenes fotográficas ha estado en una posición pasiva. El carácter periodístico de la fotografía ha ayudado a entender ésta como el testigo de la verdad. Pero la revolución digital ha abierto la veda a un espacio ilimitado de posibilidades creativas que permiten la manipulación completa de la imagen. La manipulación es algo que ha acompañado a la imagen desde siempre. Y la fotografía no ha supuesto una excepción. Desde el momento en que el fotógrafo selecciona del campo visual una porción para encuadrar la fotografía se produce una selección subjetiva que condiciona la representación de esa realidad recogida del campo visual del ojo humano. Cuando a esto se le añaden otras circunstancias, tales como el ángulo, el objetivo o el foco, hablar de manipulación ya desde la toma misma parece inevitable. Después se podría hablar de manipulaciones más «conscientes» que son las que se realizan sobre el negativo o el positivo para falsear la toma realizada directamente de la realidad. Esta manipulación ha requerido de un proceso mecánico, que limitaba la capacidad de falseamiento a una parcela restringida de profesionales que, en el caso de la prensa, por ejemplo, se les suponía un respaldo de veracidad. Con la tecnología digital esta manipulación se «democratiza» y, gracias a la facilidad y accesibilidad del *software* informático, cualquier persona puede en pocas horas modificar por completo una fotografía (desde retoques de perfeccionamiento de la toma a descontextualizaciones completas de los objetos o sujetos fotografiados).

Consecuencias de la manipulación: escepticismo y creatividad

La pérdida de la confianza

Ésta parece ser la primera consecuencia que se adivina a la imagen en esta nueva era digital. El estrato de veracidad que esta sociedad de la información le ha conferido a la fotografía es ahora fuertemente cuestionado, ya que el agente que más ha influido en conferir a la imagen este carácter testimonial se ha apuntado a las maravillas de la digitalización. Nos referimos a la prensa. En los últimos años no nos ha sido difícil observar «fotomontajes» digitales en los diarios, incluso en portada. Además, es la propia prensa especializada y los periódicos los que han dado cuenta de lo que se ha bautizado ya como «la muerte de la fotografía», lanzando advertencias acerca de la duda frente a lo que vemos. Para el consumidor de imágenes fotográficas se le presenta como un ingenuo esfuerzo de fe el hecho de mantener la creencia en un vínculo significativo entre la apariencia del mundo y la configuración concreta de una imagen material. Afirmar eso supone una convulsión importante, cuyas consecuencias están todavía por estudiar. De momento, Lister (1997: 17) ya habla de una transformación de la cultura visual sustentada no sólo en el cambio tecnológico: «los cambios de naturaleza en el modo de plasmar el mundo en imágenes se consideran (aunque no sin problemas) cambios en el modo de ver el mundo. Y, a su vez, se cree que estos cambios ideológicos están relacionados con los cambios en el modo de conocer el mundo». Por lo tanto, se produciría una escisión en la forma de reproducir imágenes que abriría un camino paralelo en la forma de configurar nuestra percepción y consciencia del mundo. Pero, ¿qué pasará con la línea analógica? ¿Se mantendrá o quedará pronto abandonada en el olvido? ¿Supondrá esto la desaparición total de la confianza en la representación fotográfica testimonial?

Nuevas exigencias creativas

Las nuevas posibilidades de manipulación ofrecen, por otra parte, una herramienta valiosísima en función de la creatividad. Ya no existe una imagen imposible, todo se puede transformar y, en el caso de no tener un mínimo referente en lo real, se puede recurrir a la virtualidad.

El aumento de demanda creativa se puede observar sobre todo en la publicidad. El espectador recibe miles de imágenes diarias, y cada vez es más difícil poder ofrecerle algo que llame su atención. Éste es el gran reto que se le plantea a la publicidad hoy, y lo hace en dos niveles. En primer lugar está la creatividad, que debe concebir la imagen más espectacular, más llamativa y al mismo tiempo, más eficaz para vender el producto. En segundo lugar, las nuevas acciones comunicativas (relaciones públicas, publicidad exterior, etc.) que buscan la mejor contextualización y ubicación de la imagen para que ésta cumpla con los objetivos marcados en la campaña. La fotografía digital puede suponer un cambio en la forma de relacionarnos con las fotografías publicitarias, donde este cansancio ante el imaginario ofrecido obliga a un trabajo de reciclaje continuado.

Por otra parte, ya hay autores –como Robins (en Lister, 1997: 49)– que advierten contra la trampa del progreso metafísico, donde siguiendo la lógica del proceso acumulativo, cualquier cosa que venga después es necesariamente mejor que la anterior. La cultura digital es de momento poco imaginativa y tristemente repetitiva para algunos, que la consideran atrapada en su visión teleológica.

Construyendo una actitud crítica que combata el escepticismo

Comportamiento ético

Corremos el riesgo de caer en la manipulación indiscriminada, ya sea de forma activa como pasiva, lo que plantea nuevos problemas éticos que no tienen reflejo en los códigos éticos ni en los libros de estilo periodísticos. Es la prensa, en su estatus de vigilante de la verdad, la que debe considerar en primer lugar la cuestión ética, estableciendo límites que permitan el uso de las nuevas tecnologías sin abandonar el comportamiento ético ni la función testimonial y crítica de la fotografía en esta parcela de la verdad. En EE UU, la Asociación Nacional de Fotógrafos de Prensa son pioneros en pronunciarse al respecto: «no debería tolerarse ninguna manipulación que no pudiese hacerse fácilmente en el laboratorio tradicional». Ni que decir tiene que esta regla es totalmente transgredida. Debería plantearse si el hecho de que se puedan utilizar nuevas formas de manipulación en la imagen obliga a su uso.

Alfabetización visual

Queda expuesto que la revolución digital no está suponiendo únicamente un paso más de perfeccionamiento tecnológico, sino una nueva forma de relacionarnos con el mundo. Hasta ahora la fotografía ha estado ligada a la realidad, y ahora la habilidad para procesar y manipular las imágenes llena de escepticismo nuestra mirada hacia las imágenes. Por este motivo, al igual que tuvimos que aprender el abecedario, nos instruimos en la pintura y nos familiarizamos con las imágenes analógicas, debemos ser conscientes de la necesidad de una preparación para poder desenvolvernos en el nuevo escenario digital sin caer en el escepticismo absoluto. Es necesaria una actualización en la educación visual para conocer la nueva naturaleza y estatus de la imagen (especialmente la informativa). Gracias a este acercamiento, el usuario estará en posi-

ción de desarrollar una actitud crítica, la cual será una herramienta indispensable para poder enfrentarse y tomar parte activa en la vorágine de información visual a la que nos exponemos diariamente.

Lister (1997: 17) apunta más lejos, y habla de una «transformación de la cultura visual», mientras que Tim Drukery (Lister, 1997: 18) advierte sobre la otra cara de la moneda:

Los medios electrónicos no pueden simplemente ignorar cuestiones teóricas de la representación por las que ha trabajado durante las dos últimas décadas desde los campos de la fotografía y el cine. A medida que la representación se envuelve en algoritmos [...] la teoría se vuelve más esencial que nunca.

Los alumnos deben ser instruidos en la imagen digital sin olvidar unas premisas teóricas y unas directrices de análisis.

UN NUEVO AGENTE EN EL PROCESO COMUNICATIVO: EL NUEVO USUARIO DE LA IMAGEN

La interactividad

Con la aparición de la tecnología digital, la posición del espectador se ha visto modificada por las nuevas posibilidades que esta representa. Ha sido la revolución digital la que ha abierto la puerta para poder conferir un poder al espectador que traspase la tan nombrada retroalimentación que no ha llegado nunca a darse de una forma equitativa entre los dos agentes primarios implicados en el proceso comunicativo.

La interactividad presupone ahora al espectador una capacidad de decisión en la recepción del mensaje. En el texto multimedia el consumidor o usuario tiene la posibilidad de «navegar a través de una extensión de conocimiento e información potencialmente inmensa. Al hacer sus propias conexiones, escoger sus propios caminos, y ser activo al producir su propio sentido de lo material, se le incluye por primera

vez en la construcción del significado» (Lister, 1997: 34). Gracias a esto, la fotografía se convierte en un mensaje cargado de una riqueza potencial que espera a ser descubierta.

La interactividad otorga la «opción» al consumidor, pero ¿qué opción? ¿Es tan amplio el abanico de posibilidades que nos ofrece la tecnología para determinar lo que queremos ver? ¿O se trata sencillamente de un número limitado de posibilidades, de entre las cuales habrá que elegir una y que, normalmente, constituirán un número bastante reducido? La respuesta parece obvia. La opción de elegir está ahí, sí, pero no la de crear. La interactividad digital tiene lugar dentro de unas condiciones, estructuras y límites ya establecidos de antemano.

El nuevo usuario de la imagen fotográfica

Con la llegada de la prensa, el público tuvo una nueva forma de abrirse al mundo y conocerlo, desligándose de las perspectivas literarias de unos pocos escritores. Pronto, el nuevo medio ofreció la oportunidad a sus lectores de disfrutar de una pequeña parcela en el otro lado, y publicó algunas de sus opiniones y sugerencias, convirtiéndolos en pequeños productores de la representación. Cuando aparece la fotografía, pronto adquiere un carácter popular ya que, si bien no estaba al alcance más que de unos pocos privilegiados el poder estar en posesión de una imagen fotografiada, sí que se observaban imágenes publicadas sobre todo en carteles y prensa. Poco a poco se fue haciendo más doméstica y, aunque su carácter mecánico y químico la mantenía al recaudo de los profesionales, la industrialización masiva de las cámaras domésticas, de fácil uso, nos convirtió a todos en captadores de imágenes (que no fotógrafos).

Volviendo al esquema del proceso comunicativo, el usuario de fotografías analógicas, transmitidas en canales gráficos impresos, es un receptor pasivo en cuanto a la actividad comunicativa. Su aportación al proceso se limita a la descodificación del mensaje fotográfico. El usuario de fotografías digitales mediante canales digitales es un nuevo agente en el

proceso, que no sólo lo renueva sino que lo dinamiza. Así, gracias a la nueva tecnología de Internet, por ejemplo, el receptor tiene acceso a cualquier imagen que circule por la red. A partir de aquí, puede «apropiarse» de dicha imagen y operar sobre ella todas las modificaciones que considere oportunas para sus fines. Una vez transformada, podrá enviarla a cualquier persona así como publicarla en algún soporte. Es decir, el receptor ya no es el destinatario final, sino que puede convertirse en productor de la imagen. En cualquier caso, sería destinatario final de la primera imagen captada, es decir, si entendemos por «fotografía» esa primera imagen publicada (la que le ha sido enviada o publicada por Internet en nuestro ejemplo) el receptor sí que sería el destinatario final, aunque tendría siempre la posibilidad de reenviarla a cuantos receptores adjuntos quisiera. Sin embargo, aquí entramos en un terreno susceptible de debate, porque deberíamos definir qué es lo que se entiende por fotografía. Si la fotografía es la captación de la realidad sin ninguna mediación, entonces la fotografía originaria de nuestro ejemplo tampoco sirve, ya que su autor ya ha impreso sobre ella las manipulaciones básicas de las que hemos hablado en nuestra introducción. Además, desconocemos si ha utilizado algún *software* para retocar las posibles imperfecciones efectuadas durante la toma. Si desposeemos de la cualidad de originalidad a una toma modificada, entonces es igualmente válida la denominación de «fotografía» tanto para la imagen resultante de las modificaciones de nuestro sujeto como para la imagen que éste tiene como «materia prima». De esta manera, nuestro sujeto pasa de ser receptor a productor de la imagen, imprimiendo sobre ella modificaciones de la misma manera que el anterior productor de la imagen la ha podido modificar. Cuando ya tenga la nueva imagen, nuestro receptor se convertirá en emisor y la enviará a otros receptores. Si ese otro receptor es el emisor original, estamos hablando del *feedback* hecho interactividad, mientras que si son otros receptores ajenos a este primer circuito comunicativo, podemos hablar de una libre circulación del mensaje por todo el ciberespacio, con la posibilidad de convertirse al soporte material en cualquiera de sus «paradas» (estadios de la continua transformación).

La libre circulación de la que hablamos nos da una pista del nuevo estadio que le confiere la tecnología digital a la fotografía: el de la imagen siempre viva. Mitchell señala (en Lister, 1997: 33) cómo la apertura sin límites de la imagen digitalizada «traza una analogía con las teorías postestructuralistas del lenguaje y el significado. Estas teorías enfatizan la naturaleza polisémica de los signos, su capacidad para significar más de una cosa fija. También enfatizan su “indeterminación”, la forma en que el lenguaje y el sistema de signos están siempre en proceso a medida que se utilizan». Por lo tanto, la imagen fija permanecería siempre abierta, sin ninguna clausura definitiva que le dotara de un significado universal y unívoco. Se encontraría abierta a cualquier significación que la interpretación y las nuevas formas significantes le otorgaran.

¿De quién es la foto?

Debemos pensar en el problema de la autoría. La imagen creada por el fotógrafo tiene un significado para éste, y con la intención de transmitir dicho significado la envía o publica. En este sentido, él es el autor de la fotografía. Sin embargo, si aceptamos la apertura infinita del significado de la imagen viajante en el ciberespacio digital, esta conexión del significado-autoría se diluye, ya que el mensaje (fotografía) susceptible de modificación no llega a ser concretizado en un significado unívoco; o, por el contrario, se introduce en una red de combinaciones del binomio a medida que la imagen va siendo modificada. Es decir, si volvemos al sujeto de nuestro ejemplo anterior, él habría recibido una imagen dotada de un significado que le habría conferido el autor primero de dicha imagen (binomio 1). En el momento en que este primer receptor modifica la imagen está modificando también su significado, por lo que se convierte en autor de la nueva imagen modificada (binomio 2) y así sucesivamente. Pero entonces, ¿estamos hablando de una única fotografía o de tantas como receptores-modificadores se encuentre?

Con respecto a la autoría, Benjamin (1982: 21) ya apuntaba que cara a la reproducción manual, que normalmente es catalogada como falsifi-

cación, lo auténtico conserva su autoridad plena, mientras que no ocurre lo mismo cara a la reproducción técnica. Es decir, la reproducción técnica se desvincula del original al encontrarse desvinculada del punto de vista del ojo humano, congelando la imagen de la realidad, propiciando, además, el viaje de la propia obra hacia su destinatario. La frase de Benjamin (1982: 40) «la distinción entre autor y público está por tanto a punto de perder su carácter sistemático» se hace hoy más eminente que nunca.

Más allá de la reproducción técnica, lo que nos encontramos ahora es con la reproducción digital, que implica, aunque parezca paradójico, una reproducción manual (entendida como la manualidad requerida para manejar el ratón o la pantalla táctil de un ordenador). Entonces, ¿cómo podemos considerar la reproducción digital? ¿Es una falsificación o es una obra emancipada?

Sin abandonar a Benjamin, podemos considerar brevemente la cuestión de la pérdida del aura en el espacio digital. Si bien la multiplicación de las reproducciones pone en presencia masiva lo que debiera ser irreplicable, el hecho de que la imagen pudiera salir al encuentro de cada destinatario le confería cierto carácter de actualidad. Con la fotografía digital, la imagen puede hacer algo más que ser reproducida sistemáticamente o salir al encuentro del destinatario: puede exhibirse en el escaparate cibernético a la espera de que algún nuevo productor-autor le recicle ese halo de univocidad que envuelve lo irreplicable. Pero no tendrán suerte, porque en esta ocasión cualquier modificación es imitable.

Para finalizar este apartado se me sugiere una reflexión: ¿es este proceso inevitable? ¿Estamos todavía a tiempo de dar marcha atrás y permanecer con la fotografía analógica y la visión del mundo a la que ésta nos ha acostumbrado? La respuesta, una vez más, podemos encontrarla en este autor (Benjamin, 1982: 18, 19): «cualquier obra de arte ha sido siempre fundamentalmente susceptible de reproducción [...] la reproducción técnica de la obra de arte es algo nuevo que se impone en la historia». Bien, parece que ahora, lo que se impone en la historia y en el imaginario es la reproducción digital, ya que la fotografía también ha sido siempre susceptible de reproducción. El proceso ya está en marcha. Nos volveremos a acostumbrar.

CONCLUSIONES

La tecnología digital ya se ha instalado firmemente en la industria de la imagen, y a partir de ahora esperará a la culminación de la transición. Cualquier cambio tecnológico supone una época de adaptación en la que las viejas y las nuevas técnicas conviven hasta que se completa el proceso. Este periodo transitivo no está nunca exento de polémica, aunque gracias a ella se abren debates que ayudan a entender las causas y consecuencias del cambio. La fotografía digital aporta numerosísimas ventajas a priori, como la capacidad ilimitada de obtención de imágenes, las posibilidades innumerables de manipulación, la transmisión instantánea (Internet, teléfonos móviles, etc.). Pero también supone un peligro para la concepción de la fotografía en su calidad testimonial.

Una cámara digital nos permite realizar cuantas tomas queramos, sin cargo alguno de coste (exceptuando las baterías y el desgaste por uso). La posibilidad de elegir la fotografía que queremos guardar y la que queremos desechar al instante nos facilita el trabajo de pensar la foto ya que si no nos gusta siempre podremos repetirla. Pero si disparamos indiscriminadamente a cualquier espacio obtendremos innumerables fotografías pero pocas imágenes que valga la pena admirar. Y en el caso que nos encontremos con alguna, habrá sido por casualidad. Pero obviamente esto no tiene por qué ser así. Las ventajas que ofrece la tecnología digital pueden seguir siendo positivas para la fotografía si no dejamos en el olvido lo que ésta significa en la era pre-digital. De esta manera, no caeremos en la convicción de pensar que podemos dominar las imágenes, y recordaremos a Baudrillard (1996: 100) cuando advierte que también pudiera ser que fueran las imágenes las que comiencen a dominarnos.

Una de las causas que se debaten en este periodo son las nuevas posibilidades de actuación que se le presentan al usuario de las imágenes, hasta ahora limitado por las condiciones analógicas. Parece que el mito de la interactividad se acerca cada vez más a la realidad gracias a la digitalización de las tecnologías, y como ha ocurrido en los dos últimos siglos, empieza nuevamente por la fotografía (imagen fija), aunque ya

se están estudiando las alternativas que puede ofrecer en el movimiento (interactividad en el cine). Gracias a la interactividad, las imágenes fotográficas, las narrativas visuales y las representaciones ganan en significado.

Pero para que esto se consiga deben reunirse esfuerzos en pos de una educación visual con especial e intenso interés en la instrucción en el software digital, ya que es la herramienta indispensable para que todos podamos participar en el proceso interactivo.

BIBLIOGRAFÍA

- BAUDRILLARD, Jean (1996): *El crimen perfecto*, Barcelona, Anagrama.
- BENJAMIN, Walter (1982): «La obra de arte en la época de su reproducibilidad técnica» en *Discursos interrumpidos I*, Madrid, Taurus.
- LISTER, Martín y otros (1997): *La imagen fotográfica en la cultura digital*, Barcelona, Paidós.
- SONTAG, Susan (1979): *On Photography*, Harmondsworth, Penguin Books.

ARAKI-TRASPASANDO LO *PORNO-ESTÉREO*.¹⁴⁷ DISCURSO SOBRE LA ACCIÓN FOTOGRÁFICA COMO ACTO PERFORMATIVO

JOHANNA MORENO CAPLLIURE

La imagería de Nobuyoshi Araki se sitúa entre su obscenidad irreverente, su fotografía espontánea, su ironización sobre el cuerpo y la sexualidad dentro del contexto puritano de la sociedad japonesa, su caprichoso modelo fijo: la mujer objetualizada, así como la representación del coito que ha engendrado diversas polémicas dirigidas a la representación arakiana del sexo como producto pornográfico.

Pero, mi deseo en este texto no es el de acumular una serie de saberes en torno a la obra de Araki, sino más bien ver en su trabajo un hilo conductor para leer en él fragmentos de la construcción de su vida y, por lo tanto, ejemplos de construcción de identidades a través del cambio de mirada.

Por eso intentaré evitar los caminos dirigidos hacia la polémica donde se cuestione la representación del cuerpo de la mujer y del acto sexual en la obra de Araki, cosa que sólo tendría sentido dentro de una revisión de la imagen sexual y cosal del cuerpo humano, en las tradiciones artísticas tanto de Oriente como de Occidente.

Como ejemplos de ello, y citando al azar: los grabados japoneses, algunas cerámicas griegas, las estatuillas romanas de Venus en bronce, los grabados de Marcantonio Raimondi o Agostino Carracci para los *Sonnetti Lussuriosi* de Pietro Aretino, Tiziano y Tintoretto con sus mudas y por eso, deseosas Afroditas, las bellas mórbidas de Rubens, las jóvenes lánguida y frívolas de la Escuela de Fontainebleau, las libidinosas representaciones para las diferentes ediciones de la obra de Sade en el siglo XVIII. Sin olvidar la marcada descuartización del cuerpo femeni-

147. Definición empleada por Jean Baudrillard (1998) para dar nombre a uno de los epígrafes situados en el primer capítulo de su obra *De la seducción*, y que me fue totalmente estimuladora a la hora de re-definir la situación de Araki dentro del mundo del arte.

no, ya en época de los -ismos (Picasso, Duchamp, De Chirico...), especialmente en el Surrealismo, con representantes como Masson, Bellmer, Dalí, Magritte, y llegando a la época contemporánea con los ejemplos más vibrantes de nuestra cultura con modelos como Sara Lucas, Paul McCarthy, Cindy Sherman, Mappelthorpe, Gilbert and George, Orlan, Pierre et Gilles, o el propio Araki.

De esta manera, elegiré situarme en el centro de la cuestión bajo esta premisa: el verdadero objeto fotográfico de la obra de Araki, es el propio Araki. El propio Araki, consciente de ello, llegó a confesarlo en 1990: «Yo soy la propia fotografía» (1990: 67).

Bajo este enunciado, voy a jugar con la articulación de dos secuencias activas en su obra, que son las que dotan de sentido, a mi forma de ver, a ese producto que rompe con toda la crítica que pueda suscitar su elevada pornografía. No sólo tratando la representación «hiperrealista» de la carnalidad sexual, en lo más sublime del coito: El porno-estéreo, sin tratarse entonces, de un producto comercial, sino que el coito ha llegado a la sublimación por el acto de performatividad. Por lo tanto hablaré de performatividad y de la acción masturbatoria de fotografiar, y para ello tomaré como ejemplo su serie «Tokyo Lucky Hole».

ARAKI BY ARAKI

Araki by Araki (2003) es la última publicación que ha llegado a España sobre la obra de Nobuyoshi Araki. Se trata de una compilación seleccionada por el propio artista, sobre sus mejores trabajos. El título de este catálogo de fotos, Araki por Araki en español, me lleva a pensar ya no en el sentido principal del título: la obra de Araki, vista por el propio Araki, sino que me hace girar una vez más sobre la misma idea: Araki como objeto de su propia fotografía. O, girando todavía más, «Araki por el propio Araki», es decir, Araki como constructor de su propia identidad, y por lo tanto, demiurgo en el *Universo Araki*.

De esta manera, la obra de Araki ha de ser entendida como un diario íntimo, donde el artista nos presenta su vida mediante sus fotografías.

La obsesión del artista por fotografiar cada instante de su vida, le impulsan en su día a día a verse acompañado de su fiel artefacto captador de imágenes. La cámara se convierte en su mejor aliado para la mayor empresa de su vida: fotografiar la vida, o mejor dicho, fotografiar su vida. Es por eso, que los límites entre la fotografía y su vida se estrechan hasta hacerse uno, es decir, hasta hacer de la fotografía un acto vital.

La necesidad de captar cada situación, vivencia, rostro, calle, etc., se vuelve obsesión, fetichizando cada acto de la vida cotidiana, llevándolo a la detallada datación. Las fotos son fechadas en el día, hora y minutos en las que se producen. La vida se registra a cada paso, a cada *click* de la cámara, creando memoria, construyendo al propio Araki, haciendo vida. La representación de la naturaleza banal de la vida, de la efimeridad del tiempo, no es tanto representación de la muerte, como de la revivificación que produce el fotografiar. Nacer y morir cada día. Por eso, la cámara en manos de Araki no se correspondería a una forma de estar en el mundo (el ser fotógrafo), sino a una forma de vivir la vida (hacer de la fotografía un acto de vida). En sus fotos lo personal y lo íntimo se hacen representación. Araki se convierte en el fin de su propia obra, por eso podríamos hablar de su trabajo, como una biografía fotográfica: diario de una vida y filosofía de su discurso vital (Cortés, 1994: 26):

La muerte no es ambivalente. En cambio, la vida sí lo es, profundamente, sustancialmente, pues contiene la muerte como su término y trayecto. El tiempo de la vida es también el tiempo de su decrepitud. Así, hacer del cuerpo el sujeto de la obra artística es no cesar de registrar las modificaciones del tiempo, los progresos de la muerte. Memoria muerta, la fotografía es sensible a la muerte y el medio más adecuado para revelar su presencia invisible en el ojo desnudo. El proceso fotográfico puede ser entendido como una especie de proceso mortal, pues se refiere a un ser ausente.

Pero, si la fotografía es la revelación de la muerte, ¿el acto de fotografiar no será el acto más vivo por el cual contemplar serenamente la muerte?

PORNO-ESTÉREO

El único fantasma en juego en el porno, si es que hay uno, no es el del sexo, sino el de lo real, y su absorción, absorción en otra cosa distinta de lo real, en lo hiperreal (Baudrillard, 1998: 33).

La obra de Araki se sitúa limítrofe a la vida y la muerte. Por eso, Araki apostará por la representación del sexo como vida, ya que no hay un acto que este más cerca de la vida y de la muerte que el propio acto sexual. Siguiendo la afirmación vostelliana: «La vida puede ser arte y el arte puede ser vida» (Vostell, 1974: 1), podría decirse que en Araki el sexo es vida, el sexo es arte. Si antes hablaba de la obsesión del artista por la detallada datación de sus fotos, ahora, dentro del acto de control que es fotografiar, Araki concentra la cámara en el sexo. El sexo se convierte en «lo más real que lo real», representa la naturaleza de la vida, fluctuando hacia lo *hiperreal*. Por eso, su obra escandaliza, porque no esconde nada, porque se enfrenta a la visceralidad del sexo. Pero, ¿no hay mayor teatralización que la vida? La desmesura de lo real, la caída en *hybris* sexual, es ese hiperrealismo del que nos habla Baudrillard, y que es producida por el deseo o el ansia por encarnar la vida mediante el sexo. George Bataille en *Las lágrimas de Eros* (1997: 181), propone un discurso relacional entre la muerte y el sexo. Identifica el instante sublime del sexo, con el de la muerte, llamando a este primero «pequeña muerte». De esta manera, estrecha los vínculos entre la atracción del erotismo por la muerte. Los ejemplos que toma se interesan por la violencia e incluso crueldad, con la que se enfrentan a su deseo erótico, así lo vemos cuando hablando de Goya dice lo siguiente: «... su obsesión por la muerte y el sufrimiento se manifiesta mediante una violencia convulsiva semejante al erotismo».

En Araki también se expone su interés por la muerte y el erotismo, tanto con la serie que recoge la vida con su esposa Yoko hasta la muerte de ésta, como la aparente aura mortuoria que revela su miedo hacia la decrepitud y por lo tanto a la muerte, siendo acompañado de sus innumerables chicas. Estas chicas son atadas, sujetas a su señor. Pero, no sigamos discursos psicologistas de pérdida, de pérdida de su esposa

Yoko, viendo en el sexo, el cumplimiento de su deseo frente al miedo a la muerte. «El exceso queda fuera de la razón.» Si la *hybris* nos libera de la razón, no será tanto el miedo a la muerte lo que se represente en la obra de Araki, como lo que es en realidad: la propia vida del artista. Su miedo a la muerte se diluye hacia una necesidad de la vida generadora del deseo sexual. La muerte se entiende como una parte más de la vida, pero es la vida la que es representada en su esencia, porque en cada coito, en cada masturbación, o en cada fotografía, lo que se hace es vivir.

Pero vamos a estirar todavía un poco más de esa sogá que aparece maniatando a muchas de las chicas de Araki, vamos a colgarlas todavía un poco más alto. Araki no se limita a documentar, a captar mediante su cámara, sino que entra en escena y se muestra como uno más de los actores de esta singular representación. A veces, toma el papel de *partenaire*, otras veces de *voyeur*, otras tantas de objeto de dar placer... De esta manera podríamos acotar esta propuesta hasta llegar al acto de copular como un acto de performatividad vital, y que en Araki tendría su máxima en la negación del reconocimiento de la pérdida, de la muerte, y por tanto del objeto-fetiché mujer.

EL GIRO PERFORMATIVO: DEL ACTO DE FOTOGRAFIAR COMO ACTO DE PERFORMATIVIDAD

«Aquí, la fotografía es la acción misma y a su vez su soporte» (Aguilar, 1993).

El acto de sublimación que hace del sexo arte es el acto de performatividad. Este acto evidencia la representación que es el vivir. Los actos performativos o realizativos, se encargan de mostrar cada acción de la vida del hombre como un acto (in)voluntario de representación, y de construcción de identidades. Los enunciados performativos procedentes de la teoría del lenguaje, exactamente de Austin, nos llevan a enunciados que realizan por sí solos una acción: «Emitir expresiones rituales obvias, en las circunstancias apropiadas, no es describir la acción que estamos haciendo, sino hacerla.» (Austin, en Escandel, 2003). Por eso,

en la obra de Araki, el acto que mayormente representa su vida es el sexo, que al ser mostrado, evidenciado como constructor de sí mismo por medio de la fotografía, se sublimiza como arte.

Araki reitera compulsivamente la representación del acto sexual, hasta convertirlo en un acto de performatividad, de la manera que en un campo distinto de re-significación lo hiciera Judith Butler cuando teorizó sobre la performatividad de género.

Según el discurso fotográfico que he ido anunciando en páginas anteriores, éste tiene todo su valor en el poder de la *acción vital*. Así, el discurso fotográfico nos lleva a actos performativos donde la reiteración de estos definen la vida del artista.

La reiteración de actos o «cadena de citas» se da en la fotografía de Araki como enunciación del poder. La cita, en este caso la fotografía convierte la reiteración de la actividad sexual y del propio acto de fotografiar en actos performativos. «De ahí que el juez que autoriza e instala la situación que nombra invariablemente *cita* la ley que aplica y el poder de esta cita es lo que le da a la expresión performativa una fuerza vinculante o el poder de conferir» (Butler, 2002: 316). Es decir, el coito o la fotografía tienen su poder en cuanto a actos vitales, re-definitorios por medio de este discurso, no por sí mismos.

De esta manera, como declaraba anteriormente, la negación a la pérdida desvela con la performatividad una avidez por la vida, igual que la negación del objeto-fetichismo mujer se evidencia en pro de una satisfacción autocontemplativa, efecto que explicaré más adelante, cuando hable de la cámara (Butler, 2002: 329-330).

Si la melancolía, en el sentido en que la emplea Freud, es el efecto de una pérdida por la que no se ha hecho el debido luto —una manera de observar el objeto/Otro perdido como una figura psíquica con la consecuencia de aumentar la identificación con ese Otro, la autocensura y la exteriorización de una ira y un amor no resueltos—, bien puede ser que la actuación entendida como acting out, esté significativamente relacionada con el problema de una pérdida no reconocida.

Uno de los efectos de la performatividad de Araki radicar  en esa penetración en el campo de la acción, en el cambio de postura de fotógrafo-artista, al de objeto de la propia fotografía. Pero, la pregunta que nos viene a la mente es:  c mo ser el objeto de sus propias fotos si en la mayoría ni siquiera aparece? El secreto est  en el desarrollo de la pulsación sexual que ejerce el motivo principal de sus fotos, es decir el sexo, y de la erecti n acelerada del miembro *masturbador*: la cámara de fotos.

Pero, para hablar del artefacto masturbador llamado cámara, creo que es principal que primero se ejerza una visión global de la «espectacularidad», del *show sexual*, que registra Araki.

LA CASA DE LAS BELLAS DURMIENTES

Baudrillard, en *De la seducción* (1998), describe a la perfección la escenografía del teatro arakiano: los clubs de *strip-tease*, los espectáculos eróticos, y las prácticas sexuales teatralizadas.

El equivalente del obrero en la cadena, es ese drama escénico vaginal japonés, más extraordinario que cualquier *strip-tease*: chicas con los muslos abiertos al borde de un estrado, los proletarios japoneses en mangas de camisa (es un espectáculo popular) autorizados a meter sus narices, sus ojos hasta la vagina de la chica, para ver, ver mejor [...] Porno sublime: si pudieran,  los tíos se precipitarían enteros en la chica -exaltación de la muerte? [...] en el límite sublime el porno se invierte en una obscenidad purificada, profundizada en el dominio visceral - por qué quedarse en el desnudo, en lo genital?: si lo obsceno es del orden de la representación y no del sexo, debe explotar incluso el interior del cuerpo y de las vísceras-  qu en sabe que profundo goce de descuartizamiento visual, de mucosas y de músculos lisos, puede resultar?

Baudrillard define con este fragmento, el lugar común donde se hacen operativas las acciones performativas arakianas, el espacio escenográfico donde se darán las prácticas sexuales más diversas, que completarán el imaginario de la obra de Araki, así como la construcción de las fantasías



sexuales de un gran número de individuos: el cuerpo de la mujer como recipiente de *sushi*, la delicada geisha, la ingenua colegiala, la nurse cambiando pañales a los clientes, las chicas policía como órgano castrador de la represión sexual, las luchadoras de sumo, las sodomizadoras ataviadas como amazonas castigadoras, ... Pero a estas

prácticas donde el *atrezzo* y la interpretación de las chicas es fundamental, se suman otras escenas donde la acción performativa se aleja de tanta artificiosidad teatral, y pervierte la cotidianidad de las felaciones, de la limpieza e higienización de los clientes, de la elección de las chicas antes de la copula en la habitación...

Las chicas son un ingrediente básico en la obra de Araki, son dotadas del fetichismo de una muñeca de porcelana: delicada y bella, silenciosa, pero inquietante.

«No era una muñeca viviente, pues no podía haber muñecas vivientes; pero, para que no se avergonzara de un viejo que ya no era hombre, había sido convertido en juguete viviente» (Kawabata, 1989). Las «muñecas vivientes» de Araki subyugan al espectador, y al propio Araki, mediante su mirada, evitando convertir a la mujer en «sermiradidad» (*tobelookedatness*), ampliando el concepto de objeto sexual a aquel que físicamente traspasa el campo performativo-fotográfico (Mulvey, 1988: 9). Acaso, ¿no son los espectadores los que son sujetos al deseo que provocan las imágenes, aún más, que las colgantes y atadas chicas?

Así, la fotografía «es más bien espejo que colocar en el hogar materno para entregarse sin estorbos a la autocontemplación» (Pedraza, 1998: 103).

HISTORIA DEL OJO: EL OJO MASTURBADOR

«La mirada es la erección de ojo» dice Lacan. Mario Vargas Llosa escribe para el prólogo de *Historia del ojo* (Bataille, 2003): «El ojo por el cual gozan del sexo, se desdobra y halla en sí mismo su satisfacción: esto explica, quizá, por qué éste es un mundo masturbatorio». De esta manera, es como Vargas Llosa describe el universo onanista del que Bataille es autor. Como una metáfora surrealista del deseo, en *Historia del ojo* se construye un universo de deseo voyeurístico, donde el placer se alcanza masturbándose. Lo mismo que en Araki, se busca en el acto fotográfico una voluptuosidad extrema que se alcanza en el momento en que la cámara masturba al propio Araki, principalmente, pero también al resto del campo de captación. Los actos performativo-fotográficos de Araki, nos llevan de una exacerbada escoptofilia, fundamentándose como documentos de la obsesión, a un acto sexual autocontemplativo.

Araki como Bataille dan prioridad a la mirada como captadora del placer, pero también como erección del ojo.

En la articulación de este discurso sobre la acción de fotografiar como acto performativo el siguiente paso a enunciar es la disyuntiva del fotografiar como acto de representación visual. Esta escisión con la imagen normativa de la acción de fotografiar erifica un nuevo placer visual¹⁴⁸ productor de la acción sexual de masturbarse. Si el ojo es el miembro masturbador, la acción de fotografiar sería la voluptuosidad erótica de la mirada. La acción de fotografiar se integraría en una deconstrucción de la mirada, apartándose de una mirada fálica, para asentarse en un cuerpo desterritorializado. Sólo así podríamos encontrar en la obra de Araki, ese acto performativo de fotografiar como un acto masturbatorio.

148. Sobre placer visual y representación, véase (Mulvey, 1988).

DEL OJO MASTURBADOR A LA CÁMARA DILDO

De esta manera dentro de la cotidianidad de la visita de un cliente, en este caso Araki, las chicas se sientan sobre la cama mostrando una sonrisa, más arriba de la vertical que Araki ya ha provocado con su latente y vibrante *artefacto-protésico-masturbador*. Las vaginas son exploradas por la *lente-ojo-dildo*, mostrando una nueva carnalidad, donde las oquedades cavernosas, lubricadas, dilatadas, son el ejemplo más claro de un nuevo porno sublimado, donde el cuerpo, es superado por la carne y la carne por las entrañas y vísceras: «La contra-sexualidad recurre a la noción de “suplemento”, tal como ha sido formulada por Jacques Derrida (1967), e identifica el dildo como el suplemento que produce aquello que supuestamente debe complementar» (Preciado, 2002). Sobre dildos, sobre sexos de plástico y sobre la plasticidad de los sexos, véase la obra de esta teórica de tecnologías del cuerpo (2002).

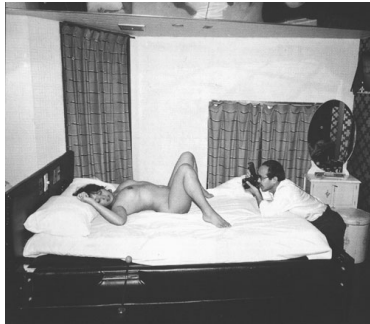
Pues teniendo en cuenta la situación espacial, el contexto y la actitud en las acciones de performatividad, avanzo a como la cámara se convierte en una *prótesis masturbatoria*, con la cual se da placer. La *prótesis-cámara* se compone como un artilugio que se adhiere al deseo del propio Araki, y con el cual se fecunda la idea de dar placer, por eso el acto de fotografiar se transforma en un acto sexual, en un acto de masturbación. Pero la pregunta que se desencadena es: ¿a quién da placer, a quién masturba la cámara?, ¿al propio Araki, que es el cuerpo donde la *prótesis-cámara* haya lugar de dominación del deseo?, ¿se masturba por el contrario, a la chica o pareja que se expone ante la cámara?, ¿o somos nosotros, los espectadores «pasivos», a los que va dirigida la masturbación?

Creo que con la obra de Araki, y mediante la cámara utilizada como prótesis masturbatoria, el placer se intenta llevar a todos los lugares de exposición, es decir, a todos los territorios corporales que acaba dominando la cámara: el cuerpo de Araki, la prostituta, el cliente, e inclusive, el espectador.

La cámara actúa como suplemento de la mirada. Si la mirada era el órgano masturbador, la cámara efectúa una labor técnica de suple-

mentación, no sustituyendo a la mirada sino amplificándola hacia el exterior, ejerciendo una captación de campo aún mayor.

Concluiré diciendo que la cámara-dildo, se convierte en el mayor productor de fruición, ya que por medio del efecto, por un lado, performativo de la acción de fotografiar, y por otro *post-fotográfico*,¹⁴⁹ ejercerá el máximo control para con la mirada eyaculadora de placer.



149. Cuando utilizó el término post-fotográfico, me refiero a la efecto producido por el acto de fotografiar, es decir, la foto exhibida, que focaliza la pulsión sexual necesaria para dar placer al espectador, y seguir de esta manera, con el continuum devenir de los actos performativos foto-sexuales, de la acción vital.

BIBLIOGRAFÍA

- BATAILLE, G. (2003): *Historia del ojo*, Barcelona, Tusquets, Col. «La sonrisa sertical».
- (1997): *Las lágrimas de Eros*, Barcelona, Tusquets, Col. «ensayos».
- BAUDRILLARD, J. (1998): *De la seducción*, Madrid, Cátedra.
- BUTLER, J. (2002): *Cuerpos que importan. Sobre los límites materiales y discursivos del «sexo»*, Buenos Aires, Paidós.
- ESCANDEL VIDAL, M^a V. (2003): *Introducción a la pragmática*, Barcelona, Ariel.
- KAWABATA, Y. (1989): *La casa de las bellas durmientes*, Barcelona, Caralt.
- MULVEY, L. (1988): *Placer visual y cine narrativo*, Valencia, Centro de Semiótica y Teoría del Espectáculo.
- PEDRAZA, P. (1998): *Máquinas de amar: Secretos del cuerpo artificial*, Madrid, Valdemar.
- PRECIADO, B. (2002): *Manifiesto contra-sexual*, Madrid, Opera Prima.

REVISTAS Y CATÁLOGOS

- ARAKI, N. (2003): *Araki by Araki: the photographer's personal selection*, Japan, Catálogo, Kodansha International.
- (1990): «Un voyage sentimental» en *La Recherche Photographique*, n^o9 (Octubre), París.
- AGUILAR, I. (comp.) (1993): *Acciones fotográficas eróticas (1969-1990)*, Madrid, catálogo de Juan Hidalgo, Galería Juana de Aizpuru (Diciembre 1993-Enero 1994).
- CORTÉS, J. M. (1994): *Cuerpos, memorias, Nobuyoshi Araki / Larry Clark*, Valencia, Sala Parpalló, Diputación Provincial de Valencia, Colección Imagen Doble visión, Ediciones Alfons el Magnànim.
- VOSTELL, W. (1974): Catálogo Vostell, Instituto Alemán.

LA MINIATURA EN LA INMENSIDAD DEL PAISAJE FOTOGRÁFICO. EL MAPA EN LAS IMÁGENES DE ANDREAS GURSKY

GEMA PASTOR ANDRÉS

Universidad Rey Juan Carlos. Madrid

«Las fotografías de paisajes (urbanos o campesinos) deben ser habitables, y no visitables».
Roland Barthes, *La cámara lúcida*.

La torre era de piedra y la escalera que permitía subir hasta arriba era como una escalera de mano, era una atalaya de vigilancia y defensa. La subí y desde arriba tuve una visión enrarecida del mundo, ampliada, pero reducida, empuñecida pero llena de detalles que observando fijamente me enseñaban en contraídos conjuntos la inmensidad que se extendía bajo mi mirada. La sensación de un espectador de una fotografía contemporánea, que ha sido colocado por el fotógrafo en la atalaya, podría ser muy similar a lo descrito, pero una vez superada esa sensación que para Bachelard (1965), en *La poética del espacio*, provoca ensoñaciones interiores a partir de la lectura, reconoceremos en el paisaje cenital la construcción que del mundo actual nos devuelven estos fotógrafos.

Algunos de los fotógrafos más importantes de los últimos años colocan la cámara de modo cenital y alejado sobre el mundo. Andreas Gursky es uno de ellos y ha dedicado estos últimos quince años especial atención sobre la visión en picado del mundo. Muchos libros de fotografía editados en los últimos años recopilan imágenes aéreas (*La tierra vista desde el aire* de Arthus-Bertrand Yann ha tenido gran éxito de ventas y exposiciones) pero este tipo de obras fijan su mirada especialmente sobre la belleza puntual que puede ser encontrada sobre la superpie terrestre. Desde luego, sobrevolar el territorio facilita mucho esta visión, pero fijar especialmente la atención sobre ese punto de vista implica otra serie de connotaciones conceptuales y temáticas. Algunos precursores de este tipo de fotografía han encontrado, seguramente, esa necesidad de plasmar cenitalmente el paisaje a partir del crecimiento urbanístico, en muchos

casos apresurado, de las ciudades. La concepción de una nueva arquitectura que genera espacios no vistos hasta ese momento impone en algunos de estos fotógrafos un punto de vista elevado que aglutina en la imagen toda la estructura cambiante en el paisaje.

Es el caso de muchas de las fotografías de Berenice Abbott. Plasma la ciudad de Nueva York en la década de los treinta desde algunos de sus edificios más emblemáticos. Su visión, facilitada por una estructura novedosa en su entorno, es la de una ciudad nueva, que crece en estructuras e intercambios: los transportes invaden las calles, los grandes edificios y fábricas aparecen al lado de las construcciones antecedentes.

Otro ejemplo de fotógrafo preocupado por el espacio y los cambios en su utilización, es Robert Adams, que dedicará en las décadas de los 60 y 70 parte de su atención como fotógrafo a las transformaciones del paisaje americano, la transformación de un territorio que ama. Sus fotografías muestran el surgimiento de las urbanizaciones homogéneas en Estados Unidos, la parcelación artificial del solar y la construcción seriada de viviendas.

Joel Sternfeld fijará también su mirada sobre el paisaje americano años más tarde, pero su mirada se fijará sobre todo en las estructuras de comunicación construidas por el hombre, aunque su punto de vista no llegará a ser nunca tan cenital (o sólo como ruptura formal con las tendencias del momento) como en las obras de Gursky.

Son sólo algunos ejemplos de fotógrafos que, conscientes de las transformaciones históricas sobre el territorio, las plasman en sus imágenes, en muchas ocasiones desde un punto de vista que abarca en una sola visión la evolución espacial, un punto de vista que coloca al espectador en una posición elevada sobre el mundo.

Esa visión aérea, es en las fotografías de Gursky, una visión aplana del mundo. Sus fotografías muestran, a diferencia de otros artistas, lugares muy distantes del planeta, pero el resultado no es heterogéneo, sino que acumula de forma seriada los modelos repetidos de la estructura urbana. «Para Gursky el mundo de los noventa es grande, high-tech, acelerado, caro y global. Dentro de él, el individuo anónimo no es más que uno entre muchos» (Galassi, 2001: 18).

Hasta el siglo XX el ser humano interactuaba con un entorno a su escala, sin velocidad en las transacciones entre puntos distantes en el espacio o sin la posibilidad de alejarse a vista de pájaro. Como mucho, un coetáneo del siglo XIX podía subir a un monte o una colina y observar desde allí el panorama. Así surgiría el primer documento europeo en el que se muestra interés por el paisaje, la carta de Petrarca en el Mont Ventoux a un amigo (Petrarca, 1978). Pero el resto del tiempo, alejado de la contemplación sublime o «ensoñadora», el individuo interactuaba con un mundo a su escala. El habitante de finales del siglo XX y principios del XXI se mueve en un entorno, urbano o natural, acelerado por las comunicaciones y el transporte, que excede con mucho el canon humano fijado en el Renacimiento. Los artistas que representan de este modo el mundo son capaces de abstraer y obtener la imagen interiorizada, pero no consciente, de sus contemporáneos.

Entresacando en los capítulos que Bachelard dedica a estos temas (a la miniatura y a la inmensidad), veremos cómo la reconstrucción poética que él hace del espacio no puede ser aplicada en todas las ocasiones a las fotografías, mucho más tangibles y corpóreas que sus imágenes, pero su camino nos revelará un proceso para el estudio del punto de vista en el que se coloca al espectador de las fotografías, que nos ayudará a saber cual es la visión que éste tiene del mundo en el que vive.

En su libro, Bachelard analiza textos para buscar en ellos la poética del espacio que provoca al espectador ensoñaciones idealizadas de su relación con el mundo exterior e interior, pero en las fotografías que podemos analizar no se reconstruye un espacio, si no que se registra el existente de una manera particular. Si Bachelard hace referencia a la creación para la evasión cuando el artista representa un paisaje en miniatura es porque esto le permite escaparse hacia un mundo mejor, hacia su ensueño particular; mientras que en las fotografías en las que nos estamos fijando, que registran de forma documental la realidad, la imagen que se muestra al espectador es la imagen que éste vive. Por lo tanto, la visión de extraterrestre que Peter Galassy (2001: 24) atribuye a Gursky sólo podría ser el ensueño del mundo real. Paisajes urbanos o humanizados (por la máquina o la presencia del hombre) donde la extrañeza del

espectador se canaliza a través del punto de vista elegido para la toma; el resultado es una visión panorámica en la que las construcciones se asemejan a maquetas de sí mismas: el inmenso territorio plasmado, abaricable sólo desde la mirada, recoge en todos sus detalles la visión del desarrollo. La caída casi vertical de la mirada sitúa al espectador en un punto de vista absolutamente novedoso. Esta escala distorsionada del mundo, basada en la polaridad entre la cosmicidad y la miniatura, está contrapuesta a la escala humana.

El mundo se ve empequeñecido entonces por nuestros traslados en los medios de comunicación y transporte, lugares distantes quedan unidos en pequeños intervalos de tiempo. ¿Será esta la característica intrínseca del paisaje y el territorio de nuestra época? ¿Es la que Gursky pretende hacer consciente en el espectador? ¿Cuál es la lectura del espacio de sus contemporáneos?

MINIATURA

En Olinda el que lleva una lupa y busca con atención puede encontrar en alguna parte un punto no más grande que la cabeza de un alfiler donde, mirando con un poco de aumento, se ven dentro los techos las antenas las claraboyas los jardines los tazones de las fuentes, las franjas rayadas que cruzan las calles, los quioscos de las plazas, la pista de carreras de los caballos.

ITALO CALVINO, «Las ciudades escondidas 1», en *Las ciudades invisibles*.

«Esas casas en miniatura son objetos falsos provistos de objetividad psicológica» dice Bachelard (1965: 184) al referirse a las miniaturas escritas; estas fotografías, en cambio, describen espacios reales de forma objetiva, sin embargo las dos plantean el problema de las similitudes geométricas. ¿Cuál es la lectura del espacio que se puede hacer a partir de estas imágenes en miniatura del mundo?

En los dibujos que estudia el geómetra, éste ve exactamente lo mismo en dos figuras semejantes a diferentes escalas, pero en la miniatura no

se puede reconocer el espacio, quizás tan sólo se pueda comprender y entender cómo se percibe.

En estas fotografías de Gursky los encuadres están vacíos de profundidad, consiguiendo con el cúmulo de elementos composiciones completamente abstractas. En esta miniatura, que plasma el paisaje, sus valores se condensan y se enriquecen por la acumulación y la compresión del espacio en una imagen de dos dimensiones.

Bachelard dice que se posee el mundo cuanta mayor posibilidad se tenga para miniaturizarlo en esa capacidad de imaginación que la lectura amplía con sus ensoñaciones, seguramente esto sucede porque ésta facultad miniaturizante facilita la comprensión del mismo. En el caso de las imágenes compiladoras, además, la imagen que se ve es la imagen que se vive, lo que ayuda a la construcción e identificación del individuo en su entorno.

Las fotografías pudieran estar hechas por un astrónomo matemático, que estudia la vida en su mismo planeta alejándose de él. El formato de las tomas panorámicas y el punto de vista de la cámara de Gursky está en un punto elevado respecto al motivo. Encuadradas desde un punto de vista elevado y con la mirada hacia abajo resultan radicalmente diferentes de la estética fotográfica imperante (en la que el fotógrafo suele implicarse emocionalmente en el hecho que se registra, por medio de la espectacularidad del primer plano) y constante en la fotografía documental del siglo xx. Gursky, filósofo del espacio, se aleja del sujeto, de su atención, y este distanciamiento, que nos resulta familiar a priori, se convierte en algo extraño y novedoso y, por tanto, llama nuestra atención, nos engancha para realizar una exploración detenida. La atención del fotógrafo con su cámara a modo de lupa, como el botánico que con paciencia escudriña sus portamuestras, nos hace fijarnos sobre la estructura del espacio, lo grande concentrado en lo pequeño. La distancia con respecto al motivo de Gursky se convierte progresivamente en un modelo a estudiar para comparar con otras imágenes. La repetición de distintos motivos en iguales circunstancias puede llegar a inferir un discurso donde se revele la estructura esencial de lo fotografiado. Gursky elimina todos los elementos de la perspectiva para que el tema parezca

presentado sin la interferencia de un observador y selecciona y configura el punto de vista para que éste sugiera una totalidad (todo lo esencial está incluido) completamente autónoma que corresponda a una imagen mental o concepto, el que él previamente ha generado en su mente.

Los miniaturistas de la Edad Media representaban el mundo bajo la misma premisa, pero los espectadores de sus espacios no conocían el mundo que vivimos hoy (ni siquiera el mundo de su momento histórico). La diferencia entre ambos es lo que el espectador ya sabe, lo que les une es, como dice Bachelard: ese amor al espacio para describirlo tan minuciosamente «como si hubiera moléculas de mundo, para encerrar todo un espectáculo en una molécula del dibujo». En ambos «los detalles se descubren y se ordenan unos tras otros, pacientemente, con la malicia discursiva de un fino miniaturista» (1965: 195, 196). La atención sobre la miniatura propuesta en la emulsión fotográfica salta entonces en cada uno de los detalles, detalles que son paradigmas de la construcción postmoderna del espacio: acumulación, indiferenciación, homogeneización... La obra de Gursky *Sha Tin* resume todas esas características del momento actual. Distribuidas en bandas horizontales se muestra: el individuo en masa, los espectáculos de ocio, la imagen de esos espectáculos, la arquitectura homogeneizante de la estructura urbana y la naturaleza de fondo. Son este tipo de imágenes que aglutinan en una sola mirada las características del paisaje moderno las que interesan a Gursky desde la visión cenital. La repetición estructural de los modelos elegidos plasma la visión del mundo actual, del concepto de sociedad comercial e industrializada: la sofisticación y la alta tecnología desplegada en esos lugares comunes de trabajo, el esparcimiento, la sociedad acelerada por el ritmo de producción, el ocio ceñido a los espectáculos de masas. En este juego de dimensiones las imágenes pasan sin esfuerzo de lo pequeño a lo grande y de lo grande a lo pequeño, el macrocosmos y el microcosmos son correlativos. El espectador de las fotografías se hará consciente de su pequeñez al observar las imágenes: el pulgarcito que se sabe, también puede maravillarse de lo que es capaz de superar, enfrentado al poder de la naturaleza como en la fotografía

de 1989 *Cataratas del Niagara* (la otra cara del espejo sería su visión como hormiga que todo lo invade) o como generador de los entornos que observa (ahora obrera construyendo el hormiguero) en *Hong Kong And Shanghai Bank* de 1994.

Pero el ser que observa también puede hacerse consciente de su pequeñez en la altura (ahora más vulnerable que el pulgarcito capaz y consciente). «Me hundo en las dimensiones minúsculas ofrecidas por la distancia, inquieto de medir en ese empequeñecimiento la inmovilidad donde me siento retenido» dice Jöe Bousquet en *Le meneur de Lune*. Es desde la lejanía donde se fabrican miniaturas en el horizonte, ya que fabricadas en la distancia las miniaturas son más fáciles de poseer. Es una lección de soledad la que se recibe: al observar el bullicio de la piscina en verano desde la altura como en la imagen *Ratingem, Swimming Pool* de 1987, el barullo del trabajo en la bolsa en *Chicago Board Of Trade II* de 1999 o el silencio invernal de la nieve en una carrera de esquiadores plasmada en *Engadine* de 1995.

Es la imagen, junto con el sonido que evoca, la que nos aleja del plano. Hasta ahora las imágenes nos han remitido a través de la vista a la comprensión del espacio, pero en la reconstrucción de su percepción intervienen otros sentidos (así muchas de las imágenes en miniatura soportarían un estudio minucioso para cada sentido); en muchas de las fotografías que nos muestran el mundo, podemos descubrir el sonido que las acompaña intuido por la composición, la forma o el contenido. En el díptico *Cairo*, de 1992, el espectador puede hacerse consciente del ruido de los coches en la ciudad, el ligero movimiento que existe entre las dos imágenes nos anuncia un cambio que produce también la acústica de la ciudad, aunque aquí solo podamos intuirlo. Esa soledad de la altura puede compararse en ocasiones con la del ser divino que contempla su obra (otra forma de observar el comportamiento humano desde el espacio, como la del extraterrestre), una obra inmensa empequeñecida por la distancia que debe existir para que ésta transcurra por sí misma.

LA INMENSIDAD

Hasta aquí hemos podido ir siguiendo los pasos de Gaston Bachelard en *La poética del espacio* cuando se refiere a la miniatura, pero el capítulo que dedica a la inmensidad, titulado exactamente *La inmensidad íntima*, nos sumerge en el interior del ser humano para descubrir esa conciencia sublime que puede adquirir en algunas ocasiones a partir de escritos que le mueven a la ensoñación. Mientras que con las imágenes objetivas que pretendemos analizar el camino no puede llevarnos hacia la conciencia sublime de la poética, sino a la conciencia del conocimiento, la comprensión de la percepción y la construcción del mundo real. Así, las fotografías, como los poemas, realidades humanas que no pueden ser explicadas con unas pocas impresiones, necesitan ser vividas, interiorizadas, en su inmensidad poética y creadora.

En las imágenes fotográficas la sensación de inmensidad que la naturaleza puede provocar se verá interrumpida por el mismo hombre o sus obras, la invasión de la naturaleza para su disfrute o consumo. El temor del hombre enfrentado directamente a las fuerzas ambientales nos descubrirá los métodos que utiliza para camuflarse o enfrentarse a ella, con aglomeraciones o invasiones irracionales con medios técnicos.

El objetivo escrutador de la cámara nos devolverá la imagen del horizonte: el hombre, antes aislado en su entorno podrá visualizar la extensión ante sus ojos, aunque ésta se haya igualado allá donde mire y sea homogénea en los lugares a los que se pretenda escapar. No es el horizonte para escapar, es el horizonte que se ve en el viaje. Aun así, como dice Baudelaire (1981: 963) en sus *Diarios íntimos* «En ciertos estados del alma casi sobrenaturales, la profundidad de la vida se revela por entero en el espectáculo, por corriente que sea lo que uno tiene bajo sus ojos. Se convierte en su símbolo». Ese reconecedor del momento podrá escrutar ante su mirada la construcción del espacio que le rodea, podrá construirse a partir del paisaje «El espectáculo exterior ayuda a desplegar la grandeza íntima» (Bachelard, 1965: 230), pero la contemplación no es una ensoñación romántica, es una contemplación reconecedora. La mirada es sobre el mundo, la sensibilidad visual del espacio no mira

a un objeto lejano que puede ser imaginado por cada uno de manera distinta, sino a un entorno real que es transitado o sólo comprendido desde la velocidad del medio.

EL MAPA

El trayecto fue fácil: el viaje a París por la autopista A11 no presenta problemas un domingo por la mañana. No tuvo que esperar en la entrada, pagó con su tarjeta de crédito el peaje de Dourdan, rodeó París por el periférico y llegó al aeropuerto de Roissy por la A1. [...] Mientras esperaba el despegue y la distribución de los diarios, hojeó la revista de la compañía e imaginó, siguiéndolo con el dedo, el itinerario posible del viaje: Heraclion, Lárnaca, Beirut, Dharan, Doubai, Bombay, Bangkok, más de nueve mil kilómetros en un abrir y cerrar de ojos y algunos nombres que daban tanto en la actualidad periodística. [...] Durante algunas horas (el tiempo necesario para sobrevolar el Mediterráneo, el mar de Arabia y el golfo de Bengala), estaría por fin solo. (Augé, 1993; 9-13).

Volvamos al principio, hemos ido bajando de la torre a la vida real que nos muestran las imágenes de Gursky. ¿Cuál es la lectura del espacio que se puede hacer a partir de estas imágenes en miniatura del mundo? Nos hemos ido acercando a esa visión del espacio desde la altura apreciada en el tránsito que nos traslada de un punto a otro. Quizás ahora podamos resolver el problema planteado al principio de las similitudes geométricas: si el escritor de Bachelard conoce el tamaño de su soledad y sueña sobre el mapa, se sueña geógrafo, puede que, el individuo contemporáneo construya su identidad espacial a partir de esa miniatura porque se construye en su tránsito sobre el mapa. El habitante del mundo actual recorre el espacio en un viaje lineal de un punto a otro, el espacio que recorre se convierte entonces en una superficie de dos dimensiones. El espacio intermedio entre la salida y la llegada, no es más que una vista desde la ventanilla, sólo es un paisaje, no un lugar vivido. El espacio entonces es reconocido más por el dibujo de colores y líneas, que recrea su estructura, que por su vivencia tangible. El mapa del geógrafo se

convierte, en ese momento, en el espacio real vivido, visto desde el transporte. En *Salerno*, fotografía de 1990, Gursky compendia todos los elementos que pueden configurar la imagen de una ciudad en la que se mezclan el pasado y el futuro y los elementos naturales con los artificiales. Muestra un panorama de la industria y el comercio a gran escala, superpuestos en un enclave de la antigua cultura del mediterráneo: los montes lejanos, la bahía, la ciudad antigua, el puerto industrial, la cuadrícula de coches de colores preparados para vender, los contenedores de mercancías... La imagen aglutina de este modo los elementos que construyen la identidad ecléctica del postmodernismo capitalista aplicado a un lugar concreto. Donde lo local se funde con global –*glocal* (Virilio: en línea)– para destilar la esencia de la cultura contemporánea en una sola imagen. Una imagen que condensa en sí misma una estructura esencial que no se ofrece a la experiencia ordinaria, pero que se extrae de ella. La maqueta inmensa de la ciudad apreciada no genera un proceso imaginativo para su asimilación, sino que propone un ejercicio de reconocimiento, la miniatura en que se convierte la ciudad queda aplanada en un mapa que cumple la necesidad de acumular en una sola imagen el espacio transitado. El plano es, por similitud con la sensación espacial, el espacio disfrutado. El mapa del territorio compone la idea del espacio, de un punto a otro en un espacio de dos dimensiones apreciado desde el transporte. La visión de *Los Ángeles de Gursky* propone directamente el plano del territorio construido a través de las luces de la ciudad. La fotografía representación del territorio, paisaje, se muestra entonces al igual que el mapa como visualizadora bidimensional del espacio vivido. Puede entonces que al recorrerla con el dedo podamos imaginarnos el paisaje desde la ventanilla, como se encarga de mostrarnos en muchas ocasiones en sus películas Abbas Kiarostami (Jaio: en línea).

La cámara queda fijada en un punto concreto del parabrisas o la ventanilla lateral de un coche en marcha, y durante largos y silenciosos minutos no pasa nada por delante de los ojos del espectador, sólo el paisaje inalterable de las montañas de la zona rural del Kurdistán iraní, los monó-

tonos barrios del centro de Teherán o los alrededores calcinados, hipnóticos y abstractos de la capital.

Llegados a este punto la visión de las fotografías revelará la estructura interna del espacio desde su visión a vista de pájaro. Contextualizado en ese espacio, el individuo de nuestra época no posee más medios para conocerlo que una visión desde los medios de transporte, su percepción del territorio quedará entonces reducida a una sensación no tangible. Esa sensación construirá en su interior una concepción del territorio que las fotografías de Gursky son capaces de recopilar.

La miniatura del paisaje representado desde la altura fotográfica, símil del mapa del recorrido, construye el espacio aplanado por medio de una representación de dos dimensiones. El mapa de colores, la fotografía aérea del mundo, puede ser, por tanto, el medio que nos facilita la comprensión de un espacio que se escapa a nuestras dimensiones. El territorio que recorreremos pero que no vivimos más que desde la distancia en nuestro tránsito entre la salida y la llegada.

BIBLIOGRAFÍA

- AUGÉ, Marc (1993): *Los «no lugares»: espacios del anonimato. Una antropología de la modernidad*, Barcelona, Gedisa.
- BACHELARD, Gaston (1965): *La poética del espacio*, México D. F., Fondo de Cultura Económica.
- BARTHES, Roland (1982): *La cámara lúcida*, Barcelona, Gustavo Gili.
- BAUDELAIRE, C. (1981): *Diarios íntimos*, México D. F., Premiá.
- GALASSI, Peter (2001): *El mundo de Gursky*, Madrid, Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía. (Catálogo, Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, Palacio de Velázquez, Parque del Buen Retiro, Madrid, del 12 de julio al 23 de septiembre de 2001.)
- PETRARCA (1978): *Obras I. Prosa*, Madrid, Alfaguara.
- CALVINO, Italo (2000): *Las ciudades invisibles*, Madrid, Siruela.
- JAIO, Miren: «Permanezcan sentados en sus asiento», *Revista Zehar*, 43, <http://arteleku.net/4.0/zehar/43/jaio.pdf>
- VIRILIO, Paul: «Velocidad e información», <http://aleph-arts.org/pens/speed.html>.

A PROPÒSIT DEL LOGOSÍMBOL DE *GRAN HERMANO*: EL TELESPECTADOR QUE CONTROLA O EL TELESPECTADOR CONTROLAT?

ALFRED REMOLAR FRANCH

En absència de tota sensació no és possible conèixer ni comprendre res,
i l'activitat de l'enteniment ha d'anar sempre acompanyada d'imatges.
Aristòtil, Sobre l'ànima, III, 8

Si l'acte de la memòria és el record, l'acte de la imaginació és la imatge.

INTRODUCCIÓ

Objectius i premisses

En aquestes pàgines que segueixen farem una anàlisi detallada de tots els elements que conformen la imatge identificadora del programa-concurs *Gran Hermano* de Telecinco, fonamentalment des de dues vessants: una primera denotativa i una segona connotativa i simbòlica. Amb aquesta doble lectura es pretén mostrar, per una banda, el fet que en la televisió no hi ha res deixat a l'atzar i, en segon lloc, que l'audiència no té tant de poder decisor sobre els programes que s'emeten com pretenen fer-nos creure.

Partint de postulats semiòtics, es pot considerar la imatge com un text, «en el sentido de una unidad discursiva superior a una cadena de proposiciones visuales aisladas, que se manifiesta como un todo estructurado e indivisible de significación que puede ser actualizado por un lector o destinatario» (Vilches, 1997: 35). Tenint en compte aquestes paraules, es fa evident que una imatge té significat en la mesura que algú intenta esbrinar-lo, que algú intenta fer-ne una lectura (1997: 14) i, per això mateix, pot ser d'allò més diversa, tant com lectors puguen haver-ne. Es pot parlar, aleshores, de l'*opera aperta* d'Eco i del joc textual per atorgar-li una lectura particular, que mai no ideal. Umberto Eco també

parla de *lector in fabula* –amb una concepció dinàmica– per referir-se a les múltiples i diferents versions que els usuaris poden fer d'un producte *massmediàtic*. A pesar d'aquesta idea, es parla normalment del «lector ideal», aquella instància que l'autor real tindria en ment a l'hora de produir qualsevol tipus de text i que, finalment, aconseguiria donar-li la lectura correcta.

Per això, en la segona part, algunes interpretacions i comentaris que farem poden semblar agosarades o, si més no, no compartides pel lector. Tot i això, majoritàriament es recolzen sobre idees heretades de la tradició icònica i d'estudis previs, encara que també se n'inclouran de pròpies.

Per últim, cal assenyalar que si bé la lectura que proposem prendrà com a objecte d'estudi la imatge de forma estàtica, no es pot perdre de vista en cap moment el fet que a la televisió es manifesta aprofitant els recursos que li brinda el mitjà: amb so i amb moviment (utilitzem el temps present dels verbs perquè el programa continua emetent-se hui en dia, concretament la sisena edició). Així, sempre apareix unida a la música característica del programa formant una unió indestriable i, si bé la imatge rarament apareix sola, la melodia sí que funciona moltes vegades de manera autònoma i és tan coneguda que només la seua escolta és suficient per remetre al programa televisiu, sense necessitat de veure la icona. Aquesta és una mostra més que la imatge no sempre val més que mil paraules. En el cas de la televisió, sempre s'ha d'abordar qualsevol anàlisi dels seus productes des d'una concepció audiovisual, i mai no sobrevalorant una part per damunt de l'altra, com s'ha fet moltes vegades. Igualment, també cal tindre present que al mitjà televisiu generalment no s'hi exhibeix de forma estàtica, sinó que a partir del cercle roig es basteix el conjunt, amb la música de fons.

Gran Hermano a la programació de Telecinco

El programa que tan d'èxit va tindre, sobretot en la seua primera edició de l'any 2000, va ser de seguida entés com una important font d'ingressos per a la cadena televisiva Telecinco i per a les seues productores, Endemol

i Zeppelin. Conseqüentment, va ser explotat i «venut» com un producte més de màrketig.

Tant és així, que des de les setmanes prèvies al començament del concurs, el programa porta a terme la funció vertebradora de tota la programació del canal. És a dir, és aquesta imatge la que cada determinat lapse de temps apareix i ens recorda que estem a Telecinco i que durant els propers mesos tota la programació girarà entorn d'aquest concurs.¹⁵⁰

Com a tal, el producte necessita d'una marca per promoure'n la venda i l'èxit comercial, en aquest cas la icona objecte del nostre estudi, formada per un nom –*Gran Hermano*– més la imatge d'un ull, que conforma tot plegat el conegut logosímbol, seguint la terminologia de Bassat. La professora García Uceda defineix el concepte de marca de la següent manera: «La marca es el nombre, término, símbolo o diseño, o una combinación de ellos, asignado a un producto o a un servicio, por el que es su directo responsable. Esta es quien debe darlo a conocer, identificar y diferenciar de la competencia; debe garantizar su calidad y asegurar su mejora constante» (2001: 71).

Cal assenyalar, finalment, que aquest conjunt no només té una funció identificadora del programa sinó, alhora, de la cadena, reforçada per una sèrie d'elements que es repeteixen entre el logosímbol del concurs i el logotip de la cadena: el cercle roig que representa la nineta de l'ull torna a aparèixer al símbol del canal, ara a l'interior del cinc que, a l'igual que el cercle de *Gran Hermano*, és del color blau. Auto-referencialitat clara, per tant, entre ambdues icones.

150. Generalment, són els espots publicitaris els que porten a terme aquesta funció a les cadenes televisives. No només funcionen com una mena de calaix de sastre on s'arriba irremeiablement cada cert lapse de temps –cada vegada més breu– i que, per tant, li dóna consistència i solidesa a la programació en vertical del canal sinó que, movent-nos horitzontalment mitjançant el comandament a distància, els espots també es repeteixen contínuament i ajuden a mantindre una necessària referència i continuïtat audiovisual. Durant la seua emissió, però, *Gran Hermano* no només és el protagonista dels diferents resums que durant el dia s'emeten i dels especials que tenen lloc sinó que, a més a més, estén les seues arrels a d'altres programes, sobretot d'actualitat, de societat i de cor, com per exemple el *Día a día* o l'actual *Aquí hay tomate*.

DESCRIPCIÓ DE LA IMATGE

Fonamentalment, l'ensenya de *Gran Hermano* està formada per dues parts ben diferenciades: el text i la imatge pròpiament dita o, en altres paraules, una part simbòlica i una part icònica, seguint les premisses de Peirce.

Recordem que el símbol és aquell representant que no té cap relació analògica amb la cosa que representa, sinó que és una convencionalitat o arbitrietat, amb la qual cosa necessita d'un codi per ser desxifrat. En canvi, la icona sí que té una relació de semblança amb allò que representa, tot i que la seua existència no depèn de l'existència «real» de l'objecte, com en aquest cas.

Pel que fa a la primera, es compon de les dues paraules que designen el programa televisiu, amb majúscules de color blanc i disposades la primera a la part superior i la segona a la inferior.

Dins de la part icònica se'n poden diferenciar, alhora, dues: un ull i una esfera blava. L'ull, situat de forma natural –horitzontal– al centre de l'esfera, està format per les corresponents pestanyes i la nineta de color roig, justament al mig del conjunt del logosímbol, que a la vegada és la lent d'un objectiu de 55 mm que funciona com a còrnia ocular. Per altra banda, el gran cercle blau conté una mena de circumferències negres que es van fent més menudes a mesura que van cap al centre, de forma paral·lela a com el color blau va fent-se més i més clar. El diàmetre circular és igual al costat del quadrat negre que engloba la totalitat, de manera que aquest només es veu als quatre cantons, en forma de quatre figures triangulars.

SIMBOLISME I SIGNIFICACIÓ: LA MIRADA COM A ELEMENT CENTRAL

Els filòsofs grecs –per exemple Aristòtil i la *Metafísica*- ja atorgaven a la vista una gran importància, i la consideraven com un dels sentits a partir del qual es podia arribar a esbrinar els significats, els conceptes, les idees. Aquesta importància de la vista arriba fins als nostres dies, fins al punt que en la nostra *civilització de la imatge* alguns autors arriben a afirmar que el 40% de les informacions que rebem entren al cervell a través de la vista (VV. AA., 1992: 28).

Posteriorment, a l'època medieval, els ulls juguen un paper importantíssim, per exemple en l'amor, un dels conceptes estructuradors de la societat i literatura d'aleshores. L'enamorament podia entrar fonamentalment per dues vies: el cor, que en última instància representava el vertader enamorament, i la vista, que comportava un amor fals. El telespectador, segles després, respon recíprocament a la mirada que se li situa al front i s'enamora a través de l'ull, a l'igual que ja fa segles feien els trobadors amb les seues enamorades.¹⁵¹ És des d'aquesta postura que pot iniciar un viatge idíl·lic però fictici i fals cap a l'interior del programa, per tractar de situar-se a la cabina de control pensant que finalment tindrà el poder decisorí. Tanmateix, però, també pot entendre's aquest viatge en un sentit invers: des del programa cap a l'exterior. En altres paraules, pot donar-se un doble viatge, des del món terrenal cap al món celestial o a la inversa. Seria, per tant, un viatge semblant al que Uspensky analitza a propòsit del políptic de l'*Anyell místic de Gant*, de van Eyck (1996: 7):

151. Un clar exponent d'aquest pensament el trobem a la nostra literatura amb Jordi de Sant Jordi, en el trànsit del segle XIV al XV, tot just abans d'Ausiàs March, que en un dels seus poemes inclou la idea de l'enamorament que entra a través dels ulls i es reflexa justament al front: «Jus lo front port vostra bella semblança / de què mon cors nit e jorn fa gran festa, / que remirant la molt bella figura / de vostra faç m'és romasa l'empremta / que ja per mort no se'n parirà la forma, / ans quan serai de tot fores d'est segle, / cells qui lo cors portaran al sepulcre / sobre ma faç veuran lo vostre signe».

El espacio terrestre es, en realidad, nuestro espacio, y está orientado al [tele]espectador del cuadro [pantalla]: la representación de este espacio se relaciona con nuestra posición como [tele]espectadores, con nuestra percepción. Mientras tanto, el espacio divino es el espacio del Cordero [Gran Hermano]. Así pues, se trata de la unión en una sola imagen de dos perspectivas: la divina y la humana.¹⁵²

És des d'aquesta doble perspectiva que s'analitzarà l'ensenyà del programa televisiu: com un viatge cap al món dels personatges catòdics, un viatge d'anada, i com un viatge cap al món dels telespectadors, un viatge de tornada.

A partir dels conceptes *gestàltics* de *figura* i *fons*, l'ull, juntament amb l'objectiu que en forma part, seria la figura, la part central, l'element més important, allò que sobreïx, allò que es ressaltà, mentre que el fons, allò secundari, allò que no impacta tant a la vista, serien el cercle blau, el quadrat negre i les lletres.

Si es té en compte la funció del logosímbol a l'interior del concurs, forma part del fons, juntament amb els títols de crèdit, les propagandes, etc. ja que allò realment important per al telespectador és el programa en sí, els moments en què els concursants apareixen a la xicoteta pantalla. És per això que la majoria de les persones no ha fet una lectura acurada del logosímbol, fins al punt que, preguntats els nostres alumnes, 12 de 24 es declaraven assidus seguidors del programa i, en canvi, només un d'ells havia reparat en el fet que un objectiu de càmera fotogràfica és la nineta de l'ull.

En aquest cas, el fet que l'ull siga la figura, el punt de més atracció visual, el punt on convergeix la mirada del lector –anàlogament a com ocorria a

152. El Políptic de Gant de van Eyck consisteix bàsicament a una sèrie de pintures recollides en un altar obert i un altar tancat, on es representa en «una sola imatge» el món terrenal, de les persones, i el món celestial, de Déu. Els elements més importants per poder parlar d'un i altre en aquesta obra són, fonamentalment, les distribucions espacials dels motius que hi apareixen i la forma en què estan escrites les lletres, unes de cara a l'espectador, i unes altres de cara a l'interior del quadre, de manera que aquestes estan disposades de manera inversa.

la pintura pretèrita— comporta, a més a més, una implicació clau: la mirada sempre convoca una correspondència. Una resposta especial: una resposta visual. L'ull implica i demanda una reflexivitat, potser fins i tot més forta que la de la mateixa paraula. Per això, des d'aquest moment, al telespectador —espectador en la distància— se li proposa una lectura, se li obri un canal de comunicació, una interacció entre ell i algun «ens» no palpable.

Berger (2002: 23) parla dels ulls de les figures humanes pintades com a punt on convergeix la mirada dels espectadors:

La perspectiva estaba sometida a una convención, exclusiva del arte europeo y establecida por primera vez en el Alto Renacimiento, que lo centra todo en el ojo del observador. Es como el haz luminoso de un faro, sólo que en lugar de luz emitida hacia afuera, tenemos apariencias que se desplazan hacia dentro. Las convenciones llamaban realidad a estas apariencias. La perspectiva hace del ojo el centro del mundo visible. Todo converge hacia el ojo como si éste fuera el punto de fuga del infinito.

Tot i això, la decisió de mirar sempre és única i particular, privada. La mirada sempre és voluntària i, potser per això, sempre implica una atenció, una intencionalitat i, secularment, un saber: «No només per actuar sinó fins i tot quan no ens proposem cap acció, preferim la vista a tota la resta. La causa d'això és que la vista és, de tots els nostres sentits, aquell que ens permet adquirir més coneixements i ens descobreix una multitud de diferències» (Aristòtil, 1986).

Però la vista també pot ser, finalment, enganyada per les múltiples imatges que regnen a l'actual *videoesfera* i per la manipulació a què normalment són sotmeses: «hoy sabemos, y esto es un alivio, que todas las imágenes son embustes (y lo serán cada vez más con la numeración)», afirma rotundament Régis Debray (1994: 226). Cal no oblidar, a més a més, que qualsevol imatge suposa alhora una elecció i una eliminació i, en aquest sentit, comporta sempre la subjectivitat i l'aniquilació de qualsevol referència a l'objectivitat. A pesar de tot això, continua creient-se que, en l'actual *iconoesfera*, allò vertader i real és allò visible.

Viatge d'anada

La figura de l'ull que apareix ocupant tota la pantalla trenca, encara més si cap, les distàncies ja de per sí escurçades al mitjà televisiu: l'apropament amb el telespectador es maximitza i provoca, per una banda, l'obertura del diàleg amb la persona que, situada al seu tro domèstic, el sofà, es disposa a consumir el discurs audiovisual que li serveix Telecinco. Interpretada com un espill on s'hi veu representat –els concursants són exactament com ell– l'espectador se sent atret per allò que se li mostra: el seu ull dret reflectit a la xicoteta pantalla. La quotidianitat televisiva no es mostra només en els personatges que hi apareixen, que «són com nosaltres» i els ocorren les mateixes coses que a nosaltres, sinó també en el fet que ocupa el lloc predominant de la casa i que el seu discurs arriba fins a l'habitació de matrimoni, als llocs i moments més íntims. Ja no es tracta de fer televisius els espais quotidians sinó fer quotidians els espais televisius.

L'ull dret no remet a engany, és fiable i confident, i enceta així una atracció alhora potent i ràpida, accessible i fàcil. Per l'altra banda l'ull simbolitza, evidentment, la vista, la possibilitat de veure, metàfora del major atractiu del programa: *no hi ha cap secret*, el telespectador té la potestat de veure-ho tot. Per tant, l'ull és l'eina que el pot situar al cim, que el pot atorgar tot el poder sobre els participants del *Gran Hermano* que, a priori, no haurien de tindre intimitat ni privacitat, elements desintegrats per la nostra visió, representada per l'ull que tot ho veu. A partir d'ací, la resta d'elements que conformen la icona ajuden a bastir aquesta interpretació. Per una banda, hi ha escrit el nom del programa, *Gran Hermano*, en lletres majúscules, senyal que alguna cosa important pot succeir immediatament.¹⁵³

153. El nom no va precedir per l'article determinat perquè es tracta d'un nom propi i, per tant, suficientment identificat i conegut pel receptor. A la vegada, la seua aparició funciona com una mena de repetició o de redundància de cara al telespectador, ja que només amb la icona pot identificar el programa sense cap dificultat, i més encara si apareix junt a la melodia, com s'ha dit. Per tant, hauria pogut ometre's, a l'estil de la coneguda marca esportiva Nike. La redundància és, però, característica del mitjà televisiu. Notem, a més a més, com en aquest cas les lletres es disposen només de cara a l'espectador, a diferència del que ocorre en l'obra analitzada per Uspensky.

Per l'altra banda, hi ha el fons negre del quadrat, que simbolitzaria el món de les penombres on viuen les persones, el món «real»: les guerres, les injustícies, les lluites, els prejudicis... estan a l'ordre del dia. Potser és per això que el telespectador vol abandonar aquest infern i començar el trajecte cap al paradís, cap al món dels concursants, cap al món televisiu, on els aspectes negatius són esborrats de manera fulminant i només hi té cabuda la felicitat,¹⁵⁴ una felicitat perenne, com en la publicitat.

En aquest context, els anells negres concèntrics de l'esfera blava¹⁵⁵ l'empenyen amb força cap a l'interior, cap al centre de la figura, i marquen el final i l'inici de cada etapa en el llarg recorregut. Un centre que a mesura que es recorren els trams i s'apropa al món sagrat tendeix a aclarir-se, a fer-se blanc: conjunció dels colors, signe de puresa i de virginitat en el cristianisme. De l'absència de color que hi ha al món de les penombres es tendeix a la totalitat cromàtica: del no-res a la plenitud, de l'absència a l'existència; o el que és el mateix, del món terrenal al món dels elegits, com al quadre de van Eyck.

Tanmateix, però, arribats al punt on suposadament hauria d'estar el blanc hi ha, en primer lloc, el negre, un negre més ample que els anells concèntrics anteriors: el negre de l'objectiu, que marca el final de les etapes anteriors i l'inici d'un nou espai, el roig de la lent. Un negre que, a més a més, inclou la marca que confirma que allò és alguna cosa més que el final d'un mer tram: el «55 mm» que mostra un objectiu de càmera i que, alhora, denota un altre element central del mitjà catòdic, com ho és la suposada objectivitat del discurs televisiu.

Sabut és que l'objectiu que té una focal de 55 mm pren una angulació i grandària de l'escena similar a la de l'ull humà. El significat no s'amaga per a res en aquest cas: es pretén donar a entendre que tot allò que el telespectador veu i escolta és «real» i ocorre així, sense manipulacions de cap tipus, sense amplificacions ni disminucions.

154. Felicitat, això sí, que pot ser trencada ben prompte pels diferents problemes que normalment es deriven de la convivència entre els concursants.

155. Evidentment, tot aquest entramat està estudiat pormenoritzadament i, potser per això, el cercle és blau no només pel simbolisme que tot just s'analitza sinó també perquè, com afirmava Kandinsky, el cercle el potencia (Vilches, 1997: 42).

Abans d'arribar al paradís simbolitzat pel blanc hi ha, per tant, un missatge de legitimació del discurs televisiu. Tret central en la neotelevisió, el que es focalitza ja no és l'enunciat sinó l'enunciació, és a dir, com treballa el mitjà, on ja és *conditio sine qua non* ressaltar la versemblança i l'efecte de realitat del seu discurs: l'actual televisió ja no parla del món, sinó «de sí misma y del contacto que está estableciendo con el público» (Eco, 1986: 200, 2001). Aquesta nova inscripció també va directament llançada al telespectador justament per remarcar la versemblança i realisme de l'enunciació, per autolegitimar-se davant dels seus ulls.

Per últim, el roig de la lent remetria, primerament, al roig passional de la cultura mediterrània, al roig de l'amor, del calor, que denota un acostament al *quid* de la qüestió. Quelcom important és a punt d'arribar. En segon lloc, desenvoluparia una funció d'atracció ocular: el canal comunicatiu ha d'obrir-se per portar a terme l'objectiu predisposat. Des del mateix inici ens trobem instal·lats a la funció conativa que proposava Jakobson per al llenguatge: s'incita, s'ordena i s'empeny l'espectador a la cerca del món celestial. Tanmateix, però, el blanc –representat a la icona a través d'un minúscul punt a la lent– mai no s'assoleix. Al paradís no pot arribar tothom, només aquells que han estat escollits pels seus mèrits, per les seues aptituds: els concursants. Els habitants de la casa serien els únics que haurien vist el color blanc; és més, ells viurien on s'hi troba. Per contra, el telespectador es queda al roig i, en conseqüència, no arriba al blanc, no aconsegueix el «tot» i per això determinades imatges no pot veure-les.

Per tant, el seu llarg viatge del món terrenal al celestial, del no-res al tot, del negre al blanc, no arriba a assolir-se completament, tot i que es queda ben a prop. *Trompe l'oeil* satisfactori i exitós per a la televisió.

Viatge de tornada

Truncat el viatge cap a l'interior que havia iniciat el telespectador, una segona lectura del logosímbol crida a la porta de manera insistent: és possible un viatge invers, és probable que siguin els del més enllà els

que miren i vigilin els telespectadors de forma continuada. Seria, per tant, un fet semblant al que ocorre en la pintura pretèrita, com afirma Uspensky (1996: 7) al seu treball, que ara pot aplicar-se novament a l'ull catòdic:

Así, pues, aquí podemos constatar la existencia de dos puntos de vista opuestos que obedecen a dos perspectivas diferentes: una interior y otra exterior. Estos puntos de vista opuestos se corresponden de manera evidente con los dos estratos espaciales que se contraponen en este cuadro: el terrestre (de este mundo) y el celestial (sagrado, del más allá).

En ambdues representacions s'hi poden conjuminar, com s'ha dit, dues perspectives: una interior, cap endins, la del (tele)espectador, i una exterior, cap a fora, la del més enllà. En el quadre que analitza Uspensky (1996: 8) es conjuguen dues tradicions de perspectiva, la medieval i la del Renaixement:

La orientación hacia el punto de vista interior es una constante en la organización de los cuadros en el arte anterior al Renacimiento. Por el contrario, los cuadros en el Renacimiento, a diferencia de los medievales, se entienden como una ventana al mundo y consecuentemente están orientados hacia el punto de vista exterior, es decir, tomando como referencia al espectador del cuadro que es, por principio, ajeno a ese mundo representado.

Sota aquest punt de vista, la impressió de poder de què suposadament disposava el telespectador queda justament en això, en una impressió: en la pràctica, no només consumeix aquelles imatges i sons que li permeten els realitzadors del programa sinó que, a més a més, se li neguen les escenes més íntimes, les escenes sexuals o les d'higiene personal que tant agraden a l'audiència.

Si anteriorment el telespectador interpretava la xicoteta pantalla com un espill amb què s'hi identificava, ara l'ull pot ser entés com el símbol que de manera secular ha remés al Déu cristià. Un ull demiürg que ho

sap i que ho controla tot. Un déu, en aquest cas el televisiu, que també ho coneix i ho manipula tot, com una mena de *panòptic benthamià*.¹⁵⁶

Així, és el déu catòdic el que controla el discurs televisiu i incita els telespectadors a iniciar un viatge metafòric que, en realitat, solament consisteix en el consum audiovisual del programa. L'objectiu principal rau en el fet de mutar la persona per un consumidor fidel de *Gran Hermano*.

L'exhortació inicial al telespectador per atorgar-li el comandament del programa ve falsejada des del començament perquè no era el seu ull dret el que s'hi reflectia, sinó que és l'ull esquerre del déu la que la produeix: tradicionalment, el costat esquerre ha estat el maliciós, el fals, el sinistre. A nivell religiós es tradueix, per exemple, en el fet que durant segles els homes se situen als temples al costat dret, mentre que les dones ho fan a l'esquerre, amb les connotacions que d'això se'n derivaven (Uspensky, 1996: 6-7).

L'objectivitat, com s'ha dit, no hi té cabuda en aquest discurs: tot ha estat fabricat i pensat *ab initio*. En aquest sentit, és ben simptomàtic que el logosímbol quede reclòs al·legòricament a l'interior d'un quadrat: figura amb els costats iguals, regulars i paral·lels, sense possibilitat d'escapada ni de variació. Débray (1994: 294) renega de la pretesa objectivitat dels mitjans amb els següents termes:

Lo indicado oculta el índice, y el marco al enmarcador. Ese *qui pro quo* tiene un nombre: la objetividad periodística. Pero ninguna mirada es objetiva, aunque sea la del «profesional», e incluso las cámaras automáticas son emplazadas, accionadas y detenidas por una voluntad huma-

156. Les paraules de Whitaker semblen fetes a consciència per al programa de Telecinco: «El sentido mesiánico de la misión social del proyecto de Bentham es evidente por su insistencia en el culto y en la formación religiosa dentro de su penitenciaría y, de modo más sorprendente, por el paralelismo subyacente entre su panóptico y la idea de un Dios invisible, omnipresente y todopoderoso. El inspector ve sin ser visto: su presencia, que es también una ausencia, se sustenta únicamente en su mirada vigilante, mientras que los prisioneros están encarcelados tanto en sus celdas como en sus propios cuerpos. No pueden escapar a la mirada vigilante y omnipresente que parece situarse en un mundo incorporal, aunque penetre en el mundo corporal hasta hacerlo transparente» [El destacat és nostre] (Whitaker, 1999: 49).

na. Mostrar un hecho o un hombre es hacerlos existir, pero lo contrario de la certificación es la anulación social de lo que se ha decidido no mostrar. Y el objeto de esa decisión, lo no mostrado, no es tematizado; en la información audiovisual aún menos que en la escrita. En definitiva, la autoridad de lo real inmediato favorece el escamoteo de las mediaciones (a la vez técnicas, psicológicas, ideológicas, políticas, etc.) y acredita esa mentira naturalista: la visión sin mirada, o la escena sin puesta en escena.

El déu hodiern, situat a la zona pura, verge i blanca, incita amb la mirada i amb les inscripcions els habitants del món terrenal a iniciar un viatge amb final abortiu. Trencades les distàncies pel mitjà suprem, la mirada sembla engolir-los irremeiablement i la llum del deu que regna a la xicoteta pantalla els envolta i empeny de manera total i completa, sense eixida albirable. Debray també estableix el paral·lelisme lumínic en referència al déu televisiu: «Fuente de luz y fuente de autoridad coinciden; toda luz viene de Dios. La pequeña pantalla, hemos dicho, lleva su luminiscencia incorporada» (1994: 265).

CONCLUSIONS

L'evolució de la televisió l'ha portat a situar-se en un estadi en què, per una banda, influeix decisivament sobre les persones però, per l'altra, són aquestes les que també tenen quelcom a dir en el poderós mitjà, si més no en forma d'audiència: si un determinat programa agrada al públic, seguirà en la graella de programació.

És per això, que no es pot parlar mai en termes absoluts de qui té el poder sobre l'altre, sinó més bé d'una constant imbricació, simbolitzada ací per l'ull que intercanvia inexcusablement les mirades i la comunicació entre ambdues instàncies.

D'aquesta forma, el *logosímbol* de *Gran Hermano* pot exemplificar perfectament aquesta doble interacció: per una banda, pot simbolitzar el poder del telespectador per participar a la televisió i prendre-hi decisions.

Recordem que el telespectador és, en última instància, qui vota i decideix quin concursant ha d'abandonar la casa. Per altra banda, pot ben bé tractar-se simplement d'una il·lusió, de fer creure que els telespectadors s'hi veuen representats al seu món i en són part essencial.

Aquesta interacció ha estat metaforitzada en aquestes pàgines en forma de dos viatges: un d'anada, el dels telespectadors, i un de tornada, el del déu televisiu.

En el viatge d'anada, la televisió ha estat interpretada pel telespectador com un espill en què s'hi ha vist reflectit. Les inscripcions que se li han llançat, la il·lusió de l'ull dret, el simbolisme dels colors, han estat suficients elements per poder incitar-lo a iniciar un recorregut més o menys sinuós que li permeta arribar al paradís i considerar-se un Déu amb poder: «el dios ha pasado a ser una imagen, un espejo en el que el hombre se mira y al que aspira emular. Por primera vez, el hombre cree que puede igualarse a los dioses.» (López, 1998; 57). A pesar d'això, el déu catòdic només el porta a un engany: aprofitant-se de la supressió de les distàncies i del fet que l'ull li dóna una confiança absoluta a l'home terrenal —«si no ho veig, no m'ho crec»—, l'anima a consumir fidelment allò que se li mostra amb tanta candor i subtileza. La finestra oberta al món, però, se li tanca de sobte una vegada ha quedat atrapat entre la xarxa televisiva, de manera que el viatge acaba redistribuint cadascú al lloc que li pertoca: la televisió al tro celestial i omnipotent; el telespectador, al tro terrenal i de butaca, absolutament controlable i manipulable.

L'espill es converteix en un miratge inassolible on només uns pocs escollits hi poden entrar i, d'aquesta forma, no és certa ni de bon tros l'afirmació que la televisió està feta a imatge i semblança del telespectador o, en paraules de Berger, que el «mundo visible está ordenado en función del espectador, del mismo modo que en otro tiempo se pensó que el universo estaba ordenado en función de Dios» (Berger, 2002: 23).

BIBLIOGRAFÍA

- ARISTÒTIL (1986): *Metafísica*, libro A, cap.1., París, Editor J. Tricot, Vrin.
- BERGER, John (2002): *Modos de ver*, 7ª edició, Barcelona, Gustavo Gili.
- CARMONA, Ramón (2000): *Cómo se comenta un texto fílmico*, Madrid, Cátedra.
- DEBRAY, Régis (1994): *Vida y muerte de la imagen. Historia de la mirada en Occidente*, Barcelona, Paidós Comunicació.
- ECO, Humberto (1986): *La estrategia de la ilusión*, Barcelona, Lumen.
- GARCÍA UCEDA, Mariola (2001): *Las claves de la publicidad*, Madrid, 5ª edició, Esic.
- LACALLE, Charo (2001): *El espectador televisivo. Los programas de entretenimiento*, Barcelona, Gedisa.
- LÓPEZ GARCÍA, Ángel (1998): *En medio de los medios*, Zaragoza, Prames.
- USPENSKI, Boris A. (1996): *Semiótica de la composición. El políptico del cordero místico de Gante*, de Van Eyck, València, Episteme.
- VILCHES, Lorenzo (1997): *La lectura de la imagen. Prensa, cine, televisión*, 7ª edició, Barcelona, Paidós Comunicació.
- VVAA. (1992): *La imagen*, Madrid, Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- WHITAKER, Reg (1999): *El fin de la privacidad. Cómo la vigilancia total se está convirtiendo en realidad*, Barcelona, Paidós.

EL EFECTO DE LA MIRADA ARTÍSTICA SOBRE LA FOTOGRAFÍA. CAMBIOS DE FUNCIONES Y DESPLAZAMIENTOS DEL SIGNIFICADO Y DEL VALOR

MARÍA DEL MAR RODRÍGUEZ CALDAS

Facultad de Bellas Artes, Pontevedra

FOTOGRAFÍA Y ARTE: MIRADAS IMPURAS

El medio fotográfico ha sido empleado con distintas finalidades en productos de muy diversa naturaleza pero que, atendiendo a los presupuestos involucrados en su lectura, se podrían dividir en dos áreas. Por un lado, en su producción para distintos usos (sociales, publicitarios, documentales, etc.) se mostraba como un código legible sin realizar esfuerzo intelectual alguno y cuya comprensión inmediata resultaba de integrar los esquemas prácticos que se emplean en la existencia cotidiana, esto es, eran productos fotográficos accesibles a una mirada funcionalista y profana. Por otro lado, en su producción como *fotografía artística* ofrecía un código que ya no demandaba la aplicación de esos esquemas prácticos, sino que en su comprensión y valoración se debían de integrar conocimientos técnicos (mirada del virtuosismo técnico) y conocimientos de las convenciones estéticas (mirada artística o «pura»).

En los inicios de la andadura de la fotografía, desde las artes –entonces dominadas por la posición del *arte por el arte*– se condena la retención de emplearla apelando al segundo tipo de lectura, entendiendo que ello supone una usurpación o intromisión en aquello que sólo compete al verdadero arte. La trasgresión de la fotografía con fines artísticos es, precisamente, la mezcla que introduce entre los criterios técnicos y los estéticos. Dada su naturaleza técnica, no permitiría la pureza expresiva en la producción ni la mirada plenamente pura en la recepción. Recordemos cómo Baudelaire le asigna las funciones que le son propias y le exige el repliegue respecto a otras (1994: 24):

Si se permite a la fotografía suplir el arte en algunas de sus funciones, pronto lo habrá suplantado o corrompido por completo, gracias a la alianza natural que encontrará en la estupidez de la multitud. Es necesario pues que la fotografía cumpla con su verdadero deber, que consiste en ser la servidora de las ciencias y las artes, pero la servidora más humilde, como la imprenta y la estenografía, que ni han creado ni han suplantado a la literatura. Que enriquezca con rapidez el álbum del viajero y preste a sus ojos la precisión que faltaría a su memoria, que adorne la biblioteca del naturalista, exagere los animales microscópicos, fortalezca incluso con algunas enseñanzas las hipótesis del astrónomo; que sea, en fin, la secretaria y el archivo de quien necesite en su profesión de una exactitud material absoluta; hasta ahí, no hay nada mejor. [...] Pero si se le permite avanzar sobre el terreno de lo impalpable y de lo imaginario, sobre todo aquello que sólo vale porque el hombre añade allí su alma, ¡entonces desdichados de nosotros!

El microuniverso del medio fotográfico

A pesar de las resistencias y reticencias que le opone el arte legítimo, la fotografía artística se irá creando un reducto donde el aficionado pueda ejercer esa mirada a medio camino entre la veneración técnica y la beatitud que exige la contemplación kantiana. En respuesta a su exclusión del circuito del gran arte, se intenta articular un pequeño campo fotográfico¹⁵⁷ o red de agentes e instituciones (galerías, revistas, publicaciones especializadas, comisarios, fotógrafos, críticos, festivales, etc.) que no se podría definir como *campo del arte fotográfico* ya que las posiciones artísticas conviven con posiciones de naturaleza muy dispar. Tampoco se puede constituir como un campo autónomo ya que la contra-

157. Utilizo, aquí y en adelante, el término en el sentido de Bourdieu tanto para referirme a este campo como al del arte, la literatura, el político (o campo del poder), el económico (o campo del dinero) y el campo social general. Recordemos que para Bourdieu, dentro del campo social general existen microcosmos sociales, espacios separados y autónomos entre los que hay homologías estructurales y funcionales. Cada campo posee unas leyes específicas que estructuran objetivamente las relaciones (de dominación) entre los agentes que interactúan (o luchan) dentro de él.

dicción instalada en su propio seno (múltiples tomas de posición fotográficas que responden a distintas finalidades) impide tanto la formulación de unas reglas del juego propias como la facultad de imponer a los distintos partícipes unos principios de visión y de división comunes. De tal modo que desde este campo impreciso, donde conviven distintos principios de legitimidad, y a diferencia del campo del arte y del campo literario, ni se puede propugnar la separación entre arte y moralidad, ni se pueden instaurar unas normas propias en oposición a, y con independencia hacia, los poderes económicos («campo del dinero») y políticos («campo del poder»).

Este *caballo de Troya* multifronte que habita en el campo, debe su importante presencia a dos motivos: la efectividad de las acciones desarrolladas en grupo y las expectativas del receptor. Por un lado, los fotógrafos artistas, a fin de sumar fuerzas para legitimar el valor artístico del medio fotográfico, buscarán integrar a fotógrafos no tan interesados por la función estética como por la utilitaria. De tal modo que en las exposiciones, revistas, festivales, etc. de fotografía quedan aunadas tomas de posición muy diversas, poniéndose el acento en el empleo del medio y dejándose la cuestión de la artisticidad en un segundo plano. Por otro lado, siguiendo la tesis de Bourdieu (2003), en la lectura de los distintos tipos de fotografía, lo cual incluye a la fotografía artística, el criterio más común y/o prioritario no se refiere a su valor (estético) sino a su identidad (referente) y actúa clasificando a las imágenes fotográficas en términos de estereotipos (retrato, paisaje, bodegón, etc.). Así, la visión de lo fotografiado en términos de «es tal cosa» y la división de las fotografías en términos de «es tal género», vendría a interferir sobre una mirada que pretendiese constituir al objeto fotográfico en sí mismo y para sí mismo. De tal modo que la práctica fotográfica, sin poseer criterios estéticos propios, en su modalidad artística tomaría en vano conceptos del arte noble (originalidad, unicidad, expresión individual, etc.) ya que las mentes corrientes (o espectador medio del que dependen, en tanto la fotografía pertenece al ámbito de la cultura popular) perciben bajo los mismos presupuestos los distintos tipos de fotografías. Así, en cuanto a la falta de distinción o de fronteras claras,

hay una circularidad perfecta entre el proceder de la recepción y la labor de exhibición, publicación, promoción, etc. que se realiza en ese microuniverso.

Sin embargo, si muy distintos discursos, intencionalidades y finalidades llegan a coexistir en un mismo espacio discursivo, la posición dominante está ocupada por los artistas fotógrafos. Con más interés en la lucha por el reconocimiento del medio, para así conseguir su distinción del uso popular y de las prácticas abiertamente *mercenarias*, y con menos posibilidades de obtener beneficios simbólicos y económicos al desempeñar la práctica artística en exclusividad, son los que tienen más que ganar del buen funcionamiento y consolidación de esa red alternativa al *gran arte*. A menudo realizarán un esfuerzo extraordinario para ello: sumando a sus disposiciones un mayor capital cultural, económico y/o social, desempeñarán múltiples papeles en ese microuniverso (artista fotógrafo, historiador de la fotografía, crítico, comisario, docente, editor de revista o publicaciones especializadas, etc. Un ejemplo notable, en el ámbito español, respecto a la acumulación de funciones en un mismo sujeto, sería Joan Fontcuberta), logrando beneficios simbólicos en cada uno de los puestos que serán acumulados y transferidos en el desempeño de cualesquiera otros.

Si la radical heteronomía de este campo no parecía sino confirmar que la fotografía no podría dejar de ser un «arte medio» y que no alcanzaría la plenitud artística que le permitiría constituirse como un campo autónomo, con todo, el enorme esfuerzo realizado para articular esa red contribuyó a legitimar artísticamente el uso de la cámara fotográfica. Sin embargo, el estatuto artístico del medio fotográfico no será plenamente logrado en este campo (que tampoco alcanzará la autonomía) sino en el del arte.

El uso de la fotografía en el campo del arte

Desde la modernidad, el gran arte se había valido del uso de la imagen fotográfica no sólo en su función de «servidora humilde» –promoción,

difusión y catalogación de obras de arte mediante la reproducción fotográfica— y bien lejos de la tradición del medio fotográfico y de las convenciones que regían en la fotografía artística.¹⁵⁸

Su inicial utilización por las vanguardias históricas en los fotomontajes dadaístas y constructivistas y en los *collages* cubistas y surrealistas, proseguirá en el pop-art de los años 50 y 60 y abundará en las prácticas artísticas de los años setenta tales como el arte conceptual, obras *site-specific*, *performance*, arte objetual, instalaciones, *land art*, *earth-works* y arte de acción. Al ser, en unos casos, parte de la obra y en otros registro de ella, irá adquiriendo progresivamente valor como objeto en sí que será consumado en los años ochenta.

Dominique Baqué (2003) sitúa el nacimiento de lo que denomina «fotografía plástica» (fotografía utilizada por artistas plásticos y no inscrita en la tradición del medio fotográfico) a finales de los sesenta, principios de los 70, ya que no sólo será utilizada de forma secundaria. Según Baqué, en este periodo y aún en los casos de registro de una obra preexistente, desde el momento en que se controla su venta, la fotografía trasciende el estatuto documental para acceder al rango de obra. Pero, además, se utilizará en *performances* en los que el documento fotográfico constituye una metáfora o alegoría de la propia acción.

A través de la simple enumeración de estas tomas de posición artísticas, ya habremos apreciado tanto los intentos de vincular el arte con la vida cotidiana y la *praxis* social (en contraste con el programa del *arte por el arte*), como el hecho de que la mirada del esteta ya no es tan kantiana, es decir, son en cierto grado prácticas *impuras* que demandan una mirada *impura*. También nos interesa destacar aquí que los *ready-mades* de Duchamp instauran toda una tradición de «actos iconoclastas» que demandan una mirada más reflexiva y menos contemplativa, menos inmersa en el objeto y más girada hacia el contexto o marco institucional: desde la lata de mierda de Manzoni a la caja de brillo Box de Warhol.

158. Salomon-Godeau (2001: 75-85) reflexiona sobre las diferencias entre los usos de la fotografía en el campo del arte desde el pop-art (paradigma postmoderno) y la fotografía artística (paradigma moderno).

Pero, además, distintas prácticas del arte postmoderno, y no necesariamente actos iconoclastas, pueden ser entendidas en relación con el *ready-made*, en tanto suponen transposiciones o desplazamientos de imágenes, objetos, textos, etc., preexistentes en diferentes contextos, hacia el contexto del arte. Foster (2001), entronca diversas prácticas postmodernas con el *ready-made* duchampiano.

En lo que respecta a las prácticas que re-contextualizan imágenes fotográficas, si el *ready-made* es obvio en el arte apropiacionista –por ejemplo, las fotografías de Walker Evans refotografiadas por Sherrie Levine– o en el arte arqueológico o de archivo –por ejemplo, las fotografías de prensa o de archivo utilizadas por Christian Boltanski– la lógica del *ready-made* también rige la re-creación que Cindy Sherman hace de las imágenes estereotipadas de la mujer en los medios de masas. Es decir, todas estas prácticas utilizan un material previo (una inscripción literal o latente en el imaginario colectivo) para, mediante la re-contextualización, cambiarle su función original y, por tanto, la naturaleza de su lectura. Estos desplazamientos, a la vez que modifican el significado del material empleado –sea para producir un efecto paródico, irónico o cínico, para ofrecer una reflexión crítica, para convocar la emotividad, etc.– también cambian su valor y crean un nuevo valor –queda colocado bajo una nueva autoría, aunado en el estilo del artista, dispuesto en un marco sacralizante, inserto en el mercado del arte, etc.

LOS DESPLAZAMIENTOS Y LA LÓGICA DEL *READY-MADE*

La «lógica del *ready-made*» o, si se prefiere un término postmoderno, la «lógica de la apropiación» también se instalará en la política cultural y afectará a la fotografía respecto a la cuestión a la que aquí queremos llegar y que podría definirse, empleando el término de Bourdieu (2002: 364), como un «*ready-made* asistido». Bourdieu utiliza el término para contraponer a Rousseau *el Aduanero*, en tanto paradigma del pintor ingenuo y objeto, frente a Duchamp, en tanto paradigma del artista cono-

dor y sujeto. Así, las admiraciones académicas que Rousseau mezcla con su visión funcionalista es algo «muy propio de un plagiario aficionado que nada sabe de las apropiaciones discretamente paródicas y sutilmente distanciadas que suelen practicar sus contemporáneos más refinados». Esa *alldoxia* inconsciente, podrá ser leída como tal sólo por una mirada modelada por el campo artístico que ubicará el trabajo de Rousseau respecto a la tradición y le asignará un espacio entre las tomas de posición del campo, es decir, asistirá el *ready-made* de Rousseau.

Lo que nos interesa destacar aquí, no es tanto que desde el campo del arte los artistas utilicen materiales fotográficos que eran destinados a otros fines en sus obras artísticas, como que la instauración de esa lógica provoca desplazamientos de productores y de sus productos fotográficos hacia el campo del arte y, sobre todo, que funda una mirada «artística», no necesariamente kantiana pero sí «culta», capaz de constituir a, virtualmente, cualquier fotografía en obra de arte o, en otros términos, una mirada presa de la creencia de que lo que constituye como tal ha sido constituido *misteriosamente* por su productor como tal, por mucho que sepa que, en realidad, no ha sido así.

Podría decirse que esto no es en absoluto nuevo, sino que es constitutivo a la propia historia del arte. Se ha repetido continuamente que la mirada del esteta ha constituido a la naturaleza como objeto para la contemplación estética aún sabiéndose que no es esa su finalidad.¹⁵⁹ Pero también lo ha hecho con productos que son obra de la creación humana. Recordemos que en la Ilustración, el proyecto enciclopédico del Viejo Mundo (inseparable de la conquista del Nuevo Mundo) encuentra en el ámbito del arte su mejor expresión en la nueva institución del Museo y en una Historia del Arte que ahora busca ser *universal*. Si el Museo reduce las prácticas de diversa índole (rituales, mágicas, etc.) de otras culturas a meros objetos de la contemplación —es decir, las desposee de

159. J. J. Gibson, afirma que «El campo visual es producto del hábito, crónico entre las personas civilizadas, de ver el mundo como una pintura» (Gombrich, 1997), o Rosalind Krauss dirá que la «caza de lo visual» es «un medio de transformar toda la naturaleza en una máquina productora de imágenes, estableciendo así lo visual en un campo autónomo» (Krauss, 1997: 16).

sus funciones originales para imponerles la función estética—, la Historia del Arte reduce a un segundo término aquellas funciones y significados para integrar los objetos que resultan de aquellas prácticas en una *cadena evolutiva* de *descubrimientos* formales. Ambas ejercen un poder descontextualizador y un vaciamiento del sentido, al subsumirlos en la Institución, históricamente situada y fechada, del Arte.

También es de recordar que el descubrimiento de la fotografía contribuirá al desarrollo y mayor alcance de la segunda institución, de tal modo que, como observaba Malraux, la historia del arte, gracias a las reproducciones fotográficas, se funde con la primera institución: la historia del arte se convierte en un museo imaginario. Pero la fotografía aquí no desempeñaba sino un papel «servil». Y si la mirada del esteta convertía en objetos de la contemplación estética tanto a la naturaleza como a distintos productos culturales, lo que será nuevo en ella es que les imponga a las fotografías la preeminencia de la función estética y llegue a pasar a un segundo plano la cuestión referencial, no debiéndose localizar la causa de esto, en el cambio *ontológico* del medio a raíz de la introducción de la imagen digital.

Reconversión de las instituciones y reconfiguración de las posiciones

Regresemos ahora al punto en que habíamos dejado la consecución de la legitimidad artística para el uso de la cámara. Con el estatus artístico plenamente alcanzado por el medio fotográfico en el campo del arte, la red paralela y alternativa a éste se empieza a debilitar: algunas galerías desaparecen, otras se reconvierten (pasan de ser *galerías de fotografía* a denominarse genéricamente *galerías de arte*), las revistas más especializadas a escala técnica menguan, otras más teóricas funden en sus contenidos fotografías realizadas dentro de la tradición del medio con aquellas efectuadas en relación a la tradición del arte, gran parte de los festivales fotográficos que emergían y proliferaban en los ochenta empiezan a desaparecer y/o se reconfiguran etc.

La clara frontera trazada entre circuito fotográfico y circuito del arte a veces se vuelve imprecisa¹⁶⁰ y si el circuito fotográfico no se disuelve, sí tiende a perder su peso, su solidez y su territorialidad de antaño. Así los festivales, galerías, revistas, etc. con una disposición más contemporánea y/o con mayores aspiraciones a conquistar posiciones de poder en el arte (que ya no segrega a la fotografía) ya desde los ochenta integran manifestaciones de la «fotografía plástica», de tal modo que se empieza a colocar en un primer plano la cuestión de la artisticidad y a relegar a un segundo plano la cuestión del empleo del medio fotográfico en sus diversas funciones. Aquellas empresas fotográficas que mantienen su integridad tienden a ser percibidas artísticamente como guetos encerrados en viejos esquemas y sobre su programación cae la etiqueta de «clásica» (maestros fotógrafos consagrados) y/o «fósil» (fotógrafos contemporáneos que producen bajo la guía de los grandes maestros de la fotografía artística).

De tal modo que los fotógrafos con mayores ambiciones artísticas, a la vez que buscan diferenciarse y desmarcarse de los fotógrafos artísticos más convencionales, tienden a huir de ese circuito que pierde peso y categoría, para buscar posiciones en el poderoso campo del arte, donde están en juego mayores beneficios económicos y simbólicos. La heterogeneidad del grupo se vuelve manifiesta cuando se debilitan las fuerzas negativas de cohesión: la oposición al campo del arte que los excluía. Así, la solidaridad se convierte en divergencia según se accede al reconocimiento en aquel campo. Respecto a esta cuestión en el ámbito español, ver cómo se *desmarca* la generación de Fontcuberta respecto a la generación barcelonesa anterior con la que, en su día, buscaron la cohesión (Fontcuberta, 1992).

160. Esto es muy apreciable en los grandes centros culturales donde la red paralela había alcanzado una solidez considerable. Por ejemplo, en Nueva York existen varias guías de galerías de arte (en general) y una guía de galerías de fotografía. Ésta última incluye en sus páginas la red de galerías especializadas y puntualmente, según su programación incluya fotografía, algunas galerías de arte. Esta inestable unión realizada en el espacio de la guía contrasta con la radical separación geográfica de los dos tipos de galerías en el espacio de la ciudad.

Pero la reconversión no es tan fácil porque el juego es otro: con unas reglas bien definidas y con unos principios de legitimidad autónomos. Así, el uso que se hace de la fotografía en el campo artístico dista mucho de la tradición del medio fotográfico con su virtuosismo técnico, los géneros convencionales (retrato, paisaje, bodegón, etc.), el prejuicio hacia el uso del color, el modo de presentación (pequeños formatos, uso del *passpartout* y marco, disposición espacial, etc.), los tirajes largos o ilimitados, etc. De tal modo que, paradójicamente, muchos fotógrafos que esperaban encontrar en este cambio el reconocimiento a su labor de creación artística, resultan automáticamente excluidos del campo del arte en el que la fotografía es utilizada de forma menos ortodoxa y de un modo más «impuro».

Son los fotógrafos, de entre los que ocupaban una posición dominante en el microuniverso fotográfico, más conocedores de la tradición del arte y más próximos a sus presupuestos contemporáneos, los que tienen derecho a entrar en el campo del arte (por ejemplo, en España, Joan Fontcuberta o Chema Madoz). Aunque, paradójicamente, algunos de los anteriormente relegados a la posición de dominados en aquel microuniverso, suscitarán un renovado interés que les permite, también, ingresar en el campo del arte (por ejemplo, Alberto García Alix o Cristina García Rodero). Esto último se debe, al menos en parte, a que en el arte desde los noventa cobran un gran auge las prácticas «etnográficas» (Foster, 2001: 175-207). Pero aún otros, casi excluidos de aquel microuniverso fotográfico, podrán trasladar sus productos al arte sin abandonar necesariamente su trabajo en el ámbito publicitario (por ejemplo, Wolfgang Tillmans) y sin tener que disociar, como anteriormente se les exigía, entre su labor en la fotografía *mercenaria* y el desempeño de un trabajo de *creación* fotográfica (por ejemplo, Chema Madoz). Podríamos relacionar esto último tanto con el hedonismo generalizado de la sociedad contemporánea, en el que la imagen publicitaria juega un papel determinante, como con el interés del arte por los productos de la sociedad de consumo, los productos de la baja cultura y las imágenes de los media desde el *pop-art*. Pero también con los flujos que se dan en doble sentido entre el arte y la publicidad: ésta última importa aspectos del arte (por ejemplo, en la publicidad empieza a tener cabida una

estética de lo *cutre* y *marginal* en la línea de Nan Goldin) y a la inversa (por ejemplo, los *carteles* de Barbara Kruger). Parece, entonces, haber una menor dificultad para desplazarse hacia el arte desde usos de la fotografía de carácter social, documental, histórico, antropológico, publicitario, etc. que desde la fotografía artística más purista y, supuestamente, más artística. En otras palabras, el arte parece interesado por, y/o susceptible de apropiarse de, cualquier tipo de fotografía excepto la producida conforme a los criterios convencionales del arte de la fotografía.

La mirada artística y el «*ready-made* asistido»

Es en este contexto de desplazamientos, re-significaciones y re-evaluaciones donde tenemos que situar el *fenómeno* del *ready-made* asistido. Obviamente cualquier producto artístico, al menos en la etapa ingenua de su productor, podría considerarse un *ready-made* asistido, ya que otros agentes (artistas, galeristas, comisarios, críticos, etc.) pudieron realizar, directamente, *pequeñas intervenciones* respecto a su configuración inicial mediante indicaciones o, incluso, exigencias así como efectuar re-contextualizaciones no buscadas o no deseadas o, incluso, no consentidas por el artista. Desde la inclusión de un trabajo artístico en una exposición, o bajo un discurso crítico, que desvirtúa su naturaleza y los propósitos del artista, hasta la banalización y trivialización que resulta del modo en que es mostrado. También resulta obvio que cualquier producto cuando se inserta en un contexto o espacio discursivo cambia de naturaleza, resultando afectado tanto su significado como su valor, ya que se encuentra con la «fricción de la palabra ajena sobre la propia» y con la «fricción del medio extra-objetual».¹⁶¹ Fricción que se aligera cuando el produc-

161. Para Voloshinov, cuando un enunciado se realiza en el acontecimiento social de la comunicación discursiva queda afectado por el contacto con el medio extraverbal (fricción de la palabra sobre el medio extraverbal) y con el medio verbal constituido por otros enunciados (fricción de la palabra sobre la palabra ajena). Voloshinov analizará el problema del «discurso ajeno» en relación con los diferentes modos de percepción y de transmisión del discurso del otro (Voloshinov, 1992).

tor queda definitivamente privado de voz y, aún más, cuando caducan los derechos de la propiedad intelectual. En este sentido, y como consecuencia del valor que ahora se concede a la fotografía en los espacios institucionales del arte, Rosalind Krauss señala la falsificación histórica en que incurren tanto el museo, al mostrar la fotografía artística modernista conforme a los principios de legitimación del campo del arte, como las prácticas discursivas que aplican sobre aquella los conceptos fundamentales del discurso estético (artista, carrera, coherencia y unidad de obra) (2002: 56):

Actualmente se intenta de forma generalizada dismantelar el archivo fotográfico, es decir, el conjunto de prácticas, de instituciones y de relaciones propias de la fotografía del siglo XIX en sus inicios, para reconstruirla en el marco de las categorías ya constituidas por el arte y su historia. Es fácil imaginar cuáles son los motivos para ello, pero resulta más difícil comprender la tolerancia existente frente al tipo de incoherencia que esto produce.

Regresando al mundo de los vivos, y a pesar de las inevitables fricciones y resignificaciones, hay una diferencia sustancial entre un artista (sujeto) conocedor que se hace dueño de su discurso, y un artista (objeto) ingenuo y totalmente *sujeto* al discurso de otros. Como señala Bourdieu, mientras el primero opone resistencia a las fuerzas del campo, sabe cuáles son las decisiones adecuadas y puede advertir las posiciones indeseables (sabe desplazarse por el campo); el segundo no puede oponer resistencia alguna a esas fuerzas sino que está completamente a su merced (es desplazado por otros agentes e instituciones) y es íntegramente creado por el campo del arte.

Otra vez, hay que destacar que no se trata de un nuevo fenómeno en el arte, sino que lo que es nuevo es que alcance a los productos fotográficos y lo que, quizá, también sea nuevo es que la *lógica de la apropiación postmoderna* parece justificar cualquier tipo de *re-contextualización* y eximir de toda responsabilidad ética a quien la practica. Respecto a lo primero, como señala Bourdieu (2002: 359-370), según el campo del arte conquista su autonomía y se cierra sobre sí mismo, el arte se hace más reflexivo

a la vez que, paradójicamente, suscita interés el arte más ingenuo: desde el arte «primitivo», *naif* al *art brut*. A lomos entre la ceguera que la ilusión de la mirada artística proporciona y la complacencia narcisista obtenida de lo que podríamos denominar complejo de *Pigmalión* o «síndrome de Marco Polo»,¹⁶² estas manifestaciones permiten a sus *descubridores*¹⁶³ comprobar la efectividad de su poder de consagración, a la vez que cumplen con la función de introducir la allodoxia en el campo, esto es, los productos ingenuos traen consigo cuestiones estéticas en bruto que contribuyen a la renovación de los esquemas de percepción y de valoración vigentes.

Pero todavía pueden cumplir bastantes más funciones, entre otras, la de renovar la creencia en el arte puesta severamente en duda a partir de los actos iconoclastas, el alto grado de mercantilización y de institucionalización alcanzado en el campo, así como la sospecha de impostura, adhesión a la moda y cálculo cínico que pesa sobre los productores. En otras palabras, ¿cómo renovar de un modo eficaz esta creencia si no recurriendo a un artista del que no quepa la menor duda respecto a su *sinceridad* y *autenticidad*?, y ¿dónde encontrar a este productor irreflexivo e ingenuo si no fuera del campo artístico? Los actos iconoclastas han dado lugar a una «teoría institucional» que se ocupa de las cuestiones señaladas (Danto, 2002). En el ámbito español, resulta interesante la recolección de conferencias pronunciadas por David Pérez en relación con su pérdida de *fe* en el mundo del arte, dada su importante participación en la política cultural desde el modelo institucional (Pérez, 2003).

Parece lógico que si la fotografía prolifera ahora en este campo, estos *actos de fe* también se extiendan a ella (por ejemplo, Virxilio Vieitez). Parece, sin embargo, paradójico que la *sinceridad*, demostrada por el hecho de que en la producción no ha existido premeditación o cálculo de la demanda, sea hallada en fotografías de encargo. Es decir, el cinismo o cálculo carrerista sólo se condena si se efectúa respecto a la deman-

162. Utilizo el término en referencia a Gerardo Mosquera y su crítica a los «descubridores» occidentales del arte del tercer mundo (Mosquera, 1992: 22-27).

163. Como señala Bourdieu (2002: 255), «el ‘descubridor’ nunca descubre nada que no haya sido ya descubierto, por lo menos por unos cuantos».

da existente en el campo del arte, pero no parece ser problemático (para el arte) que el ajuste se efectúe en relación a la demanda de otros campos (del poder, del dinero o social en general). También resulta extremadamente paradójica la doble legitimación que suelen efectuar los *descubridores de lo descubierto*: en el mismo discurso legitiman, por un lado, la *autenticidad* del trabajo fotográfico demostrando que fue realizado sin finalidad artística, mientras por otro lado, legitiman su *artisticidad* insertándolo en la tradición del arte. En otras palabras, la mirada «cultiva» del esteta puede permitirse leer (y lo hace) las fotografías desde sus conocimientos de la tradición artística, sin embargo al productor esto no le es permitido en el acto de producción, so pena de no ser *auténtico y sincero*. Este desencuentro entre producción y recepción parecería un contrasentido irresoluble si no fuese porque el mito del «creador increado» o del *genio individual* está profundamente enraizado en el *sentido común*, por mucho que haya sido cuestionado desde los discursos post-modernos, de tal modo que al productor *ingenuo* se le presupone una especie de carisma inefable, una fuerza genuina que lo habita transubstanciando, mágicamente, en arte aquello que sale de sus manos.

Sin embargo, estos milagros de la transubstanciación de la fotografía *mercenaria* en fotografía *artística* o en *obra de arte* no los pueden hacer sino quienes tienen el poder de consagrar objetos dentro del campo artístico y es vano intentar buscar ese poder en alguna otra parte. Si estos *ready-made asistidos* se suelen hacer con la buena voluntad de dar a conocer a otros lo *desconocido* esperando que también su mirada quede deslumbrada ante ello, lo cierto es que conducen a la reificación de los productos culturales que, no pocas veces, va acompañada de su *exotización*. La rareza, lo primitivo, lo puro, lo salvaje, la otredad, la naturaleza, lo auténtico, etc, son nociones que la mente occidental tiene el hábito crónico de asociar.¹⁶⁴

Lejos de que la fotografía corrompa al arte o de que sirva a él en el sentido que indicaba Baudelaire, el campo del arte se sirve de la foto-

164. Ver, respecto a las cuestiones señaladas y en relación al trabajo fotográfico de Virxilio Vieitez (Caujolle, 2000: 71-78).

grafía de modos bien distintos, bajo deseos bien dispares y con fines muy diversos. Así, habiendo alcanzado la fotografía el estatuto artístico, el campo del arte no sólo puede servirse de ella como medio, sino también de los productores ajenos al campo (y de sus productos fotográficos) aún sin éstos pretender, buscar o reivindicar su *artisticidad*.

BIBLIOGRAFÍA

- BAQUE, Dominique (2003): *La fotografía plástica*, Barcelona, Gustavo Gili Fotografía, (1ª edición en francés: 1998).
- BAUDELAIRE, Charles (1994): «Le public moderne et le photographie», en *Salón de 1859*, en (Dubois, 1994: 24).
- BOURDIEU, Pierre (2003): *Un arte medio. Ensayo sobre los usos sociales de la fotografía*, Barcelona, Gustavo Gili Fotografía, (1ª edición en francés: 1965).
- (2002): *Las reglas del arte: Génesis y estructura del campo literario*, 3ª edición, Barcelona, Anagrama Argumentos, (1ª edición en francés: 1992).
- CAUJOLLE, Christian (2000): «Una sorpresa, un encuentro», en *Revista Photovisión*, monográfico *Virxilio Vieitez*, nº 29, I, Sevilla, IG Foto editor.
- DANTO, Arturo C. (2002): *La transmutación del lugar común. Una filosofía del arte*, Barcelona, Paidós Estética, (1ª edición en inglés: 1981).
- DUBOIS, Philippe (1994): *El acto fotográfico. De la representación a la recepción*, Barcelona, 2ª edición, Paidós Comunicación, (1ª edición en francés: 1983).
- FONTCUBERTA, Joan (1992): «La generación espejismo, la Barcelona fantasma», en *Revista Lápiz*, nº 88, Madrid.
- FOSTER, Hal (2001): *El retorno de lo real. La vanguardia a finales de siglo*, Madrid, Akal Arte Contemporáneo, (1ª edición en inglés: 1996, revisada en 1999).
- GOMBRICH, E. H. (1997): *Arte e ilusión: Estudio sobre la psicología de la representación pictórica*, Madrid, Debate, (1ª edición en inglés: 1959).
- KRAUSS, Rosalind (2002): *Lo fotográfico: por una teoría de los desplazamientos*, Barcelona, Gustavo Gili Fotografía, (1ª edición en francés: 1990).
- (1997): *El inconsciente óptico*, Madrid, Tecnos, (1ª edición en inglés: 1993).

- MOSQUERA, Gerardo (1992): «El síndrome de Marco Polo», en *Revista Lápiz*, nº 86, Madrid.
- PÉREZ, David (2003): *Malas Artes. Experiencia estética y legitimación institucional*, Murcia, Cendeac Ad Hoc Serie Ensayo.
- SALOMON-GODEAU, Abigail (2001): «La fotografía tras la fotografía artística», en BRIAN WALLIS (ed.) (2001): *Arte después de la Modernidad. Nuevos planteamientos en torno a la representación*, Madrid, Akal Arte Contemporáneo, (1ª edición en inglés: 1984).
- VOLOSHINOV, Valentin N. (1992): *El marxismo y la filosofía del lenguaje. Los principales problemas del método sociológico en la ciencia del lenguaje*, Madrid, Alianza Universidad, (1ª edición en ruso: 1929).

LA DESPRIVATIZACIÓN DE LA FOTOGRAFÍA PERSONAL

EMILIO SÁEZ SORO

Universitat Jaume I, Castellón

Esta comunicación pretende ser una reflexión inicial sobre una forma emergente y creciente no sólo de visualizar fotografías, sino de relacionarse a través de ellas. La consolidación de Internet como una forma de distribución y visualización de fotografías se refuerza con la aparición de sitios que albergan comunidades virtuales que intercambian y difunden sus fotografías de forma global. Este hecho modifica algunas de las formas convencionales de distribución y uso del material fotográfico. En todo caso, es necesario remarcar el carácter de primera aproximación de este análisis a un fenómeno que está en los primeros momentos de su consolidación y sujeto a una constante evolución.

Desde los tiempos en los que Kodak popularizó la fotografía privada el procedimiento habitual de llevar los rollos de película a revelar a un establecimiento especializado se convirtió en algo perteneciente al mundo de lo cotidiano. Así mismo, la reproducción de las fotografías en papel y diapositivas estaba ligada también a una forma de visualización. Ver las fotos del último viaje, de la fiesta de cumpleaños, etc., solía y aún suele seguir un patrón conocido de distribución por el cual son los «íntimos» los que tienen acceso a dichos materiales gráficos. Las fotografías privadas han sido hasta ahora, eso, una parte más de la esfera personal de los individuos que acopian material gráfico de sus vidas sin más proyección que la de sus allegados.

Este patrón se ha disuelto con la intersección de la fotografía digital e Internet. La fotografía digital permite eludir para su visualización la impresión en papel y por tanto el tener que ceder ningún elemento a otras manos. Esta posibilidad incrementa el nivel de privacidad del material producido y por otra parte se elimina el problema de las fotos fallidas. A los elementos anteriores hay que añadir la facilidad con la que se pueden modificar las fotografías en formato digital, tanto en aspectos

formales como compositivos. Todo esto supone una mayor libertad en el momento de realizar las fotografías con interesantes consecuencias en los resultados obtenidos. Estas condiciones (mayor libertad, privacidad, coste, principalmente en el sentido de eliminar fotografías fallidas y poder hacer más ensayos y capacidades de postproducción) están favoreciendo una mayor creatividad en el entorno de la fotografía doméstica y *amateur*.

A esta ampliación del marco de producción de la fotografía doméstica hay que añadir la proyección que supone su distribución por Internet. Las fotografías fueron uno de los primeros «objetos» que se empezaron a enviar y difundir por Internet en los comienzos de su popularización. Esa circulación de imágenes en principio escaneadas de las reproducidas en papel se multiplicó con la conexión de las cámaras digitales a los ordenadores.

En un primer momento la inclusión o circulación de fotografías en Internet estaba relacionada con su envío por correo electrónico o para ilustrar páginas *web* de la más variada naturaleza. De forma prácticamente simultánea al crecimiento del uso de la fotografía digital comienzan a surgir servicios gratuitos en Internet para almacenar fotografías y para exponerlas como forma de difusión privada-pública.¹⁶⁵ En algunas circunstancias dicha exposición se hace de forma restringida a algunas personas elegidas mediante el acceso por clave, pero en una infinidad de situaciones se exponen para todo aquel que quiera verlas. Esto supone la existencia de millones de fotografías personales a la vista del público en general.

En contra de lo que se podría imaginar la exposición de este voluminoso material fotográfico, recoge incluso los momentos más íntimos de familias e individuos. En este sentido aspectos de la esfera privada no sólo se convierten en públicos sino que también en globales. A ello colabora el hecho de que los servicios que alojan fotografías usan éstas

165. Algunas muestras interesantes de este tipo de servicios, se listan al final de la comunicación. La mayoría de estos servicios son gratuitos y se financian por el uso de pago de funcionalidades extras, como un mayor espacio de almacenamiento, etc.

como banco de datos global de imágenes, proporcionando criterios de búsqueda temáticos autoclasificados por los usuarios. Esto supone una conversión de las fotografías personales habituales en un banco de imágenes de la vida cotidiana, aunque sería más lógico hablar de fotografías de momentos especiales de personas cotidianas o anónimas. Entre esos temas tratados con especial incidencia están: fiestas familiares y privadas, vacaciones, ceremonias de concesión de todo tipo de títulos, bodas, actividades en la empresa o centro de estudios, vida familiar con especial atención a los niños, eventos como asistencia a conciertos y espectáculos de todo tipo, representación de todo tipo de aficiones, etc.

En este sentido sería necesario diferenciar entre los entornos más propicios para compartir fotografías entre fotógrafos *amateurs* y aquellos lugares en los que se comparten básicamente materiales de personas que hacen fotos de los momentos interesantes de su vida sin ningún ánimo especial de desarrollo técnico o estético en sus trabajos.

Son el segundo tipo el que realmente predomina y está haciendo crecer este medio. En un intento de concretar rasgos caracterizadores de este nuevo escenario de todo un género fotográfico, de importancia más social que estética, se pueden apuntar:

- **Económicos.** Un cambio en el mediador en la distribución fotográfica. En algunos casos son las mismas multinacionales fotográficas las que están detrás de estos medios, en otros las multinacionales informáticas y otros. Los que ven claramente reducido su papel a cero son los establecimientos comerciales intermediarios con los laboratorios.
- **Sociales.** De alguna forma la tendencia descrita de la generalización del protagonismo público de la gente común, como forma extrema de representación. La imagen cotidiana y doméstica privada se globaliza conviviendo con el resto. Todos son accesibles y protagonistas globalmente y en potencia.
- **Formales.** El hecho de que en numerosas situaciones se sepa previamente que las fotos se van a exponer en Internet es previsible que genere tanto en el fotógrafo como en las personas fotografa-

das una forma diferente de afrontar ese momento. Aunque el aparente protagonismo queda diluido en la inserción de las fotos en catálogos junto a otros millones de fotografías, no deja de ser público por eso. En este sentido se crea una ambivalencia entre la exposición pública global y el anonimato entre la multitud que constituyen estos receptáculos masivos de fotografías. La idea de estar expuesto (como sujeto) y de exponer la fotografía (como objeto) lleva de forma inequívoca a una mayor selección, así como a una mejor disposición a lo que podríamos llamar una vaga forma adecuada de presentar las fotografías. Este hecho no tiene tanto repercusiones estéticas, ni técnicas, sino lo que supone la fotografía como un medio que refuerza su papel como forma de expresión personal.

Entrar en cuestiones conceptuales en el campo técnico-estético de la fotografía en este tema es inútil, ya que no es el objetivo final de este entorno y luego la enorme cantidad y heterogeneidad de los materiales existentes en estos depósitos lo hace imposible. Si que se puede hablar de una transformación del estatus de la fotografía, que como objeto esencialmente representativo, evoluciona al estado de sujeto digital en red lo que le aporta un estatus superior. La posibilidad de copia infinita, acceso global, sencillas modificaciones, ordenación y localización, así como las posibilidades de accesibilidad selectiva, confieren a las fotografías de siempre una situación idónea para su crecimiento en todos los sentidos en su presencia en Internet.

Es importante considerar el aspecto de comunidad virtual en el que se inserta esta enorme cantidad de fotografías. Como todas las comunidades virtuales en Internet no son todos los que aparecen, pero sí existe un núcleo duro que mantiene y dinamiza la actividad. En ese sentido, algunos sitios (por ejemplo, *Webshots*) de almacenamiento y distribución de fotografías organizan sus contenidos para alentar la actividad interna como comunidad. Así, se establecen clasificaciones de popularidad por distintas tipologías, se facilitan herramientas de comunicación interna entre usuarios, la realización de subgrupos, intercambio de opiniones en foros, etc.

Esta mecánica de funcionamiento favorece la proliferación de determinado tipo de fotografía según en que entorno nos situemos. En entornos más «populares» como *websites* aparecen como preferidas las fotos de gente joven en situaciones festivas. Resulta claro que se usan dichos sitios como una vía de soporte y apoyo en la comunicación complementada por otros medios.

En otros sitios más «técnicos», como *Pbase*, los criterios de preferencia son otros más técnicos aunque difícilmente clasificables. En todo caso estamos ante dos modelos de comunidades virtuales basadas en la difusión e intercambio de fotografías. Un modelo usa estos receptáculos como apoyo a sus actividades del tipo que sean, externas a la red y como forma complementaria de comunicación. El hecho fotográfico pierde relevancia y se convierte más en una excusa que en un objetivo. En el segundo tipo de sitios, la fotografía sí que es la protagonista y así en la presentación de las mismas, los aspectos técnicos y formales en los que se realizaron las mismas tienen un especial protagonismo. Tampoco hay que perder de vista el hecho que en los entornos más «serios» de intercambio de fotografías, para utilizar servicios significativamente útiles es necesario pagar una cuota. Esto ya supone en sí un filtro para seleccionar el interés por la fotografía derivando los usos más vinculados a una comunicación complementaria a servicios gratuitos.

Otra cosa serán los problemas que se deriven de esta posibilidad de distribución total. En la medida en la que la presencia de este tipo de fotografías genera una porosidad ambigua entre lo privado y lo público, genera un importante potencial de conflictividad. El uso que pueda darse por otras personas o empresas a las fotografías expuestas queda en el aire en numerosas ocasiones. Por otra parte, se da la posibilidad de que aparezcan personas a las que no se les comunica ese hecho. Evidentemente, existen unos mínimos sobre lo que supone la propiedad de las fotografías, pero queda abierto el panorama de lo que pueda suceder con las mismas.

En ese sentido, resultan interesantes los desarrollos para proteger la modificación y uso de fotografías digitales en red. Ya existen posibilidades para evitar (en primera instancia) la «descarga» de las mismas, así como un control de quién lo hace. De todas formas, estamos en los

principios de un uso masivo de estos medios y la evolución de los mismos también está en relación con la rentabilidad que obtengan las empresas que ponen estos medios. En estos momentos vivimos la curva ascendente del fenómeno en forma geométrica. La saturación puede estar relacionada en el futuro con varios motivos que van desde la posibilidad de que mueran de éxito las iniciativas empresariales por exceso de carga de los equipos a la simple falta de rentabilidad de las iniciativas. En todo caso es algo que está por ver cual será su evolución.

Evidentemente todo lo dicho, no tiene mucho que ve con lo que es la fotografía en sí, pero incide en la evolución de lo que es y para lo que nos sirve. En todo caso, como indiqué al principio este fenómeno está en un momento de expansión y cambio y probablemente adopte con el tiempo formas con ciertas variaciones a las actuales.

LISTA DE SITIOS *WEB* DE REFERENCIA

WEBSHOTS, (<http://www.webshots.com>): Con cerca de cien millones de fotos, que se incrementan diariamente con cerca de trescientas mil fotografías.

OFOTO, (<http://www.ofoto.com>): La página para compartir fotografías entre usuarios desarrollada por Kodak.

PHOTOS MSN, (<http://photos.msn.com>): La apuesta del gigante de Microsoft por tomar parte en este importante movimiento.

PBASE, (<http://www.pbase.com/galleries>): Un importante grupo de fotógrafos amateurs con su exposición correspondiente de fotografías.

BUZZNET, (<http://www.buzznet.com>): Similar a la anterior pero con un enfoque más popular.

LOS NUEVOS USOS DE LA FOTOGRAFÍA EN EL ARTE CUBANO CONTEMPORÁNEO: MARTA MARÍA PÉREZ BRAVO

CARLOS TEJO VELOSO

Universidad de Vigo

LAS ESTRATEGIAS DEL PODER

Al referirnos a los nuevos usos de la fotografía en la Cuba actual como eje central del presente estudio, estamos implícitamente asumiendo la existencia de una práctica fotográfica que surge en los primeros años de la década del sesenta, caracterizada por su invariabilidad temática y por la utilización de una reducida serie de clichés puestos al servicio de un nuevo Gobierno que necesitaba todos los medios posibles para legitimarse. No debemos olvidar que los medios que forman parte de la cultura visual de masas como la fotografía, la prensa, el cine o la televisión con mucha frecuencia han estado al servicio de cualquier gobierno para legitimar, consolidar y difundir su actuación política. No obstante, debemos reconocer en esta época la existencia de ciertos autores que en algunos de sus trabajos han sabido alejarse de la concepción de la fotografía como instrumento ideológico, para desarrollar una obra dinámica, personal y todavía vigente. Solamente por citar dos ejemplos recordemos la obra desarrollada por Raúl Corrales o a la particular visión de la realidad cubana que descubrimos en las fotografías de Chinolope.

Nuestro análisis arranca en 1959 cuando la joven Revolución cubana comienza a impulsar con fuerza la fotografía, tal vez sin advertir que años más tarde se convertiría en uno de los principales factores de su anquilosamiento. El *Che* Guevara, indiscutible icono de la Revolución, ya indicaba en el año 1965 los peligros que encerraban algunas estrategias que dictadas por una estancada ideología socialista se aplicaban en materia cultural (Guevara: en línea). Sin embargo, somos conscientes de que durante los primeros años del proyecto político de Fidel Castro,

existían numerosas amenazas desde el exterior cuyo principal objetivo era acabar con un movimiento que podría poner en peligro la oligarquía del sistema capitalista internacional. Es por ello que podríamos tolerar en los albores de la Revolución, un mayor celo en la protección y difusión de sus ideales, así como la utilización de ciertos métodos para garantizar la continuidad del Gobierno socialista; métodos que hoy en día nos parecen cuestionables.

Desde el momento en que las tropas de Fidel Castro entran en la ciudad de La Habana consiguiendo derrotar el régimen del dictador Batista se comienza a articular interesadamente una época de esplendor para la fotografía documental. Se crean entonces, toda una serie de *reglas del juego* que nos harán reflexionar sobre el verdadero valor del documento en la fotografía cubana de los veinte primeros años del periodo revolucionario.

Con el triunfo de la Revolución cubana el contexto político, social y cultural de la isla experimenta un drástico giro. Los acontecimientos se suceden vertiginosamente produciendo una cadena de cambios muy importantes que son apoyados por un amplio sector de la población. Entre las importantes reformas debemos considerar: la proliferación de museos, galerías de arte, bibliotecas, salas de cine, casas de cultura, etc. Así mismo ha sido muy importante la puesta en marcha de instituciones culturales como La Casa de las Américas, el Instituto Cubano del Libro, el Instituto Cubano del Arte y la Industria Cinematográfica (ICAIC), la Unión Nacional de Escritores y Artistas de Cuba (UNEAC), etc. Junto a todo ello debemos sumar la organización de eventos culturales, premios de apoyo a la creación, congresos y encuentros internacionales entre intelectuales. Todas estas actividades originaban una inusitada actividad en el panorama cultural de la nueva Cuba revolucionaria, proyectando una imagen de la Revolución que se acogía con entusiasmo entre la población de izquierdas internacional.

Estos cambios en la política cultural sentaron las bases que teóricamente posibilitarían ampliar el espectro de acción del arte acercando éste de manera real al pueblo, fomentando una sólida y continuada programación cultural y protegiendo la situación del propio creador permitiéndole vivir dignamente de lo que producía. Nos encontramos ante un

clima de euforia social que necesitaba ser fotografiado para recordar al pueblo de Cuba que el proyecto revolucionario no significaba una utopía irrealizable, sino que estábamos ante un futuro al que se podía contemplar con esperanza. De este modo, la Revolución encontraba en la fotografía uno de los medios más adecuados a la hora de construir una particular mitología de los *grandes relatos*. Consideramos que no nos corresponde en esta ocasión analizar los aciertos y los errores de la Revolución cubana, ya que debido a su complejidad socio-política nos obligarían a abordar un exhaustivo análisis que nos desviaría del tema central que hoy nos ocupa.

Llegados a este punto, no podemos decir que el uso de este ventajoso soporte llevado a cabo por el Gobierno haya sido inocente. De un modo general y salvando algunas destacadas excepciones, podríamos afirmar que la fotografía cubana que se desarrolla desde 1959 hasta la década de los ochenta funciona como una útil herramienta para promocionar y consolidar los logros del régimen. No queremos con esta afirmación deslegitimar algunas buenas intenciones que han tenido lugar sobre todo en los primeros años del proyecto revolucionario y que podemos encontrar en las instantáneas de Corrales, Korda, Roberto Salas o Liborio Noval.

Lo que el crítico cubano Juan Antonio Molina denomina la mitología de la presencia y que podríamos definir como el valor de la fotografía para congelar un instante y construir un documento, es un concepto cuestionable al hablar de la práctica documental ya no sólo en Cuba sino en la mayoría de los escenarios donde este género se desarrolla. Ninguna representación que esté fuera de nuestra experiencia directa nos puede asegurar la objetiva veracidad del momento elegido. El más *honesto* estilo documental nos sitúa delante de una representación fotográfica que siempre implicará una interpretación que el autor hace del referente. El fotógrafo no es un agente incauto, ya que su praxis combina un puzzle de intenciones aún cuando nos encontremos delante de imágenes aparentemente neutrales como las que podemos reconocer en las milicianas de Korda, los alfabetizadores de Mayito o las enérgicas multitudes de Liborio Noval. En un simple encuadre, en la elección del motivo

principal de nuestra composición, en cómo preferimos una determinada incidencia de la luz o en el ángulo desde donde disparamos, estamos construyendo las claves para la creación de una nueva textualidad que no puede ser imparcial, sino que suscitará un mensaje lejos de una realidad aséptica, cercana a los intereses del autor que actúa. Junto a estas estrategias, hemos de añadir en el caso cubano otro factor que consideramos fundamental a partir de 1959: la concepción de la práctica documental por parte del poder como la imagen material de una ideología. Sirva como ejemplo la fotografía titulada *Guerrillero heroico*, tomada por Alberto Korda en 1960. Esta manipulada imagen del *Che*, representa de manera excepcional la contradicción existente entre el documento que pretendidamente otorga legitimidad a un instante y por lo tanto ayuda a construir un «objetivo» relato histórico y la instrumentalización política que llegó a alcanzar la imagen del político argentino.

En Cuba —especialmente en los primeros años de la Revolución— esta utilización de la fotografía como herramienta propagandística, funcionó a la perfección. Pero conviene recordar que nos movemos en terreno peligroso y que el abuso de un discurso unilateral puede producir resultados contrarios a las intenciones del poder que lo articula. Si se me permite un claro ejemplo fuera del contexto de la fotografía cubana, pensemos en el gran proyecto conocido como la Farm Security Administration¹⁶⁶ (FSA) que trajo como resultado la conmoción popular ante las precarias condiciones de vida que debían soportar los trabajadores agrícolas que

166. La Farm Security Administration (FSA), fue un proyecto que pretendía documentar la vida de los trabajadores agrícolas principalmente del sur y oeste de los Estados Unidos. El Gobierno contrató a conocidos fotógrafos como Walker Evans, Dorothea Lange o Arturo Rothstein para publicitar una campaña de ayudas destinada a mejorar las pésimas condiciones de vida que soportaban estos agricultores. El proyecto fue dirigido por Roy E. Stryker, antes profesor de economía en la universidad de Colombia. La FSA tuvo lugar entre 1935 y 1944 (época de la gran depresión americana). En realidad las 270.000 fotografías realizadas supusieron una verdadera encuesta fotográfica de la recesión, del paro, del hambre, de la miseria y de los años negros norteamericanos. Todas ellas han tenido un gran impacto en la población norteamericana de la época, que incluso ayudaron en la creación de campos donde se recibían inmigrantes hasta que pudieran mejorar sus finanzas.

repoplaban el sur y el oeste de los Estados Unidos. Ese efecto contrario, que se produjo durante la gran depresión norteamericana, tiene un claro paralelismo en el escepticismo que encontramos en la sociedad cubana a partir de los años ochenta ante una esclerótica fotografía documental que seguía legitimando los grandes momentos de la Revolución, sustentando una narración que nada tenía que ver con la situación política, económica y social por la que atravesaba la isla. El obstinado uso que en Cuba se ha hecho de la fotografía como propaganda, ha llegado a provocar la indiferencia del espectador, una escéptica y apática mirada, un *punto de saturación*¹⁶⁷ que corta toda posibilidad para la emoción y que provoca paradójicamente una reacción social inversa a los fines que persigue. Ello nos explica la necesidad de algunos fotógrafos cubanos de trascender ese mensaje manipulado y documentar su realidad más cercana, aquello que nunca había sido preferencia del objetivo.

Como una clara consecuencia de lo enunciado anteriormente, surge a partir de los ochenta un nuevo concepto del documental, ya no para registrar a los grandes héroes de la Revolución, sino para testimoniar lo cotidiano, las dificultades que provoca la necesidad, las contradicciones, en ocasiones el vacío. Las temáticas que abordaron esta nueva generación de fotógrafos cubanos fueron muy variadas manteniendo como constante una fuerte denuncia de la realidad social por la que atravesaba la isla, sobre todo a partir del *periodo especial* del año 1991. Recordemos que el comercio exterior cubano sólo alcanzó en la primera mitad de 1991 el 20% del año anterior, viviendo en esos momentos una especie de *economía de guerra*. La entrada de productos alimentarios soviéticos y de los Países del Este era muy variada y en esta época, con la caída del bloque socialista europeo, se cortó bruscamente. Como consecuencia empezaron a faltar en la isla productos básicos como: cereales, carne, forrajes, leche de la ex-RDA, etc. Consecuentemente el Gobierno intenta paliar la situación con una serie

167. La teórica norteamericana Susan Sontag (1981) define el punto de saturación como el sentimiento de indiferencia que finalmente se produce en el espectador ante la repetida observación de una temática insistentemente fotografiada.

de drásticas medidas de ahorro que afectarían brutalmente a casi la totalidad de la población cubana. Este conjunto de normas fue denominado como *El periodo especial en tiempos de paz*.

La fotografía ahora funciona como un testimonio crítico que esta vez –casi podríamos decir honestamente– reflejaba la realidad, el deterioro de un proyecto político que atacado desde el exterior y con serios conflictos internos no supo reconocer a tiempo su fracaso. Paralelamente a este nuevo documentalismo cubano representado en las instantáneas de Niurka Barroso, Cristóbal Herrera o Ramón Pacheco, surge a partir de los años ochenta una generación de artistas que utilizará el medio fotográfico como soporte de su práctica cultural. En esta ocasión la fotografía ya no pretende ser el espejo de lo real, se convierte en un medio más para vehicular todo aquello que una inquieta generación de artistas quería contar al mundo. Será en este uso de la fotografía en el que nos vamos a centrar de ahora en adelante, deteniéndonos en la obra de Marta María Pérez Bravo por considerarla uno de sus más claros exponentes.

UNA NUEVA INTENCIONALIDAD EN LA FOTOGRAFÍA CUBANA DE FIN DEL SIGLO XX

El desgaste de la fotografía documental al que antes hacíamos referencia ha provocado la búsqueda de nuevos caminos para el medio lejos de las imposiciones políticas, atendiendo más a los intereses personales del productor que en consonancia con las referencias internacionales veía en la fotografía el medio más idóneo para expresar sus inquietudes. No obstante, esta necesidad de ampliar las posibilidades de la fotografía no nace únicamente de una progresiva decadencia del género documental. Ya en el año 1965, la exposición titulada *Fotomentira*,¹⁶⁸ ha constituido el primer antecedente sólido que planteaba una articulada reflexión no

168. Participaron los artistas cubanos Raúl Martínez [más vinculado al medio pictórico] y Mario García Joya [Mayito] más vinculado a la práctica fotográfica, junto a el fotógrafo suizo Luc Chessex.

solamente sobre la pretendida veracidad del aspecto testimonial de la fotografía, sino que invitaba a comprender la práctica fotográfica como un soporte más de la producción cultural. De este modo la fotografía perdía su carácter *sagrado* y el artista se veía más libre para transformar el medio fotográfico, alejándose de las estrictas normas que tradicionalmente regulaban su uso. Posteriormente, en la década de los setenta una nueva generación de fotógrafos que comenzaría su carrera en la revista Cuba,¹⁶⁹ aborda de manera casi exclusiva el ensayo fotográfico. Ya no aparecen las fotos aisladas de los héroes, sino que éstos se sustituyen por contenidos que se alimentan de la cotidianidad, introduciendo un discurso alejado de las grandes hazañas, discurso que constituye un claro antecedente para el nuevo documentalismo cubano que mencionábamos con anterioridad.

Pero hemos de esperar hasta la década de los ochenta para encontrar de manera evidente los primeros trabajos que utilizan la fotografía como soporte de la práctica artística. Éstos ya gloriosos años han supuesto la completa renovación del panorama del arte en la isla, introduciendo nuevas y acertadas estrategias en una fascinante combinación entre las corrientes del arte contemporáneo internacional y la propia idiosincrasia cubana. La generación de los ochenta compartía entre sus estrategias creativas una marcada intencionalidad crítica, utilizando distintas fórmulas de experimentación plástica para relacionar los problemas del arte con la vida cubana. Utilizaban para ello la apropiación, la parodia o la profundización en aspectos culturales de origen popular. Partiendo en numerosas ocasiones de posiciones de carácter socialista, se denunciaban determinadas carencias utilizando una crítica constructiva hacia el propio sistema. El artista cubano de los ochenta, formado bajo la ideología revolucionaria despreciará el consignismo del arte anterior pero confiará ilusionado en un proyecto político-social que, en aquel momen-

169. En Cuba nunca ha existido una escuela oficial de fotografía. Surgida en los sesenta, la revista Cuba funcionaba como un centro de formación de lo que serían los grandes fotógrafos de la década posterior. Los fotógrafos que se aglutinaban alrededor de la revista se centraron en el reportaje, aportando una nueva manera de ver la realidad. Entre otros autores se encontraban: Ramón Martínez Grandal, Enrique de la Uz o Rigoberto Romero.

to, todavía se podía ver como rescatable. En esta época se cuestionarán problemáticas relacionadas con el arte y la sociedad a las que el sistema prefería dar la espalda y que en la década de los setenta se consideraban atalayas intocables. De este modo se replanteará la validez de la fotografía como documento que legitima una versión subjetiva de la historia, se abandonará la noción única de la realidad a favor de un panorama más plural y dinámico, se potenciará la interacción del medio fotográfico con otros soportes y materiales y se discutirán aspectos canónicos de la fotografía como la originalidad y la autoría.¹⁷⁰ En definitiva, los artistas se apropiarán de uno de los dogmas más importantes de la ideología marxista (arte como emancipación), reutilizándolo en la defensa de una práctica artística entendida como motor para propiciar un debate que generase profundos cambios no solo en los aspectos formales y conceptuales del acto creativo, sino también en la sociedad y en la política cubanas.

MARTA MARÍA PÉREZ BRAVO: NUEVAS PERSPECTIVAS PARA LA FOTOGRAFÍA CUBANA DE FINALES DEL SIGLO XX

Marta María Pérez Bravo describe desde sus inicios hasta la actualidad una de las trayectorias artísticas más consolidadas dentro de lo que se conoció como el *Nuevo Arte Cubano*. Sin temor a equivocarnos, podemos afirmar que su trabajo participa activamente de un episodio clave en el ajetreado renacer que la plástica cubana estaba experimentando a lo largo de la década de los ochenta.¹⁷¹ En el análisis de su obra descu-

170. Entre los primeros artistas que en los ochenta se plantean la renovación del medio fotográfico destacamos: Arturo Cuenca, José Manuel Fors o Rogelio López Marín «Gory». Nos gustaría mencionar dentro de este grupo la obra desarrollada por M^a Eugenia Haya «Marucha». Además de su trabajo como fotógrafa ha destacado como teórica de la fotografía cubana y como una incondicional defensora de la fotografía en Cuba. En el año 1986 funda la Fototeca de Cuba organismo crucial para el desarrollo de la fotografía cubana y la conservación de su legado histórico.

brimos una verdadera renovación del medio fotográfico en Cuba que distanciándose de aquella pretendida objetividad de sus predecesores, irrumpe con temáticas realmente innovadoras para su contexto social y cultural, haciendo de su intimidad el escenario más idóneo de sus ficciones. Junto a creadores como Bedia, Elso o Ricardo Rodríguez Brey¹⁷² su práctica artística a medio camino entre lo mágico, lo mítico y lo cotidiano, inserta visiones no occidentales dentro de la posmodernidad, respetando al mismo tiempo sus reglas y actuando como un efectivo agente dinamizador de su marco cultural. No debemos olvidar que el binomio religión popular-cotidianeidad es un ingrediente fundamental en la práctica artística cubana visible ya en las magníficas escenas que nos dejó Victor Patricio Landaluce o en el liberador sincretismo que propone la obra de Wifredo Lam.¹⁷³ La irrupción de propuestas como la de Marta María Pérez en el panorama artístico cubano de los ochenta, responde a una paulatina transformación que se venía gestando no sólo

171. La década de los ochenta en el arte cubano está considerada por la crítica especializada como un periodo particularmente interesante. Como comentábamos con anterioridad, surge una generación muy sólida de artistas, que utilizando el sincretismo como principal herramienta, combina enunciados pertenecientes a la práctica cultural que se desarrollaba en occidente con su propio acervo cultural. Esta peculiaridad junto a una cierta revaloración posmoderna de lo exótico, despertó el interés del mercado del arte y de los grandes centros de poder internacionales que apoyarían sin fisuras lo que el crítico uruguayo Luis Camnitzer, denominaría el Renacimiento cubano. Marta María fue una pieza clave dentro de esta generación.

172. Artistas cubanos de la denominada generación de los ochenta.

173. Victor Patricio Landaluce: Nacido en España en 1828, llegó a Cuba cuando contaba treinta años y allí murió en 1889. Introdutor del humorismo en Cuba, un género que desarrollándose sincrónicamente a la academia, era el único que prometía algo más espontaneidad. Muchos de sus trabajos –como Epifanía en La Habana– congelan instantes de la sociedad habanera, constituyéndose así como un fiel documento histórico y poniendo de manifiesto la convivencia e hibridación entre la cultura africana y la colonia. Wifredo Lam (La Habana, 1902-1982) representa una de las figuras más importantes del arte del siglo XX en Cuba. Además de otras valiosas aportaciones, la inteligente hibridación entre las culturas africana y cubana ha constituido un elemento liberalizador para las generaciones posteriores que han sabido retomar con inteligencia ese carácter sincrético de la obra de Lam, como una de sus estrategias más utilizadas en su producción artística.

en el medio fotográfico, sino y de un modo quizás más contundente en las diferentes prácticas culturales que han tenido lugar a finales del siglo XX en Cuba.

Con anterioridad hacíamos referencia al binomio religión popular-cotidianeidad como uno de los ejes vertebradores de la obra de Pérez Bravo. Sin embargo, y pese a la sostenida presencia de rasgos relacionados con las liturgias populares en su trabajo, no sería acertado excluir de nuestro estudio otras estrategias creativas que comparten igual protagonismo. Debemos considerar que Marta María no siempre objetualiza contenidos procedentes de los cultos sincréticos populares, sino que en numerosas ocasiones parte de ellos para construir precisas metáforas que dan cuerpo a abstracciones poéticas. No obstante, durante toda la trayectoria de Pérez Bravo identificamos imágenes y conceptos que proceden directamente de la mitología popular cubana y que aluden casi exclusivamente a contenidos presentes en la Santería y el Palo Monte.¹⁷⁴ Marta María construye un registro de estas liturgias, concediéndole al medio fotográfico la capacidad de capturar e inmortalizar la privacidad de su ritual. Modificando una de las funciones elementales de la fotografía advertida por Philippe Dubois, la producción cultural de Pérez Bravo deconstruye lo real abandonando el dogma que identifica a la imagen fotográfica como *espejo neutro* (Dubois, 1987) del referente, proponiéndonos un registro que huye del índice para distanciándose de la verdad objetiva, conduciéndonos a una verdad interior.

Según el sociólogo norteamericano Daniel Bell, la vida en las sociedades preindustriales –que es la que se manifiesta con mayor fuerza en las comunidades periféricas– sostiene una intensa batalla con la naturaleza, situada a medio camino entre la lucha y el juego (Bell, 1994: 143-165). El trabajo de los hombres en esta fase estaría condicionado por los elementos naturales que entendemos como fundamentales: fuego, lluvia, sequía, fertilidad... Estos agentes son impredecibles escapándose al control que el ser humano intenta aplicar sobre ellos, perteneciendo a la

174. Liturgias populares cubanas derivadas del sincretismo entre prácticas religiosas africanas y el catolicismo.

parte del mundo que tratamos de explicar mediante enunciados mitológicos y del que nos intentamos proteger mediante estrategias rituales. Abordando temas relacionados con el poder de lo ritual asociado a la vida campesina de Cuba, encontramos en el primer lustro de la década de los ochenta, los orígenes creativos de Marta María. Centrada en su tesis de grado, los intereses de Pérez Bravo se dirigían hacia la recreación de rituales campesinos. De esta época son las cruces fabricadas con papel a jirones que de acuerdo con la tradición se correspondían con las cruces de ceniza hechas por los campesinos para proteger las cosechas. En este caso la fotografía funciona como un simple registro de la intervención en el entorno, una prueba testimonial de una acción casi performativa llevada a cabo en la naturaleza.

Pero debemos esperar hasta el año 1986, para apreciar por vez primera en su serie titulada *Para concebir*, una ruptura evidente con el estatismo de la fotografía nacida en el inicio de la Revolución. De ahora en adelante, contenidos de un marcado carácter autobiográfico consolidarán la distancia entre la producción de Pérez Bravo y una falsa objetividad que la tradición del documental en Cuba había mantenido casi como principal objetivo hasta la década de los ochenta. En este trabajo la artista retoma ese dramático ritualismo que podemos apreciar en algunas de las magníficas imágenes de Ana Mendieta, para fabricar ceremonias donde aquello que se nos oculta provoca nuestros mayores temores. En estas cinco fotografías Marta María deja traslucir sus prejuicios y obsesiones en una muy poco idealizada representación de la maternidad. Al igual que Mary Kelly en su obra *Post-partum document*,¹⁷⁵ toda la suma de dulces tópicos que suelen acompañar al periodo de gesta-

175. Mary Kelly. (n. 1941). Norteamericana, residente en Londres. Su documento posparto lo inició en 1973 y lo acabó en 1979. Se divide en varias secciones que articulan diferentes códigos de representación (literario, científico, lingüístico y psicoanalítico). Traza la crónica del nacimiento de su hijo y de su relación con él. En este trabajo la artista cuestiona el análisis tradicional de la maternidad y de la unidad asumida entre la madre y su hijo. Del mismo modo indaga con detalle el proceso que lleva a la inserción del niño (varón) en la estructura patriarcal. Mediante objetos y textos se denuncia la estereotipada idea de la maternidad relacionada únicamente con factores biológicos y emocionales, poniendo en tela de juicio el propio instinto maternal.

ción en la mujer son conscientemente desmontados en esta serie. La estereotipada ternura maternal se transforma en un gesto amenazante y la lente actúa como cómplice de un sentir que desmitifica uno de los roles más interesadamente potenciados en la sociedad patriarcal. No obstante, evitaremos vincular exclusivamente esta obra hacia aquellos contenidos de marcado carácter reivindicativo que podemos observar en determinadas prácticas artísticas desarrolladas por mujeres sobre todo a partir de 1980,¹⁷⁶ ya que consideramos que la obra de Marta María nace con otras intenciones y se origina en otro contexto social y cultural que difiere ampliamente de posturas políticamente más comprometidas como las que pueden representar las trayectorias de Jenny Holzer, Barbara Kruger o The Guerrilla Girls. Sin embargo, ello no nos impide reconocer en el trabajo de Marta María, una clara intencionalidad a la hora de reflexionar sobre determinadas cuestiones que más tarde la crítica relacionaría con una cierta permisividad posmodernista que daba cobertura a la pluralidad, lo subjetivo y lo heterogéneo, alejándose de posturas más vinculadas a una hedonista feminidad consecuencia de estratos modernistas más tradicionales. Marta María ya no busca una reconstrucción mitológica de sus héroes, sino que construye para el acto fotográfico subjetivos escenarios que como el *punctum* barthesiano bucearán en el interior de nuestras conciencias.



De la serie para concebir. Marta María Pérez Bravo. 1986.

176. Nos referimos al activismo político-social que representó la práctica artística realizada –sobre todo en EEUU– por determinadas mujeres en la década de los ochenta, al reclamar un mayor protagonismo del papel de la mujer en el arte y la sociedad, aspectos que tradicionalmente ni tan siquiera se contemplaban dentro una estructura que priorizaba un arte realizado por los grandes nombres, casi todos ellos hombres.

La presencia del cuerpo, su propio cuerpo será otro rasgo que define toda la producción de Pérez Bravo, descubriéndonos territorios que nos acercan hacia conceptos que transparentan su intimidad, sus emociones, o sus sueños. Utiliza la fotografía como un recurso de auto-exploración, presentándonos escenas construidas de manera teatral donde casi nunca se nos permite ver el rostro de una entidad que se ofrece fragmentada. De esta manera también está cuestionando el canon tradicional del retrato fotográfico evitando el contenido anecdótico y denotativo que podría albergar una representación de su propio rostro, construyendo una narración que partiendo de la experiencia individual, se proyecta anónima hacia cuestiones que atañen a la colectividad. Sin caer en una cursi autobiografía, reordena fragmentos de su identidad para hablarnos de conceptos más relacionados con aspectos que conciernen a la generalidad del ser humano, a sus temores, a sus zonas de penumbra. Estamos ante una producción que utiliza primitivas escenografías para una representación cultural de la cotidianeidad, creando un espacio personal que abarca desde lo individual a lo universal.

Si la presencia de la religión popular cubana se constituye –según palabras de la propia artista– como estructura fundamental de su trabajo, la constante representación de su cuerpo nos obliga a interpretar los contenidos de su obra desde perspectivas no abordadas hasta el momento en nuestra investigación. Consideramos especialmente significativa la utilización que Marta María hace del desnudo femenino al aportar nuevas lecturas de importancia capital. El género del desnudo en la fotografía cubana comenzó su andadura en las postalitas publicitarias de principios del siglo xx. Durante casi todo el siglo pasado un componente demasiado *dulzón* se destilaba en el tratamiento de la imagen de la mujer desnuda. El fotógrafo buscaba una cuestionable elegancia y suavidad en las formas, construyendo tópicos que nos ofrecían un cuerpo de mujer espejo de un producto comercial listo para ser consumido. Un ejemplo significativo de cómo se concibe el desnudo femenino en la fotografía cubana actual lo constituye la desafortunada exposición realizada en el Centro de Arte 23 y 12 de la ciudad de La Habana en abril de 2000 y titulada *Antología del desnudo femenino en la fotografía cuba-*

na. Una representación estereotipada de un conjunto de valores que el hombre heterosexual identifica con la *feminidad* era el eje fundamental de la mayoría de los trabajos allí expuestos. Dentro de estos paradigmas masculinos se recurre con frecuencia a una objetualización del cuerpo de la mujer convirtiendo éste en un simple y ordinario objeto del deseo. Todas estas obras compartían un discurso muy conservador, ensalzando valores que nada tienen que ver con los contenidos que Pérez Bravo deja traslucir en sus fotografías, afortunadamente tan alejadas del cánón estético del desnudo femenino que tuvo y todavía tiene lugar en la fotografía realizada por algunos hombres en Cuba.

En contraposición a la retrógrada representación de la mujer sustentada por el tradicional género del desnudo fotográfico en Cuba, la obra de Pérez Bravo constituye un importantísimo precedente al ampliar las posibilidades interpretativas del desnudo fotográfico femenino, posibilitando que otros autores de los noventa hiciesen uso de su propio cuerpo como su más preciada herramienta narrativa (recordemos por ejemplo, el trabajo de Cirenaica Moreira). Marta María se desviste ante la cámara sin buscar una intención erótica en el resultado, por el contrario su auto-representación desprovista de toda connotación sexual nos descubre un cuerpo metamorfoseado en una cartografía de cicatrices (*Para Concebir*, 1986), en una réplica de un altar (*Está en sus manos*, 1994) o en el portador de la justicia (*Que no quede sin castigo*, 2000).

Como resultado de los importantes cambios que se producen en Cuba a partir de 1985,¹⁷⁷ el productor cultural inicia una renovada trayectoria utilizando nuevas estrategias y ampliando su concepción del acto fotográfico. De este modo, hace visible su contexto social, convirtiendo al individuo en el interés principal de su labor creativa. Había demasiadas cosas que contar y la fotografía no podía esperar para romper definitivamente

177. Como comentábamos con anterioridad, en la década de los ochenta se produce un dinamismo inusitado en el mundo de la cultura. Dentro de este contexto se producen cambios que modificaron entre otras cosas el papel de las instituciones culturales, la enseñanza artística, la labor de los críticos o la visión que a nivel internacional se tenía del arte cubano. Todo ello provocó una revolución estética que situaría a la producción cultural cubana en uno de sus mejores momentos.

te con la *grisura* de los veinte años anteriores. En consonancia con la línea renovadora y aprovechando la permisividad de la plástica del momento hacia la diversificación de los soportes, Marta María decide utilizar la representación fotográfica como un renovado medio de expresión. A partir de los ochenta, la fotografía cubana ya no actúa como instrumento al servicio de un interés político o ideológico. Como el resto de las disciplinas que se dan cita en la práctica artística cubana del final del siglo XX, la producción fotográfica relacionará los problemas del arte con la vida utilizando para ello la apropiación, el pastiche o el interés por lo vernacular construyendo nuevos híbridos culturales que ponen de manifiesto el carácter sincrético de la sociedad y la cultura cubanas. En la práctica artística de Pérez Bravo, la subjetividad, la metáfora y una nueva propuesta de lo documental se fusionan para construir un fresco documento de lo cotidiano.

ÍNDICE DE LA IMAGEN

Página nº 10 (del texto): *No matar ni ver matar animales*. De la serie «Para concebir». Marta María Pérez Bravo, 1986. In VV. AA., *Shifting Tides. Cuban Photography after the revolution*, Los Angeles: Los Angeles County Museum of Art (LACMA), abril de 2001. Nueva York: Grey Art Gallery. New York University, agosto de 2001. Chicago: Museum of Contemporary Photography, noviembre de 2001. p. 117.

BIBLIOGRAFÍA

- BELL, Daniel (1994): «Hacia la gran instauración: La religión y la cultura en una era postindustrial». *En Las contradicciones culturales del capitalismo*, (Traducido por Néstor A. MIGUES), Madrid, Alianza, Col. «Ciencias Sociales».
- CAMNITZER, Luis (2003): *New Art of Cuba*, (edición revisada), Austin (Texas), University of Texas Press.
- DUBOIS, Philippe (1986): *El acto fotográfico. De la representación a la recepción*, (Traducción de Graziella BARAVALLE), Barcelona, Paidós.
- GUEVARA, Ernesto: «El socialismo y el hombre en Cuba», en FERNÁNDEZ RETAMAR, Roberto: «Cuarenta años después», *Revista Puntos de Vista. Comentarios sobre la realidad de Cuba y América Latina*, un proyecto de Ocean Press [en línea]
<http://www.oceanbooks.com.au/espanol/punindex.html>
- SONTAG, Susan (1981): *Sobre la fotografía*, (Traducción de Carlos GARDINI), Barcelona, Edhasa.
- VV. AA. (2000): *Antología del desnudo femenino en la Fotografía Cubana*, La Habana, Centro de Arte 23 y 12, Centro Nacional de Artes Plásticas y Diseño.

DEL ÁLBUM DE FAMILIA A LOS *WEBLOGS* Y LOS *MOBLOGS*. LA REPRESENTACIÓN DE LO COTIDIANO COMO ELEMENTO DISCURSIVO

TOMÁS ZARZA NÚÑEZ
Universidad Europea de Madrid

El simulacro nunca es lo que oculta la verdad –es la verdad la que oculta que no hay ninguna. El simulacro es verdadero.
Eclesiastés

La comunicación pretende explicar la deriva del concepto tradicional de álbum familiar a la noción moderna y digital del *blog*, que redefine no sólo el propio concepto de álbum, sino también el de su uso, poniendo además en tela de juicio su permanencia en la historia futura social y personal.

La manera de publicar las imágenes domésticas ha pasado de ser un ejercicio inconexo de memoria –en el que se pegaban las fotos atendiendo a los sujetos más que a la cronología de los hechos vividos–, a todo un ejercicio certero, encadenado por fechas, lugares y características técnicas. Hemos pasado de la caja de zapatos al archivo informatizado.

La teoría posmoderna defiende como rasgos distintivos sobre sí misma la autoridad de la imagen. Esta conducta se mantiene en Occidente con la expansión de Internet y el uso masivo de la realidad virtual. Además debemos añadir las extraordinarias cifras de los *shares* televisivos, la pluralización en el uso del DVD-video y del cine. Y, sin embargo, estas cifras expansivas no son suficientes para abortar la vieja idea de que la cultura de lo visual es mediocre frente a la cultura amanuense. Claro que este hecho pone de manifiesto una duda más amplia sobre la cultura popular en sí misma. Esta forma de pensamiento en Occidente se remonta a los tiempos de Platón y su teoría de la caverna.

El conocimiento que tenían los hombres del mundo era una vulgar copia del perfecto ideal de objeto o persona, resultado de una sombra

proyectada por un fuego en la pared de una caverna. En definitiva, lo que nosotros entendemos como real, es en sí mismo una copia. De ahí que en los textos de su *República* niegue la necesidad de las artes por considerarlas que sólo generan copias de copias (Platón, 2001):

La pintura y en general todo arte mimético realiza su obra lejos de la verdad, y que se asocia con aquella parte de nosotros que está lejos de la sabiduría y que es su querida y amiga sin apuntar a nada sano ni verdadero.

Esto fue la razón de los iconoclastas en su furia demoledora contra las imágenes, ya que vislumbraron la fuerza destructora de los simulacros (Perinola, 1978: 39, 49) y, (Hegel, 1978: 410). Su desesperación nacía de la idea de que las imágenes no ocultaban absolutamente nada, ni siquiera eran imágenes a imagen y semejanza del que las había fabricado, sino perfectos simulacros. La iglesia, por su parte, en la Edad Media entabló y ganó batalla contra la posición iconoclasta. Un enfrentamiento que oficialmente duró más de un siglo, desde 726 a 843 d. C. entre iconóforos e iconófilos –(Maldonado, 1994: 27-31) y (Mirzoeff, 2003: 28-30)– y que sin embargo llega hasta nuestros días. Esta hostilidad hacia las imágenes ha llegado hasta nuestros días. Algunas han sido juzgadas como peligrosas y han sido destruidas, no publicadas o simplemente no producidas por los iconoclastas como en el caso de la última incursión de las tropas norteamericanas en Afganistán donde la presencia de los periodistas fue absolutamente prohibida. Posteriormente volvió a ocurrir en la invasión de Irak donde la guerra de las imágenes corría una senda paralela y a veces contraria a la senda de los acontecimientos «reales».

¿Quién ha visto imágenes de los muertos en el ataque a las torres gemelas de Manhattan?

Pero si hay alguien que encarne la hostilidad hacia el medio visual televisivo ése es Jameson (1990: 1, 2):

Lo visual es básicamente pornográfico, lo que equivale a decir que tiene su fin en una fascinación ciega y completa.

Si hacemos historia veremos que primero recurrimos a la fotografía para reflejar la naturaleza con rigor, despejando así las derivas ocasionadas de la utilización de la pintura y el dibujo en tales menesteres. Después aprendimos a utilizarla como soporte de la memoria en nuestros viajes. Mediante las imágenes fotográficas aprendimos el mundo, descubriendo lugares exóticos y personajes desconocidos. Al poco descubrimos que también era una herramienta eficaz para mostrar las miserias, las guerras y las situaciones de inferioridad y abuso entre los pueblos. El conocimiento de los profanos de la fotografía sobre el propio medio era que si veíamos una imagen era porque esa situación había existido. Lo que hemos aprendido más adelante es que, desde el mismo momento en que nace la fotografía surge la posibilidad de su manipulación. Las imágenes del fotógrafo Nadar son un claro ejemplo de ello; También han sido ampliamente reconocidos los actos de *prestidigitación fotográfica* realizados por el dictador Stalin.

Esta manera de presentar los hechos como reales, sin llegar a serlo del todo nos han enseñado a relativizar el poder documental de la misma. Hemos aprendido a considerar que el medio fotográfico es un medio flexible y polisemántico. Sin embargo, este descubrimiento no ha restado importancia al hecho de seguir utilizando la imagen como báculo de la memoria. De hecho, esta discusión sobre la pérdida de la referencialidad de la fotografía, muy debatida durante los últimos años, y extraordinariamente defendida por la doctora Victoria Legido en su tesis doctoral *Muerte sobre la fotografía referencial*, no ha calado en el usuario de a pie, o al menos, no de la manera en que afecta a la fotografía profesional. No es por lo tanto nuestra intención en esta comunicación, justificar esa pérdida de referencialidad del medio, sino más bien, dirigir nuestra mirada a la evolución del medio fotográfico en el uso social del álbum hasta nuestros días.

El asentamiento de la tecnología digital en lo social, ha posibilitado el rápido crecimiento de los nuevos métodos de almacenamiento de imágenes domésticas, esta vez, exportando toda la información personal al ojo público de la *web*. Nos referimos a los *weblogs* y a los más recientes, pero muy extendidos *moblogs* (teléfono móvil + *weblog*). Las historias

que encontramos en ellos narran acontecimientos personales y cotidianos. Si bien, la cadencia con la que pegábamos fotografías en los álbumes familiares tenía que ver con la frecuencia con la que celebrábamos actos relevantes en familia, las cámaras digitales y los teléfonos móviles nos adentran en el vértigo de la velocidad, permitiendo «colgar» tantas imágenes como seamos capaces de hacer en tiempo real. La conducta tradicional de capturar momentos relevantes ha sido el motor para la reconstrucción de la historia familiar. Los *weblogs* y los *moblogs* también participan de esta idea, pero desarrollan una nueva mirada hacia la banalización del registro, sin tener que esperar al acontecimiento para generar la imagen. De hecho estos nuevos mecanismos de captura se han convertido en los nuevos panópticos de lo cotidiano; cámaras de vigilancia manipuladas por gente corriente.

El caso más reciente lo tenemos en las postales generadas por los «turistas-mercenarios» americanos que se hacen tomar una instantánea frente aquello que consideran exótico y que quieren compartir con sus familiares lejanos. O el caso de *cameraweb in Irak*, una página que se hizo famosa durante la invasión norteamericana de Irak, donde se colgaban imágenes producidas por gente corriente.

Los *blogs* ofrecen información revisada a diario, además de otros enlaces «garantizados», es decir, jerarquizan la información como lo hace *Amazon*. Nos referimos a aquéllas que te dicen: «quien ha comprado este producto también se interesó en ese otro» o « si buscas este libro también te interesará este otro...» La gran capacidad actual de generar imágenes, nos lleva a pensar que el álbum de familia moderno deja de ser un relato lineal para convertirse en una especie de red o mapa secuencial preciso. Unas secuencias que se unen por las propias fotografías y no por sus contenidos ofreciendo una mirada distinta de la historia familiar. Creo que en este tipo de álbumes electrónicos se generan unas conductas diferentes a las de su homólogo tradicional. En estos últimos se lanzan preguntas que buscan la respuesta del navegante que visita tu página. No sólo se trasciende de lo privado a lo público sino que además se invita a terceros a participar en esta manifestación de lo personal hacia lo publicado. Pero veremos que estos *sites* personales, contienen tal cantidad de infor-

mación que, por sus elevadas dimensiones y su libre albedrío se convierten en cartografías inútiles o poco efectivas.

Para entender la cuestión de la «desmaterialización del álbum», es decir, de la implantación de lo virtual frente a lo real es indispensable someter al análisis crítico la teoría que prevé una gradual pero ineludible virtualización de nuestra realidad. Lo interesante de esta teoría es que si los grandes gurús hablan de la constante «desmaterialización» es que presuponen la existencia de una materia. Dejaremos al margen las teorías clásicas de los hombres de ciencia que la entienden como —«algo simple palpable, resistente, que se mueve en el espacio» (Schrödinger, 1970: 31) o aquellas teorías modernas de la física y su controversia sobre la mecánica cuántica provenientes principalmente de la conocida escuela de Copenhague (Bunge, 1981) y (Heisenberg, 1967). Se trata de comprender que a medida que se incorporan instrumentos tecnológicos a nuestro quehacer diario (informática, robótica, nanotecnología, bioingeniería), éstos nos conducen a una progresiva e imparable desmaterialización del mundo. El físico Alfred Kastler dice que a través de nuestros sentidos, reconocemos aquello que llamamos objetos, los cuales tienen dos propiedades fundamentales: la permanencia y la individualidad. Es difícil negar que en los países desarrollados la creciente virtualización de los objetos y de los procesos de la vida cotidiana va en aumento. Cada vez es más corto el ciclo vital de los objetos. Familias enteras de productos desaparecen.

Sería pues razonable pensar que en un futuro nos veríamos viviendo entre escenarios diseñados desde el espacio de la realidad virtual y que careceríamos de todo contacto con lo real entendido como físico. Pero creo que eso es algo difícil de alcanzar en toda su amplitud porque está fuera de la realidad humana la cual está atada a su condición física.

Atendiendo a las palabras de Kastler, la simulación se opone a la representación. Si entendemos la representación fotográfica como aquella que nace del principio de que el signo y lo real son equivalentes, aún cuando esta equivalencia sea utópica, se trata de un axioma fundamental. Por otro modo, la simulación parte de la negación del signo como valor de refe-

rencia. Así pues, mientras que la representación trata de absorber la simulación interpretándola como falsa representación, la simulación envuelve a la representación tomándolo como simulacro. Baudrillard (2001: 256) nos ayudó a definir el espacio intersticial que se encuentra entre una imagen y su representación. Por un lado nos habló de entender la imagen como reflejo de una realidad; también distinguió la imagen que enmascara y pervierte dicha realidad de base; a su vez, definió otro estadio en el que encontramos una imagen que enmascara la ausencia de una realidad de base y por último habló de la posibilidad de generar una imagen que no mantiene ninguna relación con la realidad y que por lo tanto es puro simulacro.

Cuando lo real pierde presencia, la nostalgia se hace fuerte y se instala entre nosotros. Se genera una especie de religión que clama lo real; una resurrección de lo figurativo. Así lo hacen los telediarios que claman ser los nuevos profetas de lo real; si bien, están comprometidos con una verdad construida. Vivimos una época de producción desquiciada de lo real donde en realidad, el objeto pierde sentido. Una de las razones de este texto es la de intentar entender cómo la fotografía, aplicada a los temas estrictamente personales y por lo tanto, no transferibles, cambia su *modus operandi* y se lanza de lleno a colgar sus contenidos en la Red. No hay más que escribir en uno de los buscadores de Internet la palabra fotografía doméstica, o *snap photography* y seremos recompensados con cientos de páginas cuyos contenidos son estrictamente personales. Estos sitios *web* están muy alejados de aquellos portales fotográficos que hacen alarde de técnicas depuradas de registro o que persiguen una estética y un género determinado –porque todavía se encuentran condenados a esa lucha sin sentido de dotar de género a la fotografía, como si ésta tuviera sexo. Estas páginas son sencillas colecciones de imágenes tomadas en familia cuyo único contenido es precisamente éste: hacer ideología de lo cotidiano mostrando escenas de gente normal en su esencia más banal y auténtica.

Según aparece en el diario de *Rebecca's Pocket*, pionera del *blogging*, en el año 1998 el editor de *Infosift*, Jesse James Garret, crea una lista de *sites*, similares a las que hoy conocemos como *blogs*, dentro de su

página. Esta lista pasa después a Cameron Barret, que publica la lista en su página *Camworld*. Los usuarios de estas páginas comienzan a interesarse por este fenómeno en ciernes y le piden que sean incluidas sus ULR en la lista de diarios. La lista de *infosift* incluía 23 páginas. Ahora una búsqueda simple en *Google* ofrece casi cinco millones de entradas. Uno de los pioneros portales que surgieron para compilar todos estos *sites* fue: *Eatonweb* cuya único requisito para formar parte de su espacio era que las entradas estuvieran fechadas. También en 1999 se crean las primeras aplicaciones *web-based*, cuyo contenido se puede bajar de la red. Son aplicaciones de software para poder crear tu propio *blog*, sin necesidad de grandes conocimientos informáticos (Díaz, 2003). El más popular es *Blogger*, creado por Meg Hourihan, que está considerado como el gran gurú de la publicación *online*. Con la llegada de los programas *free share*, y su fácil manejo el fenómeno del *blog* se extiende de forma importante produciéndose un cambio en los contenidos de los mismos. Así pasan de ser simples *websites* impersonales, llenas de *links* y pensamientos deslavazados a convertirse en auténticos diarios personales. Aunque como dice Cristina Díaz (2003), «la democratización de la tecnología en forma de programas gratuitos de fácil acceso y manejo no son realmente la causa –o por lo menos la única– de su rápida extensión en el espacio *web*». Nos referimos al creciente interés por la vida privada ajena y la confusión de lo público y lo privado. Un interés que tiene su primera figura en un programa de la televisión estadounidense al estilo de gran hermano en el que 30 millones de espectadores siguieron la vida de esta familia.

TIEMPO ONLINE. LA DESAPARICIÓN DEL MOMENTO DECISIVO

Del tiempo sostenido al tiempo *online*

Digamos que un *blog* es una *web* con información actualizada y fechada. Suele tener un orden cronológico inverso, es decir, de la fecha más moderna a la más antigua. No sólo existen *web* en los que la forma de

blog más común es el diario personal; también existen *blogs* especializados en temas de tipo político, tecnológico, ciencia ficción, etc. Lo más interesante que posibilita este formato es que ofrece información revisada a diario de sus temas favoritos además de otros enlaces «garantizados» hacia otras páginas, es decir, jerarquiza la información en forma de satélite, como lo hace *Amazon* o las páginas de intercambio de archivos. Nos referimos a aquéllas que te dicen: «quien ha comprado este producto también se interesó en ese otro». Pero el *blog* se diferencia realmente del resto de páginas por la presencia de su autor que vuelca la información a su libre albedrío. También están llenas de detalles de su vida personal. Esto hace al *blog* diferenciarse del resto de ofertas en la *web*.

Las historias que encontramos en un *blog* son aquellas que narran acontecimientos personales importantes. Pueden ser sucesos que ocurren lejos de tu entorno familiar, de ahí que vuelques la información en la *web* para que así tus familiares, estén donde estén puedan acceder a la información, a modo de «reunión familiar». También los hay que informan de experiencias a compartir. Para ello tienes que rellenar los campos de aficiones e intereses a la hora de describirse unos mismo cuando estás haciendo tu página. Creo que en este tipo de álbumes electrónicos se generan unas conductas diferentes a las de su homólogo tradicional. En estos últimos se lanzan preguntas y se comparten experiencias que buscan incluso la respuesta de algún navegante que se mete en tu página. No sólo se trasciende de lo privado a lo público sino que además se invita a terceros a participar en esta manifestación pública de lo personal. Dentro de la *web* hemos encontrado diferentes modelos de álbum de familia que paso a relatar a continuación:

Por un lado están aquellas páginas personales hechas con escasas posibilidades tecnológicas y pocos conocimientos informáticos. Como resultados obtenemos páginas torpes, con un planteamiento estético y formal muy simple. Los creadores se limitan a colgar las imágenes de la página e incluir un breve texto. No hay navegación interna ni tampoco links con otras *web*. Las denominaremos *páginas básicas de familia*.

Por otro lado, tenemos páginas donde sí se percibe un uso más adecuado de los recursos informáticos. El resultado es una página dinámica, de acceso rápido y de fácil navegación. Las llamaremos *páginas mejores de familia*. La distribución de las imágenes es mejor y también su descarga. Tienen botones interactivos, textos y *links* con otras *web*.

Hay una tercera categoría en cuanto a páginas domésticas se refiere y es la ofertada por las empresas que ofrecen un software que sirve para hacer tu propio álbum de familia. Ofrecen unos modelos pre-establecidos similares a los álbumes de familia tradicionales, pero con soporte digital. Es curiosa la especialización que pueden llegar a manifestar. Son modelos de baja calidad técnica pero de gran aceptación por el público medio. Las llamaremos, *páginas pre-diseñadas*.

Hay otra modalidad de álbum de familia que hemos encontrado cuando escribimos la palabra de búsqueda *Family album* y que no está referida a familia con lazos de sangre. Me refiero a aquellas familias unidas por creencias religiosas, por experiencias traumáticas similares o por aquellas que simplemente comparten una afición parecida. Son páginas que sirven para encuentro virtual entre sus miembros, dándose a conocer en el universo *web* para así, aumentar el número de componentes de la familia. En sus páginas sientan las bases de sus creencias, sus orígenes y su intrahistoria. Incluyen notas históricas de sus fundadores, fotografías de sus instalaciones, festivales, niños nacidos en el seno de la gran familia, y contactos.

Los álbumes *online* nos permiten compartir, modificar, retocar y enviar las fotos a los demás usuarios. Además de estos servicios básicos, estos portales se diferencian unos de otros en la cantidad de memoria que tienen para almacenar las imágenes, la facilidad para retocarlas y la privacidad para acceder a estas colecciones.

OFERTAS PARA EL PÚBLICO HISPANOHABLANTE

La oferta de páginas en castellano ha crecido en los últimos meses a pesar de que los portales en inglés tienen una propuesta más amplia y

algunos, inclusive, han traducido su información para el público hispanohablante. Portales latinoamericanos y españoles compiten por atraer usuarios por calidad y variedad:

Fotocultura.com: el ahora renovado *Viacarla.com* proporciona aún más espacio y un montón de nuevos servicios *on line*.

Sinrollos.com: de origen latinoamericano ofrece, además de los servicios tradicionales, un ranking semanal con los mejores álbumes que se inscriben, los más visitados y los más votados por los internautas.

1001 fotos: ofrece completa privacidad siempre y cuando esto se especifique en el momento de su creación. Fotos de marcado carácter familiar o un catálogo procedente de una exposición fotográfica están protegidos en este portal. Con un identificador y una contraseña de acceso podrán entrar sólo las personas autorizadas previamente por el interesado. Libros para aprender teoría y práctica de la fotografía están para el libre acceso de todos los internautas.

Excite: en español ofrece 15 Mb de almacenamiento de imágenes además de recursos de fotografía digital. Este espacio equivale a cerca de 60 fotografías en formato estándar. Para acceder a este servicio se necesita ser usuario de *Excite*.

Mi Centro Fotográfico: de MSN, Microsoft, almacena 30 Mb y además agrega un panel de mensajes, un salón de *chat* y un calendario, todo de manera gratuita.

Smartgroups: la versión española del portal está diseñada para clubs, sociedades, asociaciones, o cualquier grupo de amigos con intereses comunes. El portal permite a los usuarios compartir imágenes con socios de *Smartgroup*.

Picbull.com: una de las *web* pioneras en Europa y de las más completas en cuanto a álbumes digitales. La página está completamente en francés y desde allí se puede acceder a completas galerías con fotos que circulan en la Red.

Zdnet: en la versión mexicana se pueden publicar fotos con calificación por parte de los usuarios.

3-Dfotocube: ofrece una alternativa y es la de colocar seis imágenes un cubo giratorio. Sin duda una oferta interesante para sacarle un mayor provecho a Internet.

MODELOS DE NEGOCIO DE WEBS PARA COMPARTIR FOTOS

- Celebration Pages (www.celebrationpages.com)

Es una página para días especiales, como bodas, cumpleaños y celebraciones especiales.

Tiene fondo musical y la posibilidad de enviar correos de felicitación.

- Club Photo (www.clubphoto.com)

Dispone de servicio de impresión incluido.

Se pueden crear álbumes múltiples con diferentes temas; acepta pedidos de foto-galletas comestibles. Tiene un servicio de miembros estándar gratuito y otro del tipo *vip* opcional por el que sí que se paga.

- My Website (www.my-website.com/community/index.html)

Ofrece un servicio de álbumes para familias. Como servicios especiales dispone de plantillas con huecos para recetas, árboles genealógicos, habitaciones con chat en vivo. Es una página gratuita, aunque se inserta publicidad en las páginas familiares. Pero bueno, ¿que empresa que ofrece espacio y servicios gratuitos no te incluye su publicidad?

- Photo Loft (www.photoloft.com)

Servicio completo, sin impresión. Como servicios especiales disponen de programa afiliado, zoom de alta resolución, libro de visitas, regalos y tarjetas fotográficas.

Es una página gratuita, con paquete *vip* opcional.

La conclusión más inmediata es que los medios de producción de imagen digital y su difusión a través de Internet nos permiten una gran capacidad de compartir fotos, bien sea en forma de *weblock*, *moblock*, *chat*, correo electrónico o similar. Debemos pensar que esta capacidad de «estar conectados» continuamente posibilitará la fundación de comunidades de imagen, que a buen seguro nos permitirán la construcción de una historia más compleja, diferente y por qué no, mejor contada que la que tradicionalmente nos han ofrecido los álbumes tradicionales. Además surgen cambios importantes en la producción de las imágenes pasando del laboratorio químico tradicional al ordenador.

También es un cambio importante como señala Wallis, la manera en la que vemos las nuevas imágenes utilizando la pantalla del ordenador frente al visionado tradicional del papel impreso. Otro punto importante es lo que señalábamos anteriormente cuando decíamos que con los *weblocks* o los *moblocks*, las imágenes se convierten en un producto altamente compartible a través de las redes telefónicas y las conexiones mediante satélite en un tiempo mínimo de transmisión y sin trabas fronterizas. Esta velocidad y esta facilidad de movimiento nos permite tener ya grandes bancos de información de acceso directo a través de un ordenador personal, aunque la información digital hace difícil la detección de montajes e intervenciones a posteriori sobre la imagen.

Para finalizar me gustaría señalar que esta dinámica de uso de la imagen en lo social está provocando una convergencia de la imagen estática con otras ramas de la comunicación como el audio, el video y cualquier otra forma de almacenar e interactuar datos.

BIBLIOGRAFÍA

- BAUDRILLARD, J. (2001): «La precesión de los simulacros», en WALLIS, Brian (2001): *Arte después de la modernidad*, Madrid, Akal.
- BUNGE, M. (1981): *Scientific Materialism*, Dordrecht, Reidel.
- DÍAZ, Cristina (2003): «Invasión Blog Diarios personales en la red», *Suite* (noviembre), Barcelona.
- HEGEL, G. W. F. (1978): *Estética, Vol. I*, Milán, Feltrinelli, (título original: *Vorlesungen über die Aeshetik, vol. I*, Stuttgart, Friedrich Frommann, 1964).
- HEISENBERG, W. (1967): «*Qwantum, Theory and its interpretation*», S. ROZENTAL (comp.), Amsterdam, Niels Bohr.
- JAMESON, Frederic (1988): *The Ideologies of Theory, Essays 1971-1986*, Londres, Routledge.
- KASTER, Alfred (1972): *De las conferencias Nobel Física 1963-1970*, Amsterdam, Elsevier Publishing Company.
- MALDONADO, Tomás (1994): *Entre lo real y lo virtual*, Barcelona, Gedisa, (título original: *Reale e virtuale*, Milán, Giangiacomo Fertrinelli Editore, 1992).
- MIRZOEFF, Nicolas (2003): *Una introducción a la cultura visual*, Barcelona, Paidós, (título original: *An introduction to visual culture*, Routledge, Londres, 1999).
- PERINOLA, Mario (1978): *Icones, Visions, Simulacres*, Traverses 10, (trad: Michel MAKARIUS).
- PLATÓN (2001): *La República, o El Estado*, (edición a cargo de Miguel CANDEL), Madrid, Espasa-Calpe, (título original: *Plato's Republic*, New York, Basic Books, 1991).
- SCHOÖDINGER, E. (1970): *Scienza e umanissimo. Che cos'è la vita.?*, Florencia, Sansón, (título original: *Science et humanisme. La physique de notre temps*, París, Desclée de Brower, 1954).

***FUNCIÓN SOCIAL DE LA FOTOGRAFÍA:
FOTOGRAFÍA DE PRENSA Y
FOTORREPORTAJE Y EL ESTUDIO DE
LA FOTOGRAFÍA DESDE LA DIMENSIÓN
ECONÓMICA E INDUSTRIAL***

INFORMACIÓN Y MANIPULACIÓN EN LAS FOTOGRAFÍAS DEL 11-M

ÁNGEL J. CASTAÑOS

Universidad Cardenal Herrera-CEU

INTRODUCCIÓN

Las ediciones especiales de los diarios españoles del 11 de marzo, tras los atentados de Madrid, y las del día siguiente, muestran claramente el protagonismo de la fotografía, con la publicación de más y mayores fotos de lo que es habitual en el diseño de los periódicos españoles. Además, estas imágenes mostraban en toda su crudeza la realidad del terrorismo por lo que, casi de inmediato, renació la polémica sobre la selección del material gráfico y su tratamiento.

El debate sobre el contenido de las fotografías se enmarca en el propio debate sobre la cobertura informativa del terrorismo: si bien en estos momentos hay un acuerdo general sobre la necesidad de informar (dado el efecto negativo que supondría el silencio y la imposibilidad de llevarlo a la práctica en un régimen democrático), no está tan clara la forma de hacerlo y ello incluye, como no podría ser de otra forma dado el mencionado protagonismo, a la información gráfica. Como pauta general se afirma que los medios deben ofrecer una información responsable con un tratamiento limitado y siempre bajo el criterio de los propios medios, es decir, sin la intervención de los poderes públicos. Como podemos suponer los términos «responsable», «limitado» y «criterio propio» son los que van a marcar la diferencia en el resultado final del diario impreso.

Estas líneas generales, en las que encontramos un mínimo acuerdo en materia de información sobre terrorismo, son las mismas de las que hablaba Patrick V. Murphy, ex jefe de policía de Nueva York, en 1984, cuando los Estados Unidos todavía no habían sufrido la «epidemia de terrorismo» (en palabras del propio Murphy); en Estados Unidos los medios informativos tienen modelos de comportamiento para la difusión de incidentes terroristas, según los cuales «la difusión debe ser bien pensada y

restringida y no sensacionalizada más allá de la sensación innata de la propia historia. Deben evitarse los lemas, frases y rumores incendiarios» (VV. AA., 1984: 132). También en este sentido señalaba José María Benegas que la información sobre terrorismo debe ser veraz y «exenta de todo carácter sensacionalista. Espacio nunca sobredimensionado en relación con la magnitud o gravedad del hecho. Tendencia a reducir el espacio reservado a hechos, actividades o noticias relacionadas con la organización terrorista» (VV. AA., 1984: 161). Sir Robert Mark, ex jefe de la Policía Metropolitana en Londres, también destaca que en Gran Bretaña hay un «sistema de restricción voluntaria en emergencias» en cuestiones que afectan a la seguridad nacional (VV. AA., 1984: 105).

En estas declaraciones se observa la necesidad de evitar el sensacionalismo, una concepción del periodismo que desde su aparición se caracterizó, entre otros rasgos, por el uso de grandes fotografías. En este sentido, Jorge Pedro Sousa señala cómo desde la cobertura gráfica de la guerra de Cuba, donde los diarios sensacionalistas norteamericanos montaron y trucaron fotos, «las relaciones entre la fotografía y el periodismo amarillo llevaron a los periódicos y a las revistas de élite (*quality papers*) más conservadores a retrasar su adhesión al periodismo fotográfico» (Sousa, 2003: 60). Desde entonces, y a pesar del predominio de la cultura visual en pleno siglo XXI, sigue siendo difícil para algunas mentes romper la relación entre sensacionalismo y fotografía. Nos sorprende por ejemplo la valoración que José Manuel de Pablos (De Pablos Coello, 2004) realiza de la portada de *El País* tras el 11 de marzo, cuando por ejemplo afirma:

El País entró en barrena en el terreno feo del sensacionalismo el viernes y regresó de nuevo el domingo día 14. Lo hizo con el trato dado a las fotos insertas en sus páginas. Recordemos que la diferencia entre prensa amarilla y periodismo sensacionalista es clara. Para empezar, la primera actividad es prensa (todo lo que se imprime) pero no es periodismo. Sensacionalismo es dar un tratamiento exagerado y no habitual a una información. Entró en el sensacionalismo dando fotos a un tamaño enorme y dos páginas enteras de megainfografías.

No estamos de acuerdo en considerar exagerada la cobertura del atentado terrorista más brutal de la historia de España, con el mayor número de fallecidos desde la guerra civil, y nos preguntamos: ¿no justifica este hecho «un cuerpo muy pocas veces visto» que, sin embargo, De Pablos sí considera adecuado para «una boda real»?

MÁS FOTOS Y MÁS GRANDES

Comenzando por las portadas, la mayoría de diarios optaron por insertar una gran foto, la que, según el criterio editorial, mostraba mejor lo sucedido. También en páginas interiores las fotos tuvieron un papel protagonista y la mayoría de los rotativos optó por grandes fotos y páginas con una galería de imágenes. Desde nuestro punto de vista, resulta innegable, como ya señalaba Concha Edo (2004) en su análisis de la cobertura informativa del 11 de septiembre que:

estos sucesos tienen una dimensión visual que no se puede eludir en ningún medio porque el impacto informativo de las imágenes era necesario para calibrar la dimensión real de lo que estaba pasando, con la excepción lógica de la radio, y han hecho más difícil percibir la línea, hasta ahora tan clara, que separa la prensa de la televisión.

Por otro lado, dada la magnitud del acontecimiento, no entendemos la afirmación del profesor De Pablos (2004), perfecto conocedor de la función jerarquizadora del diseño periodístico, cuando señala (refiriéndose a *El País*) que:

El tamaño mayor de fotos e infos sólo significa morbo y aumentan la sensación de que lo que nos están narrando es muy importante, por si acaso nosotros, los lectores, no nos hubiéramos dado cuenta que un rosario de atentados con casi 200 muertos fuera algo de poca monta. Será, entonces, al ver grandes fotos, algunas de ellas en color y muy dramáticas, cuando nos daremos cuenta de lo sucedido [...] Sensacionalismo, no más: la foto de portada, a toda plana y en color, tomada a pie de tren, con víctimas tiradas por

el suelo, una muestra mayor del drama. Dentro, fotos de más de media plana en las páginas 13, 14 y 15. En las dos siguientes, dos megainfos a plana entera, para seguir la colección de megafotos de víctimas en las páginas 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, alguna de ellas a más de media plana, esto es, en un tamaño mayor que el DIN A4.

En las portadas, la tendencia generalizada entre los diarios analizados fue la del aumento, en algunos casos espectacular, del tamaño. Sin embargo, hay casos especiales, que pasamos a concretar, en que el espacio fotográfico fue, digamos, contenido. Nuestros datos porcentuales informan del espacio ocupado por las imágenes respecto al formato de la página. Si bien el diseñador de un diario no puede colocar fotos a sangre que lleguen hasta el corte de la página y, por tanto, sólo cuenta con el área de la caja para disponer las imágenes, hay que tener en cuenta que el lector ve la foto, la caja y los márgenes al mismo tiempo, de ahí que consideremos como el cien por cien del espacio el formato de la página, incluyendo en él mancha y márgenes.

ABC optó por la foto a todo el ancho de la mancha, ocupando sus habituales cuatro columnas y la parte central del eje vertical. A la gran fotografía, que mostraba operarios de equipos de rescate recogiendo cadáveres enfundados en bolsas negras, añadió tres imágenes que mostraban los rostros de José María Aznar, el rey Juan Carlos y el Papa. La suma total del espacio fotográfico era de más del 40 por ciento del formato. La solución de *El País* también pasó por dar el centro de la página a la polémica fotografía de Pablo Torres Guerrero, de la que hablaremos más adelante. A diferencia del *ABC*, ésta fue su única fotografía y en ella se mostraban restos de trenes, heridos en las vías, cadáveres y miembros amputados. El espacio fotográfico era de algo menos del 40 por ciento. *El Mundo* presentó también una sola imagen, pero sin ocupar la totalidad de la mancha. El hecho de disponerla a sólo cuatro columnas quizás estuvo motivado por la publicidad que se mantuvo en la portada. La imagen mostraba a dos bomberos y junto a ellos dos cadáveres (descubiertos) que habían quedado en el interior de uno de los vagones. El espacio dedicado a la fotografía era de algo más del 25 por ciento del formato.

En los diarios valencianos, la apuesta de *Levante*, igual que *ABC*, fue la de una fotografía principal que mostraba el hospital de campaña del SAMER, cadáveres en bolsas y restos de trenes, junto a varias imágenes de menor tamaño, con primeros planos de heridos, heridos asistidos por la policía y una imagen de la furgoneta usada por los terroristas y encontrada en Alcalá. El espacio fotográfico era algo más del 45 por ciento. Por su parte, *Las Provincias* dispuso una fotografía a todo el ancho y creciendo de abajo hacia arriba. En ella se apreciaban restos de trenes, operarios trabajando en las tareas de rescate y algunas mantas cubriendo el cuerpo de los fallecidos, todavía alojados en el interior de un vagón. El espacio ocupado por la foto era de algo más del 40 por ciento. *Diario de Valencia* muestra una estructura muy similar a la de *Las Provincias* y una foto del mismo lugar, pero con unas dimensiones mayores. Sin embargo, en este caso la escena, anterior en el tiempo, mostraba el cadáver de una mujer —en un plano muy cercano— a punto de ser tapada con una manta por los bomberos. El espacio fotográfico era de más del 60 por ciento del formato, el mayor espacio dedicado a la fotografía de las portadas analizadas.

Los dos periódicos catalanes de la muestra optaron por un enfoque fotográfico muy parecido, tanto en contenido, como en formato. Tan sólo la ubicación en página los diferenció: *La Vanguardia* cedió el centro de la página a su única fotografía a la que dio un formato claramente horizontal. La imagen mostraba el mismo tren que aparecía en *Las Provincias*, *Diario de Valencia* y *El Periódico*, pero en el caso de *La Vanguardia* los cadáveres estaban cubiertos y no había presencia de operarios. El espacio fotográfico era de poco menos del 34 por ciento del formato. *El Periódico* mostró esa misma zona, pero con varias diferencias: el plano era más abierto, el lugar de la toma diferente, la posición de la foto era bajo la cabecera y, especialmente, el formato era extraordinariamente horizontal. El espacio fotográfico era de algo menos del 15 por ciento. Esta enorme diferencia respecto al resto de las cabeceras analizadas se explica por el tipo de portada desarrollada, en la que un recuadro negro ocupaba toda la caja de composición y el centro de la página era ocupado por el enorme titular en color rojo.

Y llegamos al último caso, que hemos dejado aparte por su especial concepción. *La Razón* apostó, al igual que *El Periódico*, por una portada con fondo negro. Sus imágenes no se dispusieron en los habituales formatos horizontal o vertical, sino que las fotografías eran el contenido de los caracteres que formaban el texto «11-M». En cada uno de ellos se mostraban primeros planos de personas con el rostro ensangrentado. Hay que destacar el hecho de que *La Razón*, a diferencia de otros, tanto de los analizados como del conjunto de cabeceras publicadas, fue el único diario español que utilizó técnicas de tratamiento de imagen para ocultar los ojos de la mujer asesinada que aparece en la fotografía, en un intento de proteger, no ya su intimidad, sino la de sus familiares. El difícil ejercicio de medición del espacio en este caso nos dice que las fotos ocuparon un 24 por ciento.

ESPACIO OCUPADO POR FOTOGRAFÍAS EN LAS PORTADAS

	ABC	El País	El Mundo	La Razón	La Vanguardia	El Periódico	Las Provincias	Levante	Diario de Valencia
Ancho formato	255	290	290	290	310	315	300	423	290
Alto formato	350	410	401	370	452	430	412	581	390
Área del formato (mm ² .)	89.250	118.900	116.290	107.300	140.120	135.450	123.600	245.763	113.100
Número de fotos	4	1	1	4	1	1	1	4	1
Espacio ocupado por las fotos (%)	41,79 %	38,45%	27,58 %	24,58 %	33,88 %	14,50 %	40,80 %	45,79 %	61,45%
Espacio absoluto ocupado por las fotos (mm .)	37.296	45.720	32.074	26.376	47.472	19.637	50.432	112.528	69.500
ancho foto 1 (mm ² .)	224,70	254,00	203,00	30,00	276,00	269,00	256,00	88,00	250,00
alto foto 1 (mm ² .)	153,10	180,00	158,00	160,00	172,00	73,00	197,00	73,00	278,00
área foto1 (mm ² .)	34.401,57	45.720,00	32.074,00	4.800,00	47.472,00	19.637,00	50.432,00	6.424,00	69.500,00
ancho foto 2 (mm ² .)	28,80			30,00				91,00	
alto foto 2 (mm ² .)	33,50			160,00				72,00	
área foto 2 (mm ² .)	964,80	0,00	0,00	4.800,00	0,00	0,00	0,00	6.552,00	0,00
ancho foto 3 (mm ² .)	28,80			24,00				380,00	
alto foto 3 (mm ² .)	33,50			24,00				252,00	
área Foto 3 (mm ² .)	964,80	0,00	0,00	576,00	0,00	0,00	0,00	95.760,00	0,00
ancho foto 4 (mm ² .)	28,80			100,00				79,00	
alto foto 4 (mm ² .)	33,50			162,00				48,00	
área foto 4 (mm ² .)	964,80	0,00	0,00	16.200,00	0,00	0,00	0,00	3.792,00	0,00

Fuente: elaboración propia

EL CONTENIDO DE LAS FOTOGRAFÍAS

La polémica en torno a la publicación de fotografías de contenido violento es tan antigua como el fotoperiodismo: ya en la primera guerra fotografiada, la de Crimea, las imágenes tomadas por Fenton fueron censuradas «para no asustar a las familias de los soldados» aunque fue en este mismo conflicto bélico en el que otro fotógrafo, James Robertson, fotografió por primera vez muertos en combate (Sousa, 2003: 44-45).

Actualmente, el debate sobre la publicación de imágenes que muestran explícitamente cadáveres o heridos se desarrolla sobre todo en foros anglosajones ya que una de las normas, al menos para los llamados *family papers* norteamericanos, es saber sintonizar con la audiencia conociendo los niveles de tensión que los lectores están dispuestos a soportar (Nesbitt, 2003). Así, en el caso del 11-S, la mayoría de los diarios estadounidenses evitaron, al menos en las portadas, las escenas más duras, como es el caso de las de las personas lanzándose por las ventanas. Paradójicamente este criterio se impone en gran parte de los diarios de un país donde, según la encuesta de una cadena de televisión, el 67% de los ciudadanos vería la retransmisión de una ejecución.¹⁴⁸

Aunque en los medios españoles es habitual la aparición de fotografías de fuerte contenido violento, las publicadas tras los atentados de Madrid y la publicación de imágenes de la guerra de Irak ha suscitado debates sobre la necesidad o no de mostrar detalles sangrientos. La difícil conciliación entre el derecho a la intimidad de las víctimas y el derecho a la información de la sociedad lleva a posturas tan distintas como cabeceras podemos encontrar en el quiosco.

148. *El Mundo*, jueves, 26 de febrero de 2004. Consultado el 27 de julio de 2004 [en línea] <http://www.elmundo.es/elmundo/2004/02/24/comunicacion/1077619493.html>.

CONTENIDO DE LAS FOTOGRAFÍAS DE PORTADA

	ABC	El País	El Mundo	La Razón	La Vanguardia	El Periódico	Las Provincias	Levante	Diario de Valencia
Muestra heridos	NO	SI	NO	SI	NO	NO	NO	SI	NO
Muestra cadáveres "in situ" sin cubrir	NO	SI	SI	SI	NO	NO	NO	NO	SI
Muestra cadáveres cubiertos	SI	NO	NO	NO	SI	SI	SI	SI	NO
Muestra restos humanos	NO	SI	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
Muestra sangre	NO	SI	SI	SI	NO	NO	NO	SI	NO
Se distinguen los restos de los trenes	NO	SI	SI	NO	SI	SI	SI	SI	NO
Número de gráficos	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
Fondo negro como recurso especial	NO	NO	NO	SI	NO	SI	NO	NO	NO
Filetes negros como recurso especial	NO	SI	NO	NO	NO	NO	SI	NO	NO

Fuente: elaboración propia.

TRATAMIENTO GRÁFICO DEL TERRORISMO

En la literatura sobre la cobertura informativa del terrorismo hemos encontrado distintas referencias al peligro que supone la manipulación de las palabras y las interpretaciones que a éstas se les pueden dar. Sin embargo, la reflexión sobre el tratamiento gráfico sigue siendo muy superficial. Como ya hemos señalado anteriormente, el debate sobre las imágenes se centra básicamente en dos aspectos: el derecho a la intimidad de las víctimas y el derecho a la información de la sociedad, a lo

que debemos añadir la defensa de la sensibilidad de los lectores. Creemos, no sólo que los textos pueden igualmente herir sensibilidades y violar el derecho al honor de las víctimas, sino que además a las imágenes también se les pueden dar varias interpretaciones motivo por el cual existen tantas posturas diferentes ante los criterios de selección de las mismas. Como resumen y no de forma exhaustiva hemos recogido algunas ideas sobre la posible interpretación que se le podría dar a la publicación en los periódicos de fotografías que muestran explícitamente el resultado del terrorismo:

- Comenzamos desde el punto de vista de las víctimas, evidentemente los más afectados en un atentado terrorista: la publicación de fotos mostrando explícitamente a las víctimas se consideraría una intromisión en su derecho individual a la intimidad que, en este caso, se situaría por encima del derecho a la información. Como señala el filósofo Josep Maria Terricabras, desde un punto de vista kantiano, no se debe tomar a las víctimas como medios ya que ello supone castigar a la víctima «por partida doble» (VV. AA., 2003: 127-128).
- Desde el punto de vista del informador las imágenes más duras pueden servir para mostrar lo indigno del terrorismo: si queremos desenmascarar a los terroristas borrando ese halo de romanticismo que pudiese quedar, una muestra de sus actos puede revelar lo salvaje e injustificado de su ataque. Afirma Antonio San José, director de informativos de *Canal Plus*, que

si ofrecemos unas imágenes complemente asépticas, donde no sacamos una mancha de sangre, no enseñamos un cadáver u ocultamos cualquier acción colateral del terrorismo, lo que estamos consiguiendo es algo que no produce ningún efecto, digamos, desagradable. Pero el terrorismo mata, el terrorismo revienta a personas, el terrorismo produce víctimas, deja cadáveres en el suelo, manchas de sangre en las paredes, gente llorando, familiares destrozados. Eso, con muchísimo cuidado, con un gran tacto y con una gran profesionalidad debe ser mostrado en televisión siempre que sea noticia.

Y continúa puntualizando que, sin embargo, no hay que recrearse en lo desagradable pero «tampoco hay que obviarlo de tal manera que parezca que allí no ha pasado nada» (VV. AA., 2003: 195).

- En esta misma línea, Brian Michel Jenkins mantiene que «los terroristas quieren a mucha gente observando y a mucha gente atenta, pero no un montón de gente muerta» (VV. AA., 2003: 162). También desde el punto de vista del informador, en este caso de la empresa, la publicación de imágenes violentas podría ser una estrategia para conseguir más beneficios económicos por venta de ejemplares y publicidad.
- Desde el punto de vista de los lectores, tales imágenes pueden herir su sensibilidad mientras, en sentido contrario, se afirma que satisfacen el morbo que algunos dicen que todos sentimos ante la muerte y la violencia (de no ser así la opción segunda del punto anterior quedaría descartada). No olvidamos tampoco el debate sobre la influencia de la violencia de los medios como incitación a la violencia latente en ciertos grupos o individuos, a pesar de que los efectos de los medios de comunicación en este sentido no están comprobados. Otras reflexiones indican un posible efecto más que dichas imágenes podrían tener en la sociedad: ceder al chantaje del terror para evitar que se repitan escenas como las reproducidas. Hay también quien afirma que la publicación de fotos violentas provoca una desensibilización¹⁷⁹ de la audiencia, lo que a su vez llevaría a los terroristas a actos más violentos para llamar la atención. Finalmente la postura de no publicar determinadas imágenes puede ampararse en que servirían a los objetivos de los terroristas de aterrorizar a la población.
- Desde el punto de vista de los terroristas se podría considerar que contemplando las imágenes de su barbarie refuerzan su postura porque han conseguido la publicidad del miedo a raíz de sus ataques indiscriminados, mientras en sentido opuesto se podría pensar que el hecho de silenciar ciertos atentados «menores» también llevaría a

179. GARCÍA LUENGO, (2004).

los terroristas a actos salvajes que como en el caso del 11 de septiembre y el 11 de marzo, no pueden quedar minimizados. Por otra parte, se podría argumentar, aunque no parece probable, que las imágenes de los atentados podrían servir para que los terroristas sean conscientes de las consecuencias de sus actos y se arrepientan de ellos. En este sentido, Benegas afirma que los medios pueden contribuir al «logro del desistimiento de la organización terrorista», por ejemplo, mostrándoles «el horror de la muerte» (VV. AA., 1984: 162-163) mientras Rodrigo Alsina señala que a pesar de que «cuando los medios tratan el tema del terrorismo recogen profusamente la aflicción provocada, aparentemente, no han conseguido transmitir un sentimiento de culpa a los autores y sus simpatizantes» (Rodrigo Alsina, 1991: 67).

A la vista de todos estos posibles criterios en contra y a favor de la publicación de imágenes que muestran el resultado del terrorismo en toda su crudeza, la solución no parece ni fácil ni única y por lo tanto, no está exenta de polémica. Desde nuestro punto de vista creemos que la publicación de fotos mostrando cadáveres o heridos como consecuencia de un suceso aislado o de una catástrofe natural, es innecesaria porque no aporta información fundamental y no contribuye de ninguna forma a evitar la desgracia. Aplicaríamos en este caso lo que Josep M. Casasús denomina «deontología de la contención» o «deontología restrictiva». Sin embargo, y dado que en la cobertura informativa de un atentado terrorista, la neutralidad no sólo no es posible sino que ni siquiera es deseable, creemos que la publicación de fotos horribles ayudaría a connotar negativamente el terrorismo, a criminalizarlo mostrando el asesinato cometido. Se trata de la «deontología de la concienciación» o «ética activa» en palabras del profesor Casasús (2003). Dada la magnitud del atentado de Madrid, el tratamiento selectivo, como señala Rodrigo Alsina, deja de ser posible y hay que pasar al tratamiento contraterrorista que «sólo es factible en los casos en los que el terrorismo se torne insoportable» y que tiene como objetivo «despertar la conciencia pública y combatir sin miedo al terrorismo» (Rodrigo Alsina, 1991: 63).

MANIPULACIÓN DE FOTOS

Una foto de Pablo Torres Guerrero, que reprodujo en su portada *El País* y que distribuyó a todo el mundo la agencia Reuters, ha suscitado tras el 11-M la polémica sobre manipulación de la realidad. Fue la imagen que muchos diarios de todo el mundo utilizaron para ilustrar la tragedia porque era «la mejor» aunque un «detalle» hizo que «debiese» ser editada: junto a la vía del tren, además de heridos y equipos de emergencia aparecía un fémur. Como ha señalado acertadamente Juan Varela (2004), algunos medios en Estados Unidos y Gran Bretaña optaron por «maquillar el impacto»: mientras *El País* y el *Washington Post* publicaban la imagen íntegramente, el *Daily Telegraph* y el *Jornal do Brasil* borraron el fémur, *The Guardian* lo pasó a blanco y negro (sólo el fémur, dejando el resto de la foto en color), *USA Today*, *Los Angeles Times* y el *New York Times* cortaron la foto excluyendo el fémur, y la revista *Time* situaba el titular sobre el miembro amputado.

La manipulación de las imágenes es casi tan antigua como el fotoperiodismo. Pero, actualmente, la facilidad que ofrecen las técnicas digitales, puede poner en peligro la credibilidad de las fotografías periodísticas, lo que ha llevado por ejemplo a la firma de un *Manifiesto de Ética en Fotoperiodismo*¹⁸⁰ (firmado en 1997 en el Encuentro Internacional de Fotoperiodismo que tuvo lugar en Gijón) según el cual:

- La fotografía de prensa debe proporcionar a los lectores acceso a la realidad.
- La integridad personal del fotógrafo permite a los lectores conocer imágenes observadas desde un punto de vista personal y responsable sin ninguna alteración.
- La manipulación fotográfica ha existido desde los comienzos de la fotografía pero en la actualidad con la tecnología digital utilizada

180. Consultado en http://periodistasenguerra2.blogspot.com/2004_05_01_periodistasenguerra2_archive.html el 28 de julio de 2004.

por los medios de comunicación, el lector lo tiene aún más difícil para percibir la diferencia entre realidad y ficción.

- La alteración electrónica de imágenes perjudica al fotoperiodismo honesto y debemos denunciar las manipulaciones que puedan hacer quienes difunden nuestro trabajo.
- Nuestra obligación como fotoperiodistas es mantener nuestra credibilidad a fin de continuar siendo testigos de la realidad.

BIBLIOGRAFÍA

- CASASÚS, Josep M. (2003): «Las fotos pueden ser revulsivas, no repulsivas», en *La Vanguardia*, 9 de noviembre.
- DE PABLOS COELLO, J. M. (2004): «11 M la especulación ganó al periodismo» en *Razón y Palabra*, consultado el 28 de julio de 2004 [en línea] <http://www.razonypalabra.org.mx/miramedia/2004/abril.html>.
- EDO, Concha (2002): «Información e interpretación en la cobertura periodística de los atentados del 11 de septiembre: la televisión y la prensa» en *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 8, Madrid.
- GARCÍA LUENGO, Oscar (2004): «Los medios de comunicación y las nuevas tendencias del terrorismo internacional» en *Granada, Conferencia Internacional La seguridad europea en el siglo XXI*, Universidad de Granada, consultado en <http://www.ugr.es/~cecas/Sociedad%20y%20seguridad/3.pdf> el 19 de julio de 2004.
- NESBITT, Phil (2003): «Editing tragic photos requires common sense and heart» en *American Press Institute*, consultado en http://www.americanpressinstitute.org/content/p911_c1383.cfm el 27 de julio de 2004.
- SOUSA, Jorge Pedro (2003): *Historia crítica del fotoperiodismo occidental*, Sevilla Comunicación Social.
- RODRIGO ALSINA, Miquel (1991): *Los medios de comunicación ante el terrorismo*, Barcelona, Icaria.

VARELA, Juan (2004): «El dolor y la verdad de la imagen» en Periodistas 21, http://periodistas21.blogspot.com/2004_03_01_periodistas21_archive.html#108072339108703158%20 (consultado el 5 de abril de 2004).

— (2004): «Un sondeo de una televisión de cable revela que el 67% de sus espectadores vería ejecuciones» en *El Mundo*, jueves, 26 de febrero de 2004 <http://www.elmundo.es/elmundo/2004/02/24/comunicacion/1077619493.html>.

Periodistas en guerra:

http://periodistasenguerra2.blogspot.com/2004_05_01_periodistasenguerra2_archive.html.

VV. AA. (1984): *Terrorismo y medios de comunicación social*, Madrid, Ministerio del Interior, Secretaría General Técnica.

VV. AA. (2003): *El periodismo audiovisual frente al terrorismo*, Madrid, Jornadas sobre Comunicación Audiovisual y Terrorismo, Consejo de Administración de RTVE.

ÁLBUM FAMILIAR. LA EMOCIÓN CONTENIDA

EMILIO C. GARCÍA FERNÁNDEZ

Universidad Complutense de Madrid

Son muchos los enfoques que se pueden abordar cuando hablamos de fotografía. Las miradas son tantas como personas contemplando una imagen. Y todo deriva de la sociedad en la que hemos crecido, de los recursos culturales y tecnológicos que han rodeado nuestras vidas. Es así como la imagen fotográfica comenzó, sin apenas darnos cuenta, a ser parte de nosotros, de nuestra historia personal y familiar, a convertirse en recordatorio de la vida de nuestra ciudad, de nuestro pueblo o barrio, de nuestros amigos y de cada una de las etapas de nuestra propia existencia.

En el ámbito de lo que decidimos llamar la dimensión social de la fotografía enmarcamos, y nunca mejor dicho, el *álbum de familia*, quizás porque es el mejor ejemplo de esto que estamos comentando. Primero porque somos muy pocos los que damos entidad a este formato, entendido desde la óptica de lo personal, de lo íntimo, de lo intransferible; ese algo mostrable pero protegido ante lo imprevisto. Segundo, porque se tiende a hablar siempre de la fotografía de prensa, del reportaje gráfico –la información gráfica como se denominaba antiguamente– o del fotoreportaje como material único de esa dimensión social.¹⁸¹ Hasta fechas recientes, sin duda, recurríamos al material impresionado por los numerosos –y muchos de ellos famosos– fotógrafos que hicieron causa social a través de su trabajo. Ellos estaban definiendo el marco de otro tipo de álbum, el social, en el sentido más amplio de la palabra, porque atendían a aspectos que definían el día a día de una sociedad, de sus gentes, de los problemas que surgían en cada rincón de una ciudad, país o continente. Era la vida en primera página, reconocible en sus más diversos rostros.

181. Un tema que hemos abordado en nuestra obra García Fernández (1988).

El *álbum familiar* es, sin embargo, la vida en primera persona. Lejos del anonimato que rodea los millones de fotografías impresionadas por todo tipo de fotógrafos, nos preocupamos de lo nuestro, de esas imágenes que nos han hecho a lo largo de nuestra experiencia vital y de aquellas que, con los años, hemos realizado nosotros mismos. Quienes nos han cuidado repiten con nosotros lo que, probablemente, sus padres y abuelos han hecho con ellos. Es la tradición, son las emociones que se impresionan para disponer de ese recuerdo vivido, de ese instante imborrable y que siempre que veamos la fotografía volverá a nosotros como aliento de vida, como añoranza o como lágrima inevitable.

En el estudio del *álbum familiar* debemos ser conscientes de que son dos los caminos que se pueden elegir para entender el sentido del mismo: por un lado, el que se refiere a la manufactura y las características físicas de la imagen, de la obra que conservamos en nuestro poder; por otro, el fondo de la imagen obtenida, ese en el que se reconocen rostros, miradas, actitudes, espacios, ambientes, vivencias. Si el primero nos puede ilustrar sobre la evolución tecnológica del medio, en el segundo descubrimos la emoción contenida.

La evolución de la fotografía en general, y en España en particular, ha condicionado la implantación de la misma en los diversos estratos sociales. Cuando se estudia desde las más diversas ópticas y enfoques existe un problema de fondo que hay que resaltar especialmente: el ámbito social y los recursos económicos sobre los que se sostiene, porque son los que inevitablemente definen la posibilidad de desarrollo de la fotografía.

Tanto el ámbito nacional como el marco geográfico más concreto que parte de la ciudad, villa, pueblo o aldea, influyen en que se produzcan con mayor o menor intensidad fotografías de todo tipo y temática. Si nos centramos en España es evidente que las principales ciudades fueron receptoras de fotógrafos extranjeros al tiempo que espacios adecuados para que fueran surgiendo nombres propios que poco a poco irían consolidando la profesión en el país. Precisamente estos fotógrafos se dedicaron exclusivamente a retratar su entorno más inmediato tanto en su estudio como en los exteriores más diversos. Los equipos que fueron utilizando sólo podían estar a su alcance porque el coste no per-

mitía que cualquier persona pudiera hacerse con un equipo mínimo, esto sin contar la necesidad de instalar un laboratorio apropiado.

Estas consideraciones económicas y tecnológicas no pueden evitarse a la hora de situarnos en un contexto cercano al *álbum familiar*, sobre todo porque son estos fotógrafos, una vez superada la fase de asentamiento profesional –en la que realizan otro tipo de álbum, el de la ciudad en la que trabajan, esos documentos sociales en los que todo estudioso insiste– y cuando comprueban que su negocio necesita nuevos clientes –siempre según el espacio en el que se mueven–, los que comienzan a preocuparse de aquellas personas que reclaman sus servicios en la ciudad cuando llegan de sus respectivos pueblos y buscan ese retrato que testimonió su estancia en la ciudad.

Tenemos que decir que la fotografía no se desarrolla por igual en todas las ciudades, porque no todas disponían de un ambiente cultural y social similar, hecho de notable influencia a la hora de que la fotografía consolidara su reconocimiento y diera paso a que ciertas personas con más recursos no sólo se dedicaran a visitar los estudios de los fotógrafos profesionales sino que también pudieran acceder a una cámara con la que obtener sus instantáneas.

En este sentido, el *álbum familiar* se va creando en ciertos ambientes urbanos y sólo a partir de que algunos fotógrafos deciden pasear los rincones cercanos a la ciudad. Ese conjunto de imágenes comienza a estar presente tanto entre familias urbanas con menos recursos como entre aquellos habitantes que poblaban al ámbito rural. No obstante, debemos tener en cuenta el retraso notable que existe en España en materia de vías de comunicación. El aislamiento de buena parte de la población, o las evidentes dificultades para moverse a distancias superiores a los lugares cercanos a su pueblo de residencia, es un hecho notable en la consolidación del *álbum familiar*.

En los albores del siglo xx las mejoras tecnológicas favorecen el desarrollo de la fotografía familiar, aunque tenemos que matizar que los conocidos como «aficionados» no lo tuvieron muy fácil dado el coste real de los equipos que podían comprar directamente en los distribuidores existentes en las ciudades o a través del correo.

Resulta, en cualquier caso, difícil establecer unos criterios de estudio para el *álbum familiar*, sobre todo teniendo en cuenta lo expuesto hasta ahora. Los trabajos abordados hasta la fecha¹⁸² nos permiten anticipar que hay que establecer una pautas de estudio que diferencien claramente entre los lugares en donde se generan dichas fotografías; es decir, el estudio debe tener presente la envergadura del núcleo de población al que nos referimos, pues sólo, a partir de este detalle, importante por otro lado, se podrá valorar en sus justos términos el aporte del *álbum de familia*. Sin duda, hablar de fotógrafos profesionales o aficionados –en este caso todo particular que disponga de una cámara–, de estilos, influencias y aportaciones creativas, de los valores que encierra una fotografía como documento, la tipología o los géneros y de los modelos que se prestan a ser captados por la cámara del fotógrafo, supone que sólo lo podamos hacer desde la consideración de una serie de circunstancias derivadas de valores socioeconómicos y culturales.

En un intento de realizar una aportación que pueda ayudar a definir nuestro objeto de estudio, vamos a establecer unas pautas que desarrollaremos a continuación. Éstas tienen que ver, en líneas generales, con el trabajo del fotógrafo (qué profesional o aficionado, es decir, persona particular realiza el trabajo) y el sujeto o acontecimiento retratado. Hay que decir que muchos fotógrafos comenzaron siendo autodidactas y que la experiencia acumulada les fue proporcionando unas habilidades y recursos artísticos que alcanzaron reconocimientos inusitados. Pero el *álbum familiar*, en su génesis, parte de otros fotógrafos –en su inmensa mayoría desconocidos o sólo identificados por los componentes de un determinado entorno– o se confunde al mezclar en sus referencias icónicas obras realizadas por el profesional del estudio y por aquellos ambulantes que lo improvisaban en cualquier rincón rural o urbano. La dificultad de identificación en muchos casos –lo que supone un cierto desinterés por el propio fotógrafo en dejar su sello– o el conocimiento de que lo más importante es lo captado, hace que también

182. Son varios los trabajos que hemos abordado en el ámbito local abulense en los primeros años noventa con el apoyo de la Institución Gran Duque de Alba de Ávila.

resulte difícil establecer pautas de trabajo más allá de lo reconocible. Precisamente, al referirnos a la situación captada, a la persona retratada, es desde donde podemos establecer modelos y tipologías que animen a definir los criterios de estudio, pues también apuntan dos nuevos rasgos de valoración: la exigencia en hacer un trabajo artístico y creativo por parte del profesional, y la frescura y originalidad de la imagen obtenida por cualquier particular o aficionado.

La fotografía forma parte de la vida familiar de Occidente desde que se descubrió. No hay familia española que no disponga de una serie de instantáneas que hablan de los miembros de la misma, de los acontecimientos más importantes vividos en los años por cada uno de ellos o por el grupo en su conjunto.

Sin duda, según las épocas, la cantidad fue proporcional a los recursos económicos y a la posición social de dicha familia. La socialización o popularización de la fotografía llegó relativamente muy tarde para la inmensa mayoría y eso impidió que en determinados periodos las carencias sean más notables que las evidencias. De ahí que existan siempre algunos periodos con grandes lagunas a la hora de conformar la imagen histórica de la familia, porque fueron muy pocos los que en realidad pudieron disfrutar de la fotografía en primera persona, especialmente sin tener que depender de un profesional para captar las instantáneas de un acontecimiento determinado. No obstante, quien más o quien menos intentó tener esa imagen que transmitir a los demás, esa imagen que pudiera dominar la pared de la casa como queriendo dejar constancia de un cierto ejercicio de autoridad ineludible; y lo más importante, ese conjunto de fotografías que con gran cariño se conservan en muchas casas españolas, medio olvidadas, quizás en una lata que la marca Cola-Cao «el alimento de la juventud» comercializó con su producto por toda España al precio de 88,50 pesetas el kilo y medio a finales de los años sesenta.

Lo que no deja de ser una anécdota puede servir de referencia para comprender cómo una empresa de alimentación con gran implantación en el país estaba al tanto de los cambios que se iban produciendo en la sociedad española. Si una década antes ya se había preocupado de que dichas latas sirvieran para guardar garbanzos, lentejas y otras le-

gumbres, ahora debía ocupar su lugar la fotografía. Y en este sentido debemos contemplar la fotografía familiar, como algo consustancial al olor de la patata, el cocido o la paella junto a la cocina del hogar; como referencia de las fiestas y ferias disfrutadas; de la vida de trabajo o estudio lejos de la casa paterna; de la nueva vida iniciada en pareja; de los viajes permitidos y consentidos; del monumento o la playa; de la primera salida al extranjero; de los bautizos, comuniones, bodas, el servicio militar, la muerte...

Precisamente, éste puede ser el camino a seguir a la hora de establecer las pautas de estudio y análisis de la obra fotográfica de carácter familiar, porque son los temas dominantes en todos los hogares, los que recuperan numerosas situaciones vividas o sirve, como dice León de Vega, el personaje de *Preludio*, para recordar al padre: «Mi padre sí fue ese hombre al que yo siempre me quise parecer, más cuanto más lejos le siento, más cuanto más difícil se me hace recordar su rostro y tengo que acudir a las fotografías de familia. Unas fotos que no quieres más que para lavar la memoria» (Ruiz Mantilla, 2004: 67).

Así las cosas, y teniendo muy claro que ante la debilidad de la memoria la fotografía nos sirve de acta notarial al uso, vamos a detenernos en algunos de los modelos fotográficos antes mencionados, como singularidad de la obra personal de aquel que con su cámara al hombro va componiendo un repertorio de instantáneas que no dejan de ser más que pruebas de su itinerario vital. Insistimos, no obstante, en que una parte de ese *álbum familiar* está compuesto por fotografías realizadas por amigos de la familia, por personas que ocasionalmente facilitan la obtención de la imagen y, también, por ese fotógrafo profesional que pasó en cierta ocasión por el pueblo o fue visitado en su estudio, como antes hemos mencionado. Y vamos a hacer más hincapié en el ámbito rural, asumiendo que existen notables diferencias con la fotografía familiar urbana, estudio que cuando se realice aportará más elementos de análisis y que ayudará a completar la información histórica, social y psicológica de cada época.

¿A qué se dedica, pues, el fotógrafo que va componiendo el *álbum de familia*? Desde nuestro punto de vista, estos pueden ser algunos de los temas más recorridos: nacimientos, bautizos, comuniones, bodas, viajes,

fiestas familiares y sociales; recuerdos de nuestro paso por la escuela, la universidad, el servicio militar; los sucesivos acontecimientos que han formado parte de nuestra vida en la ciudad o en el pueblo: culturales, políticos, de fomento e infraestructuras; actividades profesionales y diversos oficios sobre los que ha quedado una profunda huella por ser algunos de los personajes impresionados protagonistas de los mismos.

Sobre los nacimientos podemos decir que hasta fecha muy cercana apenas se tenían documentos familiares que recordaran dicho acontecimiento. Hoy es posible asistir al parto y obtener una instantánea (y vídeo), pero desde los albores del siglo xx este momento quedó reservado a la madre y la matrona o médico que la ayudaban en el parto, en la mayoría de los casos en el domicilio particular, lo que podía dar lugar a todo tipo de eventualidades. Existen imágenes de la sala materna del hospital o de la madre con el bebé en brazos, y que uno apropia como recuerdo, pero está claro que quienes han impresionado el crucial momento hasta tienen cierta reserva a la hora de mostrarlos, algo similar a lo que sucedía cuando se obtenían fotografías del vientre materno durante la gestación. Nada podemos decir de esos nacimientos ocurridos en las casas de un pueblo perdido en cualquier rincón español, de los que sólo podemos recuperar lo que cuentan sus protagonistas y que, por mucho que se diga, nunca serán narraciones iguales en espacios geográficos distantes, pues en cada caso influye determinantemente la tradición, la costumbre del lugar.

Los bautizos, sin embargo, sí pueden ser considerados como uno de los momentos familiares más emotivos, sobre todo por quienes ideológicamente se mueven en el ámbito de la Iglesia católica. En este caso sí existe un evidente distanciamiento entre la imagen que se puede obtener en aquellos lugares social y económicamente mejor situados frente al resto. Estos acontecimientos suelen ser captados desde diversas perspectivas. El instante más importante nunca falta, después se completa el acto con imágenes de los asistentes, padrinos, padres y demás familiares. La fotografía de estudio casi nunca falta –porque también es la mejor manera de dejar plasmado el mimo que la madre puso en la criatura a la hora de arroparla con un vestuario llamativo (que por cierto, luego

servirá para que los herederos continúen la tradición vistiendo a los nuevos pequeños con el mismo vestido), aunque en algunos casos exija un esfuerzo económico evidente.¹⁸³ En el primer tercio del siglo xx sólo abundan en unas pocas familias, a partir de mediados de los cincuenta comienza a ser más constante este tipo de retrato, al margen de que en algunos pueblos se dejara para la primera ocasión en que la familia tuviera que ir a la ciudad y así poder acercarse al estudio del fotógrafo. Ya es una tradición en el *álbum familiar* esa fotografía de grupo realizada tras la ceremonia.

Cuando hablamos de las comuniones nos encontramos con un acto muy similar al anterior, con la diferencia de que el/la protagonista ya es consciente de que es el centro de las miradas. Aquí todo tiene que estar muy visible –el vestido y todos los complementos han de quedar bien recogidos– y todos los momentos han de ser captados en todo su esplendor. Sin embargo, al igual que se acudía al estudio de fotógrafo profesional, aquellos que disponían de cámara propia, sobre todo a partir de 1950, obtenían unas escasas fotos que son la base del momento: el niño o niña protagonista en solitario, el conjunto de niños que ese mismo día toman su primera comunión y esos niños con el grupo de familias. Con el tiempo estas se van multiplicando porque cada miembro de la familia tiene su cámara y obtiene sus propias tomas, lo que ya no hace necesario lo que en un principio era imprescindible: realizar copias en el laboratorio para repartir entre los asistentes al acto. Durante un tiempo se acudió al fotógrafo profesional para que realizara un reportaje. Los tiempos van cambiando y la obtención de esas instantáneas se difumina en el interés de cada uno.

Las bodas son la constancia de una época. Más allá del boato que puede presidir el enlace en una ciudad, en el que se cuidan todos los detalles y se realzan con las imágenes obtenidas en rincones elegidos para una buena composición, resultan llamativas aquellas otras que dibu-

183. La fotografía de estudio ofrece una evidente información sobre los recursos tecnológicos del fotógrafo (equipos, papel, etc.) como de la infraestructura de que disponía en su establecimiento (mobiliario, *atrezzo*, fondos, etc.) que ayudan, sin duda, a conocer mejor la historia de la fotografía en cada época.

jan el perfil de la estrechez vivida en otros contextos sociales en los que la sencillez de los actos queda plasmada en fotos compactas en las que se confunde la necesidad con la emoción por lo vivido. Si se analizan detenidamente este tipo de retratos aquellos que se impresionan en el estudio del fotógrafo fijan una composición definida porque uno de los miembros de la pareja, el hombre, estaba sentado, y la mujer de pie; cuando las fotografías son obtenidas en el mismo lugar de la ceremonia, o en cualquier rincón del pueblo, la pareja está cogida del brazo y a un mismo nivel. Estas fotografías no captan en toda su amplitud el contexto de la boda pues, aunque ahora se están recuperando muchos archivos personales y están apareciendo documentos que apuntan a ello, faltan imágenes del baile, de la comida y la fiesta que se celebraba en dichos días. No siempre había «posibles» para poder conservar la emoción del evento. Los tiempos también han hecho cambiar los formatos y contenidos de las fotografías de boda y a través de ellas sabemos donde situarnos.¹⁸⁴

Los cambios sociales y las mejoras habidas en las vías de comunicación han facilitado la movilidad de las personas. El marco inicial de referencia (ciudad, villa, pueblo, aldea) ha sucumbido al interés despertado por la curiosidad, por los comentarios de aquellos que habían dado el primer paso, por la emigración e inmigración y el cambio cultural que se propaga década tras década superando, inevitablemente, el nivel de analfabetismo que dominaba la España de principios del siglo xx. Si en la ciudad se dejaron impresionar por las tarjetas postales que pronto se comercializaron en todo el mundo, en los pueblos fueron más fieles a la información de primera mano y al conocimiento adquirido por los estudios realizados. Si bien las primeras generaciones nacidas con el siglo xx se aferraron al conocimiento de su entorno más inmediato y se mostraron reacios a viajar —casi nadie podía hacerlo y sólo dejan constancia de ello los trabajadores que se desplazaban de un lugar a otro del país, y por temporadas, en busca de trabajo—, cuando sus hijos

184. Es notable comprobar las actitudes, el vestuario y cómo se muestran las parejas a lo largo del tiempo: el cambio social, psicológico y cultural queda muy bien plasmado.

se hacen mayores son los que muestran un notable interés por conocer lugares diferentes, especialmente porque muchos padres son conscientes de la necesidad de adquirir una cierta cultura que les saque de la miseria en la que ellos han vivido. Esta actitud vital coincide con el acceso personal a la fotografía, con lo que todos los hogares españoles, o una inmensa mayoría, comienza a descubrir por la fotografía otros rincones, de los que les hablan, después de conocerlos, especialmente. Quienes obtienen las fotografías las conservan como prueba fehaciente de haber estado en un lugar determinado.

Las fiestas familiares, más allá de los acontecimientos señalados, permiten conservar esos momentos quizás irrepetibles de convivencia de los que todos los asistentes quieren tener su recuerdo visual. El tono de las imágenes es fresco e imprevisible, porque no hay un guión que seguir. Todo está en consonancia con el azar, con la actuación de cada miembro familiar o el grupo. Sigue conservando ese valor emocional del motivo de la reunión. Lejos de buscar calidad en el resultado, se persigue la instantánea en sí, una imagen que juega con encuadres generales y varios de grupos más pequeños; es la fórmula más socorrida y común, sin duda a imitación de otro tipo de imágenes que tanto provienen del trabajo del reportero gráfico como, después, de lo visto por televisión.

Las fiestas sociales, por su parte, trascienden el marco de lo personal y hablan de la integración de cada persona en un contexto mayor. Estas imágenes son simple recuerdo, no aportan nada más que eso desde el punto de vista personal. Sin embargo, estas fotografías sí resultan de interés para ese álbum social que tenga que ver con la vida de la ciudad o el pueblo, porque cuentan una parte de la historia local a través de sus bailes, que tanto tenían por objeto celebrar la fiesta patronal como demostrar su alegría por haber terminado alguna de las faenas agrícolas del año (la vendimia, la siega, etc.), además de captar algunas de las actividades que grupos de vecinos organizaban al cabo del año (representaciones teatrales, etc.). Sirven estas imágenes para que en la mente de muchos protagonistas se recupere los días de gozo y también las épocas de agobio, de dura lucha por la supervivencia.

El paso de cualquier persona por la escuela, por el colegio, el instituto, fue también motivo de recuerdo a través de numerosas instantáneas de grupo en las que muchas veces queda diluido el reconocimiento de cada uno de los presentes en la imagen. No obstante, es un hecho que no hay *álbum familiar* que no contenga una fotografía del paso de uno o varios de los hijos por alguno de estos centros: ¿quién no recuerda la típica fotografía realizada en los cincuenta de cada alumno delante de mapa geográfico de España, apoyado en una mesa, mirando a cámara y, además, coloreado! Estas fotografías demuestran la reiteración compositiva que se produce, más allá de los años, desde el último tercio del siglo XIX: el grupo de escolares se sitúa en varias filas y el maestro o maestra bien se coloca a un lado del grupo, destacando, o en el centro del mismo (en este caso tanto puede estar en la última fila como en el centro de la composición). No sólo se comprueban en estas imágenes cómo evoluciona el espacio (muchas escuelas apenas disponían de lo fundamental,¹⁸⁵ mientras que otros centros mostraban los recursos de que disponían como garantía de buena formación) sino, también, cómo van de arreglados los niños al centro, algo determinante al hablar de un espacio urbano o uno rural, además de encontrarnos con el régimen que ha imperado en la educación básica en España a lo largo de los años: la escuela de niños, la de niñas, las escuelas mixtas, los centros religiosos, etc.

Los años vividos en la universidad también tienen presencia notable en el *álbum familiar*, porque son fundamentalmente irrepetibles. Ya no se trata de lo que dicen quienes han pasado por las ciudades de singular tradición, sino que son muchas las personas que, superadas las primeras décadas del siglo XX, pueden confirmar en primera persona que nada es igual tras vivir la experiencia de la universidad. Más que los estudios en sí, los profesores que uno ha tenido, muchos rememoran gráficamente las fiestas, la vida en el colegio mayor, en los pisos de al-

185. Es oportuno recordar lo que se dice en 1921 de la escuela de Pedro Brey Guerra, un maestro y fotógrafo, gracias al que disponemos de un relato gráfico importantísimo de una parroquia gallega. En esa descripción de habla de las malas condiciones del local, «inservible para el objeto, mal iluminado y con mala ventilación, sin patios de recreo, ni lavabos, ni retretes...» (VV .AA., 2004).

quiler, los viajes de paso de Ecuador o de fin de carrera, la orla realizada con todo el grupo de compañeros... En el fondo estas imágenes, informales aleatorias, algunas imprevistas, tienen que ver con el desarrollo cultural de la España del siglo XX.¹⁸⁶

El retrato de corte militar tiene mucho que ver con los acontecimientos surgidos en el entorno de la guerra de Cuba, como con la de África o durante la Guerra Civil, aunque en los más diversos recuerdos familiares abunde esa fotografía que simplemente se refiere al cumplimiento del servicio militar en los centros de adiestramiento repartidos por la geografía española. Esta fotografía suele ser en su mayoría de estudio, en donde el soldado busca la mejor imagen uniformado para enviar a su familia y que tenga un recuerdo de esos momentos; no faltan las que se obtienen en el cuartel y aquellas que en grupo se captan unas maniobras (el *álbum familiar* no suele contener fotografías del frente de batalla, aunque hay algunas excepciones). En el paso del siglo XIX al XX se aprecia el estatismo del retratado, sujeto a las normas establecidas en la época: de pie —con poses muy variadas—, apoyado sobre una mesa, una silla, un macetero o un pedestal de piedra, con cierto mobiliario complementario y un telón de fondo con motivos diversos o sin alegoría (aunque no faltan otras más llamativas y quizás descontextualizadas para la ocasión).

El *álbum familiar* también contiene todo tipo de fotografías con los acontecimientos más diversos que han tenido lugar en la ciudad o el pueblo. Actos culturales, políticos y actuaciones en infraestructura como las más diversas inauguraciones; es decir, todo aquello que excede el ámbito familiar pero que supone la participación de algunos miembros de la familia, también es recogido entre las instantáneas que se conservan. Es así como, y cual si se tratara de reporteros gráficos, muchas personas pudieron obtener con sus cámaras los momentos más relevantes de la actividad social del lugar. No dejan de ser imágenes de carácter general, con algún detalle según los recursos creativos del fotógrafo de tur-

186. En cierta medida con lo que Alejandro Pérez Lugín plasmó en su novela *La casa de la Troya* o lo que Basilio Martín Patino recogió en los instantes congelados de su película *Nueve cartas a Berta*.

no, pero que sin duda generan esa parte de la historia que muchas veces se borra de la mente de todos.

Y no faltan, por último, del *álbum familiar*, los más diversos oficios y profesiones, sobre todo cuando nos centramos en el ámbito rural. Sin duda, la industrialización se ha dejado notar mucho más en la ciudad que en el campo, por eso cuando se trata de encontrar recuerdos del ejercicio de una profesión es más destacada la aportación de esa imagen obtenida en una fábrica o establecimiento diverso que realizando las más variadas faenas del campo. Aquí es donde también se aprecia la distancia fotográfica existente entre un espacio y otro, pues mientras es posible hacer un seguimiento detenido de la evolución de cada uno de los oficios –tanto en grandes empresas como en pequeños artesanos, tanto del gran almacén como del pequeño vendedor–, en el campo, y según las zonas, hay muchas épocas de las que apenas se disponen de imágenes y, salvo las realizadas por un reportero gráfico en un momento determinado –y que sólo él conserva en su archivo–, resulta difícil poder encontrar en el *álbum familiar* imágenes de las faenas agrícolas o ganaderas. También se puede decir lo mismo de los oficios artesanales, de muchos de los cuales apenas se conservan documentos gráficos de evidente valor familiar. No es extraño, sin embargo, encontrar imágenes de fotógrafos particulares muy vinculados a su pueblo que captan momentos de la actividad del médico, el farmacéutico o la del sacerdote, por ejemplo, y que sirven para comprender cómo vivían y de qué manera desempeñaban su oficio.

Este recorrido por el *álbum de familia* quiere ser una aportación a la valoración que se ha de hacer de este tipo de documentos personales, materiales gráficos de primer orden que lejos de pasar desapercibidos para el historiador fotográfico deben ser conocidos y tomados en consideración para disponer de la mejor información sobre el desarrollo de la fotografía en España, además de un conjunto de imágenes que ayudan a la comprensión social –en sus tradiciones y costumbres–, económica, política y cultural de un lugar y del conjunto de lugares que conforman en país.

BIBLIOGRAFÍA

- FONTANELLA, Lee (1981): *Historia de la fotografía en España. Desde sus comienzos hasta 1900*, Madrid, Editorial El Viso.
- GARCÍA FERNÁNDEZ, Emilio C. (1988): *José y Antonio Mayoral. El reportaje gráfico abulense*, Ávila, Institución Gran Duque de Alba.
- (1993): *Cebreros. Imágenes para el recuerdo*, Ávila, Institución Gran Duque de Alba.
- (1995): *Cuevas del Valle. Imágenes de una vida*, Ávila, Ayuntamiento de Cuevas del Valle/Institución Gran Duque de Alba.
- (1998): *Sotillo de la Adrada. Imágenes de un siglo*, Ávila, Institución Gran Duque de Alba/Ayuntamiento de Sotillo de la Adrada.
- GARCÍA FERNÁNDEZ, Emilio C. y SÁNCHEZ GONZÁLEZ, Santiago (1994a): *La Adrada. Memoria gráfica*, Ávila, Institución Gran Duque de Alba/Ayuntamiento de La Adrada.
- (1994b): *Candeleda. Memoria gráfica*, Ávila, Institución Gran Duque de Alba/Ayuntamiento de Candeleda. Avila.
- (1994c): *Arenas de San Pedro. Memoria gráfica*, Ávila, Institución Gran Duque de Alba/Ayuntamiento de Arenas de San Pedro.
- (1994d): *Mombeltrán. Memoria gráfica*, Ávila, Institución Gran Duque de Alba/Ayuntamiento de Mombeltrán.
- LÓPEZ MONDÉJAR, Publio (1989): *Las fuentes de la memoria. Fotografía y sociedad en la España del siglo XIX*, Barcelona, Lunweg.
- (1992): *Las fuentes de la memoria II. Fotografía y sociedad en España, 1900-1939*, Madrid, Lunweg.
- RUIZ MANTILLA, Jesús (2004): *Preludio*, Madrid, Ocho y Medio.
- SANCHIDRIÁN GALLEGO, Jesús M^a J. (1996): *Mingorría. Fotografías. La historia quieta, la memoria del tiempo*, Ávila, Ediciones «Piedra Caballera».
- VV. AA. (1998): *Imágenes abulenses (Archivo Mayoral)*, Ávila, Caja de Ahorros de Avila.
- VV. AA. (2000): *Historia General de la Imagen. Perspectivas de la Comunicación Audiovisual*, Madrid, Universidad Europea de Madrid.

VV. AA. (2004): *Pedro Brey. A parroquia retratada*, A Coruña, Xunta de Galicia/Universidade de Santiago de Compostela.

IMÁGENES DE LA INMIGRACIÓN A TRAVÉS DE LA FOTOGRAFÍA DE PRENSA. UN ESTUDIO DE LOS PRINCIPALES PERIÓDICOS ESPAÑOLES

CARLOS MUÑIZ MURIEL
JUAN JOSÉ IGARTUA PEROSANZ
JOSÉ ANTONIO OTERO PARRA

Universidad de Salamanca

TEORÍA DEL *FRAMING*: ENFOQUE VISUAL DE LA REALIDAD

Desde hace más de una década, una corriente teórica representada por varios autores¹⁸⁷ propone a la teoría del *Framing* como un paradigma con entidad propia, desligándolo de su tradicional asimilación a la teoría de la *Agenda-Setting*, debido a que ambos enfoques teóricos están basados en diferentes premisas. Entman (1991: 52) señala que el proceso de encuadrar conlleva la selección de «algunos aspectos de la realidad percibida, haciéndolos más sobresalientes en el texto comunicativo», aspectos que pueden venir constituidos por ciertas palabras clave o imágenes. Por su parte, Tankard (2001: 100) define el encuadre noticioso como «la idea organizativa central del contenido de las noticias», que actúa aislando cierto material y centrando la atención sobre el objeto representado, enfatizando algunos de sus rasgos y excluyendo otros. En este sentido, Entman (1991) señala que los medios seleccionan diferentes palabras claves e imágenes para elaborar sus informaciones sobre los asuntos públicos. Por ello, y para detectar los *frames* mediáticos, se debe realizar un examen de estos elementos que, a través de una repetición y asociación entre sí, construyen significados o ideas más visibles que otras, lo que constituye un enfoque particular del asunto. Más recientemente, Igartua, Humanes,

187. Entre otros, Entman (1993: 51-58) y Tankard (2001: 95-106).

Muñiz, Cheng, Mellado *et al.* señalan que los encuadres vienen determinados por «elección, énfasis o importancia atribuida a los diferentes elementos», entre ellos los lugares geográficos, espacios físicos y temporales o los actores protagonistas descritos, y «la forma cómo colocarían dichos elementos más o menos enfatizados en un texto». Todo ello viene a reforzar la postura planteada por algunos autores¹⁸⁸ que consideran que, junto al «*framing* textual», no hay que olvidar la existencia de un «*framing* visual», presente en los contenidos informativos de los medios de comunicación a través de las imágenes incorporadas a las noticias.

EFFECTOS COGNITIVOS DE LAS IMÁGENES EN LA PERCEPCIÓN SOCIAL Y RECUERDO DE LA INFORMACIÓN

Las fotografías periodísticas desarrollan un papel importante dentro de los contenidos noticiosos, pudiendo ejercer efectos cognitivos y afectivos diferenciados sobre el público (Coleman, 2002). Desde el punto de vista informativo, las imágenes aportan una información adicional sobre el tema informado, reforzando además la información ya presentada, sin olvidar que pueden hacer que el soporte informativo sea visualmente más agradable y, por tanto, accesible para el público (Gibson, Zillman y Sargent, 1998). Y es que las noticias que incorporan ambos tipos de información (textual y visual) son más accesibles para el público, llaman más su atención, son comprendidas mejor y se genera un mejor recuerdo de aquello que ha sido informado.¹⁸⁹ Pero, las fotografías muchas veces son utilizadas para transmitir a los lectores aquellas ideas que difícilmente pueden ser planteadas por escrito, pudiendo llegar incluso a dañar o perjudicar simbólicamente a ciertos

188. Messaris y Abraham (2001: 215-226).

189. Gibson y Zillman (2000: 355-366), Knobloch, Hastall, Zillman y Callison (2003: 3-29).

grupos sociales mediante su asociación con aspectos negativos. Junto a la cualidad informativa, las fotografías también pueden producir otros efectos de tipo cognitivo, alterando la percepción del público de la información narrada.¹⁹⁰ Es ya clásica la idea de que las fotos sirven para establecer una determinada visión del mundo en la mente del público, llegando además a ser más efectivas que los propios textos al producir este efecto (Gilliam e Ivengar, 2003). La incorporación de fotografías en las noticias conlleva que las noticias sean más accesibles para el público, haciendo que se dedique más tiempo para procesar esa información. Lo que es más sencillo, pues está demostrado que es más fácil pensar en imágenes que en textos al tratar de recordar la información transmitida por los medios (Coleman, 2002). El efecto sobre la percepción del asunto informado puede venir dado por el hecho de reforzar el punto de vista ofrecido en la información textual, o bien, por hacer que el público piense en el tema desde un punto de vista diferente al ofrecido por el texto, el cual es el presentado en la fotografía.¹⁹¹ En cualquiera de los casos, los efectos cognitivos de las imágenes fotográficas se mantienen a lo largo del tiempo, especialmente facilitando el recuerdo y la recuperación de la información para aplicarla a futuras situaciones.¹⁹²

MINORIAS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN: REPRESENTACIONES DE LA INMIGRACIÓN

Los estudios sobre la representación de las minorías étnicas en los medios de comunicación se remontan a algo más de tres décadas, siendo la mayor parte investigaciones sobre los grupos étnicos que conforman los Estados Unidos (blancos, latinos, negros, asiáticos y nativos). A través de

190. Coleman (2002), Fishman y Marvin (2003: 32-44), Gibson y Zillman (2000), Gibson, Zillman, Sargent (1998); Walkman y Devih (1998: 302-311).

191. Gibson y Zillman (2000) y Gibson, Zillman y Sargent (1998).

192. Gibson, Zillman y Sargent (1988).

análisis de contenido, se ha estudiado la imagen de las minorías en comparación a la realidad, tanto de su composición como de sus roles jugados en los medios (Dixon y Linz, 2000: 131-154). Los diferentes estudios plantean que las minorías suelen ser representadas en los medios de una forma negativa y mucho más prejuiciosa que los miembros de la mayoría blanca.¹⁹³ Ello es importante si se tiene en cuenta el papel que en las actuales sociedades juegan los medios de comunicación como transmisores de conocimiento, pues mucha de la información que se tiene de las minorías viene dada por los medios realizando un «contacto vicario» Tan, Fujioka y Lucht, 1997: 265-284). Una representación constante en el tiempo de las minorías en roles negativos puede llevar a la generación y/o mantenimiento de actitudes discriminatorias (Greenberg, Mastro y Brandt) y, en última instancia, de un «racismo moderno o simbólico» que se manifiesta sutilmente (Entman, 1992).

En España la inmigración se ha convertido en un grupo social importante, puesto que según los datos oficiales, cerca de un 6% del total de la población española está constituida por personas emigradas de otros países hacia España.¹⁹⁴ Algunos estudios sobre la representación mediática de la inmigración plantean que este contingente es asociado cada vez más en los medios de comunicación con las amenazas socioeconómicas y culturales, la desviación, la delincuencia y la violencia, a través de una especie de «correlación ilusoria».¹⁹⁵ En este sentido, Igartua y Muñiz señalan que la mayor parte de la información sobre inmigración tiene un carácter negativo, enfocándose desde temas relativos a dificultades y/o problemas (Igartúa y Muñiz). A resultados parecidos llegan Igartua, Humanes, Muñiz, Cheng, Mellado *et al.*, quienes señalan que en la prensa española existen 17 encuadres temáticos predominantes que guían la elaboración de las informaciones sobre el

193. Greenberg, Mastro y Brand (2002: 333-351).

194. Ministerio del Interior (2004).

195. Igartua, Humanes, Cheng, Muñiz, García, Gomes, Gomes, Amaral, Canavilhas, (2004: 47-75), Igartua, Humanes, Muñiz, Cheng, Mellado, Medina, Erazo (2004: 87-104), Navas y Sánchez (2003), Velázquez (2002: 43-56) y Van Dijk (1997).

fenómeno inmigratorio,¹⁹⁶ existiendo además diferencias claras de posicionamiento de cada diario a la hora de dar cobertura a la inmigración.

MÉTODO

Muestra de contenidos

Para la realización de la investigación, se seleccionó una muestra de las fotografías aparecidas en las noticias sobre inmigración o inmigrantes, tomando como universo todas las informaciones publicadas en 2002 por los diarios *El País*, *El Mundo*, *ABC* y *La Razón*. Sobre este universo, se revisó una semana completa (construida de forma aleatoria) por cada mes. En total, se obtuvieron 819 informaciones, de las cuales sólo fueron seleccionadas aquellas que contuvieran alguna fotografía (excluyendo otros elementos gráficos), obteniéndose finalmente una muestra de 352 unidades de análisis.

Ficha de análisis

La ficha de análisis confeccionada estaba compuesta por tres apartados principales:

- (a) *Datos de identificación básicos*. Para cada unidad se identificaron los datos básicos, tales como el diario, día de la semana o sección de aparición de la fotografía.
- (b) *Análisis del emplazamiento de la fotografía*. En este apartado se codificaron los aspectos de emplazamiento de las imágenes, tales como la página de aparición o su presencia en la portada.
- (c) *Análisis de las fotografías*. Finalmente, se codificaron los elementos presentes en cada fotografía: actores presentes (dando una

196. Encuadres como la «actuación de políticos sobre extranjería» o el «control de fronteras».

especial atención a los inmigrantes), lugares, acciones y aspectos formales, como el plano utilizado o la angulación de la toma.

Codificación

La codificación de las unidades de análisis fue realizada por un único evaluador. Con posterioridad a la codificación, y a fin de estimar la fiabilidad del estudio (*intercoder reliability*), se hizo un nuevo análisis sobre una submuestra (10% de la muestra), consistente en 50 unidades. El valor medio de acuerdo (fórmula de la Pi de Scott), fue de 0,79 (Neuendorf, 2002).

RESULTADOS

Perfil general de los contenidos informativos analizados

La mayoría de las fotografías o unidades de análisis analizadas fueron localizadas en *La Razón* (35%) y *El País* (25,1%). Las informaciones con acompañamiento fotográfico se solían incluir dentro de la sección «Nacional» (50,4%), era predominante el formato de noticia (69%). En cuanto a la procedencia de las fotografías, el 43,6% había sido realizado por fotógrafos, frente a un 40,2% procedente de agencias. En cuanto a la localización temporal, la mayoría fueron encontradas en los sábados y domingos (44,1%) y en su mayoría durante el verano (32,2%). Junto a ello, la mayor parte de las imágenes habían ocurrido durante el día (56,4%). Finalmente, y en cuanto a los aspectos más formales, la mayoría de las fotos presentaban una angulación frontal o a nivel de los ojos (41,6%), había también muchos picados (38,7%). Asimismo, prevalecían los planos lejanos (52%) y los planos medios (30,2%), con un predominio claro del plano general (37,3%) y el plano medio (18,8%) a la hora de la realización de las fotografías.

Emplazamiento dado a las fotografías

Al analizar las diferencias de emplazamiento entre diarios, se observa cómo *ABC* y *La Razón* tienden a presentar las fotografías en página impar, mientras que los restantes lo hacen en página par ($\chi^2(3) = 14,19$, $p < .001$), así como con un mayor tamaño, superior a 1 cuarto de la página ($\chi^2(3) = 20,18$, $p < .001$). Asimismo, las diferencias eran claras al analizar el lugar ocupado por la imagen dentro de la página ($\chi^2(6) = 22,61$, $p < .01$) y, mientras *El País* suele presentar las fotografías en la parte superior (70,5%), *La Razón* tiende a emplazarlas ocupando el centro de la página (43,6%). Finalmente, y en cuanto al uso de pies de foto ($\chi^2(3) = 13,24$, $p < .01$), *El País* y *ABC* son los periódicos que con mayor porcentaje utilizaban este acompañamiento textual a las imágenes.

Imagen visual de los inmigrantes

Uno de los objetivos del estudio es el análisis de la representación visual de la inmigración e inmigrantes en las fotografías periodísticas. Se observa que la mayoría de éstas tiende a presentar grupos de personas en la imagen (47%), que en su mayoría suelen ser inmigrantes (53,3%). Al analizar la representación de los inmigrantes como actores, se observa que éstos son representados normalmente como grupo (42,7%), formado por inmigrantes hombres (32,5%) y casi siempre adultos (40,5%). En cuanto a su origen étnico, se observó una clara predominancia del colectivo de origen caucásico o blanco (normalmente inmigrantes procedentes de Europa del Este y el norte de África); están presentes en un 35% de las fotografías analizadas. Lejos quedan otros grupos, como el de subsaharianos (15%), latinos (0,6%) y asiáticos (0,3%). En lo relativo al contexto en el que se desenvuelven las acciones de los inmigrantes, se observa cómo existen 4 escenarios que persistentemente son fotografiados. Éstos son, la calle (23,4%), las oficinas (7,1%), las pateras (6,3%) y los espacios abiertos de la naturaleza (4,6%).

Si atendemos a la relación entre los lugares y los actores protagonis-

tas ($\chi^2(28)=140.37$, $p<.001$), se comprueba cómo los inmigrantes son normalmente fotografiados en la calle, en costas o espacios abiertos de la naturaleza y en pateras, muy similar a los policías, retratados normalmente en la calle y junto a las pateras. Finalmente, los políticos mayoritariamente eran fotografiados en despachos y oficinas u otros lugares de trabajo. Si nos centramos en las acciones desarrolladas por los inmigrantes, comprobamos cómo en la mayoría de las ocasiones éstos aparecen detenidos o esposados (12,3%), caminando (7,1%) o en actitud de pose ante la cámara (6,8%), esta última, independientemente del fondo sobre el que aparezcan, que puede ser un calle o una comisaría.

Tabla 1
Angulación de la fotografía, por actor protagonista.

Angulación de la fotografía	% Total	Actor protagonista de la fotografía				
		Inmigrante	Policía	Personal de apoyo	Políticos	Otras personas
Picado	39,5%	47,1%	38,5%	66,7%	18,3%	35,7%
Contrapicado	16,6%	17,6%	23,1%	0%	8,3%	21,4%
Frontal	43,9%	35,3%	38,5%	33,3%	73,3%	42,9%
N	319	187	13	3	60	56

Diferencia por actor protagonista: $\chi^2(8)=29.65$, $p<.001$

Al observar las diferencias existentes entre las actividades desarrolladas por cada etnia analizada ($\chi^2(65)=117,35$, $p<.001$), se detectó cómo los inmigrantes de origen caucásico destacan sobre todo en acciones de detenciones y otras más relajadas, como es caminando o posando para la cámara. Frente a ellos, los inmigrantes subsaharianos son reflejados siendo detenidos (en un porcentaje muy elevado) o siendo rescatados tras la llegada en pateras. Las demás etnias analizadas casi no tenían presencia. Finalmente, se comprueba la existencia de diferencias claramente significativas en la angulación de cámara utilizada para retratar a cada actor protagonista de la información ($\chi^2(8)=29,65$, $p<.001$). Así, mien-

tras que los inmigrantes son enfocados normalmente con picados (47,1%), las imágenes de policías son tomadas desde frontales o contrapicados (38,5% y 23,1% respectivamente) y las de los políticos, hasta en un 73,3% de las ocasiones, son tomadas con frontales (tabla 1).

Tratamiento dado por cada periódico

Centrándonos en la cobertura de cada periódico a la inmigración y los inmigrantes, observamos que existen diferencias significativas en la representación de los actores en las fotografías ($\chi^2(6)=13.55, p<.05$). Así, se observa que predominan las fotos de grupos de actores (61,5%) frente a actores individuales, sobre todo en *El País* y *El Mundo*. Sin embargo, *ABC* (23,6%) y, sobre todo, *La Razón* (33,3%) tienden a utilizar fotografías de actores individuales (tabla 2). Resultados similares a los del análisis de la presencia de los propios inmigrantes en las fotografías. Se observa cómo en la mayoría de las ocasiones los inmigrantes son fotografiados en grupo (26,9%), si bien a poca diferencia de las fotografías individuales (20,5%). Donde sí afloran diferencias significativas ($\chi^2(6)=17,43, p<.01$) es entre los periódicos. Así, el *ABC* (43,9%) y sobre todo *El País* (55,7%) tienden a presentar fotografías con grupos, mientras que *El Mundo* (21%) y *La Razón* (20,5%) utilizan fotografías donde aparece inmigrantes en solitario, protagonizando la imagen (tabla 2).

Tabla 2
Presencia de grupos de actores e inmigrantes, por periódicos

Número de actores	% Total	Periódico			
		<i>El País</i>	<i>El Mundo</i>	<i>ABC</i>	<i>La Razón</i>
Ninguno	3,7%	2,3%	1,6%	4,9%	5,1%
1 actor	22,5%	12,5%	21,0%	23,6%	33,3%
2 actores o más	73,8%	85,2%	77,4%	71,5%	61,5%
Número de inmigrantes	% Total	Periódico			
		El País	El Mundo	ABC	La Razón
No aparece	40,7%	28,4%	37,1%	43,9%	52,6%
1 inmigrante	16,5%	15,9%	21,0%	12,2%	20,5%
2 inmigrantes o más	42,7%	55,7%	41,9%	43,9%	26,9%
N	351	88	62	123	78

Diferencia número de actores por periódicos: $\chi^2(6)=13,55$, $p<.05$

Diferencia número de inmigrantes por periódicos: $\chi^2(6)=17,43$, $p<.001$

Asimismo, existen diferencias significativas entre los diarios españoles en cuanto a los actores que protagonizan sus fotografías ($\chi^2(15)=25,98$, $p<.05$). Mientras *El Mundo* (54,8%) y *El País* (62,5%) utilizan fotografías con inmigrantes como protagonistas, el *ABC* (17,1%) y *La Razón* (30,8%) presentan imágenes donde los políticos son los protagonistas (tabla 3). En la cobertura fotográfica de las actividades de los inmigrantes, la cual también es significativamente diferente ($\chi^2(39)=68,27$, $p<.01$), se observa la existencia de dos tendencias. Así, por una parte, *El País* y *ABC* suelen enfocar a los inmigrantes siendo detenidos o en el momento de las expulsiones, así como siendo rescatados o auxiliados. Por el contrario, *El Mundo* y de nuevo *El País* destacan a la hora de presentar imágenes más relajadas, como el caso de inmigrantes que aparecen caminando o posando para la cámara. Finalmente, *La Razón* tan sólo destaca en la reproducción de la mendicidad realizada por los inmigrantes (7,7%), aunque cabe indicar que en un 57,7% de

sus fotografías no aparece reflejada ninguna actividad realizada por inmigrantes, debido a que es el diario, como se ha visto, que más cobertura ofrece de otros actores, como los políticos.

Tabla 3
Actor protagonista, por periódicos

Actor protagonista	% Total	Periódico			
		<i>El País</i>	<i>El Mundo</i>	<i>ABC</i>	<i>La Razón</i>
Inmigrantes	53,3%	62,5%	54,8%	52%	43,6%
Políticos	17,1%	6,8%	14,5%	17,1%	30,8%
Otras personas	16%	15,9%	19,4%	16,3%	12,8%
Policías	3,7%	6,8%	0%	4,1%	2,6%
Personal de apoyo	0,9%	1,1%	0%	1,6%	0%
No se aprecia	9,1%	6,8%	11,3%	8,9%	10,3%
N	351	88	62	123	78

Diferencia por periódicos: $\chi^2(15)=25,98$, $p<.05$

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

A partir de los datos recogidos, podemos concluir que la imagen de la inmigración que con más consistencia es ofrecida por la prensa a través de sus fotografías es la de un grupo normalmente compuesto por hombres adultos y de origen magrebí o subsahariano. Y es que, los medios tienden a presentar el fenómeno inmigratorio como el del colectivo, sin centrarse en casos particulares, sin contextualizar y ofrecer información que nos permita saber las circunstancias personales que lleva a cada actor a realizar la acciones que son narradas y visualizadas.¹⁹⁷ Con todo, los inmigrantes tienen el protagonismo en la mayoría de las imágenes que re-

197. Igartua, Humanes, Muñiz, Cheng, Mellado, Medina y Erazo (2004).

tratan la inmigración, aunque hay también una presencia muy importante de la clase política en este tipo de fotografías. Esto, unido a los contextos en que se desenvuelven las acciones fotografiadas, como son la calle, las costas y las pateras en el caso de los inmigrantes y policías, y los despachos en el caso de los políticos, nos hace pensar que la prensa consistentemente utiliza dos «encuadres visuales» en las fotografías sobre inmigrantes o inmigración. Por una parte, hay una clara presencia del encuadre relativo al «control de fronteras», vinculado con la llegada de pateras a las costas españolas. Por otra parte, encontramos el encuadre de «debate político» donde los diferentes representantes políticos, tanto de la Administración como de los diversos partidos, son fotografiados dando testimonio sobre la política inmigratoria.

Junto a ello, se constata cómo difiere en gran medida el tratamiento dado por la prensa a través de las fotografías a cada actor. Así, los inmigrantes son presentados normalmente desarrollando actividades de carácter negativo, como siendo detenidos o esposados y mendigando. Por su parte, los policías, si bien son enfocados envueltos en detenciones o expulsiones, normalmente son fotografiados desde ángulos mucho más favorables que los inmigrantes. Así, los inmigrantes suelen ser fotografiados desde ángulos picados, que produce un efecto de inferioridad y sumisión (Mandell y Shaw, 1973: 353-362). Por el contrario, la policía suele ser presentada desde ángulos frontales o contrapicados, produciéndose así un efecto de intimidación, que en su caso va unido a una imagen de poder, conseguida mediante los contrapicados. Asimismo, es diferente la cobertura visual de inmigrantes y políticos, que normalmente son enfocados en despachos con planos medios, que agrandan el poder percibido de la persona (messaris y Abraham) y desde un ángulo frontal, que produce intimidación y confianza en el lector (Walkman y Devitt, 1998).

Asimismo, podemos concluir que existen diferencias claras entre los distintos periódicos españoles a la hora de presentar la inmigración en las fotografías de sus noticias, atendiendo a la línea editorial del diario (conservador vs. progresista) y al *modelo de diario* (prensa de prestigio vs. popular o sensacionalista). *El País*, diario progresista y de prestigio, suele presentar fotografías con grupos de inmigrantes como protagonistas,

normalmente envueltos en acciones referidas a la llegada de pateras o entrada en nuestro país. Por su parte, *ABC*, diario de prestigio y conservador, tiende a presentar fotografías similares, aunque los actores que predominantemente protagonizan sus informaciones son los políticos. *El Mundo*, prensa progresista y sensacionalista, suele enfocar a inmigrantes individuales en sus fotografías, actuando de forma relajada, caminando o posando para la cámara y con fotos amplias en el centro de la página. Finalmente, *La Razón*, diario conservador y sensacionalista, presta la mayor cobertura y el mejor emplazamiento a las fotografías sobre inmigración. Suele enfocar en ellas a inmigrantes, mostrados como personas individuales que desarrollan actividades no muy positivas y a políticos. El hecho de que estas fotografías actúen como complemento de la información escrita, así como la existencia de públicos concretos de cada periódico, puede hacer que la visión del mismo fenómeno sea diferente. Así, es probable que, mientras los lectores de *El País* vean la inmigración como un fenómeno social protagonizado por grupos de inmigrantes que intentan llegar a nuestras costas para empezar una nueva vida, los de *La Razón* lleguen a pensar más en términos de problema político y conflicto, debido al tipo de imágenes presentadas en cada diario.

BIBLIOGRAFÍA

- COLEMAN, Renita (2002): «The Effects of Visuals on Ethical Reasoning: What's a Photograph Worth to Journalists Making Moral Decisions?», Comunicación presentada en la convención de la Association for Education in Journalism and Mass Communication (AEJMC), Miami (EEUU), 4 al 11 de agosto.
- DIXON, Travis y LINZ David (2000): «Overrepresentation and Underrepresentation of African Americans and Latinos as lawbreakers on television news», *Journal of Communication*, vol. 50, nº 2, 131-154.
- ENTMAN, Robert (1991): «Framing U.S. coverage of international news: Contrasts in narratives of the KAL and Iran Air incidents», *Journal of Communication*, vol. 41 nº 4, 6-27.
- (1992): «Blacks in the News: Television, modern racism and cultural change», *Journalism Quarterly*, vol. 69, nº 2, 341-361.
- (1993): «Framing: Toward a clarification of a fractured paradigm», *Journal of Communication*, vol. 43, nº 3, 51-58.
- FISHMAN, Jessica M. y MARVIN, Carolyn M. (2003): «Portrayals of Violence and Group Difference in Newspaper Photographs: Nationalism and Media», *Journal of Communication*, vol. 53, nº 1, 32-44.
- GIBSON, Rhonda y ZILLMAN, Dolf (2000): «Reading between the photographs. The influence of incidental pictorial information on issue perception», *Journalism and Mass Communication Quarterly*, vol. 77, nº 2, 355-366.
- GIBSON, Rhonda, ZILLMAN, Dolf y SARGENT, Stephanie (1998): «Effects of Photographs in News Reports on Issue Perception», Comunicación presentada en la convención de la Association for Education in Journalism and Mass Communication (AEJMC), Baltimore (EEUU), 5 al 8 de agosto.
- GILLIAM, Franklin D. e IYENGAR, Shanto (2003): «Super-Predators or Victims of Societal Neglect? Framing Effects in Juvenile Crime Coverage».

- GREENBERG, Bradley S., MASTRO, Dana y BRAND, Jeffrey E. (2002): «Minorities and the mass media: Television Into the 21st Century» en J. BRYANT y D. ZILLMANN (eds.): *Media Effects. Advances in the Theory and Research*, Hillsdale (NJ), Lawrence Erlbaum Associates, Hillsdale.
- IGARTUA, Juan José, HUMANES, María Luisa, CHENG, Lifen, MUÑIZ, C., GARCÍA, Milagros, GARCÍA, Ana Rita, GOMES, Angela María, GOMES, Derval, AMARAL, Nuno y CANAVILHAS, Joao (2004): «Imágenes de Latinoamérica en la prensa española. Una aproximación empírica desde la teoría del encuadre», *Comunicación y Sociedad*, vol. 17, nº 1, 47-75.
- IGARTUA, Juan José, HUMANES, María Luisa, MUÑIZ, Carlos, CHENG, Lifen, MELLADO, Claudia, MEDINA, Eudomary y ERAZO, María de los Ángeles (2004): «La información sobre inmigración e inmigrantes en la prensa española. ¿Barreras mediáticas a la integración o imágenes que generan xenofobia?», Comunicación presentada en el *Diálogo Comunicación y Diversidad Cultural*, Forum, Barcelona, del 24 al 27 de mayo.
- IGARTUA, Juan José y MUÑIZ, Carlos (2004): «Encuadres noticiosos e inmigración. Un análisis de contenido de la prensa y televisión españolas», *Zer, Revista de estudios de comunicación*, vol. 16, 87-104.
- KNOBLOCH, Silvia, HASTALL, Matthias, ZILLMANN, Dolf y CALLISON, Coy (2003): «Imagery effects on the selective reading of Internet news-magazines: A cross-cultural examination», *Communication Research*, vol. 30, nº1, 3-29.
- MANDELL, Lee M. y SHAW, Donald L. (1973): «Judging people in the news-unconsciously: effect of camera angle and bodily activity», *Journal of Broadcasting*, vol. 17, nº3, 353-62.
- MESSARIS, Paul, y ABRAHAM, Linus (2001): «The Role of Images in Framing News Stories» en S. D. REESE, O. H. GANDY y A. E. GRANT (eds.): *Framing public life. Perspectives on media and our understanding of the social world*, Mahwah (NJ), Lawrence Erlbaum Associates.

- MINISTERIO DEL INTERIOR (2004): *Extranjeros con tarjeta o permiso de residencia en vigor a 31 de diciembre de 2003*, Madrid, Ministerio del Interior.
- NAVAS, Alejandro y SÁNCHEZ, José Javier (2003): *Ventana y espejo. Personas en riesgo de exclusión social en los medios de comunicación*, Pamplona, Gobierno de Navarra.
- NEUENDORF, Kimberly A. (2002): *The content analysis guidebook*, Thousand Oaks (CA), Sage Publications.
- TAN, Alexis, FUJIOKA, Yuki y LUCHT, Nancy (1997): «Native American stereotypes, TV portrayals, and Personal Contact», *Journalism and Mass Communication Quarterly*, vol. 74, nº 2, 265-284.
- TANKARD, James W. (2001): «The empirical approach to the study of media framing» en S. D. REESE, O. H. GANDY y A. E. GRANT (eds.): *Framing public life. Perspectives on media and our understanding of the social world*, Mahwah (NJ), Lawrence Erlbaum Associates.
- VAN DIJK, Teun A. (1997): *Racismo y análisis crítico de los medios*, Barcelona, Paidós Comunicación.
- VELÁZQUEZ, Teresa (2002): «La presencia de la inmigración como exclusión social en los programas informativos de las televisiones públicas europeas», *Quaderns del CAC*, vol. 12, 43-56.
- WALKMAN, Paul y DEVITT, James (1998): «Newspaper Photographs and the 1996 Presidential Election: The Question of Bias», *Journalism and Mass Communication Quarterly*, vol. 75, nº 2, 302-311.

CÓDIGOS SIMBÓLICOS EN LAS FOTOGRAFÍAS SOBRE LOS ATENTADOS DE ETA

NEKANE PAREJO JIMÉNEZ

Universidad de Málaga

Esta comunicación tiene como objeto principal analizar la evolución de las imágenes publicadas en la prensa de los atentados de ETA cuyo motivo principal es la muerte y en concreto su simbología en el periodo que va desde 1968 a 1997. Contará como soporte inicial con los periódicos tradicionales vascos, *La Gaceta del Norte*, *Hierro*, *La Hoja del Lunes* y *El Correo* a los que se sumarán posteriormente los denominados nuevos diarios que irrumpen con la democracia, *Deia*, *Egin* y *El País*. A través de sus fotografías se verá cómo varían los símbolos y las personas que los llevan, pero también cómo aquéllos que permanecen en el tiempo evolucionan en cuanto a su significado, su forma de presentación y sus funciones.¹⁹⁸ Una primera clasificación los dividirá en dos tipos. Los que sustituyen al cadáver en el lugar de los hechos y aquellos que le acompañan después.

En sus inicios, durante la década de los sesenta,¹⁹⁹ el cadáver está ausente de los encuadres fotográficos. El lugar de los hechos destaca por unas imágenes que se corresponden con la clásica foto carné de la víctima en vida o espacios próximos a su vida cotidiana. En cualquier caso, son tomas de mala calidad y que no aportan información alguna sobre lo sucedido. El máximo acercamiento cabe ubicarlo a posteriori, en los funerales y en concreto en la imaginación del espectador que sabe que tras

198. He tratado el tema de esta comunicación en mi tesis doctoral *Fotografía y muerte: representación gráfica de los atentados de ETA, 1968-1997*, Universidad del País Vasco, 2003 (en prensa). Igualmente se podrán encontrar planteamientos dentro del discurso de la fotografía y la muerte en los siguientes trabajos: Parejo Jiménez (2003a,b, y 2004). Igualmente se encontrarán interesantes aportaciones en Albiac (1996), Calabrese (1991), Cortés (1996) y Castro Florez (2004: 113-148).

199. La primera representación gráfica de un atentado ETA se sitúa en 1968 con motivo del asesinato de Melitón Manzananas.

la tapa del féretro se encuentra el asesinado. Por otra parte, la distancia narrativa es tal que impide que destaquen símbolos que luego se convertirán en figuras tradicionales que acompañarán al fallecido durante las exequias como son la bandera, su gorra, etc. Las escasas fotografías de esta década nos presentan una clara omisión del muerto, que aún no es sustituido por ninguna simbología y cuya presencia ni siquiera se sugiere. Los motivos de esta situación se deben buscar, por un lado, en una estrecha censura que se cierne sobre la prensa y, por otro, en las dificultades que supone abordar un tema novedoso y cercano.

El atentado de Carrero Blanco el 20 de diciembre de 1973 supone no sólo un gran despliegue en el tratamiento fotográfico sino algunos cambios en lo que a representación y simbología se refiere. Por primera vez se retrata el cadáver en el ataúd abierto y el escenario de los hechos da respuesta a lo sucedido mediante la inserción de fotografías que muestran las consecuencias de la explosión. Aún así, el cuerpo sin vida del almirante no se recoge en el lugar de los hechos, que se sigue caracterizando por la ausencia de éste. No se registra el cadáver *in situ*, tampoco rastros latentes como el charco de sangre u objetos personales de la víctima. Ni siquiera, lo que más tarde se convertirá en un clásico, la sábana cubriendo el cuerpo.

Esta ausencia se ratifica en una toma a posteriori que hace hincapié en el hueco que ha dejado la víctima mediante la imagen de un sillón vacío en el Consejo de Ministros, que se convierte en un sustituto de la vida, del quehacer diario del asesinado. El sillón como símbolo del espacio desocupado recuerda a la exhibición de la montura del caballo de los Reyes tras su muerte. En esta misma línea se registra, años después, el 28 de junio de 1978, la fotografía de la silla vacía utilizada por José M^a Portell en la redacción del periódico, que contrasta con una toma anterior en la que se encuentra en el mismo sitio, pero hablando por teléfono. El planteamiento es sencillo. Antes estaba aquí y publico la foto que lo muestra, ahora no y coloco una imagen del mismo espacio vacío. Sin embargo, en estas fechas, los arquetipos de representación de la ausencia están cambiando y prevalecen aquellos encuadres en los que los signos de violencia son más perceptibles. Junto a la idea del asiento de-

socupado se instalan otras connotaciones estrechamente relacionadas con el acto agresivo que se ha producido. De esta forma se enfatiza en la toma el desorden o los impactos de bala. Un ejemplo de esto es la toma que se edita con motivo de la muerte de Juan Jiménez Gómez el 14 de diciembre de 1978.

Posteriormente este lugar cambiará su significado con la inclusión de un nuevo objeto, las flores. Una muestra se ofrece en las fotografías del atentado al concejal de UPN José Javier Múgica publicadas por *El Correo* el 15 de julio de 2001 y en las que se ve su escaño vacío, pero en la mesa se coloca un ramo de flores.

Esta evolución refleja cómo se pasa de un estadio durante la dictadura en el que no es posible retratar a la víctima *in situ*, ni sus restos y en el que la simbología está mediatizada por el reflejo de su pérdida a través de espacios habituales de ésta, caracterizados por su ausencia, a otro, en la transición, durante el que no sólo se fotografía al asesinado, sino también espacios desocupados cargados de crueldad. Finalmente, a partir de los noventa, se volverá a connotar la desaparición física mediante imágenes en las que desaparece la violencia, que es sustituida por ramos de flores.

Otro símbolo más tradicional presente en el tratamiento gráfico de la muerte de Carrero Blanco viene de la mano de la imagen de la bandera situada en el edificio de la Presidencia del Gobierno y que ondea a media asta en señal de duelo.

No cabe duda que los objetos pertenecientes a la víctima, que se encontraban en el lugar de los hechos en el momento del suceso, «nos permiten mirar cómo vivía, nos dan una vía de acceso a su mundo privado» (Reyes Palma, 2000: 112), pero sólo adquieren el carácter de símbolo cuando se les sitúa en un punto concreto, cuando alcanzan relevancia por su posición en el encuadre. Éste es el caso de una gorra que llevaba la víctima en el momento de su muerte y que se coloca encima de una sábana debajo de la cuál se encuentra el asesinado. Mediante este objeto no se muestra su cadáver, pero el espectador toma conciencia de su condición a través de este detalle personal. Esto ocurre, entre otras, en las fotos que publican casi todos los diarios el 14 de octubre de 1978 del

atentado de Ramón Muíño y Elías García en las que la gorra es el punto de referencia que destaca sobre el blanco de la sábana que cubre a los fallecidos. En esta misma línea se pueden plantear las instantáneas en las que se aprecia cómo la gorra sirve para tapar la sangre de la víctima como la que publican los periódicos el 6 de marzo de 1979 del vehículo donde murió Agustín Muñoz. En 1979 tanto la edición del cadáver en el lugar de los hechos como las manchas de sangre son una práctica habitual, incluso por los diarios más tradicionales. Esto nos puede llevar a plantearnos los motivos por los que a veces estas últimas se cubren. La gorra en estos casos se vuelve a convertir en un símbolo del que ya no está presente y en algunas ocasiones del que no se puede fotografiar. Y así lo recoge el pie de foto de la imagen de *Deia* del atentado de Agustín García:

Lugar donde quedó el cadáver del general, dentro del vehículo oficial. No se permitió fotografiar el cuerpo del militar.

Mención aparte precisan las fotografías de la sangre de la víctima que funcionan en un primer momento como un sustituto de su cadáver, como un símbolo de que allí antes hubo vida y, por supuesto, una muerte violenta. A partir de 1976 comienzan a publicarse una serie de instantáneas, que se engloban dentro de este tema, y que tienen en común una escasez en la calidad que conlleva grandes dificultades a la hora de discernir la sangre en cualquiera de sus formas: mancha, charco, reguero... A pesar de estos obstáculos en su visualización, el interés que despierta su reproducción es tal que a partir de 1978 comienzan a remarcarse mediante inserciones gráficas que recrean diversas formas, aspas y círculos, principalmente con una funcionalidad clara, determinar el punto exacto donde se derramó el rastro más directo de la persona asesinada, su sangre. Con el paso del tiempo la calidad de las tomas mejora, pero paralelamente va decayendo el interés por este contenido debido, por un lado, a que la publicación de la imagen del cadáver *in situ* se hace habitual y, por otro, a que su forma de representación evoluciona hacia encuadres en los que predominan dos contenidos nuevos:

personal limpiando los rastros de sangre o esparciendo serrín sobre él. La representación de la sangre, por tanto, pasa por varios estadios. Un primer momento en el que se la omite fotográficamente, un segundo en el que se habla de ella pero no se ve con nitidez, un tercero en el que su presencia en los encuadres limita con la saturación, para acabar convirtiéndose en una mera sugerencia. En definitiva, que parece cerrarse el círculo en torno a no mostrar este elemento, aunque con una diferencia. Mediante su eliminación u ocultación se está intentando dar a conocer una vuelta a la normalidad. El retrato de esta acción es una insinuación de que la sangre estaba ahí, no es una omisión propiamente dicha como hasta mediados de la década de los setenta.

Hasta este punto se han visto aquellos símbolos que pertenecen a la primera categoría, los que funcionan en el encuadre prioritariamente como suplentes del cadáver: el sillón vacío, el charco de sangre, los restos personales de la víctima, la sábana, etc.

En el segundo apartado se aglutinan aquéllos que le acompañan normalmente a posteriori. Aquí se incluyen objetos y gestos claramente ideológicos, como banderas de uno u otro signo, puños cerrados, brazos en alto, acciones de protesta, etc.

En la década de los setenta, sobre todo hasta la muerte de Franco, debido a la condición y profesión de las víctimas y al gobierno en el poder predominarán en los encuadres las banderas españolas y los brazos en alto.

Con respecto a las primeras las encontramos con diversas funcionalidades. En un principio se trata de un objeto estático que servirá meramente como símbolo representativo del duelo por el asesinato. Este es el caso de las fotografías que registran la bandera ondeando con un crespón negro en instituciones oficiales o en el centro de trabajo del fallecido. Muestras de ello se localizan en las tomas del atentado de Carrero Blanco o en el de José M^a Portell. En éste último, el encuadre de *La Hoja del Lunes* del 29 de junio de 1978 recoge este arquetipo en el edificio de *La Gaceta del Norte*.

En otras ocasiones la bandera servirá para cubrir el féretro. Existen dos versiones: cuando está colocada sin más, encima, o cuando se retrata la acción de emplazarla, como en la foto que publica *Egin* el 29 de mayo de

1978 en la que se aprecia a los compañeros de Francisco Martín tapando el ataúd con una bandera, destacando, de esta forma, el hecho y el símbolo. El primer tipo de composición se convertirá en un clásico cuyos contenidos habituales son el ataúd, la bandera y una gorra o tricornio exentos de presencia humana. Esta situación desemboca en que los posibles sentimientos emanan de estos objetos resaltando su significado, la gorra del que ya no está. La foto publicada por *El Correo* el 16 de enero de 1980 con motivo del atentado de Francisco Moya es una muestra.

A partir de 1979, aunque la cámara sigue plasmando prioritariamente las funciones descritas, la bandera se transformará en un emblema que cobra vida. Y así se contemplarán imágenes en las que se la abraza, se la besa, se le imponen medallas, se la quema, se derraman lágrimas sobre ella...

Estos tratamientos van desde el reflejo de la frialdad absoluta de la imposición de medallas a tomas que desbordan sentimiento como son los contenidos restantes. La imposición de una medalla es un acto oficial que requiere de un protocolo rutinario que no permite apenas variaciones en el encuadre. Por el contrario, aquéllos que recogen a familiares transmiten emociones a través de este símbolo. Es posible que la viuda, en su afán de abrazar por última vez a su marido y de sentirse más próximo a él, se ciña contra la bandera o a veces la retire. Esto es lo que se aprecia en fotografías como la de un familiar de Jesús Zuazola el 11 de enero de 1980, la del hermano de Alberto Amancio el 27 de abril de 1987 o la que publica *El País* el 7 de julio de 1981 en la que la hermana y la mujer de Luis Miranda levantan la bandera para acercarse más al difunto. En otras ocasiones este estandarte se independiza del ataúd y el familiar la abraza por el significado que tiene en sí misma, no como a una intermediaria en el acceso al cuerpo sin vida. Así aparece la viuda del coronel Saracibar en *El Correo* el 21 de febrero de 1980. La exaltación llega a su punto culminante en las imágenes que presentan a varios individuos en el instante de prenderle fuego. El 5 de enero de 1979 *El País* publica dos tomas, una junto a otra, en las que contrasta el sosiego de aquéllos que portan banderas nacionales con crespón negro con la fagosidad de los que están quemando una ikurriña.

El registro fotográfico de la ikurriña es limitado debido a la ideología de las víctimas, pero en las instantáneas en las que aparece cumple finalidades similares a la bandera española. Así se contempla cómo envuelve el féretro de Enrique Casas en una imagen editada por todos los diarios el 25 de febrero de 1984.

La única variación tiene que ver con su localización geográfica y el tratamiento diferente que puede dar cada medio en los inicios de la democracia. Con respecto al primer punto, la ikurriña sale del ámbito del funeral propiamente dicho y sirve para aglutinar a numerosas personas a su alrededor. El sentimiento de dolor que acompañaba a la bandera española junto al féretro y sus familiares se combina aquí con un significado que va más allá y raya con una manifestación en pro del reconocimiento del estandarte en cuestión. Esto da lugar a tomas en las que numerosas personas se congregan en torno a ella, como en la foto que imprime *Deia* el 17 de noviembre de 1978 debido al fallecimiento de miembros de ETA junto a Emilia Larrea en Mondragón. En ocasiones su ubicación es el suelo, como en las instantáneas que ofrecen *Egin* y *El Correo* del día después del asesinato de José Manuel Baena, 12 de enero de 1978, en el que murieron dos etarras. En ambas la ikurriña se encuentra en el centro del encuadre, pero las diferencias son obvias. *El Correo* hace hincapié en la gente y en concreto en aquéllos que dan la espalda a la bandera. Por el contrario, *Egin* pretende destacarla y para ello no sólo remarca sus aspas, sino que le otorga un papel protagonista, junto a una pintada de *Gora ETA*, incluyendo en el encuadre el menor número de individuos.

El papel de las banderas, de uno u otro signo, entra en su ocaso a partir de la década de los ochenta, haciéndose evidente a través de un registro fotográfico menor y un estancamiento en sus formas de representación que lleva a mecanismos de repetición compositiva. En los noventa este símbolo será sustituido por otros de carácter más popular.

Lo mismo ocurre con la gorra militar que tuvo su auge como motivo principal en las imágenes de finales de los setenta para decantarse en un elemento en decadencia posteriormente. En las primeras tomas se combinan la función identificativa y la decorativa y esto justifica su ubicación. La reiteración de este modelo lleva a buscar otros puntos de

vista como el que se observa en una toma de *Deia* del 18 de noviembre de 1980 en la que el tricornio de Juan García, en primer plano, ocupa toda la base inferior debido al uso de un gran angular. Es significativo que el tamaño del objeto sea superior al de la cabeza de la víctima que se aprecia a través de una ventana en el féretro. La evolución de este objeto le convertirá en un símbolo más activo y, al igual que la bandera, servirá para expresar sentimientos. Así se puede contemplar en *La Gaceta del Norte* del 4 de enero de 1979 a la viuda de Francisco Berlanga bajo un paraguas que sujetan sus padres abrazando la gorra de su marido.

La representación del conjunto de símbolos militares, fajines, condecoraciones, medallas, etc serán recurrentes en los funerales y capillas ardientes.

Los gestos ideológicos, ya bien sean puños cerrados o brazos en alto, también se enmarcan en el ámbito de los funerales en las postrimerías de la década de los setenta. El predominio de estos últimos es patente en las fotografías de nuevos diarios. Para los que realizan el gesto se trata de mostrar una adhesión a la víctima, para los periódicos no tradicionales es una prueba de que todavía existe la amenaza de numerosos seguidores de ideologías fascistas.

Todas comparten una angulación similar, un ligero contrapicado, remarcado por la posición de los brazos en alto. También tienen en común que lo importante es el gesto y no el hecho en sí, un funeral en la mayoría de los casos. Así vemos una imagen del entierro de Francisco Mateu que imprime *Deia* el 18 de noviembre de 1978 en la que algunas personas con el brazo en alto se encuentran a ambos lados de una escalera que culmina en una puerta, se supone que de una iglesia. Pero lo que llama la atención no es el lugar sino el contraste que se establece entre el gesto de los presentes y el de una señora en primer plano que permanece con los brazos cruzados. Meses antes, el 23 de julio de 1978, con motivo de los funerales de Juan Manuel Sánchez y Juan Antonio Pérez, *El País* ofrecía un plano más cercano en el que se omite el espacio para subrayar los brazos en alto de varias personas que mediante ellos ocultan su identidad. La imagen que se coloca en portada tiene fuerza y cumple con los parámetros señalados. En esta misma línea se debe señalar

una instantánea de este mismo diario que se publica el 5 de enero de 1979. En un mismo encuadre se aúnan varios símbolos, la bandera que está siendo sujetada por un militar de espaldas, algunas personas con el brazo en alto y cantando. Es evidente que dejar patente la ideología está por encima de mostrar el suceso que ha motivado la foto en cuestión. Con el asentamiento de la democracia en los años ochenta estas imágenes van desapareciendo de los diarios debido a que éstos ya no necesitan dejar constancia de un tipo de manifestaciones que por otra parte están en decadencia. Su representación se limita a situaciones en las que la víctima es muy conocida como las del entierro del comandante Ynestrillas que registra *La Gaceta del Norte* el 19 de julio de 1986.

La paulatina disminución de estos símbolos trae consigo el surgimiento de un elemento novedoso, no como objeto en sí, sino en cuanto a su tratamiento: las flores. Hasta el momento éstas se circunscribían al ámbito de las exequias. Ahora cobran protagonismo por sí solas mediante su singularidad representada a través de un ramo concreto que se deposita en el lugar de los hechos. En un principio los depositarios serán en su mayoría niños como los que se contemplan en la foto publicada el 26 de mayo de 1979 en el sitio donde fallecieron Jesús Avalos, Luis Gómez, Agustín Laso y Lorenzo Gómez, o la que agarra de la mano a su madre y hermano el 8 de mayo de 1981 allí donde murieron tres militares en Madrid, o aquellos que miran el ramo depositado donde Yoyes fue asesinada.

Estas instantáneas se convertirán en un nuevo modelo de representación que tendrá cabida en todos los diarios durante la década de los ochenta. Eso sí, con algunas variaciones que vendrán de la mano de la posible identidad del destinatario que en algunas ocasiones la toma no deja saber quién es. En otras, pasa a ser una autoridad la que asume ese papel. Esto normalmente implica una alteración en el tiempo que ahora se sitúa muy a posteriori, a veces incluso después del entierro, debido a que se trata de un hecho institucionalizado y protocolario. Se mantiene el simbolismo pero se desvanece la espontaneidad inicial. Véanse para confirmar esto las imágenes del ministro del Interior José Barrionuevo depositando las flores para homenajear a Máximo Antonio García el 14 de mayo de 1985. Mención aparte requiere la fotografía del 11 de septiembre

de 1986 en la que se puede observar al marido de la víctima llevando una flor durante el cortejo fúnebre.²⁰⁰ En definitiva las flores van a ser un elemento omnipresente en los encuadres fotográficos. En principio como un objeto tradicional que se circunscribe a los funerales y que cuya máxima peculiaridad es la cantidad. Cuantas más mejor. Después se singulariza para remarcar el escenario del asesinato y finalmente se vuelve al ámbito de las exequias pero se mantienen la singularidad en un acto de rendir homenaje a la víctima. Todo esto pasando por instantáneas en las que las flores se depositan en otros lugares relacionados con el fallecido como puede ser su trabajo para evidenciar su ausencia.

En esta misma línea surgen imágenes en las que se aprecia un nuevo elemento simbólico, fotografías de la víctima o relacionadas con ella junto a su féretro. Hasta los ochenta era muy habitual que retratos de ésta se enmarcaran dentro de encuadres pertenecientes a su casa y que una imagen de Franco presidiera la capilla ardiente. En el primer caso formaban parte de la decoración y se aprovechaban para dar más información acerca del asesinato, en el segundo formaban parte de la tradición. El hecho de situarlas ex profeso encima del ataúd está estrechamente relacionado con una corriente que se empieza a extender y que se fundamenta en sacar a la calle motivos que antes pertenecían al ámbito de lo privado. Las pertenecientes al atentado de Enrique Casas el 24 de febrero de 1984 recogen perfectamente una foto de la víctima en vida no sólo en la capilla sino también en el entierro y como el retrato de Pablo Iglesias suple al de Franco en la capilla ardiente.

También a partir de los ochenta vamos a ver cómo se combinan viejos y nuevos códigos de representación que se ciñen al terreno de la protesta por parte de los ciudadanos. Calles vacías, minutos de silencio, estatuas vivientes, manifestaciones, pancartas... acapararán la atención de los objetivos de los fotógrafos. El retrato del silencio y el clamor popular enfatizarán la reprobación de la violencia. El silencio se representa a través de dos tipos de encuadres. Aquellos en los que es patente, di-

200. Hay que recordar que el marido de Yoyes solicitó a todos los asistentes a los funerales que llevaran una flor.

versas personas, normalmente en su lugar de trabajo, cesan sus actividades para congregarse y expresar su mutismo y mediante éste su repulsa a lo sucedido. Otros en los que la imagen fotografiada lleva al espectador a darse cuenta de esa situación de silencio mediante la ausencia de gente en las calles, o a través de estatuas vivientes, por ejemplo. En el polo opuesto se encuentran las manifestaciones cuyas instantáneas tienen en común demostrar el alto grado de participación centrándose en el texto de la pancarta que suele ir encaminado a condenar la violencia o demandar la paz. Frases como «No a las muertes, vengan de donde vengan» pertenecientes a una pancarta fotografiada por *La Gaceta del Norte* el 30 de marzo de 1982 o «ningún compañero más sin padre. Richard Askatasuna» forman parte del imaginario más frecuente.

La evolución de la pancarta pasa por que ésta adquiera el rango de motivo principal en una fotografía. Las circunstancias que hacen posible este papel protagonista que se encuentra en las imágenes impresas son porque sirven como elemento ocultador de aquellos que la llevan, porque se colocan en un lugar inusual como la que se despliega en el estadio Santiago Bernabeu poco antes de comenzar un partido el 6 febrero de 1992, por la identidad de sus portadores, por una composición y grafía diferentes²⁰¹ o porque se utiliza como reclamo para posteriores convocatorias o propuestas. Así se registra en *Deia* del 8 de febrero de 1992 a una persona que lleva un cartel anunciando una iniciativa para enviar postales bajo el lema «Ya no me callo». Lo que resume esta expresión de cuatro palabras es lo que se está viendo en la publicación de fotografías en el apartado de condena hacia la violencia.

En los noventa este tipo de representación se incrementa debido a que el ciudadano desempeña un papel activo y el fotógrafo está ahí para plasmarlo y convertirle en protagonista de sus tomas. Ilustraciones de manifestaciones, recogida de firmas, emblemas, colas para visitar la

201. Véase *El Correo* del 9 de noviembre de 1991 donde aparece una fotografía cuya pancarta destaca por su carácter marcadamente infantil, dibujo de la paloma de la paz y letras de niño, acorde con la víctima Fabio Moreno.

capilla ardiente, minutos de silencio, concentraciones, pancartas, etc. invaden las páginas de los periódicos. La forma de presentar estos contenidos alterna planos generales que recuerdan a las tomas de finales de los años sesenta y principios de los setenta, pero con mayor calidad, y primeros planos. Retornan las imágenes en las que numerosas pequeñas cabezas conforman el encuadre y prueba de ello son las que captan a personas congregadas guardando un minuto de silencio o una larga cola para visitar la capilla ardiente de Gregorio Ordóñez el 25 de enero de 1995. Pero el tratamiento informativo que mejor define la combinación de distancias narrativas de este periodo es el que corresponde al atentado de Joseba Goikoetxea el 27 de noviembre de 1993. *El Correo* publica dos tomas del mismo motivo, una manifestación multitudinaria a favor de la Ertzaintza y en contra de la violencia de ETA. La de portada destaca el número de asistentes y para ello capta un plano lo más abierto posible. En el interior mediante un acercamiento se ofrece una instantánea en la que se tiene constancia de la identidad de los manifestantes aunque no se informa gráficamente de su dimensión. *Deia*, por su parte, apuesta por imágenes en las que se prioriza la mostración de las acciones y sentimientos como la de la firma de una repulsa contra el terrorismo ya bien por niños, ciudadanos anónimos o autoridades.

Las páginas de los diarios cada vez dedican más espacio a las fotografías cuyo contenido son los actos de protesta. De forma análoga van a ir surgiendo tomas que evidencian la respuesta a estas imágenes. Un encuadre determinante es el que publica *Deia* el 12 de abril de 1995 con motivo del asesinato de Mariano de Juan Santamaría. Se ve a varios miembros de HB abandonando el Parlamento Vasco en el momento en el que comenzaba el minuto de silencio por la víctima.

Paralelamente a la representación de todos estos símbolos postmortem, en esta década se vuelve a los denominados códigos simbólicos sustitutivos debido a que el cadáver in situ desaparece. Lentamente se va a ir instaurando un modelo gráfico dominado por ciertas limitaciones. Una autocensura impuesta por el propio fotógrafo y editor, pero demandada por el lector que ha llegado a un punto de saturación en el que

el factor sorpresa ha quedado excluido de su capacidad de mirar. Las nuevas fórmulas que se desarrollan van desde omitir el cadáver²⁰² a captarlo con algún tipo de filtraje. Dentro de estas últimas la más conocida, porque recuerda a etapas anteriores, es la que reproduce una imagen lejana o desenfocada. Pero la pauta más habitual es que el cuerpo sin vida se registre próximo, en primer plano, y que existan diversas causas que hagan que pase inadvertido, que delegue en otros elementos el protagonismo. Así ocurre cuando en la instantánea se presenta al cadáver cubierto en primer término, pero un motivo al fondo reclama la atención del espectador, o cuando todas las personas retratadas dirigen su mirada hacia un punto que excluye al muerto o cuando entre éste y el fotógrafo, y por añadidura el lector, se inserta un obstáculo como pueden ser las piernas de los que le rodean.

En los supuestos en los que el cadáver desaparece del encuadre va a ser sustituido por otros contenidos ya conocidos. La vuelta a la imagen del vehículo destrozado debido al incremento de los atentados producidos mediante coche-bomba, las panorámicas asépticas del escenario del suceso, personal inspeccionando o contemplando el lugar de los hechos, la imagen de los heridos, nos remiten a otras épocas, pero con un evidente aumento de calidad en las fotografías. Si nos centramos en esta última, cuando el muerto es reemplazado por un herido habrá que constatar varios aspectos. El primero es el proceso de inversión que se produce con respecto a los años ochenta en los que el cuerpo sin vida era el auténtico protagonista y si quedaba espacio en las páginas del periódico se publicaba la imagen de algún herido. En el segundo se prefiere dar prioridad a instantáneas en las que los signos de vida prevalezcan sobre los de muerte.

202. Tendríamos que remontarnos al asesinato de Yoyes en 1986 para darnos cuenta que es aquí donde se percibe el primer signo de autocensura. El diario *Deia* no publica la foto del cadáver *in situ* de M^a Dolores González Catarain hasta un mes después de su muerte, el 17 de octubre mientras otros sí lo hacen. Habría que mirar los motivos, pero en este caso entraríamos en el campo de los códigos manipulativos que no son el objeto de esta comunicación.

Por último destaca cómo la autocensura no afecta a las fotografías en las que el sentimiento conforma su contenido esencial. Se prefiere no mostrar el hecho en sí, la muerte, para dejar paso a las reacciones que provoca. Y dentro de estas se localizarán, por un lado, todas aquellas que emanan de los allegados a la víctima, y, por otro, la respuesta masiva del pueblo que se lanza a las calles para manifestarse contra lo sucedido.

Para terminar hay que resaltar el tratamiento informativo del atentado a Miguel Ángel Blanco Villar los días 12 y 13 de julio de 1997 en lo referente a los símbolos que acompañan a su desarrollo. La profusión de imágenes queda justificada debido al carácter específico del suceso que incluyó un secuestro previo. Durante este periodo de tiempo la ciudadanía, que contaba con un rodaje, como se ha visto, pudo dar rienda suelta a su necesidad de manifestarse en contra del secuestro inicialmente y posteriormente del asesinato. Velas, carteles, telegramas, lazos, manos blancas conforman el nuevo imaginario de la simbología de los que más tarde se denominarán «no violentos» y serán exhibidos en las concentraciones y retratados y publicados en todos los diarios como auténticos protagonistas de la información.

Un primer vistazo a través de estas tres décadas subraya el cambio que se produce en la tipología de aquel que muestra el símbolo. Se aprecian dos vertientes distintas. En la primera se observa cómo pasan de las manos de los militares en épocas franquistas a las de los civiles en los años noventa.

En la segunda se ve cómo en los noventa un personaje caracterizado esencialmente por su anonimato, irrumpe en la calle con símbolos de diversa índole. Individuo que contrasta con aquellos familiares, compañeros y autoridades que aparecían en los encuadres de los sesenta e inicios de los setenta y que serán sustituidos en un periodo muy concreto de la Transición por ciudadanos con el brazo en alto o el puño cerrado, pero que defienden una ideología concreta y en ningún caso se acercan en número a las masivas manifestaciones de los noventa.

Otro aspecto a destacar es que los símbolos evolucionan hasta conseguir un sentido propio. Inicialmente funcionan como sustitutos de

un cadáver que no se puede mostrar, posteriormente comparten encuadre con él y finalmente vuelven a retratarse sin él.

También se aprecia un cambio en el tipo de símbolo. En un principio se registran aquellos relacionados estrictamente con el muerto, el sillón vacío, el charco de sangre... En los noventa se tornan más creativos y novedosos y con un cierto distanciamiento en esa relación directa con la víctima. Por último se debe resaltar cómo el dinamismo y la acción sustituyen el estatismo característico de los símbolos de los años sesenta y setenta.

BIBLIOGRAFÍA

- ALBIAC, Gabriel (1996): *La muerte: metáforas, mitologías, símbolos*, Barcelona, Paidós.
- CALABRESE, Omar (1991): «Representación de la muerte y muerte de la representación», en *Revista Occidente*, 118.
- CASTRO FLOREZ, Fernando (2004). «Idos todos a tomar por culo. El terrorismo de nadie en el atentado colosal y el símbolo de no sabemos qué» en *Laoconte devorado. Arte y violencia política*, Vitoria-Granada, Artium-Centro José Guerrero.
- CORTÉS, José Miguel (1996): *El cuerpo mutilado: la angustia de la muerte en el arte*, Valencia, Generalitat Valenciana, Edicions Alfons el Magnànim.
- PAREJO JIMÉNEZ, Nekane (2003 b): *Representación fotográfica de los atentados de ETA durante la dictadura*, Málaga, Ed. NP.
- (2004): «Fotografía y terrorismo durante el fascismo», en *El Futuro de la Comunicación*, Universidad de Sevilla.
- (2003a): *Fotografía y muerte en el País Vasco: escenarios (1968-1978)*, Málaga, Ed. NP.
- (en prensa): *Fotografía y muerte: representación gráfica de los atentados de ETA, 1968-1997*, Universidad del País Vasco.
- PAREJO JIMÉNEZ, N. y GÓMEZ GÓMEZ, A. (2004): «Los encuadres fotográficos del lugar de los hechos. Atentados de ETA de la dictadura a la transición», en *Imagen, cultura y tecnología*, Madrid, Universidad Carlos III de Madrid.
- REYES PALMA, Francisco (2000): «Fetiches de infamia. Fetiches de luz», en *Revista Exit*, 1, 112.

UNA LECTURA PERIODÍSTICA DE LA INFORMACIÓN GRÁFICA DE LA PRENSA VALENCIANA

Análisis de las fotografías de prensa de la noticia sobre el resultado de las elecciones al Parlamento Europeo publicadas el 14 de junio de 2004, en la prensa escrita de la ciudad de Valencia

JOSEP RAMÓN TILLER FIBLA
Universidad Politécnica de Valencia

PRELIMINARES

La fotografía de prensa es uno de los instrumentos de información más potentes y determinantes para valorar la calidad y la posición desde la que analizan la actualidad los medios de comunicación escritos. Los diarios no sólo compiten en el mercado de las noticias con los textos informativos, sino también en la calidad informativa de sus fotografías.

La prensa escrita es el primer medio que permitió difundir imágenes reales de acontecimientos informativos captados por la cámara fotográfica. Las imágenes fotográficas, después de 150 años de existencia, son un referente indiscutible para ilustrar los acontecimientos que han merecido la calificación de noticias.

Hoy los periódicos, en muchas ocasiones, a la hora de escoger una noticia de portada no utilizan el criterio del mejor texto, sino de la mejor fotografía. La fotografía periodística, en una sociedad cuya epistemología está basada en la imagen televisiva, ya no sólo acompaña al texto, sino que se ha convertido en el principal atractivo del medio escrito.

Así, las imágenes en la prensa y, en particular las fotografías, en el contexto de los diferentes elementos que componen un medio de comunicación escrito (diario, semanario, revista, etc.), pueden cumplir tres tipos diferentes de funciones (Sontag, 1996: 165):

- *Informar*. Una fotografía, por sí misma, puede transmitir toda la carga comunicativa de una noticia. La mejor foto es la que no necesita pie de foto, es decir, ningún texto que la complete o explique.
- *Documentar*. La fotografía puede mostrar detalles de un hecho que lo autentifica, contextualiza y define. Es la prueba fehaciente para autentificar un texto.
- *Simbolizar*. Algunas fotografías tienen una carga simbólica muy importante para definir hechos, situaciones, estados, etc.

Estas funciones no son excluyentes unas de otras y, a través de las mismas, las fotografías van configurando la visión de la actualidad que ofrecen los periódicos a sus lectores.

La mayoría de lectores de periódicos en lo primero que fijan su mirada es en las fotografías. La cultura visual de nuestra sociedad hace de la fotografía de prensa el principal hilo conductor de la lectura del medio. La información gráfica sintetiza el contenido de la información periodística y refuerza su autenticidad.

Las personas, producto de la cultura televisiva, priorizan el lenguaje visual sobre el texto, por ello, la fotografía de prensa tiene una importancia creciente para el medio escrito y además, por sí misma, contiene una información sobre las características y la visión de la actualidad del propio medio.

A partir del análisis de las fotografías (cantidad, ubicación, personajes, tamaño, autores, etc.) de diferentes medios, podemos descubrir las características y las intencionalidades sociales y políticas de los mismos. Las fotografías de prensa, además de informar sobre la actualidad, contienen una información adicional sobre el propio medio. Se puede pues, vincular el uso que un medio escrito hace de las fotografías con su intencionalidad comunicativa y política.

PROPUESTA DE ESTUDIO

El objetivo

Descubrir, a partir del estudio de las características de las fotografías publicadas por diferentes periódicos, elementos que nos permitan diferenciar el tratamiento informativo que de una noticia de la actualidad realizan los medios escritos y, con ello, la posición ideológica del propio medio sobre dicha noticia.

Los medios

El estudio sobre la fotografía de prensa se ha realizado con cinco diarios publicados en la ciudad de Valencia: dos de ámbito estatal con ediciones de la Comunidad Valenciana: *El País* y el *El Mundo*, y tres editados en la ciudad de Valencia: *Levante-EMV*, *Las Provincias* y *Diario de Valencia*.

La fecha

La fecha elegida para realizar el estudio fue el 14 de junio de 2004, el día siguiente de la celebración de las elecciones al Parlamento Europeo (13 de junio de 2004). Una fecha que permite analizar el tratamiento gráfico dado a una noticia importante que, sin lugar a dudas, ha sido recogida con amplitud por todos los medios escritos.

La metodología

La metodología utilizada es la investigación documental y, concretamente, el análisis de contenido. El análisis documental parte de afirmar que el discurso en cualquiera de sus formas documentales, representa o refleja al comunicador, que se caracteriza, en expresión de Charles Osgood, «por tener una capacidad de representación simbólica susceptible de ser reconocida e interpretada por otros miembros de su co-

munidad» (Saperas, 1998: 161). En ese sentido, los significados implicados en los discursos tienden a ser comunes y estables, puesto que existe un cierto consenso en torno al sentido de las palabras y de las imágenes en una comunidad humana.

Toda investigación documental se fundamenta en procedimientos de análisis codificados, así, para realizar este estudio, se ha procedido a designar unas unidades de análisis que nos permitan el reconocimiento de la realidad:

- El espacio ocupado por la noticia.
- El número de fotografías.
- El tamaño de las fotografías publicadas.
- Los personajes.
- Las características.
- La fecha en que se realizó.
- El color.
- Los autores de las fotografías.
- Las fotos repetidas.
- Las portadas.

A partir de la identificación, clasificación y comparación de las diferentes unidades de análisis, se procede a una interpretación discursiva de los datos, desde una óptica informativa primero y, posteriormente, desde el posicionamiento político con que los diferentes medios han utilizado las fotografías para sus fines.

Finalmente y, a modo de reflexión crítica, nos cuestionaremos la posible trascendencia que la utilización de las fotografías de prensa con fines políticos e ideológicos tiene en la percepción de la realidad por parte de los lectores, cuando la noticia no se relaciona con sus vivencias y contextos sociales.

ESTUDIO DE LAS UNIDADES DE ANÁLISIS

La ocupación de espacios (páginas completas de diario) de la noticia

	TOTAL PÁGINAS ²⁰³	INTERNACIONAL	NACIONAL	COMUNIDAD VALENCIANA
<i>EL PAÍS</i>	21+1	6	12	3
<i>EL MUNDO</i>	20+1	5	8	8
<i>LEVANTE-EMV</i>	26+1	1	8	18
<i>LAS PROVINCIAS</i>	13+1	1	8	5
<i>DIARIO DE VALENCIA</i>	10+1	1	4	6

Número de fotografías

	TOTAL PÁGINAS ²⁰⁴	INTERNACIONAL	NACIONAL	COMUNIDAD VALENCIANA
<i>EL PAÍS</i>	19+1	7	10	3
<i>EL MUNDO</i>	21	6	11	4
<i>LEVANTE-EMV</i>	44+1	3	12	29
<i>LAS PROVINCIAS</i>	15	3	12	29
<i>DIARIO DE VALENCIA</i>	17+1	2	5	10

203. En total páginas se añade la página de la portada a las páginas de las secciones contabilizadas.

204. En total páginas se añaden las fotografías de la portada a las fotografías de las secciones contabilizadas.

Tamaño de las fotografías

<i>DIARIO</i> ²⁰⁵	4C	3C	2C	1C	OTROS
<i>EL PAÍS</i>	3	10	5	0	2
<i>EL MUNDO</i>	2	5	7	0	7
<i>LEVANTE-EMV</i>	3	9	15	2	16
<i>LAS PROVINCIAS</i>	1	4	4	3	3
<i>DIARIO DE VALENCIA</i>	1	5	8	0	1

205. 4C: 4 Columnas; 3C: 3 Columnas; 2C: 2 Columnas; 1C: 1 Columna; Otros: otros tamaños (generalmente 5 columnas, 2 columnas y media y 1 columna y media).

Los personajes²⁰⁶

	El País	El Mundo	Levante	Las Provincias	Diario de Valencia	TOTAL
J.L.R. Zapatero ⁶	1	1	3	2	2	9
Mariano Rajoy ⁷		1	2	1	1	5
Otros líderes políticos (E) ⁸	1	4	3	3	2	13
J. Borrell ⁹	2	1	2	1	1	7
J. Mayor Oreja ¹⁰	1	1	1	1	1	5
Otros candidatos (E) ¹¹	1	3	2	2	0	8
J.I. Pla ¹²	1	1	1	1	1	5
F. Camps ¹³	1	2	1	2	2	8
Otros líderes políticos (CV) ¹⁴	1	1	4	1	2	9
J. Calabuig ¹⁵	1	1	2	1	1	6
J.M. G. Margallo ¹⁶			1		0	1
Otros candidatos (CV) ¹⁷			8	1	0	8
Líderes políticos europeos ¹⁸	1	5	3	2	0	11
Personas votando ¹⁹	8	1	13	1	5	28
Otras ²⁰	2	2	2		2	8

206. 6 J. L. R. Zapatero, Secretario General del PSOE; 7 M. Rajoy, Presidente del Partido Popular; 8 Líderes políticos de ámbito estatal de otros partidos; 9 J. Borrell, Nº 1 candidatura PSOE; 10 J. Mayor, Nº 1 candidatura PP; 11 Candidatos de ámbito estatal de otras candidaturas; 12 J. I. Pla, Secretario General del PSPV-PSOE; 13 F. Camps, Presidente de la Generalitat Valenciana; 14 Otros líderes políticos de la Comunidad Valenciana; 15 J. Calabuig, primer candidato PSOE de la CV, 16 J. M. García Margallo, primer candidato PP de la CV; 17 Candidatos de la Comunidad Valenciana de otros partidos; 18 Líderes políticos de otros países de Europa; 19 Personas anónimas ejerciendo el derecho al voto; 20 Otras fotografías relacionadas con las elecciones.

Características de las fotografías

La fecha

Las fotografías de los diferentes diarios estudiados, mayoritariamente, están realizadas el mismo día de las elecciones (13 de junio), aunque existen algunas de archivo.

	13 de junio 2004	<i>Archivo</i>
<i>El País</i>	19	1
<i>El Mundo</i>	21	0
<i>Levante-EMV</i>	40	5
<i>Las Provincias</i>	14	1
<i>Diario de Valencia</i>	15	3

El color

Los cinco diarios estudiados publican su portada a color. *El País*, *Levante-EMV* y *Diario de Valencia* abren con una foto a color del candidato del partido vencedor junto al líder nacional del partido; el resto de las fotografías son en blanco y negro.

Los autores

En relación con los autores de las fotografías publicadas en los diarios de Valencia para informar sobre los acontecimientos ocurridos durante la jornada electoral, existe un cierto equilibrio entre las fotografías propias (fotógrafos del diario) y agencias (fotografías compradas a las agencias de prensa). La diferencia sustancial entre los periódicos de ámbito estatal (*El País* y *El Mundo*) y los de ámbito autonómico o provincial (*Levante-EMV*, *Las Provincias* y *Diario de Valencia*) está en el lugar donde se ha tomado la fotografía. Así, en los periódicos editados en Madrid, las fotografías realizadas allí, ese mismo día, son pro-

pias, mientras que en los diarios editados en la Comunidad Valenciana, esas fotografías son de agencias. En cambio, las fotografías realizadas en la Comunidad Valenciana, como todos los diarios estudiados tienen delegación en la zona, la mayoría son propias.

En este aspecto, existe una singularidad en el *Diario de Valencia* que no informa sobre la autoría de las fotografías de agencia. En algunas fotos de agencia que se repiten en otros diarios y en este periódico, no figura su autoría.

	Propias	Agencia	Sin autor
<i>El País</i>	11	9	0
<i>El Mundo</i>	13	8	0
<i>Levante-EMV</i>	22	18	6
<i>Las Provincias</i>	2	13	0
<i>Diario de Valencia</i>	6	0	12

La fotografías repetidas

Uno de los principales problemas de utilizar fotografías de agencia es que pueden repetirse en varios periódicos porque no se suelen comprar en exclusiva, con lo que se pierde singularidad y el perfil propio de un medio.

Generalmente, los periódicos compiten también en la calidad informativa y técnica de las fotografías. Todos buscan fotografías inéditas, exclusivas y con un gran impacto informativo. Muchos acontecimientos se producen en escenarios donde los periódicos no tienen fotografías propios, así que se recurre a las agencias de noticias (nacionales e internacionales), que tienen sus propios fotografías en todas las zonas del mundo y cuyos productos se venden a los periódicos que las quieren comprar.

La repetición de una misma fotografía de agencia por diversos medios es un hecho frecuente en los diarios, dado que los criterios de noticiabilidad de una fotografía son muy claros y explícitos, por lo que es ra-

zorable que los profesionales de diferentes medios elijan una misma fotografía para acompañar una noticia similar. En el estudio que hemos realizado ningún periódico ha conseguido que todas las fotografías publicadas sobre las elecciones europeas sean únicas. Pero además, se ha producido un hecho singular dado que dos periódicos han publicado la misma fotografía en portada.²⁰⁷

	El País	El Mundo	Levante EMV	Las provincias	Diario de Valencia
<i>El País</i>		1		1	1
<i>El Mundo</i>	1			1	
<i>Levante-EMV</i>					1
<i>Las Provincias</i>	1	1			1
<i>Diario de Valencia</i>			1	1	

Las fotografías de portada

El Mundo y *Las Provincias* no tienen ninguna fotografía relacionada con esta información en su portada. *El País*, *Levante-EMV* y *Diario de Valencia* tienen una fotografía con el candidato del partido vencedor de las elecciones, Josep Borrell, junto al Secretario General del PSOE, José L. Rodríguez Zapatero.

Además, en dos de ellos, *Levante-EMV* y *Diario de Valencia*, repiten la misma fotografía de la portada, lo que provoca que, visualmente, no se diferencien en exceso en los quioscos ante la mirada de los futuros compradores. Asimismo, y dada la diferencia de mercado al que se dirigen ambos medios escritos, este hecho también provoca cierta confusión informativa entre los lectores.

207. Las fotografías analizadas se repiten en dos diarios distintos, excepto una que se repite en tres.

Diario de Valencia

El PSOE vuelve a ganar en España y el PP en la Comunidad Valenciana

Los comicios europeos destacan por la abstención más alta de la historia de la democracia, un 64,00%. Los socialistas obtienen 29 escaños y los populares 25. [Ver más](#)



europas 2009

em Euro

KLIA CORONA

21.824 €

616 Francisco

Levante

El PSOE revalida su victoria del 14-M

El resultado revalida a la ciudad en una jornada con la mayor participación desde 1977, el 65,9%. El PP obtiene 25 escaños y el PSOE 29. [Ver más](#)

europas 2009

em Euro

Clasificación de los partidos políticos

Partido	Votos	Escaños
PSOE	4.434.478	29
PP	4.177.774	25
UPD	1.177.774	2
OTROS	1.177.774	0

El PP gana en la Comunidad Valenciana y el PSOE en España

El PP gana en la Comunidad Valenciana y el PSOE en España. El resultado revalida a la ciudad en una jornada con la mayor participación desde 1977, el 65,9%. El PP obtiene 25 escaños y el PSOE 29. [Ver más](#)

Clasificación de los partidos políticos

Partido	Votos	Escaños
PSOE	4.434.478	29
PP	4.177.774	25
UPD	1.177.774	2
OTROS	1.177.774	0

EL MUNDO

El PSOE vuelve a ganar y el PP acorta distancias, pero sólo votó el 46%

El resultado revalida a la ciudad en una jornada con la mayor participación desde 1977, el 65,9%. El PP obtiene 25 escaños y el PSOE 29. [Ver más](#)

europas 2009

em Euro

Los electores castigan a sus gobiernos en Alemania, Francia, Reino Unido, Italia y Portugal

El PP gana en la Comunidad Valenciana y el PSOE en España. El resultado revalida a la ciudad en una jornada con la mayor participación desde 1977, el 65,9%. El PP obtiene 25 escaños y el PSOE 29. [Ver más](#)

Zidane le da la vuelta al Franca-Inglaterra con goles en el último minuto

El PP gana en la Comunidad Valenciana y el PSOE en España. El resultado revalida a la ciudad en una jornada con la mayor participación desde 1977, el 65,9%. El PP obtiene 25 escaños y el PSOE 29. [Ver más](#)

NUEVO COROLLA

EL PAIS

La abstención gana las elecciones europeas

El PSOE ratifica la victoria del 14-M

El resultado revalida a la ciudad en una jornada con la mayor participación desde 1977, el 65,9%. El PP obtiene 25 escaños y el PSOE 29. [Ver más](#)

El partido socialdemócrata de Schröder sufre una deriva histórica en Alemania

Las estadísticas respaldan a China por segunda vez en tres meses

Analistas de Ispesur: el PIB de España crecerá un 2,5% en 2009

El PIB de España crecerá un 2,5% en 2009

6%

LAS PROVINCIAS

Ajustada victoria del PSOE en España y rotunda del PP en la Comunidad

El PP gana en la Comunidad Valenciana y el PSOE en España

El valenciano Héctor Barberá gana en Montreux tras una épica remontada

El PP gana en la Comunidad Valenciana y el PSOE en España

El PP gana en la Comunidad Valenciana y el PSOE en España

EL CONTENIDO INFORMATIVO

Una vez computadas y comparadas las diferentes unidades de análisis, trataremos de extrapolar determinadas características informativas de los medios estudiados.

Estudiando y comparando el número de páginas que cada periódico ha dedicado a la noticia y, en particular, de las páginas dedicadas a la información internacional, nacional o autonómica, tendremos una idea sobre la importancia que el medio ha dado a la noticia y a que públicos se dirige. Es decir, que determinadas carencias o despliegues informativos en las diferentes secciones en las que se estructura un diario,

también nos indicará los mercados informativos y si estos medios tienen vocación de segundo periódico. Aquellos periódicos que dedican muy pocas páginas a la información internacional y concentran sus esfuerzos en una información más localista o de proximidad, saben que compiten en mercados y públicos distintos. Así, concretamente, *El País* y *El Mundo*, dedican un espacio mucho mayor a la información internacional (6 y 5 páginas, respectivamente) que los periódicos provinciales o locales, *Levante-EMV*, *Las Provincias* y *Diario de Valencia*, que sólo dedican una, por lo que aquellos lectores interesados en la información internacional han de recurrir a encontrarla en otros medios de comunicación. En cambio, *Levante-EMV* realiza un despliegue informativo sobre el resultado de las elecciones en la Comunidad Valenciana (18 páginas), muchas más que el resto de los periódicos, y es *El País* el que menos espacio dedica (3 páginas), por consiguiente, el lector de *El País* que busque información sobre la Comunidad Valenciana, también deberá recurrir a otro medio.

En relación a la información de carácter nacional está un poco más equilibrada, aunque también es *El País* el que mayor espacio dedica (12 páginas) y el menor el *Diario de Valencia* (4 páginas). El periódico más equilibrado en cuanto a cantidad de información, es decir, que busca competir en todo el mercado informativo, es *El Mundo*.

La cantidad de noticias publicadas está también muy relacionada con el número de fotografías dedicadas a la información porque, por lo general, ninguna página de periódico tiene menos de dos fotografías (aunque éste no es el caso, dado que la información sobre resultados electorales se acompaña de numerosos cuadros y gráficos estadísticos y, por lo tanto, hay menos fotos de lo habitual). Por lo tanto, como primera consideración, podemos avanzar que el número de fotografías que publica un diario está relacionado con la importancia del tratamiento informativo que le da a un hecho periodístico. Así, el *Levante-EMV* ha sido el medio que más páginas y fotografías ha dedicado a la noticia (27 páginas y 45 fotos), seguido de los diarios nacionales *El País* (22 páginas y 21 noticias) y *El Mundo* (21 páginas y 21 noticias), el resto de diarios estudiados, han publicado menos páginas y menos noticias.

Asimismo, como segunda hipótesis, podemos decir que el número de fotografías que un diario destina a cada una de las secciones nos indica el tipo de público y el espacio de mercado en el que compite dicho medio. El *Levante-EMV* publica 29 fotografías en la sección de información sobre la Comunidad Valencia, y sólo 1 en la sección de internacional, mientras *El País* publica 3 en la de la Comunidad Valenciana y 7 en la de internacional.

Otra unidad de análisis empleada ha sido estudiar y comparar el espacio que un medio destina a las fotografías frente al que destina a los textos. Es decir los cm² que destinan a sus fotografías, o sea, la suma de sus tamaños. Así, para poder realizar una comparación entre las superficies destinadas a fotografías en los cinco diarios estudiados hemos procedido a asignar un valor numérico a las columnas. En consecuencia, a una fotografía a cuatro columnas otorgamos el valor 5, a una a tres columnas el valor 4, a una de dos columnas el valor 2, y a la de una columna el valor 1, dejando el valor 3 a otros tamaños, dado que en ese apartado todas las fotos tienen más de una columna y media, llegando incluso a cinco.

Mediante ese cálculo propuesto, el diario *El País* tiene el valor 71; *El Mundo*, 65, *El Levante-EMV*, 131; *Las Provincias*, 41 y *Diario de Valencia*, 44. Es decir, que el periódico que más superficie ha dedicado a fotografías es el que más páginas y más fotografías ha publicado (*Levante-EMV*), seguido de *El País*, *El Mundo* y *Diario de Valencia* y, por último, *Las Provincias*. Así, en todos los diarios estudiados la superficie ocupada por las fotografías está directamente relacionada con el número de fotografías y las páginas dedicadas a la noticia. Por lo tanto, el tamaño de las fotos viene a confirmar nuestra primera consideración: a mayor superficie destinada a fotografías, mayor importancia informativa le da un medio a la noticia que publica.

Otra unidad de análisis que hemos utilizado para conocer el contenido informativo de las fotografías es a partir de estudiar determinadas características propias. Así, con relación a la fecha de la fotografía, podemos decir que la actualidad de una fotografía también está directamente relacionada con la importancia que el medio escrito le ha da-

do al hecho noticiable. Una imagen de archivo nunca es sinónimo de actualidad ni de valor informativo, es simplemente una ilustración. En este caso, casi todas las fotografías publicadas están tomadas el mismo día de las elecciones, lo que nos indica que todos los diarios estudiados han valorado dicha noticia como importante, aunque a diferentes niveles.

Con relación al color, también podemos relacionarlo con la noticiabilidad y la visualización-atracción del medio. Así el color, en los cinco periódicos estudiados, aparece en la portada y contraportada en todos ellos y, en *El Levante-EMV*, también en sus reversos. Al incluir una fotografía a todo color en su portada, los diarios *El País*, *Levante-EMV* y *Diario de Valencia*, muestran con toda claridad que su noticia del día es el resultado de las elecciones europeas. Los otros dos medios (*El Mundo* y *Las Provincias*), que apuestan por fotos a color de deportistas, no utilizan el color, ni las fotografías de los vencedores de las elecciones, para atraer la atención del lector.

Los autores de las fotografías constituyen otra unidad de análisis que se ha tomado en consideración porque aporta información sobre el mercado informativo del medio y sobre el contenido de noticiabilidad. Cuando un medio de comunicación desplaza a sus propios profesionales para cubrir determinada información, es porque considera que el hecho tiene interés para sus lectores. Asimismo, esta unidad también está relacionada con el alcance de la noticia y, por tanto, con el mercado informativo. Un diario provincial o local utiliza fotografías de agencia para noticias acontecidas fuera de sus límites geográficos.

En el caso que nos ocupa, *El País* es el único diario que publica en portada una fotografía propia, lo que nos indica que es el diario que mayor trascendencia le ha dado a la noticia. En cuanto a la autoría de las fotografías, más del 50% de las publicadas por *El País*, *El Mundo* y *Levante-EMV*, son de fotógrafos propios, en cambio, *Las Provincias* no llega al 14% y *Diario de Valencia* no alcanza el 34%. Pero además, en *El País* y *El Mundo*, la mayoría de las fotografías están tomadas en toda España, principalmente en Madrid, en cambio, las fotografías de autor del *Levante-EMV* están todas tomadas en la Comunidad Valenciana. Ningún diario de ámbito autonómico (*Levante-EMV*, *Las Provincias*

y *Diario de Valencia*) ha publicado fotografías propias fuera del ámbito de la Comunidad Valenciana.

Finalmente, con relación a la portada, una de las unidades de análisis de contenido informativo más relevante de un medio escrito, es la parte del periódico más importante por su triple carácter de definición, capacidad de atracción y sumario. Definición, porque destaca la noticia que, para el medio, es la más importante de la actualidad informativa; atracción, en tanto que es la parte expositiva del medio y que está visualmente al alcance de todos; y sumario, porque indica los contenidos informativos más importantes de diario.

Así, analizadas las portadas de los cinco periódicos, podemos determinar que *El País*, *Levante-EMV* y *Diario de Valencia*, apuestan por dar protagonismo informativo a la noticia del resultado electoral porque publican una fotografía en su portada, mientras *El Mundo* y *Las Provincias* no le dan la misma relevancia a la noticia restándole noticiabilidad al hecho.

UN ANÁLISIS POLÍTICO DE LAS FOTOGRAFÍAS

La unidad de análisis más propia para el análisis político es el estudio de los personajes que aparecen en las fotografías, aunque también es relevante el tratamiento informativo de las portadas de los diarios.

En este estudio los personajes son todos representantes y líderes políticos de los partidos que competían en las elecciones, por consiguiente su presencia en las páginas de los periódicos puede ser relevante a la hora de descubrir las simpatías de los medios hacia los partidos políticos que representan. Así, agrupando los personajes que aparecen en las fotografías de los distintos periódicos por partidos podemos apreciar el siguiente cuadro.

	PSOE	PP	Otros partidos
<i>El País</i>	5	2	2
<i>El Mundo</i>	4	4	5
<i>Levante-EMV</i>	8	5	13
<i>Las Provincias</i>	5	5	3
<i>Diario de Valencia</i>	5	5	4

Si analizamos los resultados, vemos que en los diarios *El País* y *Levante-EMV*, los representantes del PSOE –partido ganador de las elecciones– aparecen más que el PP, mientras que en *El Mundo*, *Las Provincias* y *Diario de Valencia*, éstos se equilibran o incluso aparecen más los líderes del PP (*Diario de Valencia*). Esta comparación nos induce a pensar que los dos primeros tienen una tendencia más de izquierdas y los otros tres más de derechas.

Otra comparación a tener en cuenta, en clave de la Comunidad Valenciana, es la de veces que aparecen los líderes de los grandes partidos. Así, el líder del PP, Francisco Camps y el líder del PSPV-PSOE, aparecen en todos los periódicos. En *El País* y *Levante-EMV*, aparecen por igual (1 de 1), en cambio en *El Mundo*, *Las Provincias* y *Diario de Valencia*, esta relación está decantada a favor del líder del PP (2 de 1).

Si nos fijamos en las fotografías de los líderes de otros partidos y las comparamos con las fotografías de los líderes de los grandes partidos (PSOE y PP), vemos que, en total, éstas son superiores a cada uno de ellos, comparadas por separado. Así, en *El Mundo*, es de 5 sobre 4 y en el *Levante-EMV* es de 13 sobre 8; en cambio en el resto de diarios esa cantidad es mucho menor: *El País* (2 sobre 5), *Las Provincias* (3 sobre 5) y *Diario de Valencia* (4 sobre 6). Esta comparación nos induce a pensar que para los dos primeros diarios, las elecciones no eran cosa de dos partidos, mientras que para el resto su atención informativa se centró en el resultado de los grandes fuerzas políticas, dejando en un segundo plano a las representantes de los partidos minoritarios.

El hecho de que en el estudio de los cinco diarios se hayan contabilizado 28 fotografías de personas anónimas que están votando no es un hecho casual, dado que la baja participación del electorado en toda Europa fue uno de los aspectos más relevantes de la noticia. Pero si analizamos detalladamente esa unidad de análisis observamos que los periódicos que hemos señalado como de tendencia de izquierdas han publicado 21 de éstas 28 fotografías (*El País*, 8 y *Levante-EMV*, 13), mientras que los otros tres periódicos han publicado 7. Por consiguiente, la baja participación ha sido un elemento noticiable que ha preocupado más a unos que a otros.

Finalmente, el tema de las fotografías de las portadas también apunta en esa dirección. El hecho de que *Las Provincias* y *El Mundo* no consideren que la noticia merece una fotografía de los vencedores en portada, también induce a pensar que el resultado de las mismas no les era muy de su agrado.

LA FOTOGRAFÍA DE PRENSA Y LA REALIDAD SOCIAL

La fotografía es un lenguaje que habla sólo de particularidades. Su vocabulario de imágenes está limitado a representaciones concretas. Contrariamente a las palabras y frases, la fotografía no nos presenta una idea o concepto del mundo, excepto en la medida en que la utilicemos para convertir la imagen en una idea. La fotografía documenta y celebra las particularidades, por eso su papel en un mundo informativo basado en acontecimientos, es fundamental. La fotografía en sí no hace proposiciones discutibles, ni comentarios extensos y concretos, y tampoco ofrece afirmaciones para ser refutada, de manera que no es refutable. Por consiguiente, es un instrumento fundamental para la credibilidad del medio escrito.

La fotografía no requiere de contexto, su lectura no lo precisa, de hecho «su función es aislar las imágenes del contexto, arrancar imágenes de su contexto a fin de hacerlas visibles de una manera diferente» (Postman, 2001: 78).

Que la imagen y la palabra tienen funciones diferentes, trabajan en distintos planos de abstracción y exigen modos de respuesta diversos, no constituye ninguna novedad. Pero, en la actualidad, se da una presencia cada día mayor de la fotografía y otras iconografías en el entorno simbólico de la prensa escrita, donde la nueva imagen, con la fotografía al frente, no funciona como un suplemento del lenguaje sino que intenta reemplazarlo como un medio dominante para interpretar, comprender y probar la realidad. Este nuevo enfoque de la imagen ha socavado las definiciones tradicionales de la información, de las noticias y, en gran parte, de la realidad misma.

La fotografía no sólo es un complemento perfecto del torrente de noticias que sumergen a los lectores en un mar de hechos ocurridos a gente extraña en lugares desconocidos, sino que brinda una realidad concreta a esos personajes y lugares ignorados, proveyendo la ilusión de que esas noticias tienen una conexión con algo de nuestra experiencia sensorial. Crea un contexto aparente para las noticias y, a su vez, éstas crean un contexto para la fotografía. El sentido de contexto creado por la asociación de la fotografía con los titulares es, por supuesto, totalmente ilusorio. La fotografía proporciona contextos para los textos que la acompañan y, a su vez, los textos proporcionan un contexto para la fotografía, lo que permite creer al lector de periódicos, durante un día o dos, que ha aprendido algo. Pero si el acontecimiento es totalmente independiente y sin relación alguna con conocimientos anteriores o con sus planes futuros, significa el comienzo y fin del encuentro del lector con el extraño. Por lo tanto, en estos casos, la apariencia del contexto provisto por la conjunción de frase e imagen es ilusoria, al igual que la impresión de significado que se le adjunta. El lector no habrá aprendido nada y, como mucho, se quedará con una pequeña y divertida trivialidad útil para emplear en conversaciones de reuniones sociales o para resolver crucigramas, nada más.

Así, la fotografía de prensa aporta contextos con el fin de que la información inútil pudiera parecer como de algún valor. Pero esa información, si no está relacionada con contextos conocidos y acontecimientos vividos anteriormente, no ayudará a conformar la realidad social del lec-

tor, se perderá en el torrente de imágenes a la que hoy someten a los-as ciudadanos-as de todo el mundo los medios de comunicación.

El legado más importante que han dejado los medios de comunicación es la creación del pseudoacontecimiento; es decir, una estructura inventada para dar a la información fragmentada e irrelevante una apariencia útil. El único uso que tiene la información desconectada y sin conexión con nuestras vidas es el entretenimiento. ¿Qué se puede hacer con las imágenes de todas esas informaciones sobre hechos inconexos y desconectados?. Los medios de comunicación audiovisuales hace tiempo que han encontrado la respuesta: entretener.

BIBLIOGRAFÍA

POSTMAN, Neil (2001): *Divertirse hasta morir. El discurso público en la era del «show business»*, Barcelona, Ediciones de la Tempestad.

SAPERAS, Enric (1998): *Manual básico de teoría de la comunicación*, Barcelona, CIMS.

SONTAG, Susan (1996): *Sobre la fotografía*, Barcelona, Edhasa.

LA FOTOGRAFÍA A VUELTAS CON EL PODER: LAS IMÁGENES DE LA PRISIÓN DE ABU-GRAHIB

ROBERTO ARNAU ROSELLÓ

Universitat Jaume I, Castellón

La esperanza... es una disposición interna, un intenso estar listo para actuar.
Erich Fromm

Este texto nace de la indignación y, a la vez, de la esperanza, del estupor y parcial desaliento por observar cómo ciertas estrategias del poder perpetúan un *statu quo* que promueve la guerra, el enfrentamiento, la discriminación, la anestesia social y la violencia. La esperanza es un estado del que partimos -quizás algo ingenuos en este estado actual de desinformación generalizada por sobresaturación de lo espúreo- en la reflexión sobre estas imágenes, con nuestra atención puesta en que pudieran suponer un primer paso hacia algún tipo de cambio de sensibilidad tanto en su recepción, como en su producción y su difusión. Una verdadera ética de la imagen se nos hace más urgente que nunca.

ALGUNAS CONSIDERACIONES SOBRE FOTOGRAFÍA Y PODER

El contexto que envuelve el escenario comunicativo internacional hoy en día no es nada alentador. Es un hecho aceptado por filósofos y sociólogos de la comunicación el añejo y siniestro pacto entre imagen y poder, en palabras de Georges Balandier (1994:18): «Todo poder existe y se conserva por la transposición, por la producción de imágenes, por la manipulación de símbolos y su ordenamiento en un cuadro ceremonial». Esta afirmación, sumada a algunas brechas en el seno del contexto socio-político mundial de este momento, nos inducen a reflexionar de un modo aún más preciso sobre la estrecha relación entre la

representación del poder y la imagen. En este caso sobre las fotografías que muestran las torturas inflingidas por los servicios secretos de EE UU a presos iraquíes en la prisión de Abu-Grahib durante la invasión de Irak por fuerzas multinacionales de la OTAN en 2003, y que han supuesto una conmoción para buena parte de la sociedad occidental. El impacto que causaron estas fotos nos revela, de entrada, la presencia de una doble moral en la sociedad occidental (tanto en la difusión como en la recepción de estas imágenes) que quizás olvida o pasa por alto que este tipo de vejaciones son consustanciales a cualquier guerra. Pese a la crueldad que nos muestran, nuestra conmoción supone obviar los métodos perversos utilizados en innumerables ocasiones durante los conflictos bélicos, porque no hacen falta imágenes para indignarse por la guerra y los efectos que produce en las personas.

Considerando la «capacidad de la fotografía para determinar lo que recordamos de los acontecimientos» (Sontag, 2004), y a pesar de la gran cantidad de fotos que han tomado de esta guerra los fotógrafos, a buen seguro estas imágenes pasarán a formar parte de la memoria colectiva y serán el recuerdo que tenga la gente de esta guerra de Irak. Las cámaras digitales serán al Gobierno de Bush lo que las grabadoras de cinta magnética fueron para Nixon. En los medios de comunicación la difusión de estas fotos ha causado controversias sin precedentes, la indecencia de los difusores les hace cómplices de la estrategia del lenguaje del poder: «establecer una comunicación calculada, tendente a producir efectos precisos y que sólo desvela una parte de la realidad, puesto que el poder debe su existencia a que se ha apropiado de la información requerible para ejercer un dominio» (Balandier, 1994: 29).

La comunicación del poder se establece a través de la imagen, la producción de noticias, y su inserción en un discurso –el del periodismo– en crisis. La fotografía en particular vive un momento especialmente delicado. El desarrollo de las tecnologías digitales en estas dos últimas décadas ha propiciado un desfallecimiento precipitado del valor indicial de la fotografía, ontológicamente innato a este medio, que muestra algo –más allá de la distinción entre verdadero o falso– que efectivamente estuvo delante del objetivo en el momento de tomar la instantánea.

Pero también la fotografía transfiere su credibilidad al texto que acompaña y refuerza el discurso que promueven los intereses de los grupos multinacionales de prensa. Así, en esta lexicalización de la imagen, ésta «se ve desprovista de los mecanismos comunicativos que la caracterizan» (Baeza, 1990: 76), o, en todo caso, son utilizados en función del discurso verbal en que se insertan. La dependencia que tiene la ideología de las imágenes y lo imaginario, definido como ese territorio psíquico de imágenes significativas en torno a las que se forma nuestra identidad, hacen de la imagen «una categoría central de interés ideológico» (Nichols, 1999: 33). Las ideologías ofrecen representaciones en forma de imágenes, conceptos, mapas cognitivos, etc. con objeto de proponer marcos a nuestra experiencia.

Las imágenes están en el núcleo de nuestra construcción como sujetos y quizás por esta causa se impugnan como elementos imprecisos, poco científicos e inmanejables que requieren subordinación y control. La fotografía, pues, es una de las partes esenciales «de las formaciones discursivas, los juegos sintácticos y las estratagemas retóricas a través de los que placer y poder, ideologías y utopías, sujetos y subjetividades reciben representación tangible» (Nichols, 1999: 40). Por todo ello, nuestra posición se basa en la concepción de la fotografía como un medio de dotar de «realidad» a asuntos que los privilegiados preferirían ignorar. En la línea de la magnífica escritora Susan Sontag, nos reconocemos en el sentimiento de que en este tipo de fotografías «la imaginaria proximidad del sufrimiento inflingido a los demás que nos proporcionan insinúa que hay un vínculo del todo falso entre quienes sufren remotamente y el espectador privilegiado, lo cual es una más de las mistificaciones de nuestras verdaderas relaciones con el poder» (Sontag, 2003: 94). Nuestra esperanza inicial, pues, está depositada en que la reflexión sobre este tipo de imágenes sea el primer estímulo para una reflexión más profunda sobre cómo nuestros privilegios de espectadores están ubicados en el mismo mapa que los sufrimientos que se nos muestran.

MISERABLES IMÁGENES DE ABU-GRAHIB

En cuanto a las fotografías que nos ocupan y su difusión internacional, se nos plantean interrogantes y paradojas. La versión oficial se ha ido desmoronando mientras los informes y procesos se suceden sin que podamos calcular –aunque podamos imaginar– hasta dónde y sobre todo hasta quién van a llegar a afectar las consecuencias de este escándalo. Todo comienza tras el 11 de septiembre de 2001, cuando el presidente de los EE UU, George W. Bush (considerado por un amplio sector de la población como ilegítimo por el demostrado fraude durante el recuento de los votos de las últimas elecciones presidenciales en el Estado de Florida) afirma: «No me importa lo que digan los abogados internacionales, vamos a machacarlos». Con estas declaraciones se sientan las bases de una futura política del «conmigo o contra mí» que va a marcar las relaciones internacionales del principio de milenio. La nueva modalidad de «guerra permanente» ha sido declarada sin tapujos al terrorismo, los detenidos en Irak tras la invasión en 2003 son considerados terroristas sin los más mínimos derechos fundamentales en lo que es el caldo de cultivo perfecto para la proliferación de las crueldades por parte de las fuerzas de la coalición.

En este clima, se desarrollan los interrogatorios a los presos de la prisión de Abu-Grahib. Las fotografías que se han difundido en los *media* nos muestran escenas obscenas de tortura a presos iraquíes por parte de los soldados de EE UU, que no vamos a incluir en esta comunicación por respeto a las víctimas. Estas imágenes se consideraron lo suficientemente vejatorias como para ser objeto de un debate en el congreso de EE UU que decidía sobre la difusión u ocultamiento de las mismas, hasta que las presiones de diferentes sectores forzaron su publicación. La primera defensa de los responsables políticos y de los medios de comunicación institucionales consistía en evitar la palabra «tortura», porque si se admite que EE UU tortura se refutaría todo lo que el Gobierno de este país ha procurado que la gente crea sobre las virtuosas intenciones y la universalidad de sus valores (Sontag, 2004).

La situación se generó cuando el integrante de las fuerzas especiales del ejército de EE UU Joseph Darby, asignado a una compañía de la policía militar de la prisión, comunicó a sus superiores el 13 de enero que había fotos de abusos. Pero las reacciones e investigaciones se hicieron esperar algunos meses. La cadena de televisión CBS levantó la liebre en su programa *60 Minutos* el 28 de abril, pero las fotos aparecieron en el semanario *The New Yorker*, generando indignación mundial y colocando a su Gobierno bajo una inmensa presión política, ética y moral. Apenas publicadas las fotos, tomadas probablemente entre octubre y noviembre de 2003, el Gobierno estadounidense habló de responsabilidades individuales que nada tenían que ver con supuestas instrucciones expresas del alto mando militar. El presidente Bush debió disculparse públicamente. Sin embargo, según descripción de varias organizaciones defensoras de los derechos humanos, tales torturas eran sistemáticas y muy extendidas. En efecto, se ha podido llegar a creer y reflexionar sobre el nuevo comportamiento de los soldados que sacan fotos de sus propias crueldades porque no ven nada reprochable en ese tipo de conductas cuando creen que tratan con «terroristas», es decir, sus agresores, seres que no merecen el más mínimo derecho; pero diversas investigaciones demuestran que estas acciones no eran producto de la perversa espontaneidad de unos cuantos soldados violentos. Había informes de torturas, pero hasta que no han aparecido las fotos, aquéllas no han sido reales para el Gobierno Bush.

Algunos prisioneros liberados han narrado varias historias sobre las vejaciones y torturas de las que han sido objeto. El doctor Motanna Azawbai, profesor universitario de 34 años, sostiene que lo que ha sido difundido por las televisiones no es más que una parte de la verdad y cuenta que cuando fue detenido se le metió en una zanja durante tres días bajo el frío y con los ojos vendados. Añade que los soldados le ofrecían a él y al resto de los detenidos comida en mal estado, les desnudaban y les obligaban a hacer sus necesidades unos delante de otros. Otras historias parecidas han sido relatadas por otros ex detenidos. Ahmed Mohamed, de 27 años, cuenta que los soldados (estadounidenses) le ataron las manos, le taparon la cabeza con una bolsa y le obligaron a man-

tenerse de pie durante cuatro días seguidos, sin permitirle dormir ni sentarse ni hacer sus necesidades. El día de la Fiesta del Cordero los presos se manifestaron en el interior de la cárcel, lo que llevó a los soldados a disparar contra ellos provocando la muerte de seis encarcelados e hiriendo a decenas. Ahmed recibió dos balas; una en un hombro y otra en la cadera. El día 10 de abril, al ser puesto en libertad, se dirigió a la Administración penitenciaria a reclamar sus pertenencias (cuatro millones de dinares, joyas y dos coches), que le fueron requisadas por los soldados. La respuesta de la Administración fue la siguiente: «se lo han quedado los soldados que te arrestaron». Sahib Albaz, operador de cámara de la TV saudí Al-Jazeera en Bagdad, fue detenido en el mes del Ramadán a raíz de unas grabaciones que realizó sobre los acontecimientos de [la ciudad de] Samarra y fue puesto en libertad después de pasar 75 días detenido en la prisión de Abu Ghraib. Sahib cuenta que cuando supieron que trabajaba para *al-Jazeera* le dijeron: «... entonces, eres de *al-Jazeera*, el canal que apoya y fomenta el terrorismo». Relata que los soldados le ataron las manos y le taparon la cabeza, como hacen con todos los detenidos, se lo llevaron a la prisión de Abu-Ghraib donde le obligaron a permanecer de pie continuamente durante tres días, agrediéndole de vez en cuando. No hubo cargo alguno contra él y no le interrogaron, pero (los soldados estadounidenses) solían cogerle a él o a cualquier otro detenido y desnudarle delante de sus compañeros y de las mujeres soldado estadounidenses. En algunas ocasiones les ponían ropa interior femenina y les grababan en medio de las carcajadas de los soldados.

MANZANAS PODRIDAS Y ARMAS DE DESTRUCCIÓN MASIVA

La versión oficial dice que los torturadores eran «unas cuantas manzanas podridas», pero un informe del Pentágono revela que las vejaciones a los prisioneros se realizaban no sólo con la anuencia, sino por orden de los más altos mandos estadounidenses. El general John Abizahid,

jefe del Comando Central de las tropas estadounidenses en la región del Golfo, declaró en las audiencias de la Comisión de Defensa del Senado en Washington, convocada de urgencia para analizar la situación, que desde finales de 2002 el ejército de los Estados Unidos investigaba más de setenta casos de abusos de presos en Irak y Afganistán. Tanto él como el general Ricardo Sánchez, comandante militar en Irak, negaron haber aprobado procedimientos de interrogación violentos, violatorios de la Convención de Ginebra.

Otro informe clasificado del Pentágono, que provee argumentos legales aparentemente destinados a justificar los abusos y la tortura contra los detenidos en Irak, parece socavar las aseveraciones de altos funcionarios estadounidenses, incluyendo al presidente George W. Bush, de que los militares nunca echarían mano de tales prácticas en la «guerra contra el terrorismo». Breves extractos del informe, redactado por abogados del Departamento de Defensa, fueron publicados en *The Wall Street Journal*. El texto asegura, entre otras cosas, que el Presidente, en su papel de comandante en jefe, tiene un poder prácticamente ilimitado para librar una guerra, aun violando las leyes estadounidenses y los tratados internacionales. «La amplitud de la autoridad en este informe no tiene precedentes», dice Avi Cover, un destacado abogado del programa Ley y Seguridad Estadounidense, de Human Rights First. «Hasta la fecha, hemos usado la retórica de un presidente que está ‘por encima de la ley’, pero este documento hace que esa [aseveración] sea explícita; ya no es metáfora.» Aunque se desconoce si Bush vio o aprobó el informe, éste fue clasificado como «secreto» por el jefe del Pentágono, Donald Rumsfeld, el 6 de marzo de 2003, en vísperas de la invasión a Irak, según el diario. «En realidad, Rumsfeld lanzó una masiva operación de encubrimiento dentro del Departamento de Defensa», según Scott Horton, presidente de la Liga Internacional por los Derechos Humanos y experto en ley militar. «Las investigaciones en curso tienen el sello de un encubrimiento», dice. A Horton se le acercaron en abril de 2003 destacados abogados militares, preocupados por las políticas de detención e interrogación que se estaban desarrollando en el Pentágono. «La deducción lógica es que este informe [el tema de los artículos del

diario] los puso nerviosos», dice Horton. «Sabíamos que estaban muy molestos por algo que se parecía a esto.» El informe, según el diario, fue iniciado como resultado del fracaso de los interrogadores de la base de Guantánamo –donde miembros de Al-Qaeda y talibanes estaban detenidos– para obtener información usando técnicas convencionales. Fue redactado por un grupo de trabajo designado por William Haynes, del Pentágono, quien en junio pasado aseguró al Congreso que los militares podían cumplir cabalmente con la Convención contra la Tortura (CAT, por sus siglas en inglés) de la ONU.

Después de todo este recorrido, ya no nos cabe duda de que hubo torturas, pero la cuestión es si la tortura ha sido sistemática. Es decir, si (Sontag, 2004):

la naturaleza de las políticas que propugna este gobierno y la jerarquía desplegada a fin de consumarlas hace que estas acciones sean más que probables, por que de ser así, las fotos de Abu-Grahib seríamos nosotros (los EE UU y los que apoyaron la invasión de Irak), serían la representación de las corrupciones fundamentales de nuestros valores y del dominio colonial.

Los métodos para la obtención de información que practican los servicios de inteligencia de EE UU desde la década de los sesenta son siniestramente célebres. Los investigadores en el Congreso aseguran que la CIA (Agencia Central de Inteligencia), el FBI, la DIA (Agencia de Inteligencia de Defensa, dependiente del Pentágono) han participado en los interrogatorios. Esto dificulta la búsqueda de la verdad. Oficiales de inteligencia han reconocido que agentes de la CIA participaron en los interrogatorios de, al menos, 20 prisioneros, uno de los cuales murió. Para Alfred McCoy, un profesor de la Universidad de Wisconsin, los abusos y humillaciones que sufrieron los detenidos son exactamente iguales que los que figuran en un manual de la CIA redactado en 1983 para ser utilizado en Honduras. Las explicaciones del manual son claras: «El propósito es inducir la regresión psicológica en el sujeto a través de una fuerza exterior para doblegar su voluntad para resistir», indica. El documento denominado *Manual de entrenamiento para la explotación de los recur-*

sos humanos enseña cómo quebrar psicológicamente a los presos, y fue una de las herramientas utilizadas por los militares hondureños que en los ochenta torturaron y asesinaron a miles de supuestos subversivos. Electrocutar: éste es uno de los ejemplos de tortura enumerados en el texto de la CIA, que sostiene que es mejor amenazar con la electrocución que realizarla. «La amenaza de coerción generalmente debilita o destruye la resistencia con más efectividad que la coerción misma. Por ejemplo, la amenaza de infligir dolor puede causar un miedo más dañino que la sensación de dolor», especifica. «Si un sujeto rehúsa cooperar después de que la amenaza ha sido hecha, se debe aplicar [la electrocución]. De lo contrario, las siguientes amenazas resultarán ineficaces», agrega el mencionado manual de la Agencia Central de Inteligencia. Siguiendo los métodos de interrogación de la Agencia, el Pentágono designó en septiembre de 2002 al general Geoffrey Miller para entrenar a la Policía Militar en la prisión bagdadí de Abu-Ghraib para que «aflojen» a los prisioneros y que luego sean interrogados por la CIA, u otras agencias. «Estos métodos se han utilizado durante más de 50 años», según Alfred McCoy. Miller, que había estado a cargo de la base de Guantánamo, era el responsable del trato a los prisioneros que llegaban desde Afganistán. Según el informe del general Antonio Taguba, que hizo explotar el escándalo de las fotos de los soldados torturando a los prisioneros, Miller encontró fallos de organización y «métodos poco efectivos para obtener información». La tortura siempre ha sido consustancial a los imperios.

Hay ciertamente una investigación en curso, pero el hecho de que los mismos militares estén a cargo de ésta no garantiza la transparencia e imparcialidad que exige la gravedad de estos casos. Es necesario una investigación externa, competente e imparcial, que sea independiente y que sea percibida como independiente. Además, creemos que la investigación debe ser pública: se deben dar a conocer los resultados. Frente a la epidérmica y espectacularizada información de los *media*, las víctimas o sus familiares tienen derecho a ese tipo de investigación. Los iraquíes y el mundo tienen derecho a saber. Las fotos de la prisión de Abu-Grahib son apenas la punta del iceberg. Así que, después de todo, existía una especie de armas de destrucción masiva en Irak... eran las cámaras fo-

tográficas digitales. En parte gracias a ellas, EE UU confronta una de las más humillantes derrotas de la historia imperial contemporánea. Como nota irónica, desde hace pocos días se encuentra en los comercios iraquíes un CD con el inofensivo título *El Ejército Americano*, que contiene una colección de las fotos de las torturas en Abu-Ghraib. Ha sido un gran éxito comercial. Precio: medio dólar. Efecto: afianzar los prejuicios contra los Estados Unidos y alimentar el terrorismo y el odio hacia esa nación en Irak. Esto es lo que han propiciado.

PRINCIPIOS BÁSICOS DE LA PROPAGANDA DE GUERRA

La historiadora belga Anne Morelli sistematizó en un breve libro titulado *Principios elementales de la propaganda de guerra* diez pasos clave que en todas las guerras (frías, calientes, tibias o de «liberación») se han aplicado en la publicidad bélica que busca, ante todo, controlar u orientar las emociones del gran público en favor de los intereses gubernamentales. El mismo día que el general de división Antonio Taguba presentaba un extenso y detallado informe sobre las torturas en Irak —poniendo el acento en «la falta de supervisión» y atribuyendo los hechos a la «conspiración de unos pocos militares y civiles»—, en un cbersitio árabe se difundió el escabroso video del degollamiento del civil estadounidense Nick Berg, desaparecido el 9 de abril. El video se considera una muestra de «venganza» del grupo afín a Al Qaeda que opera en Irak, comandado por el inasible y enigmático personaje Abu Musab al Zargawi. Las imágenes tomadas de Internet fueron difundidas por todas las cadenas televisivas occidentales y alcanzó las primeras planas de los periódicos más importantes. Los calificativos abundaron: «es una barbarie», es una «muestra demoníaca», de tal forma que justificaran en todo lo posible las «imprevisiones y los errores» de Abu-Ghraib. El video del degollamiento se difundió también el mismo día que se recrudecieron los enfrentamientos entre el ejército de Estados Unidos y las milicias del dirigente de la resistencia chiíta, Moqtada Sadr, en Najaf y Kerbala. Los

enfrentamientos ocuparon el segundo sitio en jerarquía informativa para la cobertura de noticiarios en BBC, CNN, ABC, CBS y, por supuesto, Fox News. «Inducir la sensación de triunfo bélico y contrarrestar las versiones del descontrol y del caos de la ocupación militar son ingredientes fundamentales en la propaganda bélica» (Morelli, 2001).

En Gran Bretaña, el director del periódico *Daily Mirror*, Piers Morgan, se vio forzado a renunciar el pasado viernes 14 de mayo, una vez que el Gobierno confirmara que la serie de fotografías publicadas hace 15 días por este medio son producto de un fotomontaje. Reconocido como un medio sensacionalista, proclive al invento y a la calumnia, *Daily Mirror* intoxicó y desacreditó previamente el debate público en Gran Bretaña. Sin embargo, otros periódicos como *The Financial Times*, *The Guardian* y *The Independent* e incluso la revista especializada *The Economist* han recordado al Gobierno de Blair que si bien volvió a librarse momentáneamente de este contencioso, no se ha salvado de la corresponsabilidad del desastre moral y político que se registra en Irak. El columnista Phillip Stephens apostilló su artículo en *The Financial Times* que «al ir a la guerra aceptando la responsabilidad, pero sin tener autoridad, Blair ha roto una de las reglas cardinales de la política», como en España el ex-presidente del gobierno Sr. Aznar. Si aplicamos las mismas reglas a nosotros, como hemos abogado en los tribunales internacionales en el caso de Yugoslavia [de que el liderazgo civil es responsable de crímenes de guerra cometidos por sus militares], entonces algunos líderes políticos están en muy serios problemas.

FOTOGRAFÍA Y ÉTICA DE LA IMAGEN

Como afirmaba Simone Weil en su espléndido libro *La Iliada o el poema de la fuerza*, «la violencia convierte en cosa a quien está sujeto a ella». Esta idea es la que nos ha guiado, como principio ético, durante la elaboración de este texto. Desde un profundo respeto a las víctimas, no se nos ocurre mostrar las imágenes de las torturas. Las personas que aparecen contrariamente a su voluntad tienen el más completo derecho a la

propia intimidad, no consideramos que, desde nuestros privilegios de espectadores, sean individuos que existan para ser mirados. Por eso no las hemos incluido y sí hemos incluido testimonios de varios detenidos. Ser espectador pasivo de calamidades que suceden en otro país es una experiencia propia de la posmodernidad. Cuanto más remoto es el lugar, más expuestos estamos a ver frontalmente el dolor y la muerte. Al encontrarnos con fotos de grandes crueldades deberíamos pensar en lo que implica mirarlas, en la capacidad efectiva que cada uno tiene de asimilar lo que muestran. Si no, como decía Georges Bataille, «el sufrimiento en las imágenes nos fortalece, nos insensibiliza» frente a la barbarie. Sin embargo, los medios de comunicación no han tenido ningún problema en lucrarse con la difusión masiva de estas fotos, al 50% publicadas en prensa y al 50% en Internet. Pero esa imagen mediática de una agonía, de una ruina, «es un atributo ineludible de nuestro conocimiento de la guerra mediado por una cámara» (Sontag, 2004). Incluso cuando las condiciones que permiten el ejercicio de la fotografía en un frente de guerra con otros propósitos distintos a los militares se han tornado poco a poco más estrictas (a medida que la guerra se ha convertido en una actividad desarrollada con aparatos de creciente precisión óptica para rastrear al enemigo), cuando hay una fotografía la guerra se vuelve «real». Es decir, causa una conmoción social —con el doble rasero moral que ello implica, como hemos visto— que, sometida a constantes repeticiones de esas mismas imágenes, termina por transformarse en pasiva indignación.

Por esta razón nuestra indignación inicial no es sinónimo de desesperanza, y nuestra esperanza no es una «creencia tras la que se esconde una idolatría del «futuro», la «historia» o la «posteridad» que comenzó con hombres como Robespierre en la Revolución Francesa» (Fromm, 1970: 19), una confianza ciega en el mito del progreso, sin esperar que ocurra nada en el ahora sino únicamente en el momento siguiente. En esta dieta de horrores que supone la vida moderna, la consideración de la realidad como espectáculo no puede superar las más elementales pruebas de un pensamiento dinámico, autocrítico y constructivo. El espectáculo se basa en la representación, en la puesta en escena de unos elementos con la intención —más o menos manifiesta— de crear una expectativas, o pro-

ducir unos efectos concretos en el espectador. Una realidad, como actualización de lo real a través de una mirada, difiere mucho de una re-presentación (la palabra lo dice todo) de esa misma realidad. Con estas premisas es suficiente para comprender porqué el punto de vista «provinciano» o etnocéntrico del espectador medio acomodado de occidente considera la realidad como un espectáculo, sencillamente él mismo es el consumidor de esa realidad embalsamada que se reviste del discurso de «lo Real». Así nuestra esperanza es una postura ética, de completa activación personal que, consciente de que la mayor presencia de este tipo de imágenes en los medios no implica necesariamente una mayor reflexión, la magnitud de la infamia que revelan las fotografías de los abusos en Abu-Grahib sea un acicate, una invitación a la reflexión, un buen primer paso para plantearnos, de una vez por todas, qué es lo que tenemos que cambiar –desde nuestra más absoluta complicidad con el poder– qué es lo que perpetuamos y no funciona. Con todo, la sola existencia de estas fotos pregona al mundo una pauta de conducta criminal que desafía y desprecia manifiestamente las más elementales convenciones humanitarias internacionales. Y se nos plantean quizás más preguntas que respuestas: ¿Es la difusión de las fotos de Abu-Grahib –reveladas ya como una puesta en escena de los servicios secretos de EE UU– parte de una estrategia mediática «en pruebas» puesta en marcha por el «eje del bien» en este recién inaugurado estado de guerra global y permanente contra el terrorismo? ¿Hasta dónde va llegar el mercadeo de la imagen en los *media*? ¿Hay límite? ¿Qué efectos está teniendo este uso perverso de la fotografía sobre la institución Fotografía? ¿Es posible una auténtica y aplicable deontología de la imagen?



Irak, 2003

BIBLIOGRAFÍA

- BAEZA, José (1990): *Por una función crítica de la fotografía*, Barcelona, Gustavo Gili.
- BALANDIER, Georges (1994): *El poder en escenas*, Barcelona, Paidós.
- FROMM, Erich (1970): *La revolución de la esperanza*, México D.F., FCE.
- MORELLI, Anne (2001): *Principios elementales de la propaganda de Guerra*, Bruselas, CEC.
- NICHOLS, Bill (1999): *La representación de la realidad*, Barcelona Paidós.
- SONTAG, Susan (2003): *Ante el dolor de los demás*, Madrid, Alfaguara.
- (2004): «*Las imágenes de la Infamia*», suplemento domingo del periódico *El País*, 30 de mayo.

TRATAMIENTO EDITORIAL DE LA IMAGEN EN EL PERIÓDICO UNIVERSITARIO *VOX UJI*

ÁNGELES DURÁN Y PABLO SÁNCHEZ

Universitat Jaume I, Castellón

PRENSA Y FOTOGRAFÍA: UNA RELACIÓN SIMBIÓTICA

A estas alturas es impensable una revista sin imágenes. Pero también un periódico. La fotografía existe desde que Joseph-Nicéphore Niepce logró fijar, en 1826, el patio de su casa en una imagen permanente, pero lo cierto es que su protagonismo se disparó cuando la tecnología permitió su divulgación en la prensa, su consumo masivo. Sin duda, la relación fue simbiótica. Desde los años veinte, tal y como señala el profesor Alfonso A. de Castro, «su impacto social se ve multiplicado por el periódico [...] /que/ transforma verdaderamente la fotografía en un medio de masas». Y la imagen realista logra, a su vez, mediante una vinculación complementaria con el diseño y el texto, conferir al periodismo impreso un mayor valor, no sólo estético, sino también informativo... y persuasivo.

Precisamente, la fotografía está presente ya, como elemento cada vez más imprescindible, en los tres tipos tradicionalmente posibles de comunicación, que, obviamente, impregnan los medios impresos: información, propaganda y publicidad. En el caso de los anuncios, su integración ha sido siempre más asumida, y su análisis no es nuestro objeto de estudio ahora. Si nos centramos en el periodismo, la imagen fija se ha convertido en un componente esencial, pero no sólo por su adhesión a la información –lo que supuestamente constituye la razón de ser de la prensa–, sino también por sus posibilidades persuasivas y subjetivas desde el punto de vista ideológico.

Aunque la fotografía capta un momento de la realidad y representa un fragmento de unos hechos tal y como sucedieron (suponiendo que la situación no se recreó para su registro), y, por tanto, redundante en ese fac-

tor tan importante para el ámbito mediático que es la credibilidad, sus opciones de manipulación son tan elevadas que nadie puede creer ya en la inocencia de la imagen. La fotografía se incluye en los tres grupos de géneros periodísticos –informativos, interpretativos y de opinión–, aunque la intención de otorgarle una apariencia aséptica obliga a marginarla de los textos de evidencia subjetiva.

Por este motivo, la imagen se somete a una gestión cada vez más controlada y a una supervisión creciente de la dirección. Ya no hay empresa periodística sin una jefatura de fotografía, un área que se ha constituido como una sección integrada dentro de la Redacción, pero con bastante autonomía de funcionamiento, aunque finalmente se supedita a los mismos criterios editoriales que la información escrita.

En la imagen, al igual que en el texto, existe una lectura interpretativa de doble nivel: connotativo y denotativo. El catedrático Núñez Ladeveze, citando a Edgar Morin, apunta la existencia de un tipo de lenguaje universal, más allá del hablado, es decir, una especie de metalenguaje, que atribuye a las imágenes y que denomina «lenguaje icónico». Frente al «lenguaje abstracto», es un lenguaje universal porque, en principio, no se necesita un código para descifrarlo.

La denotación viene definida por los elementos que aparecen en la imagen. Es, como define el profesor Félix del Valle Gastaminza, la «lectura descriptiva de la imagen». Lo que podríamos asemejar al significante en el caso de la palabra. La connotación, sin embargo, es el mensaje subyacente. Es como el significado último de la representación gráfica de los sonidos, su valor real. Hay, en este segundo nivel, tres substratos, como señala Del Valle: una parte «objetiva», una «subjetiva» y el contexto.

Una parte «objetiva» de la connotación, válida en un determinado contexto cultural: ciertos gestos o actitudes, símbolos o, incluso, colores cambian su significado en cada país o cultura. La lectura de la imagen pasa pues por la memoria colectiva. Habrá también, sin duda, una parte «subjetiva» de la connotación que dependerá de la libre interpretación del documentalista [...] No podemos olvidar, por último, el con-

texto, especialmente para la fotografía de prensa, el marco de referencia en el que se sitúa una fotografía. Ese contexto vendrá indicado en el pie de foto muchas veces y otras serán la noticias con las que la foto aparece. Tras analizar en una fotografía la denotación, la connotación y el contexto habremos obtenido una serie de nociones y conceptos representativos de su contenido que habrá que transformar en descriptores. Obtendremos descriptores onomásticos (personas físicas y jurídicas), descriptores geográficos, descriptores temáticos (conceptos abstractos, objetos, actitudes) y descriptores cronológicos. Sea cual sea el lenguaje documental utilizado es conveniente separar los descriptores que identifican elementos presentes en la foto (descriptores referenciales) de los descriptores que identifican elementos relacionados con la foto, pero que no aparecen en ella (descriptores no referenciales).

La selección de la imagen se supeditará, primero, a la elección de la noticia, sometiendo el tema al filtro de los criterios de noticiabilidad de los que hablan tantos autores (Galtung y Ruge, 1965; Tuchman, 1978; Gans, 1979; Golding y Elliott, 1979; Villafañe, Bustamante y Prado, 1987; Van Dijk, 1990) y, después, éstos se aplicarán al contenido de la fotografía. Aunque, en nuestra opinión, y como defenderemos más adelante, la propia imagen se esté convirtiendo en un valor-noticia en sí misma.

LA PRENSA UNIVERSITARIA INSTITUCIONAL

En España existen actualmente 68 universidades, 50 públicas (74%) y 18 privadas (26%), según datos de la Conferencia de Rectores de Universidades Españolas (CRUE). La mayoría de ellas cuentan con medios de comunicación impresos propios, según hemos podido comprobar a partir de un estudio sobre comunicación universitaria. Nuestro análisis parte de un cuestionario distribuido a todas las universidades, en concreto a los miembros de la Red de Gabinetes de Comunicación de la CRUE –una de las nueve comisiones sectoriales del órgano, creada en octubre de 2003– o, en su defecto, los responsables de los servicios de co-

municación. El cuestionario fue contestado por 64 de las 68 universidades, lo que supone un índice de respuesta de un 94,11%.

A partir de los datos de dicha investigación, hemos podido constatar que sólo 14 de las 64 universidades de la muestra carecen de medios de comunicación propios (21,87%), a las que hay que añadir una que dice que este aspecto está en proceso de incorporación, mientras que 49 disponen de ellos (76,56%).

Sin duda, las publicaciones escritas son el canal estrella de la información en los centros de enseñanza superior españoles. La mayoría dispone de periódicos o revistas en soporte tradicional (papel). De la muestra, 42 disponen de un medio impreso (65,62%), aunque en algunos casos no se trata de medios de comunicación entendidos como tales –con redacción, jerarquización de contenidos, diseño y elementos visuales propios del estilo periodístico–, sino que son boletines con información poco elaborada, en muchos casos únicamente de difusión interna.

Sólo cinco de las 42 publicaciones aludidas se ofrecen también en versión *on line* (11,9% de las que poseen periódicos o revistas impresas). Sin embargo, existen más ediciones digitales, pues seis de las universidades han incorporado periódicos en su web, sustituyendo al papel (9,37%). Por tanto, actualmente hay 11 ofertas en la red (22%). Esto significa que al menos 53 de las universidades aún no aprovechan las ventajas de Internet en la reducción de costes para llegar a un público potencialmente ingente (82,81% de la muestra).

Como dato interesante para contrastar, observamos que en relación a medios audiovisuales la cifra se reduce considerablemente. Sólo 10 de las 64 universidades de la muestra cuentan con una emisora de radio propia (15,62%). El resto, 5 ó 4%, carece de ella (84,37%). Y sólo cinco tienen televisión (7,81%), frente a 59 (92,18%) que no disponen de canal propio.

La prensa universitaria incluye, en todos los casos, fotografías para ilustrar sus informaciones, aunque en la mayoría de ocasiones los datos complementarios que aportan se limitan a poner rostro a cargos de la institución. No suelen ser imágenes demasiado informativas, ni siquiera cuando son fotonoticias. El contenido, por tanto, ofrece una imagen

rígida y repetitiva, y el tratamiento no es demasiado profesional, aunque, desde la incorporación de la fotografía digital, se ha observado una experimentación mayor.

Sin embargo, resulta interesante observar que las instituciones dan relevancia a la fotografía, como demuestra la existencia de servicios de fotografía propios en las universidades. De las 64 universidades de la muestra, 51 (79,68%) poseen este departamento, generalmente integrado en el servicio o gabinete de comunicación. Es decir, que hay más universidades con servicios de fotografía, que universidades con periódicos o revistas en las que difundir generalizadamente parte de su archivo fotográfico.

CRITERIOS EDITORIALES Y EL CASO DE *VOX UJI*

Vox UJI es un periódico universitario consolidado, con una periodicidad mensual y una tirada de 12.000 ejemplares. Este medio de comunicación de la Universitat Jaume I, que nació en marzo de 1999, tiene 16 páginas (la mitad de ellas a color) y es gratuito. Su difusión externa es muy cuidada, con objeto de servirse del medio, no sólo como mecanismo de comunicación interna, sino también externa. Así, *Vox UJI* se ha convertido en una valiosa herramienta que permite divulgar y consolidar la imagen y personalidad corporativa de la institución, y configurar su imagen intencional para su arraigo generalizado.

En toda esta labor, no sólo la información transformada en palabra escrita resulta fundamental, sino también la vestida como fotografía. Cierto es, en ocasiones, lo que dice el socorrido y explotado refrán de «una imagen vale más que mil palabras», pues es evidente que la ilustración, por su impacto visual, tiene ventajas añadidas porque resulta más atractiva y permite potenciar el recuerdo.

En *Vox UJI* hemos optado por una única imagen como portada del periódico. Se ha primado así por las posibilidades de impacto de la fotografía, tanto por su tamaño como por su aislamiento y su contenido (en ocasiones con montajes o imágenes surrealistas). Un texto acompaña a la imagen, pero el protagonismo de ésta es indiscutible. El ele-

mento de sorpresa, creatividad, color, etc., no puede igualarlo la letra. Además, se ha optado por un mensaje de poco contenido informativo y con una morfología más próxima al lema publicitario, con lo que, aunque restemos posibilidades periodísticas (claridad, lenguaje directo, datos...), potenciamos los efectos que perseguíamos con la imagen. El titular es, en realidad, el adecuado para un reportaje, no estrictamente informativo (caso de la noticia), sino de creación, con las ventajas que cierto tinte literario ofrece de atractivo.

Es obvio que la periodicidad (mensual, con lo que la actualidad exigida al periodismo pasa a un segundo plano) y una parte importante del público al que va dirigido el periódico (estudiantes, con un perfil de personas jóvenes, con inquietudes, dinámicas, de mentalidad abierta, seguidores de últimas tendencias...) hacen adecuada esta opción, aunque la publicación sea de corte institucional. No se puede ofrecer una foto estrictamente informativa durante un mes. Si la actualidad se pierde, no hay otro rasgo que le confiera interés constante. Sin embargo, si resulta impactante, seguirá siendo reclamo para que el lector sienta algún interés por abrir la publicación.

En general, la portada representa uno de estos dos casos:

- Imagen única con titular de creación.
- Imagen grande con titular de creación + sumario formado por tres imágenes pequeñas con titulares informativos.

Sin duda alguna, la fotografía ha revolucionado el diseño en la prensa escrita. Así, prácticamente no existe una sola página sin imagen. Esto es lo que sucede en *Vox UJI*. Se ha optado por dar peso a la imagen también en el interior (según las secciones), sin que ello se produzca en detrimento de la información textual. Las ventajas que aporta la fotografía se traducen en su función informativa (apoyo y complemento al texto) y en su función estética (mayor atractivo, incrementa el recuerdo, aligera el efecto de la mancha gris del texto, sobre un papel generalmente oscuro y de baja calidad, etc.). Para potenciar esta segunda función, una buena opción, que en la publicación se explota, es siluetear las imágenes y alterar sus encuadres con diferentes formas geométricas.

Los criterios editoriales que se aplican se centran en dar rostro a la institución y en mostrar constantemente, como un goteo, los rasgos de la identidad visual corporativa (elementos de la marca, pero, sobre todo, colores corporativos) y aquellos otros que refuercen los signos de su personalidad corporativa. Son ventajas de la imagen que no deben desaprovecharse, porque el mensaje subliminal que aportan puede resultar muy eficaz.

Por tanto, la selección de los temas que llevan fotografía, en primer lugar, y el contenido de éstas, en segundo, implica ya, en sí mismo, un criterio editorial. Ya hemos hecho referencia a la doble lectura de connotación y denotación.

Así pues, los sujetos que aparecen en las fotografías son personas conocidas, que ocupan cargos en la institución (o en organizaciones colaboradoras), pero también personajes anónimos, muy «útiles» porque son referentes indiscutibles. El estudiante que hace prácticas, que escribe un libro, que consigue un trabajo, que organiza una actividad interesante, etc.

También los géneros determinan el contenido de la imagen. La opinión no suele ir acompañada de fotografía, con objeto de primar el texto y no inducir a otros mensajes con la imagen. Por supuesto, en estos textos se introducen variaciones tipográficas y se firman.

Por el contrario, en los géneros informativos, la imagen cobra importancia. La portada, como ya hemos dicho, funciona, a través de la imagen, como un escaparate «rentable». Las noticias incluyen fotografías más serias y rígidas, acordes al estilo periodístico que exige este subgénero (claridad, concisión, objetividad...). Suelen ser imágenes menos atractivas por su contenido, que apoyan el texto. En el caso de ruedas de prensa convertidas a posteriori en noticia, las fotos resultan extremadamente aburridas, pero se mantiene su presencia porque, desde el punto de vista de la gestión estratégica de la comunicación, es conveniente por diferentes motivos:

1. Porque los miembros de la comunidad universitaria que normalmente participan en las ruedas de prensa ocupan cargos de gobierno o representación y, por tanto, asumen una responsabilidad «polí-

tica», es decir, es a los que se les puede pedir cuentas. Responden, así, al valor-noticia de notoriedad, con influencia social y más alta aún dentro de la «subsociedad» universidad. Un rasgo que ya justifica su presencia.

2. Porque generalmente constituyen el público objetivo de la universidad que, por la influencia e importancia estratégica (para la consecución de los objetivos institucionales), mayor atención comunicativa requiere (en terminología del catedrático Justo Villafañe, mayor «coeficiente de comunicación necesaria»).

En el caso de la Universitat Jaume I, por ejemplo, su Plan de Comunicación muestra un mapa de públicos formado por 62 grupos, de los cuales destaca, como público que mayor coeficiente de comunicación necesaria requiere (por su importancia estratégica, por su influencia en la difusión directa de la imagen, en la opinión pública, en la integración en el entorno y en el fortalecimiento de la identidad corporativa), la «estructura participativa». Y, dentro de este segmento, está el subgrupo «equipo rectoral» –precisamente el que más se reproduce en las fotografías– que es el que más coeficiente alcanza, junto al Consejo Social, de todos los incluidos en el mapa de públicos.

3. Porque las personas ajenas a la universidad que suelen participar ocupan también cargos de relevancia en otras organizaciones (empresas o instituciones) y su opinión, por tanto, suele tener también trascendencia social. Además, este público destaca por tres aspectos:
 - a) Porque constituye un público objetivo de la institución, generalmente integrado en los grupos «entorno sociocultural» y «entorno laboral» (también en otros) y requiere una buena dosis de atención comunicativa.
 - b) Porque, en algunos casos, esos cargos son personalidades que actúan como líderes de opinión (que son otro grupo del mapa de públicos de la universidad) y, como tales, resultan muy «útiles» para llegar a la opinión pública con un mensaje inducido.

c) Porque, en otros casos, entre las organizaciones que participan se encuentran patrocinadores o colaboradores de la institución, que requieren una atención especial, más aún cuando el mimo de esa relación puede suponer captación de recursos para la universidad.

De hecho, en el caso de la Universitat Jaume I, su Plan de Comunicación y su *Manual de gestión de imagen y comunicación* recogen la existencia de un «Programa de Patrocinio» como uno de los cuatro programas de comunicación corporativa permanentes que asume, es decir, como una de las «herramientas comunicativas que utilizará para conseguir el posicionamiento estratégico necesario para satisfacer las metas contenidas en su proyecto institucional».

Y, admitida su importancia por la institución, se ha creado una «política de reconocimiento y contraprestación del patrocinio» que, precisamente, usa el periódico de la universidad, *Vox UJI*, como uno de los mecanismos de «pago». Y en él entran en juego texto y fotografía.

En el caso de los reportajes, aun perteneciendo al género informativo, las diferencias de estilo, lenguaje y construcción que estos textos permiten respecto a la noticia, en *Vox UJI* las traducimos también al ámbito visual. Así redundamos en las posibilidades de este subgénero para enganchar al lector. El estilo más literario de la palabra se convierte en un estilo también más artístico en la imagen, con lo que se logra un mayor dinamismo, más emotividad, más sensaciones... No sólo en contenidos (enfoques más humanos, más anecdóticos, más atemporales...), sino también en formas. De ahí que, en ocasiones, las fotografías ganen tamaño, se premien con color, adquieran las formas del objeto real que se quiere destacar y/o se inserten en una especie de *collage*. Esto sucede, especialmente, en la contraportada, donde la foto ocupa mayor porcentaje que el texto, y en las páginas centrales, donde un único tema capta la atención, con diseño e impacto visual más propio de revista.

La fotografía gana peso en dos secciones en las que se incluyen noticias sobre personas. La imagen nos permite aproximar al lector los datos, poniendo rostro al sujeto relacionado con el tema. Es la sección «Personaje», que se refiere a personalidades externas a la Universitat Jaume I que vienen al campus y destacan por su trayectoria profesional y/o humana, y la sección «Protagonistas», que se refiere a empleados de la Universitat Jaume I que destacan por algún aspecto profesional no vinculado con la institución.

Vox UJI no incluye editoriales en sus páginas. Es una decisión personal de la dirección del periódico, por respeto a las posibles múltiples opiniones de la comunidad universitaria, formada por un grupo muy heterogéneo. El «Personaje» actúa, en realidad, como un editorial encubierto, y, de hecho, aparece en la página 2, junto a la sección de cartas a la directora («La Voz Epistolar»), una viñeta y la mancheta, es decir, con elementos de opinión o vinculados con la dirección y producción del medio.

Así, además de aproximar el tema y los personajes a los lectores, poniendo físico a los hechos y personas y no sólo nombre, se consigue un mecanismo de cohesión interna. El mensaje es que la institución se siente orgullosa de sus miembros y quiere ceder protagonismo a cualquiera de las personas que se relacionan con ella, cuando sus méritos lo justifican (se aplican, obviamente, criterios de noticiabilidad). Al mismo tiempo, esta sección, que aparece en la penúltima página del periódico, trata temas más humanos (precisamente porque siempre enfocan hechos a partir de personas) y aligera los contenidos precedentes, de alto contenido informativo. Es una sección similar a otras que también incluye la prensa generalista, incluso la de mayor seriedad aparente (*El País*, por ejemplo, con su sección «Gente»).

El protagonismo de la fotografía en algunas secciones y géneros, e incluso en la página supuestamente de mayor relevancia de un periódico (la portada), tal y como hemos observado, hace que algunas secciones no puedan existir sin imagen y que el espacio y la ubicación dedicada a algunas informaciones (elementos de jerarquización y, por tanto, de editorialización), al igual que sucede en el medio televisivo, depen-

da de la fotografía. Dicho de otro modo, la imagen toma el rango de valor-noticia, para decidir si un hecho es noticiable y, en todo caso, para la importancia que se le otorga.

Y es que la fotografía ayuda a editorializar cuando acompaña al texto en función del tema o noticia que llevará imagen, del tamaño de ésta, de su ubicación en la página, de la numeración de la página, del pie de foto, de la presencia o no de color y del número de veces que se reproduzca su contenido en sucesivos ejemplares. Y la fotografía, en sí misma, también editorializa en función del contenido de la fotografía, de su contexto, de su enfoque, de su luz y contraste, etc.

Por último, deberíamos hacer alusión a las normas tácitas de gestión fotográfica en la publicación. Aunque no existe un libro de estilo explícito, se asumen ciertas reglas implícitas:

- La manipulación de la imagen no está permitida, salvo en montajes tipo *collage*, como reclamo visual.
- Las fotografías siempre irán firmadas, pues debe destacarse, no sólo la autoría, sino también la responsabilidad, del creador. Que el trabajo del reportero gráfico sea valorado igual que el del periodista.
- El rector, aun siendo la máxima representación de la institución, puede y debe aparecer en el periódico, pero su presencia no será nunca superior a dos-tres fotos por ejemplar. Es importante no dar una imagen presidencialista. Lo mismo es aplicable a otros cargos.
- La opinión no se acompañará de imagen, con objeto de primar el contenido del mensaje sin dejar que otros elementos colaterales (aspecto físico, sexo, edad...) influyan en su mayor o menor aceptación.
- Ninguna página estará carente de imagen.

Defiende el catedrático José Manuel de Pablos en un interesante artículo la misma idea que puso a su título («La fotografía en prensa mantiene todo su vigor»), en el que, analizando ejemplos de estricta actualidad, rebatía a un colega que había hablado de la muerte de ésta. Y lo cierto es que, no sólo mantiene su importancia, sino que cada vez adquirirá más peso en la prensa escrita y digital, pues la tecnología lo favorece y nues-

tro tiempo, cada vez más escaso, nos anima a fagocitar la información velozmente. Por ello, todo aquel impacto visual capaz de sustituir líneas y líneas de grisáceo texto por un espacio concentrado de atractiva información gráfica, se impondrá. Es la era del fotoperiodismo.

BIBLIOGRAFÍA

- CHACÓN, Inmaculada (1994): «Efectos sociales del proceso documental de la fotografía de prensa» [en línea]: <http://www.ucm.es/info/multidoc/multidoc/revista/cuadern3/fotograf.htm>, en *Cuadernos de Comunicación Multimedia*, nº3, junio: <http://www.ucm.es/info/multidoc/multidoc/revista/cuadern3/num3.htm>.
- DE CASTRO, Alfonso A. (1993): «Fotografía y prensa» [en línea]: <http://www.terra.es/personal6/alfongh/fotopren.htm>, Barcelona.
- DE PABLOS, José Manuel (2004): «La foto en prensa mantiene todo su vigor», en *Razón y Palabra*, septiembre [en línea]: <http://www.cem.item.mx/dacs/publicaciones/logos/miramedia/2004/septiembre.html#Jp>.
- DEL VALLE GASTAMINZA, Félix: El análisis documental de la fotografía, en <http://www.ucm.es/info/multidoc/prof/fvalle/artfot.htm>.
- GALTUNG, J. y RUGE, M. H. (1965): «News structure of foreign news», *Journal of Peace Research*, 2.
- GANS, Herbert (1979) *Deciding What's News. A Study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time*, Pantheon Books, Nueva York.
- GOLDING, P.; ELLIOT, P.(1979): *Making the News*, Londres, Longman.
- MARTÍN VIVALDI, Gonzalo (1987): *Géneros Periodísticos: Reportaje, Crónica, Artículo (Análisis Diferencial)*, 4, Madrid, Paraninfo.
- MARTÍNEZ ALBERTOS, José Luis (1974): *Redacción Periodística: los estilos y los géneros en la prensa escrita*, Barcelona, ATE, (Libros de Comunicación Social).
- MORIN, Edgar (1966): *El espíritu del tiempo. Ensayo sobre la cultura de masas*, Madrid, Taurus.

- NÚÑEZ LADEVEZE, Luis (1979): *El lenguaje de los media: Introducción a una teoría de la actividad periodística*, Madrid, Pirámide.
- TUCHMAN, Gaye (1978): *Making News*, Free Press, Nueva York.
- VAN DIJK, Teun (1990) *La noticia como discurso*, Barcelona, Paidós.
- VILLAFANE, Justo (1999): *La gestión profesional de la imagen corporativa*, Madrid, Pirámide.
- VILLAFANE, J.; BUSTAMANTE, E., y PRADO, E. (1987): *Fabricar noticias. Las rutinas productivas en la radio y televisión*, Barcelona, Mitre.
- VV. AA. (2000): *Manual de gestión de imagen y comunicación de la Universitat Jaume I*, Castellón, Universitat Jaume I.

ANÁLISIS DE LAS FOTOGRAFÍAS GALARDONADAS CON EL PREMIO FOTOGRAFÍA DEL AÑO EN EL CONCURSO WORLD PRESS PHOTO (1995-2004)

ELENA GALÁN FAJARDO
JAVIER TRABADELA ROBLES
Universidad de Extremadura

INTRODUCCIÓN: LA FOTOGRAFÍA DE PRENSA

La historia de la fotografía se ha visto sometida, desde sus orígenes, a profundas transformaciones con usos cada vez más sofisticados y con la llegada de las nuevas tecnologías. Por otro lado, el gran control ejercido por los monopolios de la comunicación, apenas ha dejado libertad para el intercambio libre de imágenes.

Según Del Valle (2003), la fotografía ha jugado un importante papel como documento social transmitiendo las actividades políticas, sociales o culturales del hombre y recogiendo junto con la prensa escrita, el cine y la televisión, la memoria visual del siglo xx.

Aunque la fotografía de prensa apareció el siglo pasado, tardó en ser desarrollada como profesión a causa de la carencia de recursos tecnológicos idóneos para que las imágenes recogidas pudieran acompañar a los textos de las noticias más actuales. Las primeras fotografías, a causa de esta carencia, se dirigieron fundamentalmente a políticos e importantes personalidades, si bien aún existían grandes limitaciones en relación al movimiento, el tiempo de pose para el modelo y otros recursos, debido a las limitaciones técnicas de la época.

En los años 20, la imagen fotográfica adquiere una importancia mayor y, en la actualidad, es indispensable para las agencias de información y comunicación, convirtiéndose en el medio más potente e impactante de transmisión de los acontecimientos de actualidad.

Tradicionalmente se ha venido produciendo una gran confusión entre dos términos cercanos: la fotografía de prensa y el fotoperiodismo. Según Baeza (2001: 31) la fotografía de prensa estaría formada por aquellas imágenes «que planifica y produce o compra y publica la prensa como contenido propio». Ésta a su vez estaría compuesta por dos categorías:

- El fotoperiodismo: «designa indistintamente una función profesional desarrollada en la prensa y un tipo de imagen canalizada por ésta». Es el tipo de imagen más reconocida y asentada. Se vincula a valores de información, actualidad y noticia con criterios tan diversos como los sociales, políticos o económicos. Tiene una gran tradición histórica y tiene influencias de otro gran campo como es el documentalismo.
- La fotoilustración es la otra categoría dentro de las imágenes de prensa. Se denomina así a «toda imagen fotográfica, sea compuesta de fotografías (en collage y fotomontaje, electrónicos o convencionales) o de fotografía combinada con otros elementos gráficos, que cumpla la función clásica de ilustración» para mayor y mejor comprensión de un objeto o hecho. Por tanto, la fotoilustración «se caracteriza por depender de un texto previo que marca y origina la imagen...»

OBJETO DE ESTUDIO Y OBJETIVOS

Nuestros objetos de análisis son las fotografías galardonadas en el concurso anual World Press Photo con el premio Fotografía del Año, durante el periodo 1994-2004. La razón por la que hemos elegido esta categoría es fundamentalmente el hecho de considerarla como la más representativa del concurso. El periodo de estudio ha sido restringido a la última década por la necesidad de delimitar el objeto de análisis.

El objetivo prioritario de esta investigación es exponer las últimas tendencias y orientaciones de la fotografía de prensa tanto a nivel de contenido como a nivel formal.

El contexto en el que se inscribe nuestro objeto de estudio es el concurso World Press Photo, fundado en el año 1955. Se trata de una organización independiente para el fomento de la fotografía de prensa que tiene su sede central en Ámsterdam (Holanda) y que es conocida internacionalmente por el concurso anual, la publicación de distintos anuarios y libros y la realización de exposiciones en distintos países.

World Press Photo concede una gran importancia al periodismo gráfico y establece que, a pesar de los nuevos medios de comunicación de masas, la fotografía de prensa siempre mantendrá su lugar por las experiencias que es capaz de aportarnos. Al contrario que el cine, que sólo nos permite recibir de un modo pasivo una serie de imágenes efímeras, sin disponer del tiempo suficiente para analizarlas en detalle, los fotógrafos:

... nos permiten observar su trabajo de una manera en la cual a los demás periodistas les resulta imposible, porque le dan la oportunidad al espectador para reflexionar acerca del significado y la importancia de la imagen.

METODOLOGÍA

Una vez delimitado el objeto de estudio de esta investigación, vamos a exponer la metodología que utilizaremos en la misma.

A pesar de que la imagen fotográfica, como todas las imágenes, es eminentemente polisémica y alcanza su significado pleno en el proceso de lectura y dependiendo del lector, pretendemos aquí realizar un análisis lo más objetivo posible de las fotografías de este estudio, con el fin de poder alcanzar unas conclusiones genéricas.

Para llevar a cabo este análisis vamos a emplear una metodología que no tenga en cuenta el significado de la imagen y que sea lo más descriptiva posible. Para nuestro modelo nos vamos a servir en parte de un análisis de imagen tomado de la documentación, el análisis morfológico (basado en el que propone el profesor Del Valle), así como de

algunas variables tomadas del estudio denotativo de la metodología de análisis de contenido. El uso del análisis denotativo se ve justificado por la necesidad de atender no sólo a pautas formales de las imágenes sino, también, al contenido de las mismas.

Nuestra propuesta de modelo de análisis incluye las siguientes variables:

Análisis denotativo:

- *Autor y pie de foto* (en estos casos no lo habrá porque las fotografías están descontextualizadas, no sabemos cómo ni con qué pie se publicaron en su día).
- *Información elemental*: ¿Qué? ¿Quién? ¿Dónde? ¿Cuándo? Etc.
- *Componentes de la imagen*: componentes estables, componentes móviles y componentes vivos.

Análisis morfológico:

- *Soporte*: película negativa, película positiva, papel, B/N, color, digital.
- *Formato*: rectangular, cuadrado (normativo, no normativo).
- *Imagen*: vertical/horizontal, única/parte de una secuencia, montaje.
- *Óptica*: teleobjetivo, gran angular, óptica «normal, ojo de pez, uso de filtrado.
- *Tiempo de pose*: instantáneo, ultrarrápido, pose, movimiento.
- *Luz*: día/noche, natural/artificial, noche americana, luz difusa, iluminación contrastada/no contrastada, sobreexpuesta/subexpuesta.
- *Enfoque del tema*: plano general, de conjunto, entero, americano, medio, primer plano, primerísimo primer plano, picado, contrapicado.
- *Estructura formal*: escena, retrato, paisaje, paisaje interior, bodegón.

Hay que aclarar que en algunos casos obviaremos algunas de estas variables ya que desconoceremos algunos de esos datos.

Una vez tengamos los resultados del análisis de las imágenes los co-tejaremos y extraeremos las conclusiones oportunas.

ANÁLISIS DE LAS IMÁGENES

World Press Photo del año 1994 (concurso del año 1995)

Análisis denotativo

AUTOR: James Nachtwey.

INFORMACIÓN ELEMENTAL:

Chico Hutu que no apoyó el genocidio en Ruanda y fue hecho prisionero en un campo de concentración donde fue privado de comida y golpeado con machetes. Tras su liberación se puso a trabajar para



la Cruz Roja. Ruanda, 1994.

Análisis morfológico

SOPORTE: B/N.

FORMATO: rectangular, normativo.

IMAGEN: Horizontal.

ÓPTICA: Angular.

COMPONENTES DE LA IMAGEN:
Hombre Hutu.

TIEMPO DE POSE: Instantáneo.

LUZ: Día, natural, alto contraste.

ENFOQUE DEL TEMA: Plano corto.

ESTRUCTURA FORMAL: Retrato.

World Press Photo del Año 1995

Análisis denotativo

AUTOR: Lucian Perkins.

INFORMACIÓN ELEMENTAL: Niño mirando desde la ventanilla trasera de un autobús. Chechenia, 1995.

COMPONENTES DE LA IMAGEN: Niño en autobús por una carretera.



Análisis morfológico

SOPORTE: B/N.

FORMATO: rectangular, normativo.

IMAGEN: Horizontal.

ÓPTICA: Normal.

TIEMPO DE POSE: Instantáneo.

LUZ: Día, natural.

ENFOQUE DEL TEMA: Plano general.

ESTRUCTURA FORMAL: Escena.

World Press Photo del Año 1996



Análisis morfológico

SOPORTE: B/N.

FORMATO: Rectangular, normativo.

IMAGEN: Horizontal.

ÓPTICA: Angular.

Análisis denotativo

AUTOR: Francesco Zizola.

INFORMACIÓN ELEMENTAL: Niños afectados por la guerra en Angola. 1996.

COMPONENTES DE LA IMAGEN: Tres personajes en la imagen, la niña en el medio con un muñeco en el centro.

TIEMPO DE POSE: Instantánea.

LUZ: Día, natural.

ENFOQUE DEL TEMA: Plano general picado ligeramente.

ESTRUCTURA FORMAL: Retrato.

World Press Photo del Año 1997



Análisis morfológico

SOPORTE: Color.

FORMATO: Rectangular, normativo.

IMAGEN: Horizontal.

ÓPTICA: Normal.

Análisis denotativo

AUTOR: Anónima / France Press.

INFORMACIÓN ELEMENTAL: Una mujer llora la muerte de su hijo de ocho años en el hospital Zmirli tras la masacre en Bentalha, Argelia en 1997.

COMPONENTES DE LA IMAGEN: Dos mujeres en las afueras de un hospital.

TIEMPO DE POSE: Instantánea.

LUZ: Día, natural.

ENFOQUE DEL TEMA: Plano medio, picado.

ESTRUCTURA FORMAL: Retrato.

World Press Photo del Año 1998

Análisis denotativo

AUTOR: Dayra Smith.

INFORMACIÓN ELEMENTAL: Una mujer en el centro de la imagen y a su alrededor otras mujeres sujetándole la cara con sus manos y rodeándola. Kosovo 1998.

COMPONENTES DE LA IMAGEN: Varias mujeres.



Análisis morfológico

SOPORTE: B/N.

FORMATO: rectangular, normativo.

IMAGEN: Horizontal.

ÓPTICA: Angular.

TIEMPO DE POSE: Instantánea.

LUZ: Día, natural.

ENFOQUE DEL TEMA: Plano medio.

ESTRUCTURA FORMAL: Retrato.

World Press Photo del Año 1999

Análisis denotativo

AUTOR: Claus Bjorn Larsen.

INFORMACIÓN ELEMENTAL: Un individuo joven, herido, refugiado albanó-kosovar, aparece en el centro de la imagen mirando a cámara.

COMPONENTES DE LA IMAGEN: Hombre en el centro de la imagen, mirando a cámara y otros dos detrás.



Análisis morfológico

SOPORTE: B/N.

FORMATO: Rectangular, normativo.

IMAGEN: Horizontal.

ÓPTICA: Normal.

TIEMPO DE POSE: Instantánea.

LUZ: Día, natural.

ENFOQUE DEL TEMA: Plano medio.

ESTRUCTURA FORMAL: Retrato.

World Press Photo del Año 2000

Análisis denotativo

AUTOR: Lara Jo Regan.

INFORMACIÓN ELEMENTAL: La madre de una familia de inmigrantes mexicanos hace piñatas para mantener a sus hijos y sobrevivir en Texas, EE UU, en el año 2000.

COMPONENTES DE LA IMAGEN: Los miembros de la familia aparecen en una pequeña habitación llenando todo el encuadre, en su actividad cotidiana.



Análisis morfológico

SOPORTE: Película en color.

FORMATO: rectangular, normativo.

IMAGEN: Horizontal.

ÓPTICA: Angular.

TIEMPO DE POSE: Pose.

LUZ: Día, natural.

ENFOQUE DEL TEMA: Plano general

ESTRUCTURA FORMAL: Escena.

World Press Photo del Año 2001

Análisis Denotativo

AUTOR: Eric Refner

INFORMACIÓN ELEMENTAL: El cuerpo de un niño de un año, muerto por deshidratación, es preparado para ser enterrado en un campo de refugiados de Pakistán en el año 2001. La familia huía del norte de Afganistán y dio permiso al fotógrafo para que estuviera presente mientras lavaban y vestían el cuerpo del niño con ropajes blancos.

COMPONENTES DE LA IMAGEN: Cuerpo de un niño muerto en el centro y manos a su alrededor que delimitan el campo.



Análisis morfológico

SOPORTE: B/N.

FORMATO: Rectangular,
normativo.

IMAGEN: Vertical.

ÓPTICA: Angular.

TIEMPO DE POSE: Pose.

LUZ: Difusa, artificial (?).

ENFOQUE DEL TEMA: Plano general

ESTRUCTURA FORMAL: Escena/retrato.

World Press Photo del Año 2002**Análisis denotativo****AUTOR: Eric Grigorian**

INFORMACIÓN ELEMENTAL:

Soldados y grupos de hombres cavaban tumbas para víctimas en Irán en el año 2002. Un niño sostiene los pantalones de su padre muerto acurrucado donde va a ser enterrado.

COMPONENTES DE LA IMAGEN:

Grupo de hombres enterrando cuerpos en grandes fosas, dentro del cual destaca un niño, acurrucado junto a una de las tumbas.

**Análisis morfológico**

SOPORTE: B/N.

FORMATO: Rectangular,
normativo.

IMAGEN: Horizontal.

ÓPTICA: Normal/Gran angular.

TIEMPO DE POSE: Instantáneo.

LUZ: Día, natural.

ENFOQUE DEL TEMA: Plano general.

ESTRUCTURA FORMAL: Escena.

World Press Photo del Año 2003



Análisis Denotativo

AUTOR: Jean-Marc Bouju

INFORMACIÓN ELEMENTAL: Un hombre iraquí con la cabeza cubierta por una bolsa negra, abraza a su hijo de cuatro años en un campo de prisioneros de guerra, capturados por las tropas estadounidenses, en el sur de Irak, el 31 de marzo de 2003.

El hombre lleva la cabeza cubierta con una bolsa que le han levantado en un extremo para que pueda hablar a su hijo.

COMPONENTES DE LA IMAGEN: La composición centra su atención en las figuras del padre y del hijo, tras una alambrada que delimita el campo de prisioneros. Están sentados en el suelo. El padre abraza al niño.

Análisis morfológico

SOPORTE: Color.

FORMATO: Rectangular, normativo.

IMAGEN: Horizontal

ÓPTICA: Teleobjetivo/normal.

TIEMPO DE POSE: Instantánea/pose.

LUZ: Día, natural.

ENFOQUE DEL TEMA: Plano general

ESTRUCTURA FORMAL: Escena/retrato.

CONCLUSIONES

Tras la realización del análisis morfológico y denotativo de las imágenes seleccionadas del certamen World Press Photo, hemos llegado a las siguientes conclusiones que pueden dar una idea aproximada de los rasgos formales y de las tendencias de las imágenes galardonadas con el World Press Photo del Año:

Conclusiones referentes al contenido de las imágenes

1. *Autores*: Todas las fotos están realizadas por fotógrafos que trabajan para medios de prestigio o agencias de prensa occidentales, con la excepción de la fotografía realizada en Argelia en 1997, que fue tomada por un fotógrafo anónimo, aunque distribuida por una agencia de medios francesa.

2. *Información/temática*: Todas las imágenes muestran a seres llenos de dolor, en circunstancias dramáticas, en zonas de conflicto o guerra, lo cual no es de extrañar ya que estamos ante fotografía de prensa y las noticias positivas lamentablemente no abundan en los medios.

3. *Componentes de la imagen*: En la mayor parte de las imágenes se fotografía a niños para acentuar el dramatismo y la repercusión de los acontecimientos en seres inocentes, bien sea el niño que aparece junto a su padre preso por las tropas norteamericanas en la guerra de Irak; el niño acurrucado junto a la zanja donde van a enterrar a su padre en Irán; los niños de una humilde familia mexicana; el niño de tan sólo un año de edad, enterrado por una familia de refugiados en Pakistán; los niños mutilados y enloquecidos tras tremendas experiencias en la guerra; el niño que, asomado a la ventana posterior de un autobús, muestra con su expresión la soledad y el terror de la guerra de Chechenia o el chico (casi niño) torturado en Ruanda, tras los enfrentamientos étnicos y tribales entre hutus y tutsis.

En segundo lugar, son las mujeres las que ocupan el centro de atención de las fotografías, también como seres inocentes que padecen el dolor y la tragedia de la guerra. En las imágenes se les puede ver como únicas sustentadoras de la familia, o sufriendo el dolor de la pérdida de sus seres queridos con el rostro desencajado y desolado o totalmente aisladas de la realidad, como la mujer-niña que sustenta un muñeco en sus brazos. Los hombres aparecen como acompañantes de otras figuras (en el caso de la primera fotografía en la que vemos al preso iraquí con su hijo de cinco años) o en el centro de la imagen, mirando directamente a cámara, pero la norma son las fotografías de niños o de mujeres. En ningún caso se trata de imágenes tradicionales de guerra en

las que aparezcan armas, militares o enfrentamientos, sino las consecuencias de la guerra en los más desfavorecidos y desprotegidos como son las mujeres y los niños.

Conclusiones referentes a la morfología de las imágenes

1. *Soporte de la imagen*: Se trata en su mayoría de fotografías en blanco y negro, que acentúan el dramatismo del tema elegido.

Como es sabido, en fotografía de prensa no se suele utilizar el color,²⁰⁸ si bien aquí hay tres fotografías en las que se ha elegido presentarlas en color; son éstas imágenes en las que aparecen más de una persona y en las que está presente la temática familiar: el padre con su hijo en Irak, la familia mejicana y la madre que ha perdido a su hijo junto a la mujer que la consuela.

2. *Formato*: Todas las imágenes tienen una ratio normativa (1:1,2 – 1:1,5), y también todas son rectangulares. Hemos de recordar que la gran mayoría de fotógrafos de prensa suele utilizar el formato de 35 mm, por lo que el resultado que se obtiene son fotos rectangulares a no ser que sean reencuadradas y cortadas. Formatos cuadrados (6 x 6) no son habituales.

3. *Imagen*: De las diez imágenes, tan sólo una de ellas es vertical, mientras que el resto son horizontales. Esto es así también por los usos y costumbres de la fotografía de prensa, en la que son más comunes las fotografías horizontales que las verticales debido a que son más sencillas de maquetar y de distribuir en las páginas del periódico o de la revista.

4. *Óptica*: Casi siempre se utilizan objetivos angulares con los que se pretende mostrar al sujeto en un contexto determinado y con los que se pueden fotografiar distintos términos, además de no llamar la aten-

208. No se suele utilizar el color en la publicación de las imágenes en la prensa diaria escrita por su alto coste de impresión, si bien sí se suelen hacer las fotos en color, aunque luego se publiquen en blanco y negro. También se utiliza frecuentemente el color en publicaciones periódicas.

ción con enormes teleobjetivos que no son fácilmente transportables y que pueden «asustar» a las personas que se fotografía.

5. *Tiempo de pose*: La mayoría son instantáneas ya que hemos de pensar que no han sido «preparadas». Hay algunas que conocemos que han sido posadas o que los sujetos han sido advertidos de que iban a ser fotografiados, perdiendo en esos casos, desde nuestro punto de vista, su función puramente informativa.

6. *Luz*: Se trata de luz día y natural en todos los casos con la única duda de la fotografía del niño muerto, que puede que sea artificial o natural.

7. *Enfoque del tema*: Casi todas las fotografías son planos generales o planos medios. Sólo en uno de los casos se trata de un plano medio corto. Con el empleo de los planos generales se pretende mostrar al individuo en el entorno, en una situación determinada, mientras que los planos medios son útiles para mostrar la desoladora situación de los fotografiados: expresiones y gestos de dolor y angustia, miradas, etc. En algunas de ellas, los fotógrafos adoptan puntos de vista picados, pensamos que para «hundir» aún más a los personajes y mostrar así mayor dramatismo (por ejemplo el caso anterior del entierro del niño que es casi un punto de vista cenital).

8. *Estructura formal*: Las imágenes ganadoras son normalmente escenas o retratos que recogen de un modo instantáneo una situación, un gesto, una mirada.

BIBLIOGRAFÍA

Anuario World Press Photo 1997, Madrid, Ed. Omnicón.

BAEZA, Pepe (2001): *Por una función crítica de la fotografía de prensa*, Barcelona, Editorial Gustavo Gili,.

DEL VALLE, Félix (1993), «El análisis documental de la fotografía», en *Cuadernos de documentación multimedia*, nº 2, junio.

MAYES, Stephen (ed.) (1995): *Espejo crítico: los 40 años de World Press Photo*, Madrid, Omnicon.

World Press Photo [en línea]: www.worldpressphoto.nl

SOUGEZ, Marie-Loup (1994): *Historia de la fotografía*, Madrid, Cátedra.

EL AUTORRETRATO DEL PUBLICITARIO EN PRENSA ESPECIALIZADA

LORENA LÓPEZ FONT
Universitat Jaume I, Castellón

INTRODUCCIÓN

Intención general de la comunicación

La presente comunicación pretende analizar la visión que el publicitario tiene de sí mismo, y la evolución que ha experimentado en la pasada década de los 90, a través de la mirada de sus fotografías en prensa especializada en el sector de la comunicación publicitaria. Todas las reflexiones y conclusiones de esta comunicación representan la revisión y ampliación de una de las conclusiones de la investigación titulada «Estudio evolutivo de los discursos del sector profesional de la comunicación publicitaria emitidos en prensa especializada, 1990-2002», desarrollada y defendida por quien firma en la Universitat Jaume I de Castellón el pasado 2002.

Las revistas sobre, y especializadas en, publicidad son en la actualidad paradigma de una estructura peculiar propia del sector, estructura híbrida y multidisciplinar, estructura desestructurada como elemento innato de la propia epistemología del sector de la publicidad.

El publicitario, como agente protagonista de la creación de mensajes, ha experimentado un cambio radical a partir sobre todo de mediados de los noventa, cambio en diversos sentidos, sensible de ser decodificado a través de la mirada de las fotografías de los profesionales y de los equipos de las agencias de publicidad en el citado soporte.

La comunicación tratará de aportar qué dimensión quiere alcanzar el publicitario como profesional en su propio sector, a través de sus propios canales de información y a través del elemento más evidenciador de lo intangible, la fotografía de sí mismo.

El publicitario es un profesional cuya capacitación dinámica hace que su perfil difiera en gran medida con el paso del tiempo y con su especialidad. La prensa especializada en publicidad se hace eco de este dinamismo y dedica una importante cantidad de páginas a informar y reflexionar sobre el estado de la cuestión de las principales agencias y profesionales del país. Para ello recurre a la fotografía como elemento objetivo y subjetivo de ofrecer información adicional sobre cómo es y cómo funciona la agencia o el publicitario protagonista de esa información. El objeto de estudio de esta comunicación será la evolución de esas fotografías en la década de los noventa a través de una mirada decodificadora.

Concepto de «discurso» y su relación con las fotografías analizadas

El título de la comunicación elige la palabra «autorretrato» no desde la definición popular ni desde sus matices más desconocidos en el mundo de la fotografía, sino con un sentido metafórico que hace referencia a la aparición gráfica-humana de la apariencia del publicitario a través de retratos, en un soporte dirigido sólo a publicitarios. Las fotografías que nos interesan son fotografías de publicitarios colocadas en un soporte dirigido a, y por tanto mayoritariamente visto por, otros publicitarios.

Dentro del marco de esta comunicación, concebimos el concepto «discurso» como todo aquel elemento que sea transmisor y constructor de conocimiento específico del sector de la comunicación publicitaria. Si nos referimos a la información publicada en prensa especializada en publicidad, podemos estudiar varios discursos paralelos que generan y transmiten conocimiento sobre el sector.

Así, el primer análisis discursivo es sin duda el análisis lingüístico, las palabras puras que conforman los mensajes publicados. Son pues, palabras convertidas en signos y «palabras-signos» representativas de evoluciones epistemológicas. Pero a ese discurso puro, tradicional y desnudo, le envuelven otros discursos que refuerzan, añaden o ponen en duda el conocimiento que se deduce del primer análisis. Nuestro objeto de estudio para esta comunicación se incluye como parte de «estos segundos discursos».

Es el profesor Juan Benavides (2001: 41) quien mejor defiende y define actualmente el concepto «discurso» dentro del marco de la investigación de la comunicación:

La noción de discurso que más interesa es la que identifica el discurso con el dominio general de los enunciados y entiende su estructura interna como un conjunto de reglas que se relacionan con los comportamientos de los hablantes.

Queremos entender «esa» fotografía del publicitario en prensa especializada de la década pasada como parte del «discurso» analizado que se relaciona directamente con su comportamiento profesional. Así, la evolución fotográfica que llama nuestra atención es evolución de un determinado tipo de discurso. La fotografía analizada es discurso.

La fotografía será pues un tipo de discurso que nos ayuda a decodificar los matices latentes de la epistemología actual de la publicidad, representada por la persona que la ejerce profesionalmente, el publicitario, y tangibilizada instantáneamente en una fotografía.

Pseudoprofesión, estereotipos y polisemia; su relación con las fotografías a analizar

El ejercicio profesional de la publicidad fue y ha sido propiedad de múltiples y diversos campos profesionales hasta que ahora, el esfuerzo académico y del propio sector, empieza a filtrar, gracias a la formación superior universitaria, profesionales con la autoridad suficiente de concebir proyectos de comunicación de una manera completa.

Hasta que en 1976 salían al mercado laboral los primeros licenciados en Publicidad y Relaciones Públicas, procedentes de la Universidad Complutense de Madrid, la publicidad en España y fuera de ella, ha sido «propiedad profesional» de todo aquél que quisiera intentarlo, por ese motivo esta profesión ha sufrido la lacra terrible de la confusión de concebir la parte por el todo. Trabajos de diseño, de imprenta, de estudios de mercado, de producción, de audiovisuales, de organización de

eventos... todo era publicidad y todos éramos publicitarios, y si no lo éramos, podíamos serlo dando de alta una empresa de «expertos en comunicación, le proporcionarán el mejor logotipo».

Este caos, esta no existencia de profesiograma, ha desembocado externamente en un caos para el propio cliente, e internamente en que la «verdadera» profesión ha tenido que parar, respirar, ver lo que sucedía a su alrededor y empezar a poner orden. En primer lugar, la pseudoprofesionalidad impidió durante años que el sector encontrara sus propias orientaciones epistemológicas por el simple hecho de que la profesión no podía encontrar perfiles propios como consecuencia de la dispersión. Y por otro lado la falsa profesionalidad del sector, inventó y desarrolló estereotipos profesionales exagerados y desnaturalizados.

La pseudoprofesión propinó también importantes problemas de polisemia que todavía hoy arrastra el sector. Como una gran torre de Babel, cuando en los ochenta la profesión empezó a ser cada vez más compleja, cada cual en publicidad empezó a hablar como le vino en gana, cada profesional adoptó los términos que consideró para bautizar conceptos al azar. Así, una polisemia negativa ha invadido el sector de la comunicación publicitaria hasta ayer.

A partir de los noventa empiezan a nacer trabajos e investigaciones de académicos y profesionales con el objetivo de organizar primero epistemologías del sector y, en segundo lugar, ordenar errores polisémicos culpables del caos y de parte de la ineficacia profesional. Esta intención se traduce en el discurso profesional investigado a finales de los noventa y principios del nuevo siglo, a través del cual, ahora sí, son los profesionales los que también quieren terminar con argumentaciones disparas, amparadas bajo un mismo término.

La polisemia ha ido provocando nudos de ineficacia, y el propio sector profesional ha empezado a deshacer nudos polisémicos y ha iniciado la marcha hacia los orígenes metodológicos y terminológicos de la profesión.

En la evolución discursiva de las fotografías de los publicitarios en esos años, se puede descubrir cómo es esa parte del sector que se autoestereotipó a finales de los ochenta, y cómo empezó a nacer esa nueva generación de publicitarios que exigieron la reflexión para el sector.

VARIABLES GENERALES DE LA EVOLUCIÓN DEL DISCURSO ESTUDIADO

A continuación se muestran las variables más generalistas y comunes de la evolución del discurso desde un análisis lingüístico clásico. Estas variables aparecen general y diacrónicamente en el tiempo (1990-2002) en todas las revistas especializadas investigadas entre las que destacan *Control*, *Anuncios*, *Ipmark* y *Estrategias*.

Las siguientes variables son sensibles de ser traducidas al campo del discurso visual, así, aunque se concluyen desde el análisis del lenguaje escrito, quedan perfectamente reforzadas con la evolución del discurso visual correspondiente:

Aumento y asentamiento proporcional de la madurez positiva del discurso como consecuencia del paso del tiempo

La descripción general de la situación discursiva de la muestra seleccionada es que se trata de un discurso dinámico y dinamizador. Dinámico porque desde 1990 hasta hoy el discurso de la prensa especializada en comunicación publicitaria ha sufrido una notable evolución, se deduce pues que se trata de un discurso NO estancado en el tiempo. Y dinamizador porque se deduce que la vocación del discurso investigado tiende a mantener una dinámica de cambio, por lo menos, en el medio plazo.

Evolución conceptual de los agentes de la comunicación publicitaria

Anunciante

El significado de la palabra «anunciante» ha sufrido una de las más potentes evoluciones desde 1990, hasta el punto de que la concepción para el sector publicitario de anunciante igual a cliente pierde toda su fuerza a favor de otros términos. De todos modos, «anunciante» como palabra mantiene toda su vigencia, y la evolución discursiva sobre su

modificación conceptual se visualiza a través de matizaciones con expresiones como anunciante igual a socio. Con la situación anterior, resulta obvio describir que el colofón discursivo respecto al anunciante implica el no tratarle como cliente sino como copartícipe de la comunicación publicitaria.

Agencia

Con el paso de los años pertenecientes a la década investigada, la palabra «agencia» empieza a competir y convivir con la expresión «grupo de comunicación», que suele abarcar en forma de múltiples empresas un conjunto de servicios especializados de comunicación agrupados bajo una misma filosofía de actuación.

Como si de una segunda definición de agencia se tratara, existe a la vez otra perspectiva deducida de la evolución del discurso respecto al término «agencia de publicidad». Se trata de los mitos y estereotipos sobre la agencia ofrecidos por la prensa especializada a partir de 1990, matices del término que van más allá de su definición literal como tipo determinado de empresa de servicios.

Entre 1990 y 1993, más que empresas de servicios de comunicación, las agencias son tratadas en prensa especializada, con desmesura, a modo de «fabricantes de creatividad» utilizando variables como la «fama» para posicionarlas dentro del sector. Frases como que determinado profesional ha pasado por las agencias más «famosas», es una expresión común en estos años. El discurso ha evolucionado de una contención fría y positiva, hacia una definición más objetiva y sincera de la realidad empresarial del sector de la comunicación.

Publicitario/a

El discurso referido al profesional y el emitido por él mismo entre 1990 y 1995, manifiesta y redundante explícitamente sobre la necesidad de abarcar comunicación como concepto antes que publicidad, en este sentido son comunes frases al estilo de la publicidad es sólo una pequeña

parte de la comunicación. Los publicitarios a principios de los noventa intentan «aclarar» la intersección publicidad-comunicación sin una profundización extrema, más bien se presentan argumentos en contextos superficiales y esnobs. Hacia el año 2000 agencias y anunciantes han evolucionado hacia un discurso bidireccional caliente, sincero y de exigencia y han abandonado discursos postizos y esnobistas propios de los ochenta.

Consumidor, target, público objetivo

Es destacable el fuerte contraste conceptual del término *target*, traducido de la diferencia de discurso entre principios de los noventa y hoy. Hacia el año 2000 encontramos un consumidor tratado con mucha más sofisticación que a principios de los noventa.

Iniciada la última década del siglo XX, las publicaciones en las presentaciones de campañas, acotaban el *target* de las mismas manteniendo argumentos tradicionales de división por edad, sexo, posición socioeconómica etc. Conforme la década ha avanzado, el discurso ha tendido a llenar de matices y a desnudar conceptualmente al receptor de la publicidad. El discurso ha pasado de dibujar un consumidor cuadrulado y acotado por características concretas y finitas, a esbozar un consumidor sensible a la saturación publicitaria, por culpa de la cual, no puede recibir efectivamente mensajes bien elaborados. Un consumidor que permanece alerta al cumplimiento de las normas establecidas y que no es ajeno a la importancia de la autorregulación ante el desorden legislativo vigente.

Superación discursiva a favor de la eficacia de la metodología

En el establecimiento de qué tipo de método o métodos de trabajo son los más eficaces en comunicación, es probablemente donde mayor desconcierto y desorden se encuentre en la evolución discursiva. Ahora bien, lo que sí se deduce del trabajo de campo es la reivindicación progresiva de la búsqueda de una nueva metodología, aunque en la muestra investigada no aparezca ningún ejemplo significativo de la misma.

La tendencia discursiva al respecto ha sido el progresivo aumento de una actitud crítica hacia la desmesura e ineficacia de ciertos aspectos tradicionales del trabajo profesional que tienen que ser revisados. Así, si a principios de la década de los noventa el discurso giraba sobre métodos asumidos y santificados por los profesionales, la tendencia actual es la reafirmación de que hoy es un momento fronterizo también, para la concreción del «proceso» de trabajo de la comunicación publicitaria.

Evolución del formato de la información como desarrollo del discurso. La década circular, crisis-reflexión-crisis

La evolución del formato periodístico en que la información ha sido presentada a lo largo de la década también ha significado un indicador de la evolución del discurso. Con el paso de la década la prensa especializada dedica más páginas a información reposada. Se produce un aumento de las entrevistas en profundidad y de artículos amplios de análisis y reflexión, dedicados incluso a cuestiones epistemológicas sobre concepciones complejas previas a la puesta en marcha de acciones de comunicación. A principios de la década la información ofrecida es mucho más breve y concisa, con un tono más periodístico, objetivo, y visual, en el que se reserva más espacio a la fotografía o ilustración. Por el año 2000 las fotografías son de menor tamaño pero con información menos estridente, menos llamativa, menos gratuita y más caliente, más sugerente, más enriquecedora.

El formato informativo también ha quedado supeditado a la situación circular de la década estudiada, crisis-reflexión-crisis. Al inicio de la década, sobre todo entre 1990-1993, la información sobre la crisis del sector ocupa una parte sustancial de las páginas estudiadas, concretamente el desconcierto de las televisiones frente a la contracción del mercado publicitario a principios de los noventa hace que el discurso se vuelva necesariamente empresarial y económico, es decir, más coyuntural que profesional. La vuelta de las aguas a su cauce hacia 1997-98 motiva el cambio de talante de la información y la tendencia a artículos con talante más reflexivo.

Del discurso frío al discurso caliente

Como colofón de las descripciones más generales del trabajo de campo, se presenta la característica evolutiva del paso de un discurso «frío» a un discurso «caliente». Se toma esta terminología del lenguaje mediático, televisión como medio frío y radio como medio caliente.

La prensa especializada en comunicación publicitaria hoy, experimenta desde la sutilidad discursiva una evolución hacia el «descolgamiento» de lo profesional. Descolgamiento entendido en este contexto como la intención de presentar a la publicidad con discursos y tonos mucho más suavizados respecto principios de los noventa.

La simpleza y claridad hacia la cercanía en la información investigada, es directamente proporcional al paso de los años de esta década. El publicitario se «desnuda» cuando se fotografía, cuando se le entrevista y cuando ofrece información sobre el sector. Existe una profunda intención de eliminar falsos mitos y estereotipos alrededor de «publicidad». A principios de los noventa, las publicaciones profesionales estudiadas pretenden enseñar un perfil muy determinado asociado a conceptos de vanguardia, modernidad, engrandecimiento... mientras que hacia el año 2000 este talante de hipérbole se relaja en todos los sentidos. Información tanto escrita como visual, se emite con discursos más empáticos.

La prensa especializada ha eliminado progresivamente de su discurso cierta grandilocuencia estereotipada y fría sobre el ejercicio profesional de la publicidad y sobre los publicitarios. Existe en el discurso profesional actual una intencionalidad de ofrecer información «caliente», información menos estructural y más visceral sobre la profesión. Sin abandonar la información profesional, ésta se ve reforzada y/o completada por discursos coyunturales con el objetivo de humanizar, suavizar y desnudar contenidos.

MATICES IMPORTANTES DE LAS VARIABLES ANTERIORES

Si bien las anteriores variables suponían las conclusiones más generalistas de la investigación, cabía encontrar matices menos generales pero igualmente presentes y fundamentales en el discurso investigado. Esos matices representaban discursos no objetivos ni evidentes, sino discursos latentes e implícitos pero absolutamente necesarios para comprender la evolución del discurso que se pretende dibujar. Es en esos matices donde encontramos la importancia de la evolución de la fotografía del publicitario en prensa especializada. Los enumeramos a continuación, desarrollando sólo aquél que nos interesa para el marco de este congreso:

- Discursos paradójicos constantes. Por un lado el discurso se abre cada vez más a temas sociales y sociológicos relacionados con la publicidad, pero por otro lado la prensa especializada se esfuerza en reforzar autodiscursos y en seguir creando estereotipos sobre la profesión.
- Evolución del discurso visual a través de la fotografía del publicitario. Desarrollamos este matiz en el punto 4.
- Convivencia del *marketing* y la «comunicación». Este matiz ejemplifica los problemas polisémicos del sector que en prensa especializada se tratan ambos como sinónimos.
- La reina del discurso, la «creatividad». A pesar de la importancia de otros conceptos profesionales como la estrategia, la planificación de medios, etc. la palabra «creatividad» sigue siendo buque insignia de la información aparecida en prensa especializada; a pesar del esfuerzo, el resto de especialidades no alcanzan el trato ofrecido a la creatividad.

EL AUTORRETRATO DEL PUBLICITARIO EN PRENSA ESPECIALIZADA. ANÁLISIS DE FOTOGRAFÍAS DE PUBLICITARIOS

La presente comunicación en el marco de este congreso, ofrece la posibilidad de profundizar en un matiz que se vislumbró a lo largo de la investigación de referencia citada anteriormente. Se trata de lo que denominamos observación de la «autoinformación visual» o el «autodiscurso visual». Un trabajo de investigación del discurso visual a través de la fotografía del publicitario como reforzador de las conclusiones de la evolución del discurso verbal.

El resultado ha sido una importante aportación a la evolución del discurso estudiado por las notables modificaciones visuales entre las diversas connotaciones fotográficas del sector aparecidas en medios especializados a lo largo de los años. Así pues, se justifica esta aportación por la connotación que ello conlleva, unido a la intencionalidad de dichas imágenes de reforzar o modificar la propia imagen corporativa del sector, sobretodo del publicitario/a.

El inicio de los noventa arrastró consigo el esnobismo tópico de los ejecutivos de los ochenta, que pronto se asoció a las profesiones de la comunicación publicitaria y se mantuvo con fuerza hasta 1995. Las fotografías de agencia y de los profesionales en estos años destacan por sus exageradas connotaciones de posicionamiento profesional altivo. Desde la indumentaria, la postura física y la mirada trasladan al lector a altos ambientes «americanizados» de trabajo.

El discurso visual de esta época, estudiado desde la perspectiva histórica del paso de los años, podría calificarse de exagerado, frío y postizo amaneramiento que pronto caería en el estereotipo. Como ejemplo, la fotografía nº1 que se presenta en el anexo. Corresponde a la revista *Ipmark*, número 405 de 1993, página 8, se trata de una nueva agencia creada por publicitarios españoles a principios de la década pasada. En ella se cumplen los rasgos discursivos propios de la primera mitad de la década de los noventa ya mencionados. El equipo mira rotundamente a cámara, posa explícitamente en forma de triángulo y la fotografía se realiza en un estudio con el objetivo de presentar-se al sector.

Desde la segunda mitad de la década hasta el año 2000 el profesional va rompiendo progresivamente el estereotipo visual al igual que el discurso informativo va volviéndose más caliente, ello se plasma pues, no sólo en la información publicada sino también en la manera de presentar a la agencia y al publicitario/a a través de la fotografía. Resulta interesante ver la evolución de la fotografía de una misma persona del año 1993 al año 2002, se trata de las fotografías nº2 en *Ipmark*, número 404 de 1993, página 6 y número 3 en *Estrategias*, número 109 de 2002, página 21, en las que contemplamos a Francisco José González, publicitario de reconocido prestigio. Vemos que la fotografía nº 2 es explícita y directa, la cámara evidencia su presencia y reclama la mirada del fotografiado quien la ofrece con intencionalidad, mientras que el mismo publicitario casi diez años después se nos ofrece en la fotografía nº 3 con mayor serenidad y complicidad profesional ante el potencial publicitario-lector de la publicación. La fotografía nº 3 refuerza la evolución discursiva citada al morir la década de los noventa.

A finales de la década y a partir del año 2000 son significativas las fotografías colectivas, de grupo, donde aparece el equipo humano de la agencia, con fuertes connotaciones de complicidad, de unidad. Fotografías elaboradas con ejes comunicativos calientes y distendidos pero que nos permiten intentar adivinar los formatos actitudinales hacia la publicidad que hay detrás de cada grupo. Como ejemplo, en el anexo, las fotografías nº 4, nº 5 y nº 6 procedentes en este caso de una publicación que no pertenece a la muestra, revista *Elle*, número 182 de 2002, páginas 136-144, pero que se considera de especial interés para esta comunicación por tratarse de tres agencias de publicidad importantes de este país, tratadas fotográficamente con la mirada justa que determina la investigación de referencia.

En el caso de fotografías individuales donde el protagonista es el profesional, la evolución discursiva es muy potente, con grandes modificaciones de enfoque, donde la indumentaria y/o la ubicación pierden importancia para adquirirla la actitud de la persona fotografiada desde intenciones comunicativas mucho más calientes, con connotaciones esta vez de características alejadas de conceptos puramente empresariales y cercanas a adjetivos más humanistas como humildad, empatía, in-

cluso pudor. Es el caso de las fotografías nº 7, *Estrategias*, número 103 de 2002, página 5 y número 8, *Control*, número 473 de 2002, página 6, destacando que ésta última es la fotografía de un consejero delegado que jamás se hubiera tomado de esa forma a principios de los noventa.

La fotografía del publicitario en prensa especializada en publicidad, a lo largo de la década de los noventa y a principios del siglo XXI, es capaz de mostrar, describir, reforzar e incluso comunicar por sí misma la superación en el tiempo del ejercicio profesional. De alguna manera la fotografía del publicitario colabora en la creación y destrucción de estereotipos, en esta profesión que peca de mitificar características reales e irreales del mundo de la publicidad. En conclusión, el publicitario fotografiado parece contar y defender *su* visión del ejercicio profesional en el momento en que le ha tocado ejercer. Así cualquier colega, ante una sucesión de fotografías correlativas de publicitarios de esta época, sería capaz de entender a su vez, la evolución de la identidad de la publicidad en este país.

ANEXO. REFERENCIAS FOTOGRÁFICAS

Holemans & Jordán y Dina-4 se fusionan



Apesaran en la foto, de izquierda a derecha, Salvador Parera, Carlos Holemans, Carlos Jordán y Pat Hernández. Las agencias Dina-4 y Holemans & Jordán han decidido concentrar sus actividades con la formación de una única compañía. La agencia resultante de la fusión se denomina Dina-4. Holemans & Jordán e incorporará todo el personal y clientes de ambas. El equipo directivo está formado por Pat Hernández, director general; Carlos Jordán, planificador estratégico; Carlos Holemans, director creativo, y Salvador Parera, director financiero. Dina-4 Holemans & Jordán tiene su sede en las nuevas instalaciones de Dina-4. Disponible: 429, 5.ª planta. Tel. 93 200 29 99. Dina-4 llevaba ocho años operando en el mercado de Comunicación.

Francisco José González, Guimaraes y Bendelac, jurados en Cannes



Francisco J. González.

Francisco José González y Fernando Guimaraes, en cine/televisión, y Stanley Bendelac, en el apartado de prensa gráfica, serán los representantes españoles en el próximo festival de publicidad de Cannes, según ha confirmado la oficina de Sawa en Londres. Francisco José González, de 43 años, es presidente



Stanley Bendelac.

de Grey España. Inició su actividad en Publinova, agencia en la que pasó por todos los puestos desde redactor hasta director. En 1981 se incorporó a Grey, donde ha permanecido hasta ahora. Fernando Guimaraes ocupa en la actualidad el cargo de director creativo de Pongiluppi & Guimaraes, agencia



Fernando Guimaraes.

que formó junto con Miguel Pongiluppi tras la salida de éste de Bassat y Guimaraes de Target. Por su parte, Stanley Bendelac ocupa el cargo de presidente del Grupo BSB en España y vicepresidente de BSB Europa. Bendelac ha sido el encargado de montar toda la estructura de BSB en España.

Fotografía nº 2



La nueva agencia que está poniendo en marcha Francisco José González se denominará Gap Spain y tendrá un marcado perfil interactivo y relacional.

Fotografía nº 3



Agencia SAATCHI & SAATCHI Campaña E-BANKINTER



La idea La forma de trabajar de e-bankinter era diferente a los otros bancos en el momento. Una actividad te daba el poder era el cliente y no el banco el que ponía el tipo de interés. Esa es la gran revolución de este producto y solo tenemos que encontrar la forma más sencilla de comunicarlo. Y así surgió la idea del cambio de proceso, que fuera la persona quien sabiera al coche y no al nivel. Los beneficios Primeros, el producto en sí. El cliente tardó más de una hora en explicarnos cómo funcionan los autobuses de depósito. Era complicado. Cuando logramos comprenderlo, teníamos que hacer lo mismo: comunicarlo, pero disponíamos de solo 20 segundos. Así que el segundo problema era eso: había que contar las situaciones en muy pocos planes. La intención Decidimos cambiar de coche a última hora. El primero que elegimos fue un BMW, pero pensamos que sería demasiado reconocible y la gente pensaría que era un anuncio de automóviles. Además, si te fijas bien, en el último plano del spot hay un plano volante... La realidad está ahí fuera.

Fotografía nº 4



De izquierda a derecha:
Gloria Rodríguez,
Jasmin Haysos,
Cristina Pascual y
Eva Rodríguez




Agencia: MACCANN-ERICKSON
Campaña: MITSUBISHI

La idea
Decidimos huir del sol y recurrir a un calor más emocional. Encontrar ejemplos era una cosa más o menos fácil, pero, en un momento dado, ese calor debía convertirse en frío. Y ahí se complicaba la historia. Surgió la idea de una cálida carta de amor que al llegar a su destino sorprende a quien la recibe por su frialdad. Y el motivo de esa frialdad es un aparato de aire acondicionado.

Las dificultades
El beneficio del producto era difícil de explicar. Además, a

la hora de producir, el problema fue encontrar un lugar donde pudiésemos rodar la parte en la que la chica escribe la carta. Ella está en un país lejano con mucho calor y necesitábamos un sitio que, arquitectónicamente, no pareciera Barcelona.

La anécdota
La modelo no escribía las frases que aparecen en el anuncio, sino que lo hacía una especialista en caligrafía. En algún momento, alguien cogió la hoja y era curioso leer lo que la chica pensaba mientras estábamos rodando.

Fotografía nº 5



De izquierda a derecha:
Fernando Calero,
Amador Aguado,
Vicente Arribas,
Cristina Torres,
Rita y César García

Agencia: SRA. RUSHMORE **Campaña:** VIVA TOURS

La idea
Nuestro cliente deseaba hacer una campaña de verano que no sólo hablase de las ofertas puntuales, sino también de fiabilidad y garantía. Vacaciones sin riesgos, por ahí decidimos que vivan los tiros. Pensando en qué situaciones de peligro podría haber en una playa, nos acordamos de las típicas demostraciones a bordo y pillamos de aquí no pasa nada de los políticos. Entre ellas, la famosa de Manuel Fraga en Palomares. ¿Qué ocurriría si el político en cuestión se asusta y no quiere correr el riesgo? Nos pareció divertido, y un paralelismo perfecto.

Las dificultades
Los presupuestos con los que solemos contar no son muy elevados. Por eso, es imprescindible hacer spots impactantes. Con una vez que se vean, deben conseguir tanto efecto como otros con diez veces el primer time.

La anécdota
El rodaje fue un show. Los bañistas que pasaban el día tranquilamente en la playa de Gavà, en Barcelona, no daban crédito a lo que veían. Nos reímos mucho. Luego, en postproducción, se trató de imitar. El resultado es un surrealista No-Do que quien lo ve, como mínimo, sonríe.




Fotografía nº 6

Iberia, Pegasus, Lufthansa, Zeta, Mango, Fagor, BPA y BSCB son, por citar algunos, las empresas que se han beneficiado de este tipo de acciones. Pero también se ha visto involucrada en este tipo de acciones que ha estado la sede centralizada entre las 1 más reconocidas en el continente.

Hernández, director de RTA Claritas E.



Desde Hernández en la compañía de RTA Claritas España como director general. Con una amplia experiencia en sectores financieros e seguros, viene procedente de Citigroup Seguros, donde era director de marketing. Actualmente, ha creado en Direct Seguros y CCAA, Adema, que han creado cinco más en Estados Unidos en empresas como National Liberty y Union Indemnity.

Uriarte, consejero delegado de MRM P.



Uriarte en el momento de su nombramiento como consejero delegado del holding MRM Partners (McCasen, Kantar y Maritz Marketing), formado por las acciones de marketing relacional del Grupo McCasen en España, MRM Director, MRM Casen, MRM Director, MRM Casen, MRM Director, MRM Casen. Uriarte dice al respecto de definir y observar el proceso de consolidación de la actividad de marketing relacional del Cas-

teno McCasen. Desde su nuevo puesto, reportará al presidente del Grupo en España, Félix Yanes y acompañará entre tanto con su participación en el Consejo de Dirección del Grupo McCasen.

Nueva herramienta de marketing directo

Albino España, empresa que genera la compañía Travel Club, y V&B, empresa especializada en el desarrollo y análisis de aplicaciones de reconocimiento de voz, han presentado una nueva herramienta de marketing directo. La encuesta realizada por reconocimiento de voz, Travel Club ofrece mediante el sistema para conocer mejor sus hábitos de consumo y de sus necesidades por sus socios. Han sido capaces de responder a una encuesta por correo, por teléfono y por Internet. Hasta ahora, Travel Club utilizaba el canal telefónico para sus campañas pero ahora se incorpora por un canal online para introducir en dicho canal de sistema de voz multilingüe y el envío de datos de contacto hablado, sin necesidad de claves ni códigos, sólo mediante las respuestas y las introducción automática en la base de datos, permitiendo su análisis en tiempo real.

Parra, director de las Master Choice



Parra Valcarlos ha sido nombrado nuevo director general de Master Choice, agencia de publicidad de servicios online y de marketing relacional. Se mantendrá como jefe de la dirección general de la agencia de comunicación y relaciones públicas Inbancas de Puerto. A lo largo de su trayectoria profesional, Parra ha desarrollado su actividad en diferentes empresas de comunicación, y actualmente trabaja en proyectos en la Universidad Complutense de Madrid.

Blitz, directora de cuentas en JWT



Blitz ha sido promovida a la categoría de directora de cuentas en J. Walter Thompson Madrid. Ha desarrollado su carrera en agencies como BBDO y L&L Leon Lemos. Se incorporó a JWT en enero de 2001 como senior account manager en el grupo. Cuenta con una amplia experiencia en las cuentas de Kellogg's, Gatorade L&V y Vichy Sanjoan.

Nueva agencia del sector salud

Una nueva agencia de comunicación ha sido creada por la compañía de publicidad de la salud, UbiMed en Barcelona, una nueva agencia está especializada en marketing relacional. Su equipo profesional y relaciones públicas. José María Hernández, CEO, B&B y TBWA, se ha situado al frente de la nueva compañía. Entre la cartera de clientes de Global Healthcare, Agronomía, Farmacia, Farmacia, Ferrero y Caribbi.

Telefónica se llamará Admira

Telefónica Media, filial del grupo, ha pasado a llamarse Admira tras la aprobación del Consejo de Administración de la compañía, a propuesta de Juan José Nerea, presidente ejecutivo de Telefónica Media. La nueva denominación alberga el contenido de Admira de competir con otros canales de televisión de pago. Admira, Admira avanzará como canalizador de los diversos contenidos del grupo.

Goodwill y sky point

Goodwill Comunicación ha firmado un acuerdo con sky point, operadora de telecomunicaciones de banda ancha, para gestionar la comunicación institucional de esta compañía. El acuerdo supone un convenio, fundamentalmente, en la gestión de la información de la empresa con los canales de comunicación.

ADM trabaja para

El estudio de mercado, realizado por el equipo de trabajo de la consultora holandesa Proton Pierre Buisson, ha analizado la cultura de la empresa holandesa ADM. La agencia se encargará de desarrollar el plan de comunicación de la marca y el desarrollo de los diferentes acciones para su posicionamiento en el mercado de los productos de consumo de alimentos.

Director creativo en Targeting




Antonio Corona se ha incorporado a Targeting en calidad de director creativo responsable de una nueva unidad de negocio coordinada e impulsada por los departamentos creativos de los estudios de Madrid y Barcelona. Procede de MRM Director, agencia perteneciente al Grupo McCasen, donde también ha trabajado durante dos años el puesto de director creativo. Actualmente trabaja en proyectos de marketing relacional en Design Machine, donde desempeña el mismo cargo.

BREVES

La empresa de comunicación social integral Uriarte & Uriarte Asociados ha recibido el premio de Best España, categoría de agencia, otorgado por el consejo de comunicación, entidad de investigación y gestión de imagen pública y relaciones de prensa.

Fotografía nº 7

GENERACIÓN TREINTA Y TANTOS



PACO RUIZ-NICOLI, CONSEJERO DELEGADO DEL GRUPO RUIZ-NICOLI

Tiene apenas 29 años—nació el 29 de diciembre de 1972—y acaba de alcanzar la cumbre. Hoy Paco Ruiz-Nicoli es el nuevo consejero delegado del Grupo Ruiz-Nicoli. Su trabajo creativo le avala. Puede presumir de tener más de 40 premios nacionales e internacionales y es además el único creativo español que ha sido capaz de ganar un León en publicidad convencional (1999) y en la publicidad on-line con un Cyber Lion en 2001. Y es que estamos ante un profesional 100% creativo pero también gestor, capaz de entender y trabajar con eficiencia los dos mundos que en principio separa la Red. De espíritu emprendedor, fue de los primeros en entender Internet y atreverse a crear dentro de una compañía convencional una división que ha roto moldes: Storm. Uno de los proyectos que, como él mismo reconoce, más satisfacciones le han ofrecido. Tanto que se atreve a calificarlo con toda probabilidad como "El mejor año de mi vida en publicidad", algo que no duda en reconocer que ha sido gracias a la gente con la que le ha tocado vivirlo. "Nunca he trabajado con un equipo tan exageradamente eficaz, profesional, creativo y simpático".

Fotografía nº 8

BIBLIOGRAFÍA

BENAVIDES, Juan (2001): *Dirección de Comunicación Empresarial e Institucional*, Barcelona, Gestión 2000.

LA PERVERSIÓN DE LOS CÓDIGOS DE REPRESENTACIÓN ICÓNICA EN LAS FOTOGRAFÍAS DE TORTURAS

FERNANDO REDONDO NEIRA

Universidad Santiago de Compostela

Si tuviéramos que referir a un contexto preciso cada una de las imágenes de la crueldad y el horror que, casi diariamente, ocupan espacios de los medios de comunicación, nos encontraríamos con algunas de las situaciones habituales de conflicto y violencia: víctimas de la guerra (cadáveres en el escenario de la lucha, heridos en un hospital); víctimas de atentados, de malos tratos domésticos, de delitos comunes; el hambre y el abandono en campos de refugiados... Son imágenes perfectamente codificadas en nuestro horizonte visual cotidiano. La fractura con este código se produce en las fotografías de torturas practicadas en la prisión iraquí de Abú-Grahib. El elemento extraño irrumpe, particularmente, en ese corpus fotográfico que nos presenta a torturadores sonrientes y satisfechos –y que la opinión pública mundial ha personificado en la figura de la soldado England– posando junto a individuos humillados.

La fotografía de aficionado, que, como es sabido, tanto ha favorecido la democratización de la producción visual, está íntimamente ligada a la sociedad del ocio y el turismo masivo. Se trata de ese modelo canónico de foto como apropiación del lugar visitado, como conservación de un recuerdo y también como testimonio del haber estado allí que luego se presenta a familiares y amigos. Éste es exactamente el modelo o género al que cabría adscribir, en un primer momento, las imágenes de Abú-Grahib.²⁰⁹ Y tam-

209. Una buena parte de las opiniones publicadas en la prensa sobre estas fotografías designan de un modo explícito el género fotográfico. A modo de ejemplo, cabe mencionar las afirmaciones de Muñoz Molina (2004): «Las han tomado los mismo militares no como testimonio de nada, sino como recuerdos para enviar a la familia, o para mantener viva la memoria y alimentar la nostalgia del servicio militar». Asimismo, en Ignacio Romanet (2004): «Torturar en nombre de la buena causa es una hazaña siniestra que merecía algunas fotos de recuerdo».

bién aquí emerge el principio de extrañeza que dota a esta serie fotográfica de una singularidad tal que provoca una fuerte atracción voyeurística en el espectador. Y si como han dicho los teóricos de la percepción, el observador percibe desde la memoria, desde la experiencia y desde las convenciones culturales del momento, se refuerza el efecto extrañeza provocado por el uso perverso de unos códigos fotográficos específicos.

Lo que hace altamente significativas estas imágenes desde el punto de vista del proceso comunicativo es la combinación de elementos esenciales de la fotografía, algunos de los cuales están presentes en su misma evolución como medio de registro visual, que dan lugar a imágenes que son, a la vez, crueles y familiares, repulsivas y cotidianas. Como aficionados sólo sabemos fotografiar en un único registro. Es la foto de recuerdo, la foto turística, la del viajero un tanto narcisista. Los teóricos que más han reflexionado sobre la imagen fotográfica (y, sobre todo, que más han sido citados), incidieron ya en la trayectoria común de turismo y fotografía. Susan Sontag mencionó la compulsión fotográfica, la transformación de la experiencia misma en una forma de visión, la documentación de actividades realizadas en ausencia de familiares y amigos y, como colofón, el carácter predatorio de la fotografía en relación con el turismo (Sontag, 1996: 19 y ss.). Roland Barthes, por su parte, alude al valor de constatación de la foto: «La cosa ha estado allí. Esta es la esencia misma de la fotografía, su noema». Y añade que el *amateur* es quien se encuentra más cerca del noema de la fotografía (Barthes, 1990: 136 y 139). Como fotógrafos, la estancia en Abú-Grahíb de los soldados norteamericanos se desarrolló bajo las modalidades descritas por Sontag y Barthes: fotógrafos aficionados en una visita turística.

Las imágenes del horror poseen ya un amplio recorrido que se inicia en la tradición pictórica. Desde las elaboradas formas de la crucifixión de Cristo y del martirio de los santos hasta los *Desastres de la guerra* de Goya, de quien hay que destacar el *Saturno devorando a uno de sus hijos*, referencia ineludible de la repulsión visual. Margarita Ledo nos recuerda la que está considerada como primera instantánea de muerte violenta institucionalizada: Thomas Howard, del *New York Daily News*, fotografió de un modo clandestino, y luego publicó, la ejecución en si-

Ila eléctrica de Ruth Snyder, acusada de matar a su marido (Ledo, 1998: 100-101). Entre Nueva York y Bagdad, el verdugo es el mismo. Sólo que aquella muerte era asumida, consentida e institucionalizada. Será Susan Sontag, en otro de sus libros, quien mencione lo que habría que considerar un antecedente de lo acontecido en la prisión iraquí. Una galería de Nueva York expuso en 2000 una muestra de fotografías de las décadas de 1890 a 1930 que muestran a las víctimas de linchamientos racistas en pequeñas ciudades de los Estados Unidos. También aquellas fotografías fueron realizadas como recuerdo (cabría preguntarse si no lo son todas) y transformadas en postales ilustradas. Lo inquietante, tanto o más que los cuerpos quemados, es la presencia complaciente del espectador: «moitas delas mostravam espectadores sorridentes, bons cidadãos que iam à igreja, como a maior parte deles devia ser, posando para a câmara, tendo em fumdo um corpo nu, queimado, mutilado, pendurado de uma árvore» (Sontag, 20003: 98).

De acuerdo con lo anterior, la extrañeza de la que partíamos queda relativizada al saber que no nos encontramos con algo totalmente novedoso. El análisis de la imagen fotográfica nos descubre una puesta en escena de la que emerge, de un modo ostensible, un sujeto de la enunciación que opera desde los postulados del modelo descrito de foto turística, es decir, la instantánea de un viaje a un lugar exótico, reforzando el valor de testimonio con la presencia en cuadro del turista-carcelero. El discurso visual se estructura en torno a dos focos de atención: de un lado, cuerpos torturados o cuerpos desnudos de individuos aterrorizados; de otro, la figura de uniforme, sonriente, complaciente, bromista. La provocación del horror se intensifica si tratamos de adivinar con cuál de las dos figuras humanas debe o puede identificarse el espectador. La atracción de la mirada se vuelca, en primer lugar, hacia la escena del horror, alimentada luego con la lectura del texto informativo anexo que describe, que trata de explicar aquello que se nos muestra y que incorpora un fuerte impacto emocional. Pero en las instantáneas de turista se activa también un marcado componente de experiencia vicaria. En ellas, como espectadores, la identificación se produce con el sujeto que posa junto al monumento, sujeto al que admiramos (o incluso envidiamos en

secreto) por haber estado en aquel lugar. En las imágenes de las torturas de Irak se nos invita a identificarnos con este mismo sujeto, que también posa, en algunas de las fotos, junto a una imitación de monumento si como tal podemos considerar las pirámides de presos. Se reproduce aquí la tradición de fotografiarse al lado del monumento, en este caso un singular grupo escultórico; singular como lo es, de un modo intrínseco, todo monumento. Por eso podemos afirmar que, como turistas y como aficionados, hacemos fotografías en un único registro.

La singularidad se manifiesta también en la necesidad de saber más acerca de lo que muestra la imagen. Será el pie de foto o el texto de la noticia la que nos informe del sentido sexual de tal pirámide-monumento. Y la información se extiende hasta el conocimiento de que la humillación sexual se sitúa en un lugar central en toda práctica de tortura, como lo demuestra el que se acostumbre a desnudar a los presos en los interrogatorios y, en este caso concreto, la actitud de la soldado Linda England.²¹⁰ Esto último, por si no lo sabíamos. Pero como sujetos-receptores de este corpus fotográfico, alcanzamos un conocimiento que ocupaba un lugar marginal, periférico, en la generalidad de nuestra experiencia cotidiana.

La perversión en la utilización de los códigos fotográficos no se detiene en esa invitación al espectador a que se identifique con el sujeto que practica la tortura y luego se exhibe impudicamente. Se parte de la constatación de que la fotografía de turista es, en efecto, un modo de certificar una experiencia; pero es también el testimonio del viajero y conocedor de otros mundos que busca mostrar a los otros esos mundos, esos lugares abiertos a la admiración y al deseo. La prisión, por el contrario, es por definición un espacio cerrado, no sólo para quienes permanecen dentro sino también para los que están fuera. Es un lugar vedado al ojo público, mantenido fuera de la vista porque allí se recluye todo lo que la sociedad desprecia, margina o niega. También por-

210. Muñoz Molina (2004) lo ha expresado de modo revelador: «El cuerpo vestido con uniforme militar es el reverso exacto del cuerpo desnudo [...] La persona a la que se ha desnudado en público no es nadie, no es casi nada».

que es un escenario de actuaciones secretas, de aquello que más vale desconocer o que el poder decide que es preferible ignorar. Pero las imágenes de Abú Grahib que circularon por la red a toda velocidad actuaron a modo de apertura de la prisión a la contemplación pública. Se produce así la colisión entre lo secreto de las torturas en los interrogatorios y la vanidosa complacencia de las fotos de recuerdo del turista. La producción discursiva se enfrenta a una paradoja que debe resolver un enunciador que, en tanto que responsable de las intenciones o actitudes que constata la fotografía, provoca la extrañeza de unir, de modo tan perverso, contenido y expresión de sendos mundos disímiles. Son dos mundos dispares que concurren en una certera confusión, si se nos permite otra paradoja.

El submundo de los tratos vejatorios en las prisiones se traslada al espacio de la vivencia cotidiana. La representación lúdica de las fotos de turista incorpora aquí, como elemento definidor, la visión de la crueldad, la mostración del dolor y la humillación. La violencia lúdica a que nos tienen acostumbrados los universos de ficción, adquiere en esta serie fotográfica el valor de registro de una realidad observable. Tal como ha venido sucediendo en la tradición histórica del fotoperiodismo —y más allá de la posibilidad de convertirse en falso testigo—, esta serie objeto de análisis ha funcionado como prueba de una realidad innegable. Así ha quedado en evidencia en los procesos judiciales abiertos contra los responsables de los hechos. Conviene además incidir en el hecho de tratarse de fotografías de aficionado. La propia inocencia inherente al fotógrafo amateur refuerza el valor de documento como fiel testimonio de un hecho real.

Las fotografías de torturas son también la representación elocuente de dominio que se desprende de toda ocupación colonial. El dominio se ha ejercido en Abú-Grahib hasta la crueldad (y la crueldad de fotografiarlo). Advuértase el doble valor que cabe otorgarle en esta situación a la palabra ‘dominio’. Se ha hablado del poder fáctico del fotógrafo: «El mundo se entiende como territorio de caza fotográfica y que se divide en dos grandes grupos: observadores y observados. Controlar las imágenes se convierte, así, en una forma potencial de poder» (Zunzunegui,

1992: 135). La fotografía como posesión y dominio sobre la realidad, junto a la función de ratificar aquello que representa, adquiere en esta serie de imágenes un significado que va más allá de lo meramente teórico. Nos referimos a un dominio real, el que viene dado por el poder que una potencia ejerce sobre un territorio colonizado, y a un dominio simbólico, el de las propias fotografías, que reafirman a la vista de todo el mundo la evidencia de dicho dominio real.

Zunzunegui distingue entre observadores y observados. En el caso que nos ocupa, el agente productor del texto fotográfico, el observador, se encuentra firmemente implicado en los hechos fotografiados. Forma parte del juego del horror puesto en escena a través de la complicidad que la propia imagen denuncia entre dicho agente y el sujeto que posa sonriente, que bromea o que hostiga a los presos. Asistimos, de este modo, a la presencia en el escenario de la representación del sujeto de la dominación. Luego está, obviamente, la otra parte del juego, el sujeto sometido a dominio. Las pirámides de cuerpos desnudos, de cuerpos con capuchas en la cabeza y aterrorizados por los perros entran dentro de la siempre problemática representación del «otro». El enemigo sobre el que se ejerce el dominio debe mostrarse desde la negación de su condición humana. Sólo así se hace posible la inquietante pretensión de que el espectador admita como legítimas estas imágenes. Susan Sontag se refiere muy acertadamente al «otro como exhibición». Señala que existe una vieja tradición de siglos de exhibir seres humanos exóticos de países colonizados como si se tratara de animales de un zoológico.²¹¹ Las nuevas formas de colonización derivadas de la última guerra de Irak parecen haber retomado esta costumbre. Sontag añade que «el otro» se nos presenta como alguien para ser visto, pero no como alguien que también ve; afirma, asimismo, que los cuerpos atrozmente mutilados que se ven en las fotografías que se publican son de África o Asia (Sontag, 2003: 78-79). Y, en efecto, corrobora dicha afirmación el que las imágenes de las víctimas del 11-S no se hayan visto.

211. No estará de más recordar unas significativas afirmaciones de Donald Rumsfeld, Secretario de Defensa norteamericano, quien ha admitido que «los iraquíes son seres humanos», en Ignacio Ramonet (2004).

En conclusión, en la serie fotográfica de las fotografías de Abú-Grahib hemos asistido a la utilización de los códigos de la foto de recuerdo, la foto familiar o de turista para componer imágenes de un inusitada dureza. El hecho de tratarse de fotografías digitales facilitó su rápida difusión mundial, burlando así los controles sobre las informaciones que puedan establecerse desde el poder. Cabría preguntarse, no obstante, si dicho control no empezó a burlarse desde el momento en que aquellas fotos fueron realizadas con el inocente propósito de servir de recuerdo de la estancia en un país exótico. En su origen, estas imágenes no respondían a un estricto documentalismo, entendido como huella de un referente real que no ha sido modificado. Pero la comprobada capacidad de la imagen para testimoniar lo real, junto a la difusión masiva que propició el ingreso en la red, llevó al conocimiento público la realidad de una prisión iraquí bajo ocupación norteamericana. Susan Sontag, de nuevo, se refirió al poder que, en este sentido, ejerce la fotografía: «As fotografias são um meio de tornar “real” (ou “mais real”) questões que os privilegiados e aqueles que estão simplesmente em segurança prefeririam ignorar» (Sontag, 2003: 15).

BIBLIOGRAFÍA

- BARTHES, Roland (1990): *La cámara lúcida*, Barcelona, Paidós Comunicación (1ª edición en francés: 1980).
- LEDO, Margarita (1998): *Documentalismo fotográfico*, Madrid, Cátedra, Signo e Imagen
- MUÑOZ MOLINA, Antonio (2004): «Fotos de recuerdo», en *El País*, 12 de mayo.
- RAMONET, Ignacio (2004): «Imágenes y verdugos», en *Le Monde Diplomatique* (edición española), 104, junio.
- SONTAG, Susan (1996): *Sobre la fotografía*, Barcelona, Edhasa (1º edición en inglés: 1977).
- (2003): *Olhando o Sofrimento dos Outros*, Lisboa, Gótica (1º edición en inglés: 2003).
- ZUNZUNEGUI, Santos (1992): *Pensar la imagen*, Madrid, Cátedra-Universidad del País Vasco.

EFFECTOS DE LA MIGRACIÓN DIGITAL: LOS EFECTOS ECONÓMICOS EN LAS GRANDES MULTINACIONALES FOTOGRAFICAS

MARÍA SOLER CAMPILLO

Universitat Jaume I, Castellón

INTRODUCCIÓN

La presente comunicación constituye una primera aproximación al análisis de las implicaciones y efectos de la irrupción de las tecnologías digitales en el sector fotográfico, que se puede observar de forma clara en la comunicación financiera de algunas grandes multinacionales del sector, como veremos.

La introducción de las tecnologías digitales es evidente que ha tenido un fuerte impacto en todos los sectores económicos relacionados con el campo audiovisual. Cabe señalar, en primer lugar, que la mayoría de estudios existentes se ha centrado, casi exclusivamente, en las transformaciones que las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación han producido en las formas de comunicación o en las llamadas «industrias culturales», como sucede con los brillantes trabajos coordinados por el profesor Enrique Bustamante (2002, 2003). Aunque todos reconocemos que uno de los principales protagonistas de esta revolución digital es el medio fotográfico, una serie de complejas circunstancias han confluído para que el sector fotográfico no haya merecido ser estudiado con detenimiento, desde la perspectiva de la estructura económica de dicho sector y desde el ámbito de los estudios sobre estructuras de la comunicación.

Esta transformación se venía anunciando, de forma clara, desde hace más de una década. En 1992, Kodak y Rollei presentaron, respectivamente, la cámara reflex DCS 100 y la ScanPack. La empresa Logitech, pocos meses después, presentaba una cámara, la Fotoman, con una re-

solución de 376x284 píxels (106784 píxels),²¹² lo que en su día era considerado como un avance espectacular, visto con bastante escepticismo por parte de los profesionales de la fotografía. Es verdad que la «migración digital» ya había comenzado algunos años antes, con la generalización en el uso de escáneres, impresoras y equipos informáticos que eran empleados para los procesos de tratamiento de imagen y de maquetación de textos e imágenes (exclusivamente en los procesos industriales, en los primeros años). Como ha señalado Martin Knapp, nadie fue capaz de prever hace 12 años que el sector fotográfico iba a sufrir una transformación tan profunda, y que estas tecnologías digitales incipientes –muy costosas, bastante deficientes e inaccesibles para el gran público, al principio– terminarían formando incluso parte de nuestro entorno más cotidiano. Lo más llamativo, quizás, es que ni los propios agentes de esta revolución digital en el mundo de la fotografía y ni siquiera las grandes empresas consultoras fueron capaces de predecir los profundos cambios que iban a producirse en pocos años.

EL NUEVO ESCENARIO DIGITAL EN EL SECTOR FOTográfico

La cámara digital comenzó a comercializarse en Estados Unidos de forma masiva entre el público a finales de la década de los noventa. Sin embargo, en el mercado español la nueva era digital se produce con retraso: en el año 2001 tan sólo un 10% de las cámaras vendidas eran digitales. A partir de este momento es cuando empieza la digitalización de la fotografía en España como nos revelan el volumen de cámaras digitales vendidas hasta este año. Según un estudio realizado por la consultora GFK-Emer,²¹³ el

212. Estos datos han sido obtenidos del artículo de Martin Knapp (2002).

213. La consultora GFK-Emer forma parte de un grupo multinacional especializado en el campo de la investigación de mercados, situado en quinto lugar a escala mundial. Cuenta con 120 filiales y empresas en 120 países, más de 5200 empleados y con una facturación en 2003 de 590 millones de euros. En 2003 realizó un Informe sobre la situación del mercado fotográfico en España, por encargo de la Feria de Barcelona, con motivo de la Feria Sonimag. Un resumen de dicho informe ha sido publicado en la página *web* www.newsbook.tai.es/actumercadonov03_02.html.

sector fotográfico en España está atravesando en los últimos dos años una etapa bastante favorable, ya que las ventas totales no han dejado de crecer, con un aumento de un 18% del año 2002 a 2003. En el 2002, el 23% de las cámaras fotográficas vendidas eran digitales, con un gasto total de 153 millones de euros. En el 2003 estas cifras se duplicaron, lo que demuestra el importante volumen de negocio que mueve este mercado. Además, la consultora advierte la importancia de la aparición de nuevos negocios como la telefonía móvil con cámaras fotográficas incorporadas, servicios para la creación y archivo de álbumes de imágenes (compartir imágenes) o para la impresión de fotografías de consumo en terminales digitales.

Aunque, como demuestran estas cifras, la revolución digital en la fotografía española es imparable, la consultora GFK-Emer realizó en el informe citado una previsión de ventas de 900.000 cámaras analógicas para el año 2003, lo que indica que la fotografía fotoquímica ocupa todavía un importante segmento del mercado fotográfico. Por esta razón, la Feria SonimagFoto reservó bastante espacio a la presentación de novedades y productos de este tipo. La Feria SonimagFoto de 2003, celebrada en Barcelona del 1 al 5 de octubre, recibió un total de 109.000 asistentes, lo que da cuenta de la importancia social y económica del sector fotográfico.²¹⁴

El presidente del Comité Organizador de SonimagFoto, Enric Galve, declaraba en una entrevista algunos efectos positivos de este cambio tecnológico:

Por un lado, el avance de la impresión digital (que puede hacer el consumidor en su propia casa) se podría pensar que puede llevar a una fuerte crisis al negocio del revelado fotográfico. Sin embargo, en opinión de Galve, la primera reacción del consumidor ante las nuevas posibilidades que ofrecen los equipos domésticos de impresión es realizar las propias fotografías. Pero, al poco tiempo, el consumidor descubre que sale más barato acudir a las empresas de servicios (ahorro de tiempo y mejor calidad si lo hace una empresa de revelado).

214. Fuente: www.sonimagfoto.com.

Compara este impacto con lo que sucedió a los fotógrafos profesionales años atrás cuando aparecieron los escáneres, equipos informáticos para tratamiento digital, etc., que les llevó, al principio, a pretender hacerlo todo.

Por otro lado, la telefonía móvil que integra cámaras fotográficas digitales representa una oportunidad para que mucha gente se inicie en el campo de la fotografía, y es un nicho de negocio que favorecerá al sector, a medio plazo.²¹⁵

Volviendo al escenario internacional, un informe reciente de la Camera & Imaging Products Association (CIPA), que agrupa a los principales fabricantes de cámaras digitales de Japón (por tanto, de todo el mundo), señala que la facturación en este año será superior a la prevista.²¹⁶ Entre estos fabricantes hemos de destacar a Nikon, Canon, Kodak, y otros no menos conocidos como Sanyo (el que más cámaras vende), Sony, Pentax, Sharp, Tamron, Casio, Fuji, Hitachi, Konica, Polaroid, Toshiba, Chinon, etc. Realmente, la CIPA agrupa a todas las empresas del sector. En realidad, esta asociación de empresas acoge fabricantes de cámaras analógicas y digitales, de otros complementos fotográficos, de *hardware* y *software* fotográfico. Nacida en 2002, su objetivo es estudiar temas relacionados con la búsqueda de estándares para la compatibilidad entre componentes de sistemas para medir parámetros técnicos que sean realmente universales (sensibilidad de las cámaras, *software* para la evaluación de la resolución de los CCD, métodos de medición de parámetros técnicos de las cámaras de fotografía digitales, etc.).

Además del intercambio de información y de la profundización en el campo de la investigación, CIPA también tiene entre sus objetivos compatibilizar el desarrollo de procesos productivos con la preservación del medio ambiente y facilitar el crecimiento de los miembros de la asociación.

Según estimaciones de la CIPA, la evolución de la producción y sus ventas en cámaras fotográficas digitales es la que se muestra en el cua-

215. Fuente: www.sonimaffoto.com.

216. www.cipa.jp/english/.

dro siguiente, donde llama la atención el espectacular aumento de unidades del año 2003 que supera en más del doble a las del año anterior y el alto porcentaje de su producción destinado a la exportación:

AÑO	UNIDADES PRODUCIDAS	%	VENTAS EN JAPÓN	EXPORTACIÓN
2002	5.932.235	117,8	2.065.525	4.853.721
2003	13.103.550	220,9	3.078.848	10.296.993
2004 (estimación)	21.996.493	167,9	3.336.068	18.445.888

%=Unidades Producidas, en términos porcentuales, en comparación con el año anterior

Nota: El descuadre de cifras entre lo producido y lo vendido es debido al stock de existencias en almacén a principio de año.

LA CRISIS DEL MERCADO DE LA PLATA: EFECTO DE LA MIGRACIÓN DIGITAL

Sucesivos informes realizados por la consultora GFMS, especializada en estudios minerales, permiten confirmar que la demanda de plata por el sector fotográfico es cada vez menor. En fotografía fotoquímica, la fabricación de las películas y de papel fotográfico necesita emplear haluros de plata que se convierten en plata metálica durante el proceso de revelado.

Desde 1999, momento de consumo masivo entre el público estadounidense de cámaras digitales, la demanda de plata para la fotografía ha disminuido un 25%.²¹⁷ Si en 2002 la demanda de plata por la industria fotográfica fue de 205,7 millones de onzas, en 2003 la cifra bajó a 196,1 millones.²¹⁸ Hace apenas un mes, la multinacional belga Agfa-Gevaert ha anunciado que abandona el negocio de la producción de películas y pa-

217. «Reino Unido: Aumento de cámaras digitales, caída de la fotografía convencional y especuladores de plata en riesgos», noticia de agencia publicada en www.agm-news.com/noticias.

218. Informe *World Silver Survey 2004-A Summary*, para The Silver Institute, publicado en la web www.gfms.co.uk.

peles fotográficos (posee un 10% de cuota de mercado a escala mundial).

Esta última noticia ha supuesto un duro golpe a los mercados internacionales de la plata, que mantienen un elevado precio de este metal. En opinión de la empresa Mitsui, empresa de ingeniería y consultoría japonesa especializada en el sector del acero y metales, la bajada de precios se producirá en breve. Según la consultora multinacional de finanzas y banca francesa Sogcen, la industria fotográfica sufrirá cambios radicales a medio o largo plazo, es algo inevitable.

El anuncio de Agfa-Gevaert coincide con la nueva política anunciada por Kodak, en septiembre del año 2003, sobre la orientación de su estrategia de negocios hacia los productos digitales.²¹⁹

LA COMUNICACIÓN FINANCIERA DE LAS MULTINACIONALES FABRICANTES DE PRODUCTOS FOTOGRÁFICOS

Como señala el profesor Rafael López Lita, la comunicación financiera es uno de los instrumentos más importantes de que dispone actualmente la empresa para «intentar comprometer a los públicos con la empresa, y crear vínculos de los que se derive una cierta implicación». En este sentido, la comunicación financiera «procurará establecer vínculos que atenúen la volatilidad de los inversores, tratando de ofrecer confianza en el emisor» (López Lita, 2003: 28-29). La herramienta más importante en la comunicación financiera son los informes anuales de las empresas.

El estudio de informes anuales de grandes empresas multinacionales fabricantes de equipos y materiales fungibles para la industria fotográfica, como Nikon, Kodak y Canon constituye una documentación interesante para indagar en el estado del sector fotográfico, en tanto que agentes económicos importantes a escala internacional.

219. Fuente: artículo de Verónica Brown «Especuladores de la plata tiemblan por la caída de la demanda de plata» en <http://es.news.yahoo.com>, 21 de agosto de 2004.

Se ha seleccionado una muestra, integrada por los informes anuales de estas multinacionales del año 2003 para analizar cómo es la comunicación financiera de estas empresas en este momento de transición de las tecnologías analógicas a las digitales en el campo de la fotografía. Estos informes han sido obtenidos de las páginas web de dichas empresas.

El informe anual de Kodak

En la carta dirigida a los accionistas que precede a la presentación del informe anual, Daniel A. Carp, director general de la compañía Kodak y director de la Oficina Ejecutiva, y Antonio M. Pérez, presidente y director de la Oficina Operativa, exponen las principales líneas y el balance de la empresa durante el año 2003.²²⁰ Entre los aspectos tratados, destacamos los siguientes:

- En primer lugar, la principal estrategia es la diversificación, aunque sin renunciar a los productos relacionados con la fotografía fotoquímica que, tradicionalmente, se identifican con la empresa.
- Llama la atención el importante esfuerzo que realiza Kodak en el campo de la investigación y desarrollo. Durante el año 2003, el número de patentes registradas por Kodak en la Oficina de Patentes de los Estados Unidos ascendió a 748, un 11% más que el año anterior.
- La estimación de crecimiento potencial se centra básicamente en tres áreas de negocios:
 - en productos y servicios para los mercados del entretenimiento y de la fotografía profesional,
 - en el campo de los «kioscos» para la impresión de fotografías digitales,
 - en el ámbito de la salud, a través del desarrollo de sistemas y servicios de información para la diagnosis médica.

220. www.kodak.com.

- La compañía Kodak posee un total de 70.000 trabajadores en el mundo, de los cuales 39.000 son empleos en los Estados Unidos. Se comunica en el informe anual que se estima realizar una reducción de plantilla de 12.000-15.000 empleados.
- Se anuncia que se van a dejar de fabricar cámaras kodak de 35 mm (fotoquímicas) para Estados Unidos y Europa. Asimismo, la compañía va a dejar de fabricar la gama de productos «Carousel», los conocidos proyectores de diapositivas (con carro circular) que tan buen resultado han dado en la historia de la proyección de imágenes en diapositiva.
- Los responsables de Kodak señalan que durante la segunda mitad de 2003 la venta de cámaras digitales aumentó en un 130% respecto al mismo periodo del año anterior.
- Kodak es la cuarta empresa en cuota de mercado en países como Gran Bretaña, Canadá, Alemania, China y Australia. No se hace referencia explícita a fabricantes de la competencia.

Por lo que respecta a los resultados económicos de Kodak, las ventas netas ascendieron a 13.317 millones (M) de dólares, distribuidos en las siguientes áreas de actividad, que recogemos en la siguiente tabla adjunta:

Sector / Actividad	Facturación (millones de dólares)	%
Fotografía	9.232	69,32
Productos comerciales (fungible)	1.559	11,71
Imagen médica	2.431	18,25
Otros	95	0,72

Después de impuestos, los beneficios consolidados ascendieron a 265 millones de dólares, que el año anterior habían ascendido a 770 millones, lo que representa en este ejercicio una bajada del 66% respecto a 2002.

En general, el informe que presenta la compañía Kodak permite entrever que se encuentra en una posición económica delicada, en pleno proceso de reestructuración. Ante esta comprometida situación ha optado en su estrategia comunicativa por la apariencia de transparencia. El informe es exhaustivo en datos y análisis de la situación y en la exposición de estrategias para mejorarla, aunque, eso sí, con un enfoque intencionadamente optimista. Referencias a la crisis que Kodak empezó con la migración digital, aparecen en sendos artículos de la revista *Emprendedores* ya en el año 1998 y en 2001.²²¹

El informe anual de Canon Group Inc.

El informe anual correspondiente a 2003,²²² mucho más claro y directo que el anterior, comienza con una declaración en la que se hace referencia al tamaño del grupo Canon, Inc., con más de 100.000 empleados en todo el mundo.

A diferencia del informe anual de Kodak, Canon expone un claro resumen de los resultados obtenidos en el ejercicio 2003, lo que nos parece un síntoma claro de la buena salud de la empresa.

La facturación total ascendió a 29.247 millones de dólares, lo que representa más del doble de la facturación de la compañía Kodak.

El beneficio neto de Canon Group Inc. ascendió a 2.577 millones de dólares, lo que representa 10 veces más que la multinacional Kodak, y un aumento del 44% respecto al año 2002. La actividad de Canon va desde el campo de las cámaras digitales de fotografía y vídeo, la producción de periféricos para informática de consumo, y la fabricación de equipos de copiado para el segmento más profesional del mercado.

221. Luisa Gómez (1998: 38 y ss.) y Fernando Barciela (2001: 46 y ss.).

222. www.canon.com.

Sector / Actividad	Facturación (millones de dólares)	%
Productos de oficina	9.704	33,2
Periféricos para ordenador	9.962	34,1
Productos informáticos	1.129	3,9
Cámaras fotográficas y de vídeo	5.977	20,4
Productos ópticos (semiconductores, espejos para LCD, diagnóstico)	1.480	5,1
Otros	995	3,3

Es evidente que la situación financiera de la empresa la coloca entre las líderes del sector a escala mundial. Llama la atención que buena parte del negocio de Canon descansa en el sector de la venta de impresoras de tinta y láser (un 34,1% de cuota de mercado), en el de las copiatoras (33,2 %), mientras que las ventas de cámaras fotográficas y de vídeo representan apenas la quinta parte del negocio de la empresa (20,4%).

La empresa invirtió en investigación unos 2.442 millones de dólares, y es la segunda empresa privada del mundo en registrar patentes en la Oficina de Patentes de los Estados Unidos.

Para terminar, hay que destacar que el informe anual de Canon contiene mucha información sobre las distintas actividades que desarrolla la empresa, con una presentación muy cuidada, numerosas imágenes, etc., que facilitan mucho su lectura.

EL INFORME ANUAL DE NIKON

El informe anual de la empresa Nikon de 2003²²³ comienza con una referencia a la negativa coyuntura internacional en el campo de la economía y de la política, con referencia a la recesión de los Estados Unidos, la guerra de Irak y el conflicto bélico de oriente medio, como sus principales causas.

Desde las primeras líneas se reconoce que la empresa no atraviesa un buen momento, con unas pérdidas de 68 millones de dólares en 2003, después de impuestos. El negocio de la compañía se reparte en las siguientes áreas de actividad:

Sector / Actividad	Facturación (millones de dólares)	%
Fabricación de equipos de precisión (procesadoras)	1.217,21	28
Productos de fotografía	2.487,03	57,6
Instrumentación científica (microscopios, instrumentos medida)	456	10,4
Otros (telescopios, equipos de vigilancia, gafas de sol)	382	4

La facturación total alcanzó la cifra de 4.542,42 millones de dólares, lo que representa la cuarta parte de la facturación de Kodak, y menos de la séptima parte de la facturación de Canon. Los ingresos registrados en la venta de equipos de precisión (fabricación de CCD, DMC, etc.) viene reduciéndose de forma muy notable desde 2001. Las ventas han disminuido un 33% respecto al ejercicio de 2002, y un 43% respecto al año 2001.

223. www.nikon.com.

Cabe subrayar que el informe anual de esta empresa es menos visual y atractivo que el de Canon Group Inc., si bien apenas existen referencias al campo de la investigación o a los planes de la compañía a la hora de exponer sus estrategias empresariales para los próximos años.

Del análisis de los tres informes anuales examinados se puede concluir que empresas más jóvenes, como Canon Group Inc., que desde hace años trabaja en el sector informático, están en una posición más favorable a la hora de posicionarse y adaptarse a las condiciones del mercado fotográfico digital. La larga experiencia de sus competidoras Nikon y, en especial Kodak, es tal vez un handicap para poder adaptarse al nuevo escenario digital y está suponiendo para ambas empresas un esfuerzo notable de reconversión.

A MODO DE CONCLUSIONES

En opinión de numerosos agentes del sector fotográfico, uno de los retos principales es el desarrollo de estándares, por ejemplo, en el campo de las artes gráficas, en concreto en los sistemas de producción para crear perfiles y sistemas de calibrado del color. Sin la existencia de unos estándares perfectamente definidos no se puede garantizar un mantenimiento de calidad en todo el proceso de producción (toma de imagen digital-tratamiento/retoque-impresión gráfica en imprenta). Éste es el último obstáculo que todavía impide la migración a la tecnología digital porque numerosos fotógrafos y técnicos desconfían, con motivo, de las limitaciones de los procesos a nivel profesional. En el campo de la fotografía de consumo, hay que aceptar la realidad de la fotografía digital, absolutamente imparable, como lo demuestran los datos analizados.

La creación de CIPA, asociación que agrupa a los principales fabricantes de materiales y equipos fotográficos de Japón, es una iniciativa que tiene como objetivo principal asegurar la compatibilidad entre productos y la creación de estándares de calidad. Se trata de una iniciativa muy importante para garantizar un crecimiento sostenido de todo el sec-

tor, y para solucionar los problemas de compatibilidad entre equipos y dispositivos digitales, cuya falta de operatividad provoca un cansancio en el consumidor. Es un síntoma de la madurez del mercado japonés, del que deberíamos aprender mucho en occidente.

La tecnología digital en el campo de la fotografía ha permitido mejorar la eficiencia de los sistemas de producción en campos como el diseño gráfico, la impresión, los procesos de laboratorio y la producción fotográfica, mediante el abaratamiento de costes y la reducción de los tiempos de los procesos productivos.

Un cierto estado de confusión e incertidumbre todavía permanece entre los grandes productores tradicionales de materiales fotoquímicos, que tienen aún dudas sobre la conveniencia de seguir manteniendo las líneas de producción de equipos y materiales fungibles para la fotografía analógica. Sin duda, se trata de líneas de productos que atienden una demanda cada vez más minoritaria en el mercado y que está condenada a su extinción

Es muy probable que en breve las grandes empresas fabricantes de equipos fotográficos tradicionales anuncien medidas drásticas, tal vez el fin de la fabricación de este tipo de productos, ante la fuerte competencia de los fabricantes de equipos fotográficos exclusivamente digitales. Las empresas que mejor están adaptándose a la realidad del mercado fotográfico son aquellas que iniciaron su actividad en el campo de la producción de equipos informáticos, en el que adquirieron la experiencia necesaria que en la actualidad están aplicando al nuevo contexto digital.

BIBLIOGRAFÍA

- BARCIELA, Fernando (2001): «Un futuro por revelar. Kodak se enfrenta a una crisis por no adaptarse a tiempo a la fotografía digital» en *Emprendedores*, 42, marzo.
- BUSTAMANTE, Enrique (coordinador) (2002): *Comunicación y cultura en la era digital: industrias, mercados y diversidad en España*, Barcelona, Editorial Gedisa.
- (coord.) (2003): *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación: las industrias culturales en la era digital*, Barcelona, Editorial Gedisa.
- GÓMEZ, Luisa (1998): «Un mal rollo. La revolución digital y la guerra de precios minan las tres áreas de negocio de Kodak» en *Emprendedores*, 4, enero.
- KNAPP, Martín (2002): «La fotografía digital revoluciona la industria editorial» en *Antecámara*. Revista electrónica, México, Editora Industria Gráfica, 24 de julio.
- LÓPEZ LITA, Rafael (2003): *Introducción a la comunicación financiera*. Castellón, Servicio de Publicaciones de la Universitat Jaume I.

DIRECCIONES ELECTRÓNICAS DE INTERÉS

www.newsbook.tai.es/actumercadonov03_02.html
www.sonimagfoto.com
www.gfms.co.uk
www.reuters.com
<http://es.news.yahoo.com>
www.agmnews.com/noticias
www.cipa.jp/english/
www.nikon.com
www.kodak.com
www.canon.com

***LAS DETERMINACIONES TECNOLÓGICAS
EN EL ANÁLISIS FOTOGRÁFICO
Y EL ANÁLISIS DE LA FOTOGRAFÍA DE MODA,
INDUSTRIAL Y PUBLICITARIA***

DE LA FOTOGRAFÍA DIGITAL A LA POLIGRAFÍA VISUAL

JOSÉ GÓMEZ ISLA
Universidad de Salamanca

¿UNA REVOLUCIÓN TECNOLÓGICA?

El mundo de la imagen ha dado un vuelco radical con la aparición de la tecnología digital. Así al menos lo han venido constatando los tecnófilos más fascinados por las posibilidades del nuevo medio para insertar todo tipo de imágenes en la lógica del código binario y lanzarlas a la arena mediática a través de cualquier soporte conocido, ya sea la pantalla doméstica, Internet, el cine, la foto, la imagen impresa, etc.

En las últimas tres décadas los modos de producción de imágenes han variado sustancialmente respecto a las técnicas tradicionales. Los procesos de obtención de esas «nuevas» imágenes se han simplificado y los tiempos de generación de las mismas se han acortado significativamente. En la actualidad, la rapidez y la aceleración con la que se producen estas imágenes, en proporción similar a la velocidad con la que se consumen, ha requerido de un ejército inédito hasta la fecha de diseñadores, creativos, productores de imágenes y artistas, a fin de poder satisfacer nuestra actual «bulimia visual». Pero más allá de la velocidad de transmisión con que se difunden los mensajes visuales, y más allá de la ingente cantidad de imágenes que pueblan nuestra actual iconosfera, ¿se ha producido realmente una verdadera convulsión tecnológica? Muchos han vaticinado que, al igual que la invención de la imprenta supuso un caldo de cultivo privilegiado para el desarrollo del pensamiento humanista y la posterior Revolución Industrial sirvió para pasar de la era moderna a la edad contemporánea, en la actualidad estamos asistiendo a una tercera revolución de la cultura y el pensamiento y que muchos han bautizado como la Gran Revolución Digital. Al margen de lo que hayan supuesto los avances en la transmisión a través de los medios de comunicación de masas y la rapidez de descarga de contenidos al-

canzada por Internet para introducirnos en lo que Mc Luhan dio en llamar la «aldea global», yo me cuestiono si en lo que referente a las nuevas propuestas discursivas en la creación de imágenes, la tecnología digital ha supuesto realmente una auténtica revolución.

Concretamente, y hablando de la imagen filmada, ya sea imagen fotográfica, cinematográfica o videográfica, la pregunta concreta es: ¿hasta qué punto esta nueva tecnología ha sacudido los cimientos de la fotografía y por extensión del resto de las artes visuales? La incorporación de la herramienta digital al universo fotográfico ha supuesto la entrada en una nueva era que algunos teóricos han dado en llamar la era «post-fotográfica».

Sin embargo, ¿qué es lo que hay de verdadera revolución en los modos de producción de las nuevas imágenes digitales para que muchos consideren que la era de la fotografía ya ha sido superada por una tecnología inédita que la niega como referente visual? Un buen número de autores ha planteado que la fácil manipulación de los documentos fotográficos que permiten los actuales softwares de retoque y tratamiento de imágenes nos impiden seguir hablando de fotografías en términos clásicos, como actas notariales del mundo o como «espejos con memoria»²²⁴ que transcribían automáticamente la huella luminosa del mundo sobre una placa fotosensible. El viejo paradigma de la fotografía como «huella de lo real», el «esto ha sido» de Barthes (1990), que obligaba a que toda imagen fotográfica tuviese una ineludible conexión existencial con su referente, ha sido desterrado definitivamente de las nuevas teorías sobre lo fotográfico. Ahora en cambio, bajo el imperio del «simulacro» que propone lo digital a través de la manipulación, la distorsión y la transgresión de los contenidos visuales clásicos, se ha puesto de manifiesto que la imagen fotográfica nunca ha sido tan objetiva ni tan transparente como muchos creyeron cuando hablaban de ella como «calco» o «transferencia» directa de la realidad a un soporte fotosensible de dos dimensiones. Tendríamos que hablar más de «represen-

224. Esta peculiar definición del daguerrotipo se debe al médico americano Oliver Wendell Holmes (1861: 13-29).

tación» tecnológica que de «huella». Hoy más que nunca somos conscientes de que la imagen fotográfica nunca fue tan ingenua e inocua como para no permitirse añadir sesgo alguno a su visión del mundo. Más bien al contrario, la cámara posee en su misma condición técnica un posicionamiento ideológico para hacer pasar por verosímil y creíble lo que no es más que una interpretación subjetiva de la realidad; esto supuso en su día un acontecimiento inédito ya que por vez primera la subjetividad estaba sujeta a la mecánica en lugar de a la voluntad humana. Hay que entender que este nuevo concepto de «subjetividad técnica» resultase cuanto menos extraño puesto que la visión «subjetiva» provenía originariamente del término «sujeto». Quizás fuese el carácter automático y autónomo de la herramienta, sin aparente intervención humana en la génesis de la imagen, lo que antaño empujase a creer que la cámara fotográfica era incapaz de mentir y que nos ofrecía invariablemente una imagen «objetiva» del mundo. No en vano, el «objetivo» de la cámara no se llama así por casualidad. Hoy, en cambio, somos conscientes de que en la misma construcción de la propia herramienta ya hay un posicionamiento ideológico por parte de su constructor. En consecuencia, los productos generados por esa tecnología tampoco pueden ser neutrales.

De esta forma, podríamos adherirnos a los postulados de la escuela de Frankfurt que planteaba que toda tecnología supone ya en sí misma una ideología. Marcuse (1965), uno de los máximos exponentes de esta corriente filosófica, señalaba de forma clarividente que:

El concepto de razón técnica quizá sea él mismo ideología. No sólo su aplicación sino que ya la misma técnica es dominio sobre la naturaleza y sobre los hombres: un dominio metódico, científico, calculado y calculante. No es que determinados fines e intereses de dominio sólo se advengan a la técnica a posteriori y desde fuera, sino que entran ya en la construcción del mismo aparato técnico. La técnica es en cada caso un proyecto histórico-social; en él se proyecta lo que una sociedad y los intereses en ella dominantes tienen el propósito de hacer con los hombres y con las cosas.

No podemos pasar por alto que, más allá de su pura visualidad hiperrrealista, la fotografía también posee un conjunto de códigos de interpretación de la realidad y una serie de convenciones socialmente consensuadas para arrojar sobre esas imágenes construidas una lectura adecuada. Así, por ejemplo, sabemos que la captación de la realidad no se registra ni se interpreta de la misma forma si utilizamos un teleobjetivo o un gran angular muy extremo, ni tampoco si elegimos una alta velocidad de obturación para congelar el movimiento versus una velocidad lenta. Los barridos y vibraciones registrados por el movimiento del objeto fotografiado se incorporan a la imagen a priori como un «ruido mecánico». Sólo más tarde descubrimos que, introducidos voluntariamente en el mensaje, se convierten en un signo visual que es susceptible de ser interpretado lingüísticamente. De igual modo, hemos aprendido a situar espacialmente en distintos planos de profundidad a los objetos fotografiados en función de su grado de enfoque o desenfoque. Esta lectura y el resto de las que entran a formar parte, según Costa (1977), del «lenguaje fotográfico» requieren de un proceso de codificación y aprendizaje que impide que veamos ya las viejas fotos como objetos que nos hablan de la realidad de una manera objetiva y transparente. La elección que tomamos sobre cada uno de los dispositivos de la cámara constituye una manera de sesgar ideológicamente la información que queremos transmitir a través de la imagen resultante. Por eso resultan tan significativos los aspectos técnicos de la foto puesto que ahora se tornarán decisivos a la hora de realizar valoraciones interpretativas sobre los pedazos de mundo registrados en la placa fotográfica.

Hoy también somos más conscientes que nunca de que la fotografía ha sido sometida desde sus orígenes a continuos procesos de perversión en el tratamiento posterior a la toma, es decir, durante el procesado de las imágenes en el laboratorio. Más aún, también durante ese primer instante del disparo hay que tomar una serie de decisiones que suponen de alguna manera un elemento inevitable de manipulación sistemática y de dominio sobre la naturaleza registrada. Como ya hemos apuntado, el encuadre, el punto de vista, la profundidad de campo, la velocidad de obturación, el punto de enfoque o la distancia focal elegida van a ser ele-

mentos determinantes para que la cámara realice una labor discriminatoria entre lo que debe aparecer y ser contado en la imagen y lo que no, pero, sobre todo, y lo que es más importante, sobre «cómo» debe ser contado.

Por eso no debemos ser tan ingenuos como nuestros predecesores al pensar que la manipulación de las imágenes de registro se ha iniciado recientemente en la era digital. Quizás ahora le otorguemos más importancia a este aspecto porque el proceso de manipulación se hace menos evidente a nuestra vista a medida que la tecnología consigue borrar los rastros de sus intervenciones. En consecuencia, lo digital también se convierte en un medio cada vez más sospechoso cuanto más se perfecciona técnicamente. La sutil ocultación de la intervención técnica a la que han sido potencialmente sometidas estas imágenes digitales las convierte en menos creíbles, a pesar del hiperrealismo con el que han sido «barnizadas» tecnológicamente, y las sitúa en un reino más cercano al mundo de la ciencia-ficción que al de la observación directa del mundo.

Al hablar de tecnología digital utilizaré el neologismo «infografía» acuñado por Holtz-Bonneau (1986: 247), como la «aplicación de la informática a la representación gráfica del tratamiento de imagen». El nivel de simulación que ha alcanzado la infografía llega a poner en jaque la frontera entre lo real y lo virtual cuando sometemos las imágenes digitales al juicio crítico de nuestro ojo. En muchas ocasiones lo que nos produce un cierto desasosiego es no saber cómo han sido producidas esas imágenes extrañamente perfectas. Como asegura Krauss (1991, 27):

Con ese derrumbamiento total de la diferencia [...] uno se encuentra penetrado en el mundo del simulacro... un mundo en el que, como en la caverna de Platón, se niega la posibilidad de distinguir entre realidad y fantasma, entre lo real y lo simulado.

Pero debemos ser igualmente conscientes de que un buen número de fotografías manipuladas analógicamente por procedimientos clásicos y menos sofisticados también han pasado ante nuestros ojos por registros directos a lo largo de la historia sin que lo fuesen realmente. Sin em-

bargo, la intervención con tecnologías tradicionales y propias del cuarto oscuro siempre se ha considerado menos sospechosa precisamente por su lento y laborioso proceso de retoque sobre el original. En el fondo, siempre hemos andado buscando un resquicio en la imagen por el que descubrir el truco fotográfico.

Por todo lo anteriormente mencionado, la manipulación digital es un asunto nada baladí para entender las derivaciones tecnológicas que ha planteado a la hora de redefinir conceptualmente este tipo de imágenes de nueva generación. Con la tecnología digital se nos han caído los prejuicios y las viejas vendas de los ojos para entender que cualquier imagen de registro, por hiperrealista que resulte, o por muy fría, neutra y «desalmada» que parezca, como la calificaba el poeta Charles Baudelaire, posee la misma capacidad para interpretar la realidad que una pintura o un dibujo.

A la luz de los paradigmas clásicos sobre los que se sustentaba el marco teórico del medio fotográfico, ¿se puede seguir hablando de fotografía en la era digital? Hay principios que comienzan a ser soslayados desde el punto de vista de la génesis de la imagen. Por ejemplo, ¿hasta qué grado puede una foto ser manipulada digitalmente y seguir siendo fotografía? Frente al caos azaroso en el que se convertía una superficie fotográfica formada por haluros de plata esparcidos artesanalmente, ahora la imagen digital se convierte en un mosaico perfectamente reticulado en el que la unidad mínima de información, el píxel, puede ser manipulada enteramente a voluntad. Pero, ¿cuántos píxels pueden ser manipulados sin que peligre la naturaleza fotográfica de la imagen? Desde luego, muchos podrían argumentar que el paso de haluros de plata a píxeles es un acto de conversión como el del judaísmo al cristianismo. Es decir, que la imagen fotográfica, al ser transferida, escaneada o captada por un CCD y almacenada en código binario se convierte a una nueva religión que poco o nada tiene que ver en esencia con la concepción teológica anterior, sino tan sólo con su apariencia formal.

Se ha discutido abundantemente sobre si una fotografía almacenada numéricamente por un ordenador deja de ser completamente fotográfica ya que cambia su naturaleza esencial, como la materia orgánica cuan-

do se fosiliza y se convierte en piedra. A mi modo de ver, esto resultaría tan absurdo como decir que una imagen deja de concebirse como fotográfica por el mero hecho de haber sustituido el tradicional soporte fotosensible (la película) por el nuevo (el CCD de área o el CMOS de las cámaras actuales).

Sin embargo, hay algo que hasta ahora había sido distintivo e inherente a la tecnología fotográfica y que ahora, en el mundo digital, perderá su sentido para siempre. Si lo que diferenciaba a una imagen fotográfica de cualquier otro tipo de imagen era que ésta había sido obtenida por medio de una cámara oscura y se depositaba sobre un fotosensible característico, ¿qué es lo que tendría ahora de distintivo si esa imagen se convierte en información alfanumérica, al igual que lo puede hacer un grabado escaneado o un dibujo obtenido mediante un programa informático de diseño gráfico? ¿Hasta qué punto esa nueva imagen fotosensible no comparte también procesos de producción, tratamiento y retoque en código binario que pueden ser igualmente utilizados por el resto de las artes y la creación como el dibujo, la estampa o la pintura?

Por todo ello, en el entorno digital quizás ya no podamos seguir hablando de fotografía pura, o de pintura pura, sino de un nuevo medio, el digital, que ha servido para redefinir los límites hasta ahora férreamente establecidos entre estas disciplinas. Esta nueva tecnología va a ser por vocación una disciplina híbrida, puesto que se va a reapropiar de las especificidades discursivas de cada una de las tecnologías analógicas de las que sin duda se sirve.

Sin embargo, la mediación digital no va a suponer una ruptura esencial respecto a la intencionalidad discursiva de otros procedimientos de vanguardia, sobre todo del fotomontaje del período de entreguerras. Por el contrario, se limita a producir una suerte de cirugía estética en la que podemos extirpar o implantar a nuestro antojo diversos elementos a la imagen. Y todo ello sin que se registre secuela alguna en el grado de realismo con que se genera la obra final. A diferencia del fotomontaje tradicional, a este nuevo tipo de imágenes infográficas se les han borrado las cicatrices e indicios que delatan su carácter de *collage*.

En realidad, el procedimiento digital no es tan revolucionario como a primera vista pudiera parecer, ya que se basa en propuestas planteadas por las artes y los medios visuales precedentes, pero eso sí, fagocitando sus apariencias y sus elementos distintivos. De esta manera, la tecnología digital consigue integrar a todas estas disciplinas bajo una misma naturaleza esencial, haciendo partícipes a unas de los procedimientos habituales y específicos de las otras. Como asegura Henning (1997: 286), a lo que asistimos «no es tanto a una cultura digital que sustituya los viejos medios de producción de imágenes, sino al aumento vertiginoso del proceso de digitalización de esos mismos medios tradicionales».

En concreto, el fotomontaje dadaísta y constructivista se basaba en descontextualizar de su entorno referencial diversos fragmentos de registros fotográficos para unirlos entre sí en un nuevo contexto y forjar una nueva intencionalidad lingüística. Sin embargo, el burdo recorte de tijeras y el encolado directo hacía evidente que nos encontrábamos ante una realidad construida a base de pedazos cuya condición fragmentaria no se pretendía ocultar. No había lugar para el engaño visual. Ahora en cambio, con una tecnología capaz de borrar fácilmente cualquier tipo de costura entre los pedazos recompuestos, las imágenes infográficas pretenden pasar en muchas ocasiones por registros directos sin dejarnos ver las huellas de su manipulación.

¿UNA REVOLUCIÓN EN EL ORDEN EXISTENCIAL DE LA IMAGEN?

Quizás ahora sí podamos hablar de un proceso revolucionario, ya que la tecnología digital ha variado para siempre la lógica del *índex* fotográfico de la que hablaba Phillipe Dubois y a la que había dado forma el padre de la semiótica, Charles Sander Peirce. En muchos casos, para la creación de una imagen infográfica ya no será necesario ese cordón umbilical invisible entre la imagen y su referente. Para Dubois (1986: 19-20) el *índex*, en tanto que signo visual inherente a la condición fotográfica, «implica que la imagen indicial está dotada de un valor ab-

solamente singular, o particular, puesto que está determinada únicamente por su referente, y sólo por éste: huella de una realidad».

Pero también hay que preguntarse hasta qué punto muchas de las imágenes fotoquímicas que han pasado a formar parte de nuestro imaginario visual han sido igualmente manipuladas posteriormente en el laboratorio fotográfico de forma completamente analógica y también han pasado por registros directos de nuestro mundo sensible. ¿Han dejado por eso de ser fotografías? De hecho, muchos *softwares* de retoque digital se han basado en procedimientos especiales de laboratorio fotoquímico que ya existían hacía décadas e incluso siglos, como el enmascaramiento, la solarización, la posterización, el *sándwich*, el bajorrelieve, etc.

Ahora, sin embargo, con la infografía hay muchas imágenes que pasan por fotográficas sin que haya habido un objetivo fotográfico que medie entre la imagen y el objeto al que supuestamente alude. Es más, en muchos casos no hay ni siquiera objeto referencial al que la imagen pueda anclarse, con lo cual ésta pierde así su condición de índice. Este es el caso de la obra de Keith Cottingham que ha entrado a formar parte de la más pura condición postfotográfica. Cottingham en *Fictitious Portraits* (1992) ha recurrido a la apariencia fotográfica que le otorga la herramienta digital para generar a través de esculturas de barro seres digitalmente inexistentes a los cuales ha incorporado diversas texturas de piel, pelo, ojos, etc. De esta forma, produce una serie de composiciones con seres aislados que nos miran de forma inquietante desde su inexistencia virtual. Aquí ya no hay referente posible porque no ha habido objetivo fotográfico mediador entre el sujeto real y su imagen. Sólo queda la desasosegante sensación de encontrarnos ante un ser que nunca ha existido pero que reclama una existencia postiza y clonada debido a su alto grado de resolución técnica en la emulación fotográfica.

Digamos pues que el grado de manipulación obliga a redefinir lo que es y lo que no es fotografía. De hecho un puñado considerable de autores se cuestionan la naturaleza de la fotografía digital, mientras que otros, como Kevin Robins, hablan ya directamente de postfotografía. Por tanto, de qué depende, o en qué podríamos basarnos para afirmar

que una fotografía digital sigue siendo foto. Quizás el propio Robins, en *Cuadernos de Fotografía* nos dé una clave:

Esta capacidad de generar una imagen «realista» sobre la base de aplicaciones matemáticas que modelan la realidad constituye el desarrollo más dramático y significativo de la post-fotografía. [...] La post-fotografía promete un nuevo mundo de la imagen en el que lo real y lo irreal se entremezclan.

¿Qué ocurre cuando la imagen aporta un cierto grado de realismo fotográfico (o hiperrealidad sintética) y pasa por registro directo aunque no lo sea (como ocurre en la postproducción digital de efectos especiales de películas como *Jurassic Park* o *Stars Wars*, etc.)? En buena parte de las actuales películas de ficción conviven dos tipos de imágenes: una imagen filmada por el objetivo de la cámara y otra imagen creada íntegramente en el ordenador. En muchas ocasiones juzgamos a simple vista una imagen como fotográfica o no por el grado de realismo alcanzado. Pero en realidad éste no es un realismo al uso, que imite la percepción óptica directa, sino que normalmente se encuentra lleno de ruidos que emulan a otros medios audiovisuales anteriores. En muchos casos lo que la tecnología digital imita no es el «realismo», tal y como lo concibe la RAE, a saber, como «forma de presentar las cosas tal como son, sin suavizarlas ni exagerarlas» o bien como «tendencia a afirmar la existencia objetiva de los universales», sino más bien una suerte de hiperrealismo fotográfico. Es decir, que ese hiperrealismo digital va a basarse en una imagen que ha sido traducida e interpretada por un objetivo fotográfico con todos los ruidos mecánicos y distorsiones técnicas que esa tecnología supone. Manovich (1996: 63) afirma que:

Lo que prácticamente ha alcanzado la infografía no es el realismo, sino sólo el fotorrealismo –la habilidad para imitar, no tanto nuestra experiencia perceptiva y corpórea de la realidad sino sólo su imagen fotográfica. [...] Lo que la tecnología infográfica ha aprendido a simular es únicamente la imagen filmada. Y la razón por la que creemos que las imágenes digitales han avanzado en la imitación de la realidad se basa en que, en el cur-

so de los últimos ciento cincuenta años, hemos venido a reconocer la imagen fotográfica y fílmica como si fuera la realidad misma.

Cada época histórica ha visto encarnado el paradigma de verdad (de su verdad) en la imagen generada con la tecnología de última generación o en cada nuevo sistema de representación inventado. Antes del Renacimiento, las imágenes frontales, hieráticas y estereotipadas del Románico y el Gótico se leían como las que mejor reflejaban la verdad de las cosas, puesto que eran las que mejor representaban la idea preconcebida por el pensamiento popular de Dios y del hombre. En este aspecto, coincido plenamente con Goodman (1990: 176) cuando afirma que:

La corrección de una representación varía según sea el sistema o el marco de referencia en el que tiene lugar, al igual que acontece con el caso de la descripción. [...] Una imagen que se haya dibujado con una perspectiva invertida, o que se haya distorsionado por cualquier otro sistema, puede ser tan correcta bajo ese sistema dado como una imagen que podamos considerar realista según los criterios acostumbrados en el sistema de representación occidental.

Sin embargo, estas imágenes planas y sin profundidad del mundo medieval pasaron a verse como ingenuas y arcaicas toda vez que pintores como Giotto se dedicaron a mirar a su alrededor con ojos nuevos y descubrieron la profundidad espacial y su forma de representarla a través de la perspectiva. A partir de ese momento el arte de la representación pictórica atendió más a la emulación de la percepción ocular—como nuevo paradigma de realismo— que a los conceptos clásicos de representación simbólica.

En consecuencia, y antes de la aparición de la cámara fotográfica, el modelo de verdad había sido la pintura; un modelo que durante más de cinco siglos se ha venido ayudando de la perspectiva renacentista. El llamado «cajón escénico» albertiano ha sido la referencia obligada en la que aún nos seguimos basando para crear imágenes realistas, como el sistema de representación más fidedigno. De hecho en los albores de

la fotografía se llegó a decir incluso que una buena pintura era más fiel y verdadera que una foto. Muchos autores llegaron a afirmar –no sin cierta razón– que la fotografía mentía. La tecnología contradecía al modelo férreamente establecido. Pasado un tiempo razonable de acomodación a la nueva tecnología, la fotografía se fue convirtiendo en el nuevo paradigma de verdad, ya que una imagen fotografía o filmada aparentemente no podía mentir acerca de lo que fotografiaba.

Sin embargo, y en este penúltimo salto tecnológico, la infografía ha venido a poner en tela de juicio este postulado y a hacernos caer en la cuenta de que cualquier tecnología miente, distorsiona y transforma la realidad de la que parte. En realidad, la tecnología no es más que una mediadora entre nosotros y el mundo para hacérselo más aprehensible y accesible. Pero eso no impide que la herramienta «interprete» la realidad desde su particular óptica mecanicista.

Por eso quizás ahora la tendencia haya cambiado. Ya no podemos decir que la imagen digital se esté erigiendo en el nuevo paradigma de verdad, puesto que buena parte de las imágenes que genera nos fascinan y nos impactan de tal modo (a través del cine, la televisión o la imagen fija) que nos dejan mudos y nos obligan a mantenernos en la suspensión del juicio respecto a ellas. Son tan realistas que no podemos asegurar a ciencia cierta cómo han sido generadas. La infografía ha roto la lógica heredada, según la cual la última tecnología descubierta siempre ha otorgado a la sociedad en la que se inscribe un modelo de imagen más realista y verdadero que la tecnología precedente. Ya no podemos decir lo mismo al contemplar una imagen digital, entre otras cosas porque a través de ella hemos descubierto que verdad y realismo no tienen por qué ir necesariamente de la mano. La verdad supone «la existencia real de una cosa», mientras que el realismo es una cualidad gradativa que supone un mayor o menor grado de «verosimilitud» en función de cómo se acerque en su interpretación a la cosa presentada.

El motivo principal por el que este nuevo procedimiento digital de obtención de imágenes no puede concebirse como fotografía pura, es la intervención de una serie de factores absolutamente extra-fotográficos. Uno de ellos es la manipulación tan sencilla que permite la imagen

postproducida por el ordenador. Y, sin embargo, el procedimiento no es nada revolucionario ni innovador. Quizás sólo sirva para abrirnos los ojos al engaño del que hemos sido objeto desde la aparición de la fotografía. El retoque digital (emulando efectos fotográficos que no son tales) arruina definitivamente la teoría de la transparencia fotográfica ante la realidad que registra. Toda imagen fotográfica puede ser puesta bajo sospecha. Asistimos definitivamente al nacimiento de un *arte de la simulación*, un arte que, sin saberlo nosotros, llevaba más de siglo y medio produciéndose.

HACIA UNA POLIGRAFÍA REDENTORA

La tecnología digital aporta una serie de características comunes a todos los medios tradicionales de producción de imágenes y, a su vez, su naturaleza la hace diferente a todos ellos. Por tanto, deberíamos hablar con más propiedad de una disciplina híbrida que ya no permite discernir, por ejemplo, entre lo puramente audiovisual y lo puramente pictórico como algo separado, sino como algo aún por definir que comparte especificidades discursivas de ambos lenguajes. La coproducción audiovisual entre diversas aplicaciones tecnológicas se produce de manera sinérgica en el entorno digital. Los productos específicos de esta coproducción van a ser integrados y mezclados en una suerte de coctelera informática que les hace perder tanto su propia identidad discursiva como su carácter netamente referencial. Ahí reside, creo yo lo verdaderamente extraordinario del medio infográfico: su capacidad para fagocitar procedimientos técnicos que no le son propios por naturaleza. Haciendo un paralelismo histórico, esto mismo fue lo que pretendieron los fotomontadores rusos, como Alexander Rodchenko, El Lissitzky o Gustav Klucis, cuando hablaban ya de un término «híbrido» para definir sus creaciones destinadas a transmitir visualmente un mensaje político y renovador a través de la prensa escrita. El procedimiento en cuestión fue bautizado con el nombre de «poligrafía». En esencia, lo que ellos entendían por poligrafía no era más que la fusión entre fotografía,

collage, diseño y tipografía, pasado todo ello por el tamiz de la fotomecánica.

La pregunta siguiente, por tanto, es: ¿no estaremos asistiendo acaso con el nuevo medio digital a un proceso de hibridación y mestizaje audiovisual, como una especie de «poligrafía digital» que nos permite combinar varias disciplinas tradicionales y comenzar a borrar los límites entre ellas?

Mientras tanto, los programas y las aplicaciones continúan perfeccionándose sin descanso para hacer menos evidente el origen sintético de las imágenes generadas mediante procesos infográficos. Los esfuerzos de los diseñadores de *softwares* van dirigidos a satisfacer una determinada demanda social. Y esta demanda se centra, casi exclusivamente, en la creciente necesidad de un hiperrealismo casi obsceno en el ámbito de la representación. Sin embargo, en la infografía la carencia del referente fotográfico libera al creador y le permite explorar otras naturalezas visuales distintas al puro registro documental. Entonces, ¿por qué ese tozudo afán de lo digital a la hora de crear imágenes y objetos que posean una apariencia tan marcadamente hiperrealista en relación a nuestro mundo real? Si la infografía permite la manipulación de la imagen hacia otra cosa que ya no es fotografía pura, ni registro puro, ¿qué sentido tiene seguir empeñándose en mantener esa pulcra apariencia fotográfica? ¿No será acaso la naturaleza camaleónica del nuevo medio –ese tomar lenguajes prestados que no le son propios–, la condición inherente del medio digital?

El discurso dominante en la actualidad supone precisamente que lo digital siga pareciendo realista –es decir, de calidad fotográfica–, a pesar de su manipulación flagrante. Inevitablemente, este apropiacionismo infográfico –disfrazado de apariencia fotográfica– merodea en torno a una «nueva forma de pictorialismo», por denominarlo así: un tipo de pictorialismo conceptualmente similar al protagonizado por la propia fotografía durante la segunda mitad del siglo XIX, aunque varíe en su apariencia formal. En aquella ocasión, la fotografía tomó prestadas las reglas de la composición pictórica y su acabado artesanal, para dotarse de un cierto grado de artísticidad que le era sistemáticamente ne-

gado por su exceso de realismo. En consecuencia, con las actuales aplicaciones digitales de simulación, podemos estar asistiendo precisamente a un nuevo tipo de pictorialismo tecnológico, en el que el medio digital está acabando por mimetizarse indiscriminadamente con las disciplinas de registro precedentes. Aunque quizás lo más apropiado sería pensar que ese deseo de lo digital por fagocitar la apariencia fotográfica, más que pictorialismo propiamente dicho, debería ser definido –si se me permite la expresión– como una especie de *fotografismo digital*.

Como conclusión, una vez que hayamos franqueado ese primer estado de fascinación tecnológica y confusión entre imagen foto-infográfica y realidad, seremos capaces de superar las connotaciones miméticas del registro directo y nos sentiremos más libres para crear nuestras propias versiones alternativas al mundo que habitamos.

BIBLIOGRAFÍA

- BARTHES, R. (1990): *La cámara lúcida. Nota sobre la fotografía*, Barcelona, Editorial Paidós.
- COSTA, J. (1977): *El lenguaje fotográfico*, Madrid, Ibérico Europea de Ediciones S.A.
- DUBOIS, P. (1986): *El acto fotográfico*, Buenos Aires, Paidós Comunicación.
- GOODMAN, N. (1990): *Maneras de hacer mundos*, Madrid, Visor.
- HENNING, Michele: «Encuentros digitales: pasados míticos y presencia electrónica», en LISTER, M. (1997): *La imagen fotográfica en la cultura digital*, Barcelona, Paidós Ibérica, S.A.
- HOLTZ-BONNEAU, F. (1986): *La imagen y el ordenador*, Madrid, Fundesco y Tecnos.
- KRAUSS, R. (1991): «Nota sobre la fotografía y lo simulácrico», *Revista de Occidente*, 127, Madrid, Edita Fundación Ortega y Gasset.
- MANOVICH, L. (1996): «The Paradoxes of Digital Photography», en *Photography after Photography: Memory and Representation in the Digital Age*, Ámsterdam/Munich, G+B Arts.
- MARCUSE, H. (1965): «Industrialisierung und Kapitalismus im Werk Max Weber», en *Kultur und Gesellschaft*, II, Frankfurt.
- ROBINS, K. (1996): «El inconsciente virtual en la post-fotografía», *Papel Alpha. Cuadernos de fotografía*, 3, Salamanca.
- WENDELL HOLMES, O. (1861): «Sun-Painting and Sun Sculpture» en *Atlantic Monthly*, vol. 8.

DEL REFERENTE VIRTUAL AL REFERENTE CULTURAL

TOYA LEGIDO GARCÍA
Universidad Europea de Madrid

El presente artículo analiza qué ha ocurrido con el concepto de fotografía al introducirse la tecnología digital como medio de capturar, generar y construir imágenes. Se pregunta si todavía podemos seguir hablando de fotografía digital y fotografía analógica como dos entidades conceptualmente diferentes al tiempo que se plantea qué queda de realidad en la fotografía actual y de ficción en la imagen digital. Propone como conclusión final que nos olvidemos de la «referencialidad» de las imágenes fotográficas, comencemos a leerlas por sus contenidos y a pensarlas como metáforas visuales que al contener conceptos culturales modifican nuestra realidad.

DEL REFERENTE VIRTUAL AL REFERENTE CULTURAL

¿Qué ocurre con el concepto de fotografía cuando se introduce la tecnología digital para producir imágenes?

La mayoría de los teóricos insisten en afirmar que lo más relevante es que se han puesto en tela de juicio las ideas de objetividad y automatismo que venía arrastrando la imagen fotográfica. Pensamiento que comparto, pero que no considero lo más relevante, ya que en la historia de la fotografía, fundamentalmente en sus orígenes, hay sobrados ejemplos de que la fotografía, no siempre, se ha pensado como automática y objetiva porque tanto la pre-producción como la postproducción de la imagen fotográfica han sido prácticas comunes casi desde su nacimiento. No tenemos más que estudiar la fotografía pictorialista desarrollada por autores como Robinson o Rejlander para corroborar la existencia de fotografía construida desde el siglo XIX, no tenemos más que desenterrar la olvidada fotografía de espíritus y fantasmas, defendida

y difundida por el mismísimo Sir Arthur Conan Doyle, para confirmar que la imagen fotográfica no siempre se ha pensado objetiva, y no tenemos más que revisar los álbumes familiares de nuestros abuelos para demostrar que la mayoría de las fotografías se retocaban.

Si la fotografía construida, montada, y retocada ha existido siempre: ¿qué ha cambiado?, ¿por qué el término real ha empezado a desprenderse de la imagen fotográfica ahora?, ¿por qué no está adherido a la imagen digital?, ¿por qué la fotografía ha sido entendida como una imagen real?, ¿qué son las imágenes virtuales?

IMAGEN REAL E IMAGEN VIRTUAL

Estudiando, al menos etimológicamente, lo que es una imagen real y una imagen virtual, podemos llegar a la conclusión de que se le llama virtual a aquella cosa que tiene existencia aparente y no real. Se entiende por imagen a cualquier figura, representación, semejanza o apariencia de una cosa.

Luego una imagen virtual será aquélla que representa un referente que no es real, aquélla que tiene la apariencia de real sin serlo o la que tiene apariencia de algo que realmente no es.

Luego cualquier imagen, por el hecho de serlo, es ya una imagen virtual. Y en ningún caso podrían existir imágenes reales, ya que la palabra imagen implica la representación de algo y no la cosa misma. Con este planteamiento todas las fotografías serían imágenes y todas ellas podrían ser virtuales.

Sin embargo, a lo largo de su historia las fotografías han sido consideradas como imágenes reales, ¿por qué?, ¿qué las diferencia de las producidas por otros medios?

Yo, como el profesor Joaquín Perea,²²⁵ pienso que si pudiéramos extraer la esencia de la naturaleza fotográfica, aquello común a todas las

225. El presente artículo nació en los seminarios de investigación dirigidos por Joaquín Pera González, profesor titular de fotografía de la facultad de BBAA de Madrid, y posteriormente se redefinió en mi tesis doctoral *Muerte de la fotografía referencial. De la imagen fotográfica como representación a la imagen fotográfica como herramienta discursiva*, Universidad Complutense, Madrid 2000, que también fue dirigida por él.

fotografías posibles y lo que las diferenciaría de otras producciones, esta sería la necesidad de un referente lumínico (que no real) para que la imagen se pueda formar.

Y es esta necesidad de referente para su formación es lo que ha generalizado la idea de que la fotografía es una imagen real. Parece ser que son denominadas reales única y exclusivamente porque necesitan de un referente que se presupone real.

Pero cuando dejamos de hablar de fotografía y comenzamos a hablar de tecnología digital es cuando mezclamos términos aparentemente contradictorios llamando «realidad virtual» a aquella imagen que representa un referente con apariencia de real pero sin existencia física, a imágenes que no están generadas a partir de una imagen fotográfica. Denominamos «imágenes virtuales» a las que tienen una apariencia de algo que realmente no es. Y hablamos de «realidad virtual» cuando queremos hablar de una simulación de la realidad.

¿Qué ocurre al hablar de tecnología digital? Pues básicamente que en ningún momento se plantean las imágenes como reproducciones. Siempre se piensa en ellas como simulaciones, apariencias o ficciones, y nunca como realidades.

Del mismo modo que las imágenes fotográficas plantearon nuevos modos de entender la realidad a principios de siglo xx, hoy, según Quéau (1995: 17) «las imágenes virtuales plantean de una nueva manera las antiquísimas cuestiones sobre la naturaleza de nuestra relación con lo real». Los medios digitales nos proponen un replanteamiento acerca de lo que habíamos convenido llamar realidad mediante su virtualidad y su no referencialidad y lo que está fuera de ella. Esto es lo que ha hecho que se modifique el concepto de fotografía que se consolidó con el pensamiento modernista.

Antiguamente se creaban las imágenes en torno a relaciones establecidas entre el proceso y la imagen, entre el objeto y su representación, hoy son afirmaciones de los procesos culturales. Ahora lo que se cuestiona no es la manera en que el mundo puede ser representado, sino más bien la capacidad que las imágenes tienen para construirlo, la posibilidad de crear otros mundos, de contar algo que va más allá de la propia imagen.

¿Tiene algún sentido que sigamos hablando de fotografía analógica y de fotografía digital en la era electrónica?

LA SEMEJANZA CULTURAL Y LOS REFERENTES VIRTUALES

Las imágenes virtuales en muchos casos son más figurativas y más hiper-realistas que las fotográficas y, sin embargo, no son pensadas como imágenes reales. ¿Por qué? Si, según Queau (1995: 17), «pueden tener más apariencia de realidad que las reales fotográficas».

Creo que la diferencia fundamental entre la imagen fotográfica y la imagen digital, si se pudiera hablar de ellas como dos categorías de imágenes diferenciadas, sólo puede residir en que toda imagen fotográfica necesita de un referente físico y lumínico para su formación, mientras que la imagen digital puede generarse sin él.

La imagen digital nos proporciona la posibilidad de construir sin contigüidad una realidad, es decir tiene la capacidad de construir «realidad» sin las relaciones causales que unían una imagen fotográfica con su referente, la posibilidad de generar sin referente real imágenes con apariencia «real».

Lo que propone la imagen virtual como novedoso es la capacidad de construir apariencias fotográficas sin realidad.

No se necesita un referente «real» para la construcción de las imágenes que a continuación les mostramos y sin embargo éstas tienen apariencia de lo que todos convenimos llamar realidad. En ellas el referente puede ser literalmente virtual.²²⁶

226. «Que tiene existencia aparente y no real», *Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española*.



1. Keith Cottingham, *Sin título*, serie «Fictitious portrait», imagen digital, 1992.
2. Estudios previos para la realización de la serie.

En las imágenes de Keith Cottingham el referente está construido artificialmente, este adolescente no existe en lo que llamamos mundo real y, sin embargo, a todos nos parece que tiene una apariencia totalmente real.

Con este tipo de imágenes el medio digital nos está proponiendo que redefinamos los conceptos de analogía, de apariencia y con ellos el de realidad, como explica Bellour (1999: 174-175):

The modern space of visibility was instituted, both historically and legendarily, as the confluence of art and science, of psychology and scenography: at the «origin of perspective [...] this impression of analogy will, of course, only seem natural because it is constructed, even though it may be based on the physiology of vision... –no doubt, for the first

time of history— the impression of analogy has been the object of such a deliberate construction

Actualmente a todas las imágenes digitales que se les llama «foto-realistas» por el concepto de apariencia que ha sido heredado a través de la historia de los *media*, y que ha estado ligado a la apariencia de algunas imágenes fotográficas. Estas imágenes digitales «foto-realistas» pueden carecer de referente lumínico y además pueden contener menos características formales aportadas por el medio fotográfico que por otros medios. Sin embargo, se les llama así porque se asemejan «culturalmente» al objeto que representan.

Lo que desaparece es la binómica relación que proponían todas las imágenes: la relación unidireccional entre las cosas del mundo y sus representaciones. Lo que recuperan las fotografías, según Robins en este *inconsciente virtual* es el estatuto de *imagen*²²⁷ que habían perdido en el periodo moderno.

El medio digital nos vuelve a proponer pensar la apariencia de las imágenes desligada del medio. Ahora la semejanza es una cuestión cultural.

Las fotografías ya no son reproducciones o representaciones del mundo, simplemente se asemejan culturalmente al objeto que representan. Son realidades metafóricas.

LA REALIDAD DE LOS SIMULACROS

Pero: ¿qué ocurre con las imágenes que sí son generadas a partir de una «fotografía»?

Pues ocurre que toda imagen que exista en la memoria virtual puede ser retocada, manipulada, falsificada, mezclada y deformada hasta el infinito, por todo esto: ¿qué verdad de la imagen de síntesis será posible, aunque haya sido construida a partir de un referente real?

227. «Figura, representación, semejanza o apariencia de una cosa». *Diccionario de la Real Academia de la lengua española*.

Es cierto que el retoque y el montaje fotográfico siempre han existido, pero la diferencia fundamental entre las imágenes retocadas a mano y las retocadas digitalmente no radica en el modo o la forma de retoque, no radica en el proceso, sino en la intención, según palabras de Ascott en *Electronoc Culture*: «antes se hacía con disimulo, se encubría» y ahora se hace sin darle importancia: «la política editorial actual ya no trata de disimular el retoque [...] ya no trata de mentir con él» sino que lo usa para reforzar la significación de la imagen, para apoyar el contenido de la comunicación.

Muchas de las imágenes digitales que podemos observar actualmente parten de una fotografía, incluso tienen apariencia de realidad, sin embargo su contenido se escapa de los límites de lo que todos entendemos por realidad. Son realidades virtuales porque son simulacros: tienen la apariencia de realidad y sin embargo no existen en el mundo real.

La imagen digital lo que nos propone son simulaciones de la realidad o construcciones de apariencias: imágenes ficticias. Y por esto se están empezando a «borrar las fronteras entre lo que habíamos convenido en llamar «realidad» y lo que no forma parte de ella». según palabras de Quéau (1995: 17). Lo «virtual» al proponernos otra experiencia de lo «real» pone, al menos aparentemente, en tela de juicio la noción de realidad.



Inez van Lamsverde, *Wendy*, serie «Final fantasy», imagen digital, 1993.

Como ejemplo podemos observar esta imagen con apariencia realista y generada a partir de referentes reales, pero que al ser montada y retocada digitalmente forma seres modelo, monstruos u otras realidades que quizás sean más reales que la realidad misma.

La aparición de este tipo de imágenes es lo que ha posibilitado la des-referencialización de la fotografía, porque la imagen ya no se refiere a su referente lumínico sino a un concepto cultural. El objeto representado no tiene por qué coincidir en contenido con su representación. Con esto se pone en evidencia que cualquier tipo de imagen, aunque sea una fotografía, es una metáfora, un concepto, un simulacro... una clave cultural.

Así los propios cambios tecnológicos han conseguido cambiar la manera de entender la imagen, porque al ser generadas con otros procesos han modificado la forma de interpretarlas, de convivir con ellas, y de ser integradas en nuestra sociedad.

Naciendo una bonita paradoja en la que la realidad comienza a parecerse a la imagen. Antiguamente las imágenes eran representaciones de la realidad, sin embargo hoy es la realidad la que comienza a ser una representación de la imagen. Por primera vez en la historia la realidad intenta imitar a la ficción.

Como ejemplo no tenemos más que mirar a la última generación de *top model*,²²⁸ con la cara extremadamente circular, con la frente amplia y despejada y con unos ojos tan grandes como redondos que se parecen más a las muñecas manga que a cualquier adolescente de carne y hueso. No tenemos más que sentarnos a mirar en cualquier terraza del centro de la ciudad para saber quién tenía *Airganbois* de pequeño y quién era aficionada a usar la goma de borrar. No tenemos más que revisar algunas noticias médicas²²⁹ para confirmar que se puede tener un brazo en la pierna, y que por lo tanto el recorta y pega y la fragmentación ya no pertenecen a la ficción.

228. Como referencia puede mirarse la revista *Vogue* de agosto del 2004, donde aparecen las estrellas de la pasarela de esta temporada

229. Imagen de la portada de el periódico *El Mundo*, jueves, 4 de marzo del 2004.

Como ya proponía Goodman (1976) «hablar sobre arte no es hablar sobre arte», porque el objeto del arte es construir un lenguaje del mundo, las imágenes visuales conforman nuestra experiencia. Los mundos que construye el arte no son mundos ficticios, sino que también y al mismo tiempo son mundos reales porque los mundos del arte no son autónomos, no son mundos en los que rijan leyes diferentes o que compitan con lo que se suele llamar mundo real, sino que lo construyen.

Es decir que la imagen fotográfica ha pasado de ser presentación, representación, forma, o materia a construir nuestros modelos de vida.

EL FIN DE LA ESPECIFICIDAD DE LOS MEDIOS

Como hemos visto en los epígrafes anteriores, parece evidente que cada vez se hace más irrelevante el hablar de fotografía analógica y fotografía digital como dos categorías de imagen diferenciadas, puesto que lo importante actualmente a la hora de leer e integrar una imagen en nuestra cultura ya no es el proceso sino el contenido.

No obstante y por si todavía quedara alguna duda de si podemos seguir hablando de «fotografía» con las premisas modernistas que dicho término encierra, tendríamos que aclarar que bajo esta óptica solamente podríamos hablar de los diferentes tipos de fotografía analógica que existen, ya que sería más correcto hablar de imagen digital que de fotografía digital siempre que la imagen hubiera pasado por un sistema informático.

Puesto que la mayoría de los programas informáticos que actualmente se usan para tratar las imágenes comparten herramientas utilizadas con anterioridad en diferentes áreas de conocimiento y debido a que cualquier imagen que exista en la memoria de un ordenador puede adquirir esta pluralidad de códigos, es lícito replantearse el discurso modernista construido en torno a la especificidad de los lenguajes artísticos.

La multidisciplinaridad del medio digital acaba con la idea de que la fotografía posee un *lenguaje específico*, como dice Costa (1977) que no es compartido por otros los medios. Ahora todas las disciplinas conviven juntas en pro del concepto.



Fotografía de Solve Sundsbo, *The Face*, mayo 2000

Mirando esta imagen con ojos de mitad de siglo pasado podríamos cuestionarnos si es una pintura o una fotografía, si tiene acabado de aerógrafo o de *photoshop*. Pero aunque el *modus operandi* nos ayude a construir la significación de una imagen, nunca podrá ser traducido por su contenido. El valor de esta imagen no reside en el procedimiento, aunque se ayude de él para construir el significado. Lo más interesante es su capacidad para reflejar las contradicciones o los ideales de la sociedad actual: un hombre tan perfecto que casi es de plástico, un hombre tan ambiguo que casi es una mujer... ¿o es solo el reflejo del uso de la tecnología? Es básicamente una clave cultural.

Este uso multidisciplinar del medio unido a la idea de referente cultural es lo que cierra el clásico debate de la valoración de la obra artística según el procedimiento con el que ha sido realizada, ya que pone en evidencia el sin sentido de la separación del arte en disciplinas.

Las nuevas imágenes están generadas con elementos de varias disciplinas que hasta ahora funcionaban con códigos propios en cada sistema, pero la facilidad que ofrece el medio digital para unirlos es lo que hoy nos ayuda a leer las imágenes como textos visuales (Eco, 1979) no como huellas²³⁰ de lo real.

230. La idea de la fotografía como huella de la realidad es defendida por P. Dubois (1986), explica que existen tres posiciones epistemológicas en cuanto a la cuestión de la imagen fotográfica: la primera ve la fotografía como una reproducción mimética de lo real y por tanto entiende la fotografía como un icono, la segunda ve la fotografía como codificada y por tanto la entiende como símbolo, y la tercera ve la fotografía como un indicio: inseparable de su referente lumínico, y por ello como huella de lo que fue, idea de la que se sirve Dubois para defender que la imagen fotográfica es un *index*: «La fotografía es un *index*. Sólo a continuación puede llegar a tener semejanza, ser un icono y adquirir sentido, convertirse en un símbolo» (1986: 51). Esta idea indicial de Dubois es la que a menudo repiten los teóricos de la fotografía (J. M. Schaeffer (1990)); Fontcuberta (1990: 25) o todavía hoy José Gómez Isla (2002: 387-388) sin caer en la cuenta que si se reconoce a la fotografía como *index* las imágenes fotográficas no pueden ser otra cosas que, como dice el propio Dubois «retornos hacia su referente», y nunca podrían referirse a conceptos culturales, nunca podrían hacer mención a referentes culturales, que es exactamente lo que yo propongo aquí.

BIBLIOGRAFÍA

- AMELUNXEN H., S. IGLHAUT (ed.) (1996): *Photography after Photography, Memory and Representation in the Digital Age*, Amsterdam y Munich, G+B Arts, OPA.
- BARTHES, R. (1990): *La cámara lúcida*, Barcelona, Paidós Ibérica.
- BOUDIEU, P. (1979): *La fotografía: un arte intermedio*, México, Nueva Imagen.
- BOZAL V. (ed.) (1996): *Historia de las ideas estéticas y de las teorías artísticas contemporáneas*, volumen II, Madrid, Visor.
- CASTELO, L. (1995): *Usos no normativos del lenguaje fotográfico*, tesis doctoral, Madrid, Universidad Complutense de Madrid, Facultad de Bellas Artes, Departamento de Dibujo II.
- COSTA, J. (1977): *El lenguaje fotográfico*, Madrid, Ibérica Europea.
- (1991): *La fotografía, entre sumisión y subversión*, México, Trillas.
- COSTA, M. (1997): *Della fotografia senza soggetto, Per una teoria dell'oggetto tecnologico*, Milán, Costa & Nolan,.
- COLOMA MARTIN, I. (1986): *La forma fotográfica*, Universidad de Málaga, Colegio de Arquitectos.
- CORTÉS, J. M. (1997) *El rostro velado, Travestismo e identidad en el arte*, Donostia, Diputación Foral de Guipuzcoa, 1997.
- DUBOIS, P. (1986): *El acto fotográfico*, Barcelona, Paidós Iberica.
- DURÁN, R. (1998): *El Tiempo de la imagen, ensayo sobre las condiciones de una historia de las formas fotográficas*, Salamanca, Universidad de Salamanca.
- DRUCKREY, T. (ed.) (1999): *Electronic Culture. Technology and visual representation. Aperture*.
- ECO, U. (1995): *Tratado general de semiótica*, Barcelona, Ed. Lumen.
- FLUSSSER, V. (1990): *Hacia una filosofía de la fotografía*, México, Trillas.
- FONTCUBERTA, J. (1984): *Introducción a la estética fotográfica*, Barcelona, Blume.
- (1997): *El beso de Judas, fotografía y verdad*, Barcelona, Gustavo Gili.

- GILI M. Y OTROS (1988): *Crítica y nuevas tendencias. La crítica fotográfica*, Bilbao, Caja de Ahorros Vizcaína.
- GÓMEZ ISLA, JOSÉ (2002): « Los ruidos de las máquinas» en GÓMEZ MOLINA, JUAN JOSÉ (2002): *Máquinas y herramientas de dibujo*, Madrid, Cátedra.
- (1990): *La fotografía conceptos y procedimientos*, Barcelona, Gustavo Gili.
- GOODMAN, N. (1976): *Los lenguajes del arte*, Barcelona, Seix Barral.
- (1978): *Maneras de hacer mundos*, Madrid, Visor.
- GOMBRICH, E. H., J. HOCHBERG Y M. BLACK (1996): *Arte, percepción y realidad*, Barcelona, Paidós.
- GRANDI, R. (1995): *Texto y contexto en los medios de comunicación*, Barcelona, Bosch Casa Editorial.
- JANUS E. Y M. LAMBERT (1998): *Veronica's Revenge, Contemporary perspectives on Photography*, LA, Switzerland, (Ed.) VVAA.
- KRAUSS, R. (1996): *Teoria e storia della fotografia*, Milán, Bruno Mondadori.
- LISTER, M. (1997): *La imagen fotográfica en la cultura digital*, Barcelona, Paidós Multimedia.
- MUÑOZ, B. (1989): *Cultura y comunicación. Introducción a las teorías contemporáneas*, Barcelona, Bascanova.
- MARCHÁN FIZ, S. (1994): *Del arte objetual al arte de concepto*, Madrid, Arkal.
- NOVI, C. (1995): *La nascita della fotografia. Antologia di documenti storici*, Milán, Franco Angeli.
- PANOFSKY, E. (1972): *Estudios sobre iconología*, Madrid, Alianza.
- PICAZO G. Y J. RIBALTA (ed.) (1997): *Indiferencia y singularidad. La fotografía en el pensamiento artístico contemporáneo*, Libres de Recerca Art, Consorci del Museu d'Art Contemporani de Barcelona.
- QUEAU, P. (1989): *Lo virtual. Virtudes y vértigos*, Barcelona, Paidós.
- RAMÍREZ, J. A. (1992): *Medios de masas e historia del arte*, Madrid, Cátedra.

- SALVAT, G. (ed.) (2000): *La experiencia digital en presente continuo*, Madrid, Universidad Europea-Cees.
- SCHARF, A. (1994): *Arte y fotografía*, Madrid, Alianza.
- SCHAEFFER, J. M. (1990): *La imagen precaria. Del dispositivo fotográfico*, Madrid, Cátedra.
- SONTAG, S. (1989): *Sobre la fotografía*, Barcelona, Edhasa.
- STELZER, O. (1981): *Arte y fotografía. Contactos, influencias y efectos*, Barcelona, Gustavo Gili.
- SUSPERREGUI, J. M. (1988): *Fundamentos de la fotografía*, Bilbao, Servicio editorial del País Vasco.
- VIRILIO, P. (1997): *El ciber mundo, la política de lo peor*, Madrid, Cátedra.
- ZUNZUNEGUI, S. (1992): *Pensar la imagen*, Madrid, Cátedra.

ANTONIMIAS DE LA FOTOGRAFÍA PUBLICITARIA: DE LA OSTENTACIÓN A LA ELISIÓN DE LOS OBJETOS

EDUARDO JOSÉ MARCOS CAMILO

Universidad de Beira Interior

En este artículo pretendemos demostrar la existencia de dos modalidades simétricas de producción iconográfica en la comunicación publicitaria. Por una parte, las fotografías en las que existe una ostentación absoluta de los objetos; por otra, las imágenes en las que la presentación de los productos es cada vez menos importante en beneficio de un esfuerzo de puesta en escena, de dramatización.

Empezaremos por caracterizar las principales particularidades de las fotografías en las que se verifica la ostentación de las mercancías. Pasaremos a llamar a estas imágenes «fotografías de ostentación publicitaria». Después, en una segunda parte, describiremos las fotografías de publicidad en las que los productos se encuentran dramatizados, pasando a llamarlas «fotografías de la puesta en escena publicitaria».

LAS FOTOGRAFÍAS DE OSTENTACIÓN PUBLICITARIA

En la ostentación publicitaria, el producto ocupa exclusivamente el campo de la representación (imagen 1). El encuadramiento incide en la mercancía y si, a veces, no se encuentra representada en su totalidad, es porque la imagen valoriza el detalle que constituye el ventaja competitivo.

En las fotografías de ostentación publicitaria hay un concepto clave subyacente: el espacio. El objeto fotografiado se encuentra exagerado en la superficie de la imagen, regido por un *studium*:²³¹ en términos de composición, el producto es representado aisladamente. La excepción

231. En esta cuestión del *studium*, nos referimos a Barthes (1998: 46-83).

reside en la fotografía de la gama de productos pero, en este caso, es el conjunto el que constituye la mercancía a publicitar. En lo que respecta a la composición, el objeto tiende a ocupar el centro del encuadre. El centro de la imagen, asociado a un ángulo frontal (ni picado, ni contrapicado), constituye cánones importantes, por lo que cualquier desvío produce efectos de sentido que van a ser analizados.

Aunque el objeto sea por norma representado en su unidad, tal hecho no impide que también pueda serlo parcialmente. No confundamos todavía esta representación parcelar con las sinécdoques iconográficas de las fotografías de la puesta en escena publicitaria. En la ostentación publicitaria, los encuadramientos de partes de los productos siguen inscribiéndose en la lógica de exageración del objeto, ya que no son producidos para evocar un imaginario sobre la totalidad del producto, sino para ratificar aquello que en él es digno de ser autenticado y enfatizado. La exageración del objeto inherente a la fotografía de ostentación publicitaria también es visible en los criterios relativos a la composición. La pose en tres cuartos y hasta de perfil tienden a asegurar una aprehensión sin equívocos, denotativa. Están relacionados con la especificidad de las configuraciones materiales de lo que se pretende publicitar.

Pasemos ahora a los regímenes de iluminación. En las imágenes de ostentación publicitaria, la luz tiende a ser frontal y directa, conjugada con luces de apoyo traseras o laterales. Se busca eliminar cualquier sombra que distraiga al espectador de la existencia del objeto. Pero esta disposición no es imperativa. Puede presentar otras configuraciones siempre que sea asegurado el criterio de transparencia sobre la existencia de una mercancía.

Referimos que en las fotografías de ostentación publicitaria el campo de las imágenes es ocupado exclusivamente por el producto. Se traduce por una desvalorización de la profundidad de campo y por todo lo que pueda distraer al espectador de la aprehensión del producto. Estas fotografías son como escaparates cuya disposición fuera concebida para la presentación de una sola cosa: el objeto, la mercancía. Todo lo que en el campo de la imagen despierte la distracción del espectador deberá ser eliminado. Es el caso de los actores: en su dimensión más absoluta, no hay personas ni animales en estas imágenes. Incluso los objetos tienen

que presentar un estatuto especial: sólo se aceptan las mercancías. Asimismo, a veces es necesario que en el campo de la imagen se integren personas, que pasaremos a llamar «actores publicitarios». Esta integración se concreta según determinadas reglas que tienden a garantizar el protagonismo de la mercancía. Los actores publicitarios presentan un estatuto secundario con relación al producto y protagonizan siempre la misma función dramática: la de presentadores. Apoyan la aparición o la existencia del producto: lo presentan, destacan sus ventajas competitivas, lo consumen. En estas imágenes, el actor no tiene verdadera importancia, lo que sí importa es el objeto que promueve. En términos físicos, no es relevante su belleza, su constitución física, su raza; en términos morales, su *ethos* tampoco es importante, ya que lo esencial es su capacidad, exclusivamente técnica, para lograr presentar, demostrar, apuntar, destacar. Esta desvalorización del «actor publicitario» es evidente a partir de la existencia de códigos inherentes a la producción y a la composición iconográficas. Mientras que el objeto comercial es exhibido en su totalidad, el actor publicitario apenas se encuentra representado parcialmente; si el producto es fotografiado en detalle, el actor que lo presenta se encuentra apagado, sometido a un anonimato iconográfico; hasta en ocasiones en las que hay una coexistencia entre la mercancía y su presentador en el campo de la imagen, es posible verificar la gestión de desequilibrios (Péninou, 1976: 113). Se fundamentan en las oposiciones binarias delante/detrás (el objeto es presentado en primer plano), central/lateral (el producto sigue en el centro de la imagen), alto/bajo (el objeto es levantado por el presentador).

DINÁMICAS INTERTEXTUALES Y PARADIGMAS COMUNICACIONALES

La exageración del objeto comercial está fundamentada en una irreductibilidad material y en una preocupación por asegurar una especie

de «documentalismo comercial», recordándonos a otros regímenes de producción de imágenes.

Con respecto a la irreductibilidad material, inherente a la omnipresencia del objeto, a la valorización de la superficie, a la obsesión por la ocupación, el arquetipo subyacente es el de la fotografía pornográfica. En la imagen porno, lo que menos interesa son los actores, la preocupación subyacente es asegurar que el campo de representación esté completamente ocupado con los órganos sexuales; de la misma manera, el campo de la fotografía de ostentación es llenado por la representación del producto, favoreciendo una «transparencia del sentido». En la representación del sexo y de la mercancía, «nunca há um segundo sentido, intempestivo que venha semi-esconder, adiar ou distrair» (Barthes, 1981: 64).

La pornografía y la ostentación publicitaria se inscriben en la categoría de las imágenes unarias: reproducen la realidad, pero sin duplicarla, sin perturbarla y, en este caso específico, se apoyan en el principio de la exposición. La diferencia está en sus fundamentos: mientras que la fotografía pornográfica incide en la objetivación de la proeza sexual, la publicitaria se refiere a la proeza comercial (al plus del producto), y a la rareza (glorificación de la ventaja competitiva). Todas las demás modalidades inventariadas por Barthes (el *númem* –que remite a la representación del momento decisivo–, el efecto especial y el descubrimiento) atentan contra las características estructurales de la fotografía de ostentación apoyada en la exageración y realismo materiales y, al mismo tiempo, en una configuración estática de la que se encuentra ausente la evocación del tiempo.

La ostentación publicitaria es un tipo de fotografía cuya aprehensión implica una actividad de «re-conocimiento» porque está fundamentada en la actualización de arquetipos culturales. Su plataforma es el sentido común, la base del *studium*. Cualquier sobresalto en esta actividad –que constituye lo que Barthes considera el *punctum* (Barthes, 1981: 46 y ss.), por lo que el *spectator* (el espectador) se deja traspasar en la percepción de las imágenes– es evaluado como un fenómeno perverso que disturba la aprehensión regular, ocultando parcialmente lo que se pre-

tendía exhibir en transparencia. El *punctum* es el detalle que indicia una libertad interpretativa por parte del *spectator*, ya que es solamente él quien lo puede descubrir; pero, al mismo tiempo, constituye una peligrosa partícula que amenaza la exuberancia del objeto en el campo de la imagen.

En este punto de la reflexión nos hemos preguntado: asimismo, ¿no habrá *punctum* en las fotografías de ostentación publicitaria?, ¿algún detalle que permita la aventura de la imagen? Si, tal como lo ha hecho Roland Barthes, colocamos el *punctum* en el contexto de un proceso de recepción y de interpretación, es imposible concebir su existencia en el régimen iconográfico de la publicidad de ostentación, ya que todo lo que lo justifica se encuentra siempre en el polo de la producción, de la codificación (en la esfera de acción del *operador*, del fotógrafo). La emergencia del *punctum* en las fotografías comerciales surgirá, entonces, como un acto de resistencia, de dialogismo del *spectator* con lo que está representado y con el propio tipo de imágenes. Es mirado como un efecto perverso por el propio *operador*, ya que hace sobrepasar –y, por eso, relativizar– sus intencionalidades comunicacionales. Las imágenes de ostentación publicitaria (tal como las fotografías pornográficas), deberán ser concebidas como el producto exclusivo de actos de virtuosidad del *operador* que ofrece su competencia al servicio de intencionalidades extracomunicacionales. Como técnico telegráfico, él tiene competencia para concebir imágenes donde estén marcadas ocurrencias, transmitidos puntos de interés comercial cuya génesis sea microeconómica. Que sean o no recibidas en conformidad por el *spectator* publicitario, no constituye un problema que sea origen de perturbación. Este tecnicismo, esta linealidad comunicacional, se encuentra con evidencia en una citación de Cassandre en lo que respecta a la determinación del lugar del cartel en las artes pictóricas, siendo de particular relevancia en la delimitación del estatuto de la fotografía de ostentación publicitaria. En 1933, escribió (citado en Barnicot, 1972):

la pintura es un fin en sí. El cartel no es más que un medio [...] de comunicación entre el comerciante y el público, una especie de telégrafo. El cartelista [en este caso, el operador] juega el papel del agente de telé-

grafos: no toma iniciativas, se conforma con transmitir noticias. Nadie le pide su opinión, sólo se le pide que haga una buena conexión, clara y exacta.

Esta posición es significativa de una práctica lineal y unidireccional de comunicación, de la que el modelo matemático de la información de Shannon y Weaver se asume como paradigma (Camilo, 2004): «an engineering communication theory is like a very proper and discreet girl accepting your telegram. She pays no attention to the meaning whether it be sad, or joyous, or embarrassing» (Chandler, 2004). Existe, por lo tanto, un presupuesto comunicacional en las fotografías de ostentación publicitaria: tienden a asegurar un nivel óptimo de transmisión de información comercial. En la hipótesis de que exista *punctum*, se deberá renovar su concepto: será un impulso, una unidad de información producida por el *operador*, cuya génesis se fundamenta en un universo microeconómico.

La fotografía de ostentación publicitaria no es solamente un tipo de imagen que se define por la omnipresencia de los objetos en el campo de representación. La ausencia de la profundidad de campo, la gestión cuidada de la posición del objeto a fotografiar, el recurso a grandes formatos de película o a técnicas de captación digital de alta definición, están relacionados con la necesidad de asegurar un realismo, a veces hasta un hiperrealismo del objeto. Son estas prácticas las que establecen una aproximación de la fotografía de ostentación publicitaria con las que presentan una dimensión explícitamente documental, como es el caso de la fotografía científica e industrial (Mayer y Pierson, 1987: 56). Este documentalismo se concreta con una intencionalidad de índole clasificatoria asociada con aquello que llamamos «marca(ción) publicitaria». Es, seguramente, un documentalismo que atestigua una existencia comercial y, por lo tanto, inherente a un ejercicio lingüístico primordial de índole referencial y singularidad económica que determina estructuralmente cualquier proceso de comunicación publicitaria (Camilo, 2004). Pero también deberá ser concebido como asociado a un acto de singularización, de delimitación que, en una perspectiva verbal, encuentra su correlato en la rotulación, más bien en la designa-

ción comercial por la cual el producto es destacado de una clase masificada de objetos inscritos en una situación indistinta, a granel (Péninou, 1976: 97). Es precisamente esta pulsión clasificatoria, esta energía de discriminación, de querer clasificarlo todo, la que está subyacente en la dimensión documental de la fotografía de ostentación publicitaria.

DESVÍOS DE LA NORMA

La fotografía de ostentación publicitaria está estructuralmente compuesta por características de configuración que están relacionadas con la exageración y la singularización de los objetos comerciales. Eso no impide que puedan existir fotografías que se integren parcialmente en esta estructura de configuración, asumiéndose como una especie de «desvío de la norma».

Son tres los tipos de fotografía que se inscriben en esta situación de desvío: las imágenes de manipulación gráfica (imagen 2); la fotografía de *packshot* (imagen 3), y la imagen de la puesta en escena del objeto (imagen 4).

Con respecto a las imágenes de «manipulación gráfica», las poses frontales son abandonadas para favorecer otras posiciones. Reconocemos que en las fotografías de ostentación publicitaria, aunque la pose frontal sea la más usual, otras existían, pero siempre con el objetivo de destacar una ventaja competitiva. Esta preocupación ya no existe: sentimos un cierto desinterés en la composición de la imagen, como si fuera rebasada por otras preocupaciones que ya no son de carácter referencial. Esta disparidad también se constata en el tipo de ángulo del encuadre, con respecto al cual son explorados puntos de vista de tipo picado (desde arriba hacia abajo) o contrapicado (desde abajo hacia arriba), sin que se entiendan las razones subyacentes para esas opciones. Si la omnipresencia del producto permanece, verificamos una artificialidad cada vez más intensa, por ejemplo a nivel de los efectos de luz, de la decoración del propio campo de la imagen, de la imposición de un contraste exagerado, etc. Este fenómeno indicia la transformación de un régimen

de representación iconográfica realista (de afirmación y de autenticación de una existencia comercial) en otro, surreal, en el sentido de exceder, de forzar el propio real.

Pasamos ahora a las fotografías de *packshot*, entendidas como una versión miniaturizada de las fotografías de ostentación. En una perspectiva estructural, las configuraciones inherentes al *packshot* son semejantes a las que caracterizan a las fotografías de ostentación publicitaria. También en ellas encontramos la exageración de los objetos y sentimos una preocupación por autenticar una existencia comercial. La diferencia está en que las fotografías de ostentación publicitaria son imágenes que ocupan aisladamente el manifiesto publicitario (el anuncio o enunciado publicitario), mientras que el *packshot* es una imagen de autenticación comercial que lo comparte con otras. Esta coexistencia es importante, ya que el *packshot*, en conjunto con la referencia comercial (sigla, identidad verbal, eslogan o logotipo), presenta una función de objetivación en el mensaje publicitario. Nos recuerda al papel representado por los signos verbales con relación a las imágenes, postulado por Roland Barthes (1981: 26-30) en el sistema de la moda. Será equivocado concebir en el *packshot* las mismas funciones de objetivación y de institución de sentido de las leyendas de las fotografías de las revistas de moda. El *packshot* no sirve para imponer un tipo de interpretación de los sentidos inherentes a las diversas imágenes que constituyen el anuncio, ni tampoco para transmitir informaciones accesorias a las de estas. Su función tampoco es la de repetir sentidos anteriormente divulgados, sino sencillamente la de garantizar un nivel mínimo de información comercial que permite al espectador publicitario intelectualizar los sentidos del manifiesto publicitario. En esta operación, la fotografía de *packshot*, más que realizar esa función de autenticación de una oferta (esta es la función de la imagen de ostentación publicitaria), se asume como una especie de emblema: es una fotografía que encierra ideas y sentidos, dándoles una expresión de índole comercial.

El tercer desvío de la norma está relacionado con la emergencia de fotografías en las que se verifica un creciente protagonismo de los actores publicitarios. Esta situación conduce a alteraciones en la

configuración de las imágenes de ostentación: el encuadre centralizado del producto tiende a desaparecer, siendo sustituido por una composición en la que el presentador cada vez ocupa más la superficie de la imagen. En una primera fase, se constata todavía la puesta en escena de una paridad entre presentador y objeto; después, el protagonismo del presentador conduce a una progresiva transformación del objeto en un accesorio (imagen 5), hasta el punto en que desaparece irremediablemente del campo de la imagen. Volverá a surgir en el manifiesto publicitario, pero en una fotografía *packshot* con una función emblemática.

Esta imparable marginalización del producto hacia el exterior del campo hace pagar su precio en una alteración del propio estatuto del actor publicitario. ¿Quién es esta persona que aparece en las fotografías? ¿Todavía podremos considerarle como un presentador, cuando ya no tiene nada que presentar? El hecho de que él ya no protagonice la existencia del producto y de que este remita a una historia de vida, a un cuadro de calidades morales, profesionales, estéticas, sexuales, etc., nos posibilita distinguirlo del presentador y asociarlo, cada vez más, a la estrella publicitaria. Se trata de una situación extrema que indicia mutaciones estructurales en la configuración de la fotografía publicitaria que no podrá ser clasificada en la categoría de la ostentación, sino más bien en la de la puesta en escena.

LAS FOTOGRAFÍAS DE LA PUESTA EN ESCENA PUBLICITARIA

La desvalorización de la representación de los productos comerciales en beneficio de la presencia de las estrellas está asociada a una reestructuración de las configuraciones de la fotografía publicitaria. El producto ya no se encuentra omnipresente en el campo de la representación; dejando de estar representado aisladamente, disputa el interés del espectador con un actor y con un escenario. La imagen adquiere una espesura que antes no presentaba: el campo de la representación gana

profundidad y la iluminación gana matices que tienden a producir efectos de sentido dramático y ya no estrictamente documental. El objetivo siempre es el mismo: la significación de un contexto dramático, en el ámbito del cual el producto comercial puede estar o no integrado (imagen 6). Además, en este tipo de imagen publicitaria, ya no podremos considerar el producto fotografiado como una mercancía, como sucedía en la ostentación publicitaria, sino más bien un aderezo integrado en una trama dramática, en una historia.

En las fotografías de puesta en escena publicitaria, el protagonismo atribuido a los actores (más concretamente a su competencia melodramática corporal y facial), a la veracidad de los escenarios y de los aderezos, asociado a la valoración de la profundidad de campo, constituyen marcas de una remisión intertextual para la producción teatral. En lo que respecta al estereotipo de los papeles dramáticos, destacamos un texto periodístico de Paulo Moura (2004: 48-51) sobre el modo en el que la publicidad de los móviles tiende a representar a los jóvenes portugueses como si fueran niños grandes, irritantes, irresponsables y perezosos. Esta tipificación es objetivada por ropas específicas, un estilo *cool*, haciéndonos recordar la dinámica de la *commedia dell'arte* del siglo XVI. En este tipo de teatro, los personajes estereotipados (Pantaleón, Palomina, Arlequín, Capitán, Doctor, etc.) también estaban asociados con máscaras y prendas patrón dotadas de un valor metonímico con relación a los contornos estructurales de sus papeles dramáticos. Si en Arlequín, la túnica y los pantalones con formas regulares multicolores, bicornios negros y máscara veneciana son metonímicos de la ingenuidad aparentemente tonta, en la publicidad de los detergentes o de las colas, la evocación de la *expertise* depende a veces de una ropa blanca y de unas gafas de aros redondos.

En la fotografía de la puesta en escena publicitaria, la significación del tiempo constituye un concepto clave que, en su dimensión más básica, surge asociado a la evocación de una historia sobre la aparición de una mercancía. La dramatización permite poner los productos en situación, integrarlos en una historia de vida. Esta particularidad posibilita que adquieran un sustrato, una esencia imposible de descubrir en una

modalidad de representación estrictamente documental. Si en las fotografías de ostentación publicitaria el espacio se asumía como el concepto clave, en las de la puesta en escena el tiempo es el efecto de sentido que más importa alcanzar.

La significación de la temporalidad en la puesta en escena publicitaria vuelve decisiva la selección y la dirección de los actores. En el caso de las estrellas publicitarias (Michael Jackson, por ejemplo), la temporalidad es introducida de un modo indirecto en las fotografías por acción de la metonimia, ya que sólo su figuración es suficientemente evocativa de una historia ejemplar de vida. Esta dinámica se consubstancia en una relativa serenidad dramática por parte de los ídolos que es comprensible, pues está fundamentada en un reconocimiento implícito de la dignidad y del éxito de sus carreras. Esta temperancia dramática contrasta con la exuberancia expresiva y la gesticulación exagerada de los actores publicitarios, que deberán presentar una competencia dramática para desempeñar una pantomima significativa tanto de una emotividad como de un carácter.

El campo de las imágenes de la puesta en escena publicitaria tiende a estar lleno de protagonistas, de aderezos, decorado por ambientes, o sea, todo lo que hace posible encuadrar al producto en una historia. Este exceso, típico en la puesta en escena teatral, también nos hace recordar a los cuadros de género, muy de moda durante el siglo XIX y comienzos del siglo XX, una especie de pinturas con temas puramente anecdóticos y que representaban escenas. En estos cuadros, hay también una negación de la singularidad y una saturación de signos no solamente de un contexto sino, sobretodo, de un relato.

Es sabido que desde el origen del teatro, las narrativas remetían a situaciones extraordinarias relacionadas con la vida de los dioses y de los héroes. La temporalidad del teatro no es jamás ordinaria, cotidiana, sino del orden de lo admirable, de lo asombroso. Paralelamente, presenta siempre también una marca moral, ya que es inherente al ejercicio de las virtudes: la modestia, la valentía, la paciencia, etc. Esta moralidad subyacente también se verifica en las fotografías de la puesta en escena publicitaria, en especial si la descubrimos a partir del tipo de escenarios

y de aderezos o de la gesticulación, expresividad y pose estereotipada inherente a la representación de los actores. Se trata de una particularidad que encontramos también en otro tipo de imágenes. Nos estamos refiriendo a las de la propaganda política, con relación a las cuales las que se inscriben en el realismo socialista se asumen como un ejemplo paradigmático. Ésta es la razón por la que consideramos que, desde un punto de vista estructural, no hay diferencia entre el *Corn*, el cuadro de Tatiana Yablonskya pintado a finales de la década de cuarenta del siglo pasado, y *A vida são dois dias*, la fotografía publicitaria de *Las Pousadas de Portugal* producida por Foot Coone & Belding ya en este milenio (imagen 7), excepto en los contenidos que actualizan las distintas «morales»: de una parte, la serenidad, la tranquilidad inherente a la diversión (el paseo), de otra parte, la agitación y la alegría del trabajo. En una imagen se evoca el individualismo, el aislamiento; en la otra, la comunidad asociada al trabajo colectivo.

Reconocemos que en estas imágenes de puesta en escena, la evocación de esa estructura moral no es desarrollada a partir de una aprehensión exclusivamente centrada en las imágenes. Esta particularidad constituye una diferencia decisiva con relación a las fotografías de ostentación publicitaria, en las que la representación de la mercancía se imponía denotativamente al espectador en toda su evidencia. Así se entiende la posición de Guy Gauthier al considerar que las imágenes del realismo socialista sólo funcionan cuando son encuadradas en un discurso de comentario. Esta valorización de la palabra también se verifica en el caso de los anuncios ilustrados por fotografías de la puesta en escena publicitaria que necesitan de un discurso verbal de objetivación y de encuadramiento patente en el eslogan o en la propuesta comercial. Se trata de un importante aspecto que nos posibilita concluir que, del mismo modo que en el realismo socialista, también la fotografía de puesta en escena publicitaria deberá «ser calificada de literaria, lo que no es forzosamente un insulto sino un modo de funcionamiento».

CONCLUSIÓN

En este texto hemos buscado delimitar algunas de las características inherentes a las fotografías de ostentación publicitaria y a las de puesta en escena.

En las fotografías de ostentación, el concepto clave es el espacio, en lo que respecta a la gestión de composiciones y encuadramientos cuya función es asegurar una omnipresencia del producto en el campo de la imagen, una transparencia documental asociada a la ratificación de una existencia comercial. Por su parte, en las fotografías de la puesta en escena publicitaria –integradas en una dinámica retórica a partir de la cual se busca edificar una esencia comercial (asociada a una imagen de marca)–, el concepto clave subyacente es el tiempo. Más que significar una presencia, se busca asegurar la significación de una historia, de una narrativa cuya función sea encuadrar al producto en un conjunto de calidades morales.

La significación del tiempo en la fotografía de puesta en escena nos ha conducido a la necesidad de descubrir regímenes intertextuales con otras prácticas de producción de sentido donde esa característica también sea evidente. Es el caso del teatro, con relación al cual las fotografías de puesta en escena explotan sobre todo un tipo de encuadre (el plano general, ya que es el más parecido a la aprehensión de una escena) y se constata una preocupación por la puesta en escena, caracterizada por una gestión de la expresividad de los personajes publicitarios. Ése es también el caso de los cuadros de género, ilustraciones que se remontan al siglo XIX y cuya función es relatar acontecimientos. La contribución de estas imágenes en las configuraciones de las fotografías de puesta en escena se hace sentir en la opción por una composición excesiva, llena de signos que evocan un relato. Es ése, por fin, el caso de las imágenes de propaganda política inherentes al realismo socialista, con relación a las cuales la fotografía de puesta en escena comparte los procedimientos inherentes a una estilística de la evocación moral. Se encuentra subyacente a la composición de la imagen en lo que respecta a la elección de los escenarios, personajes y aderezos que deberán ser

lo suficientemente significativos de un imaginario considerado moralmente ejemplar.

BIBLIOGRAFÍA

- BARNICOT, John (1972): *Histoire concise de l'affiche*, París, Hachete.
- BARTHES, Roland (1981): *O sistema da moda*, Lisboa, Edições 70 (1ª edición en francés:1967)
- (1998): *A câmara clara*. Lisboa, Edições 70 (1ª edición en francés: 1980)
- CAMILLO, Eduardo J. M. (2004): «Das especificidades estruturais da mensagens publicitárias: o conceito de género» en: *Ciências da Comunicação em congresso na Covilhã (III Sopcom, VI Lusocom e II Ibérico)*, Covilhã, Universidade da Beira Interior/Departamento de Comunicação e Artes/ Labcom [en CD Rom].
- CHANDLER, Daniel (2004): «Encoding/decoding», en: *Semiotic for beginners*, [en línea] <http://www.aber.ac.uk/media/Documents/S4B/sem08c.html>.
- FRIZOT, Michel y Françoise DUCROS, (coord.) (1987): *Du bon usage de la photographie*, París, Centre National de la Photographie.
- MAYER y PIERSON (1987): «Des applications de la photographie aux arts, aux sciences et à l'industrie» (1ª edición en francés: 1862), en FRIZOT, Michel e DUCROS, Françoise (COORD.) (1987): *Du bon usage de la photographie*, París, Centre National de la Photographie
- MOURA, Paulo (2004): «Os jovens gostam da discoteca do vigário» en: *Jornal Público* (427, suplemento de Jornal Publico nº 5244);
- PÉNINOU, Georges (1976): *Semiótica de la publicidad*. Barcelona, Editorial Gustavo Gili, s.d., Col. «Comunicación Visual».

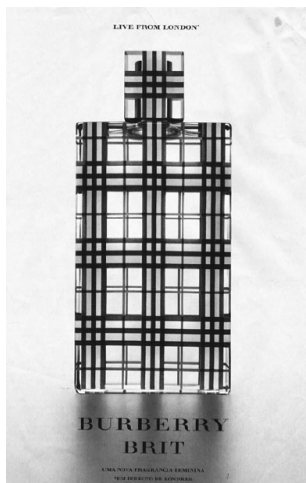


Imagen 1: Ejemplo de un anuncio cuya imagen se inscribe en la categoría de las fotografías de ostentación publicitaria.

Burberry – *Burberry Brit*. Burberry, 2004.

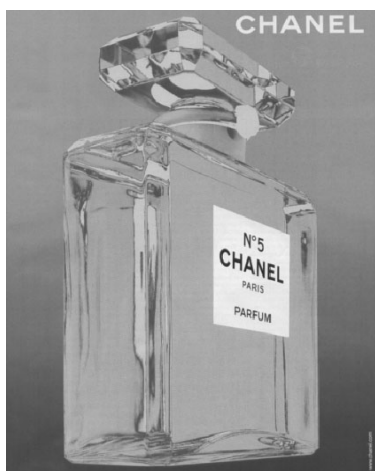


Imagen 2: Fotografías en las que la artificialidad gráfica (efecto de contraste y de coloración del fondo en degradé) y la selección del punto de vista (en contra picado) producen efectos de sentido que ya no están relacionados con la denotación de una existencia, sino con la evocación de una esencia.

Chanel – N° 5, Chanel. Chanel, 2004.

Superbock – Na Expo é tudo em grande. Até a sede. Superbock, 1998.



Imagen 3: El *packshot* sobrepuesto a la imagen principal. Omega – Speed Master Broad Arrow. Omega, 2004.



Imagen 4: La progresiva puesta en escena de la existencia del objeto conduce a transformaciones estructurales en el propio estatuto de los actores publicitarios: ya no son solamente presentadores, sino también testigos, alguien que dicta o influencia, interaccionando cada vez más con los espectadores. Pantene – Pantene Pro V. Pantene, 2004.



Imagen 5: En la puesta en escena publicitaria, la representación cada vez más marginal del producto en el campo de la imagen es acompañada de un protagonismo del actor-comercial. En simultáneo, la fotografía *packshot* gana cada vez más importancia como una especie de emblema publicitario cuya función es asegurar un grado mínimo de información comercial.
Motorola – Motopro. Motorola, 2004.



Imagen 6: En la fotografía de puesta en escena publicitaria, más importante que la divulgación de una existencia comercial es su encuadramiento en una fábula, entendida como la actualización de un determinado cuadro moral.
Tagus – Depois de uma cerveja de puro malte ficas muito mais exigente. Tagus, 2004.

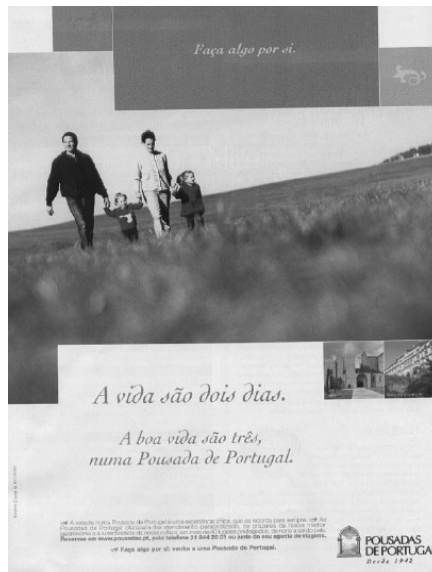


Imagen 7: el realismo capitalista y el socialista no están fundamentados en la naturaleza misma de las imágenes (fotografías *versus* pintura), sino en la exploración de los cánones de la expresión iconográfica familiares a las masas populares (como es el caso de la profundidad del campo en la perspectiva de la *Renaissance*).

Por otra parte, su valor ideológico se fundamenta en un estilo evocativo de una estructura moral previa a la propia producción de la imagen.

Foot Cone & Belding – A vida são dois dias. Pousadas de Portugal, 2004.
Yablonskaya, Tatyana – Corn. 1949, óleo sobre tela, 200x370 cm, [pormenor].

LA TECNOLOGÍA DE LA FOTOGRAFÍA APLICADA A LA IMAGEN PUBLICITARIA: EL EJEMPLO DEL AUTOMÓVIL

JOSÉ MANUEL SUSPERREGUI

Universidad del País Vasco - Euskal Herriko Unibertsitatea

La tecnología tiene unas implicaciones directas con la representación, es decir, con las imágenes producidas para elaborar los mensajes porque existe una relación directa entre el medio y el mensaje, tal y como lo afirmaba Marshall McLuhan. La tecnología forma parte de la estrategia comunicativa porque es el medio que se utiliza para lograr un fin concreto y, en la fotografía publicitaria del automóvil, la tecnología utilizada es la tecnología fotográfica más desarrollada, a veces creada expresamente para resolver problemas de estas imágenes publicitarias, y también es la tecnología de más calidad para tener un mayor control sobre la perspectiva de la imagen y una mayor información, que en términos tecnológicos corresponde a una mayor calidad visual para que, a través de la imagen fotográfica, se pueda apreciar hasta el más mínimo detalle. En definitiva, la tecnología como conjunto de técnicas tiene una función vicarial en el sentido que apunta Wolton (1999 : 242) cuando dice que:

Toda técnica, sobre todo de comunicación, consiste en reemplazar una actividad humana directa por una actividad mediatizada por una herramienta o servicio, cuyo contenido no se recupera siempre en las técnicas.

El sentido que da Wolton al término «mediatización» supone la sustitución de la realidad por su representación, que es otra experiencia visual, generalmente de menor índole, pero que permite aplicar una estrategia para ajustar la comunicación según los intereses del anunciante. En este caso la tecnología hace una apuesta clara para paliar la diferencia entre el ojo humano y el objetivo de la cámara con el fin de aproximar ambas experiencias.

El marco de referencia para este análisis son principalmente los catálogos oficiales de los fabricantes de automóviles y de los anuncios de prensa, porque después de una detallada observación sobre las fotografías publicadas en todos los medios impresos se observan diferencias notables entre las imágenes oficiales de los catálogos y los anuncios de prensa respecto a otras imágenes del mismo producto pero que se publican como ilustraciones en reportajes especializados. Debido a la uniformización del gusto, los medios de comunicación impresos se ven obligados a desarrollar unas estrategias distintas a los otros medios, y como parte de esta estrategia está la edición gráfica que tiene el siguiente cometido periodístico según Baeza (2001: 75): «La edición gráfica desarrolla, en definitiva, la función periodística que confiere un sentido determinado y consciente a las imágenes».

Por lo tanto la edición gráfica, que en el ámbito fotográfico también podría conocerse como fotografía de encargo, genera una colección de imágenes de un mismo producto que queda fuera del control de la estrategia comunicativa del fabricante de automóviles y que pertenecen tanto material como intelectualmente al editor del medio impreso. Sin embargo, la pertenencia de las fotografías publicadas en los catálogos y en los anuncios de prensa es de los fabricantes, tanto material como intelectualmente, y tienen la autoridad que les otorga el estatuto de la marca que se anuncia. Pero además del control o no de las imágenes por parte de uno u otro, fabricante o editor, una diferencia importante entre ambos tipos de imagen, oficial o de edición, consiste en el nivel de calidad de una y otra, dado que el fabricante destina más y mejores medios a la elaboración de las imágenes fotográficas que el editor.

EL ROL DE LA FOTOGRAFÍA EN LA REPRESENTACIÓN DEL AUTOMÓVIL

El automóvil entra dentro de la categoría de producto de consumo duradero al igual que otros instrumentos y herramientas de trabajo. Como producto industrial el automóvil tiene que someterse a las reglas del mercado, tiene que provocar sus ventas seduciendo a los compradores potenciales a través de la comunicación, o más específicamente a través de las campañas publicitarias por medio de las cuales se trata de conseguir que una marca de automóvil y un modelo específico del mismo se convierta en la referencia dentro de su segmento y del mercado. Son muchos los automóviles que han marcado época o una imagen que refleja unos valores sociales y culturales, es decir, un signo externo bien marcado, una referencia.

Para establecer el contacto o la comunicación entre fabricante y cliente se ha recurrido sobre todo a los medios impresos, aunque todos los medios de comunicación participan en mayor o menor medida en estas estrategias comunicativas. La fotografía es la ilustración idónea para presentar en sociedad al nuevo modelo de la temporada debido sobre todo a su imagen analógica y tan comprometida con la realidad, además de su idoneidad para atraer al lector como asegura Wells (1996: 517):

Las investigaciones sobre publicidad impresa han descubierto que más del doble de los lectores de revistas se sienten más atraídos por una imagen que por el encabezado de un anuncio. Además, cuanto más grande sea la ilustración, mayor es el poder del anuncio para captar la atención. Con una imagen fuerte es más que probable que la atención inicial se convierta en interés.

La evolución en el tratamiento fotográfico del automóvil ha sido importante debido a varios motivos. En primer lugar, las fórmulas publicitarias se agotan por lo que el cambio *per se* es la mejor fórmula, provocando una evolución que se puede considerar natural y, en segundo lugar, las aportaciones tecnológicas que tanto han ayudado a la mejora y control de la comunicación.

Desde un principio la fotografía publicitaria de automóviles ha estado abierta a todo tipo de fórmulas aunque se pueden observar algunas tendencias principales. La primera de ellas sería la consideración del automóvil como un simple objeto de consumo que se resuelve con una fotografía carente de connotaciones. Es decir, se trataría de una fotografía que reproduciría la superficie externa del automóvil de manera uniforme, al estilo naturalista. Otra tendencia que tuvo mucha importancia durante las primeras décadas del siglo xx es la contextualización en un ambiente cargado de signos externos. Es el caso del Dodge fotografiado por Nicolás Muray en 1933, donde el automóvil se contextualiza dentro de un ambiente de fiesta de alta sociedad en la que la conductora habla amistosamente con uno de los invitados. Se trata de una fotografía en color Carbro tomada en un escenario natural. Y la otra tendencia, la más actual, está formulada por medio de una sintaxis moderna fundamentalmente dinámica y descontextualizada, donde la forma y la estética del automóvil adquiere una gran importancia que se resuelve con unas fotografías precisas y técnicamente perfectas.

La evolución de la tecnología fotográfica ha sido fundamental, sobre todo con el cambio del blanco y negro al color, fórmulas que han convivido hasta hace pocos años en los anuncios de prensa pero no en los catálogos de los fabricantes que se imprimen en color desde hace varias décadas. Kodak marcó el comienzo de la fotografía en color a partir de 1935 con su proceso de impresión a color *Wash-Off Relief*, que más tarde evolucionaría a otro proceso mejorado, el *Dye Transfer*, así como con la fabricación de emulsiones de color como *Kodachrome* a partir de 1937. La evolución en las instalaciones de los estudios fotográficos también ha repercutido directamente en la calidad de las imágenes fotográficas, sobre todo las tecnologías aplicadas a la iluminación han supuesto una mayor capacidad creativa debido a la precisión en el control de la luz. Sin embargo, en lo referente a las tomas de imagen, es decir, la cámara de estudio no ha cambiado sustancialmente a pesar de las mejoras de sus diseños y facilidad en las prestaciones.

El perfil del fotógrafo publicitario también es importante manifestarlo porque este profesional asume unas responsabilidades diferentes a

otros fotógrafos, motivado por las diferencias existentes entre la realidad del fotógrafo de prensa y la del publicitario. Según Peninou (1976: 17) la diferencia entre ambos tipos de fotografía estriba en lo siguiente:

El primero (fotógrafo de prensa) capta una escena cuyo sentido ha intuido, pero la escena preexiste al sentido. El segundo (fotógrafo publicitario) construye una escena en torno a un sentido; el sentido preexiste a la escena.

No está supeditado a la veracidad como el fotógrafo de prensa sino todo lo contrario, porque la relación que la publicidad establece con sus lectores es distinta a la relación con el lector de prensa. En publicidad la relación emisor-receptor es más abierta porque ambos manejan un código ético más ambiguo, más informal, ya que el factor creativo provoca una actitud más tolerante y menos trascendental que la fotografía informativa, por ejemplo.

El factor creativo en la fotografía publicitaria no significa que el fotógrafo goza de plena libertad para trabajar sino más bien lo contrario. El fotógrafo publicitario trabaja sobre una idea preconcebida que está representada en un esquema o *layout* por lo que el margen de creatividad puede ser reducido, como lo explica Nurnberg (1940: 18):

Un fotógrafo de publicidad tiene que traducir una idea dada en una forma concreta, idea que ha sido formada en la imaginación del director artístico, y el grado en el cual el fotógrafo ha conseguido traducir la idea, interpretarla, y seguir fielmente su imaginación, por supuesto, determina el rol preciso del fotógrafo para conjuntar la creatividad con la imagen acabada.

Salvo excepciones, el fotógrafo de publicidad tiene que tener ante todo un dominio técnico que pone al servicio de las ideas del director artístico para producir la imagen que está representada en el esquema de trabajo o *layout*. Por razones de prestigio y para aportar nuevas ideas los directores artísticos también suelen recurrir a fotógrafos consagrados artísticamente como, por ejemplo, Annie Leibovitz que realizó

la fotografía del Mustang Sally de la marca Ford en 1985. En esta fotografía del descapotable Ford Mustang Sally el automóvil está colocado de perfil, con un fondo de puesta de sol y una modelo de pie bien iluminada y con los cabellos al viento. En esta combinación de luz natural y artificial las altas luces están en los tapacubos de las ruedas, quedando el coche en una penumbra misteriosa.

En ese mismo año *Jaguar* presentó su modelo *XJ-S* con una fotografía de Ryszard Horowitz por encargo del director artístico Bo Zaunders. En este caso la fotografía también combina la luz natural del fondo de nubes con la luz artificial que modela el coche con una perspectiva frontal trasera. El perfil de la imagen del coche está recortado por una luz de reflejo controlado que recorre de izquierda a derecha y enmarcando el *skyline* de Manhattan en la luna trasera del automóvil. La simetría del automóvil se rompe con la irregularidad del fondo cargado de nubes.

CONDICIONES Y TRATAMIENTO DEL OBJETO REPRESENTADO

Cuando se fotografía cualquier objeto, uno de los condicionantes más importantes es el material con el que se construye. En el caso de los automóviles se trata de unos grandes objetos metálicos pintados, con piezas cromadas y adornos de un alto índice de reflexión de la luz que condiciona cualquier técnica de iluminación, porque el efecto de espejo refleja todo lo que se encuentra delante del automóvil, equipos y fotógrafo incluido.

Como el automóvil se trata de un objeto moderno, con algo más de un siglo de existencia, no podemos recurrir a otras técnicas de representación anteriores a la fotografía para conocer la evolución del tratamiento en la representación del automóvil. Pero sin embargo, sí podemos acercarnos a través de las representaciones clásicas de otros objetos metálicos y de alto índice de reflexión de la luz.

En la pintura clásica podemos observar cómo se resuelven los reflejos, por ejemplo, de las superficies metálicas de las armaduras de los

caballeros así como los objetos metálicos representados en los bodegones. En estas observaciones lo que llama la atención es el talento de los pintores clásicos para resolver los reflejos producidos por la luz de la época, como es el caso de los bodegones de Luis Meléndez (Museo del Prado) titulados, el primero, *Frutero: uvas, peros, melocotones y ciruelas*, donde cada grano de uva tiene un reflejo circular debido al volumen de la propia uva, así como las guindas del segundo cuadro titulado *Frutero: peras y guindas*. Más virtuoso resulta todavía el cuadro de Juan Van Der Hamen y León (Museo del Prado) de 1634, titulado *Bodegón con dulces y recipientes de cristal*. En esta composición los recipientes de cristal se encuentran en los costados y sobre un fondo oscuro, dificultando la representación debido a su transparencia. Juan Van Der Hamen y León lo resuelve técnicamente recurriendo a los brillos que sirven para destacar los recipientes de cristal del fondo oscuro. Para resolver este problema de visualización, el pintor tiene que recurrir a estas técnicas para representar los objetos que están en una situación difícil para su percepción.

Las representaciones pictóricas que más nos pueden aproximar en este análisis son los retratos y las composiciones en las que los caballeros están representados con sus armaduras metálicas, porque de algún modo los automóviles también hacen la función de armadura en los desplazamientos veloces del hombre moderno, y también son metálicos. Como uno de los máximos exponentes está el cuadro de Tiziano (Museo del Prado), 1548, *Carlos V en la batalla de Mühlberg*, pintura conmemorativa sobre la victoria a los protestantes en Mühlberg. En este cuadro se representa la figura ecuestre del emperador Carlos V revestido con una armadura que le cubre todo el cuerpo a excepción de las piernas. Su autor, Tiziano, recurre a los reflejos de la superficie metálica de la armadura para destacarla del cielo oscuro del fondo. Estos reflejos son irregulares y están ubicados en el hombro derecho, parte del pecho del mismo lado y el puño derecho, así como otro reflejo en la coraza de la cabeza del caballo que también es de color oscuro. En otro cuadro de Tiziano, (Museo del Prado), en la figura entera de *Felipe II*, 1550-51, el monarca tiene la cabeza descubierta pero el tronco lo tiene

revestido con una armadura que le llega hasta los muslos, incluyendo los brazos. En este cuadro los reflejos también son irregulares, uno leve en el cuello, otro más prominente en la mitad del tronco y de carácter un tanto diagonal, así como otro reflejo muy puntual a la altura de la cintura. Esta pintura también está dominada por una figura oscura, a excepción de la cabeza, de su mano izquierda y de las piernas que destacan sobre un fondo oscuro.

En todos estos casos se trata de reflejos producidos por la luz natural presente en los estudios de los pintores, a través de los ventanales, o bien por fuentes de luz propios de la época que producen reflejos puntuales, a diferencia de las modernas técnicas de iluminación propias de los estudios de fotografía que pueden diseñar las formas y las dimensiones de las superficies de los reflejos para modelar con precisión el objeto a representar fotográficamente.

DE LA SIMULACIÓN A LA REALIDAD FOTOGRÁFICA

En los procesos de producción modernos se trata de crear unos modelos sobre algo que todavía no existe en la realidad pero que las técnicas de la informática son capaces de construir a nivel de simulación. Este concepto de la simulación lo explica Baudrillard (2001: 254) de la siguiente manera:

Ya no se trata de una cuestión de imitación, tampoco de repetición, ni siquiera de parodia. Se trata más bien, de la sustitución de lo real mismo por los signos de lo real, una operación de disuasión de todo proceso real por su doble operativo, máquina descriptiva perfecta, programática, hiperestable que proporciona todos los signos de lo real y cortocircuita todas sus vicisitudes.

Pero la «sustitución de lo real mismo por los signos de lo real» aunque resulta suficiente a la hora de diseñar y fabricar un nuevo producto no es suficiente para publicitarlo porque cuando se trata de productos

de fabricación no se puede vender en su versión digital, es necesario producir o fabricar la versión molecular, versión que será la que se trabajará fotográficamente porque la fotografía tiene un estatuto muy marcado por la denotación, como señala Barthes (1969: 65):

De todas las estructuras de la información, la fotografía será la única exclusivamente constituida y ocupada por un mensaje denotado, que agotará completamente su ser; ante una fotografía, el sentimiento de denotación, o si se prefiere de plenitud analógica, es tan fuerte, que la descripción de una fotografía es prácticamente imposible.

La denotación hay que entenderla también en un sentido ético, como la imagen verdadera, y como la fotografía no se puede inventar la imagen, sino que ésta tiene que existir previamente al acto fotográfico, la denotación fotográfica tiene un significado claro de confianza y credibilidad por parte del lector.

En este caso Barthes entiende por denotación el registro de una imagen en toda su plenitud, como si fuera la imagen objetiva, pero la plenitud de la imagen se puede construir en un estudio añadiéndole todos los elementos visuales necesarios para cumplir con la idea del director artístico, que en realidad son connotaciones. Eguizábal (2001: 182) lo explica con otras palabras:

En un «cuadro publicitario» todo está al servicio del objeto: la composición, el cromatismo, la iluminación. El objeto de promoción se convierte en sujeto protagonista de un discurso construido para servirle mejor. Todo es exaltación y el objeto aparece sin tachas ni defectos, embellecido bajo el maquillaje de los filtros y los trucos hasta adquirir una entidad casi sobrenatural que a veces se ve confirmada bajo la iluminación celestial, como si la presencia de ese objeto en ese cuadro fuese el acto mismo de la creación.

Esta «entidad casi sobrenatural» es consecuencia de «la iluminación celestial» que connota las fotografías de automóviles en los catálogos

porque la iluminación conforma la imagen y estructura la comunicación en función de una selección que se puede establecer (Arnheim, 1979: 359):

La iluminación tiende a guiar la atención selectivamente, de conformidad con el significado pretendido.

Pero la iluminación de las fotografías de los catálogos de automóviles tiene una relación directa con las técnicas pictóricas de las ilustraciones y carteles realizadas con el aerógrafo, por lo tanto es una iluminación que imita o resuelve de manera efectiva y a nivel fotográfico el énfasis del aerógrafo para realzar las formas, según indica Saunders (1988: 113) cuando dice que:

La fotografía sustituyó las ilustraciones para la publicidad de los coches. Curiosamente, algunas de las fotografías de coches más impresionantes imitan el efecto del aerógrafo, porque es una manera efectiva para enfatizar las formas de la carrocería.

Para poder llevar a cabo esta imitación del énfasis aerográfico, la fotografía ha tenido que desarrollar una tecnología capaz de reproducir sobre la superficie de los automóviles unas luces controladas para conseguir el efecto del aerógrafo. Una vez más la fotografía se enfrenta al reto de reconstruir estéticas ya conocidas en otros soportes visuales, por lo que la pintura del aerógrafo tiene que ser reemplazada por una luz que cause el mismo efecto, y esa calidad de luz se consiguió con el desarrollo de la tecnología de la iluminación. Esta tecnología diseñó fuentes de luz no puntuales como los flashes de los reporteros gráficos porque en las superficies brillantes causan unos reflejos irregulares, que en términos comunicativos se pueden considerar como ruido. Las luces de los estudios fotográficos de publicidad especializados en automóviles son de grandes dimensiones y de forma rectangular para poder controlar la iluminación, condición imprescindible según Marchesi (1988: 144):

Para poderlos fotografiar adecuadamente para folletos, se requiere una técnica de iluminación muy perfeccionada. Cada fuente luminosa colocada para la iluminación, se refleja en la carrocería del vehículo. Dados que estos son muy grandes, se deben utilizar enormes antorchas de gran superficie.

Para calcular el tamaño de las fuentes de luz capaces para producir un reflejo controlado que abarca un objeto, en este caso un automóvil, de lado a lado, se aplica una fórmula sencilla según la cual la diagonal de la pantalla rectangular de la fuente de luz tiene que ser el doble de la largura del objeto. Un cálculo somero nos indica las grandes proporciones de las pantallas de los flashes de estudio para conseguir una iluminación óptima sobre una superficie metálica o brillante como la de los automóviles.

Las superficies pueden ser alteradas con la iluminación, bien enfatizándola con reflejos uniformes o bien oscureciéndola con pantallas negras que absorben la luz en su zona de influencia, o bien añadiéndole un color por medio de una superficie reflectora del mismo tono. También hay que tener en cuenta otros factores como, por ejemplo, las formas de estas superficies que se fotografían porque dependiendo de las curvaturas o de la planitud de las mismas los reflejos tendrán respuestas diferentes, que afectan a la estética final del objeto fotografiado.

Esta tecnología de la iluminación aplicada a los objetos de superficies brillantes como los automóviles permiten una mayor maniobrabilidad a la hora de modelar que si se iluminara cualquier otro objeto de superficie mate, por lo que el grado de intervención por parte del fotógrafo puede ser mayor aunque también más crítico, porque las altas luces tienen que estar reproducidas correctamente.

CATÁLOGO DE ESCENARIOS, LUCES Y ENCUADRES

Cuando en publicidad, y sobre todo refiriéndose a las imágenes, se quiere establecer un catálogo de normas se corre el riesgo de quedarse con una casuística incompleta porque en publicidad la única norma que se cumple es la creatividad, la innovación. Pero a pesar de todo se puede hacer una aproximación sobre cuales son los escenarios, las luces y los encuadres más usuales.

Los escenarios más comunes para estas fotografías son: el estudio, la carretera y los espacios emblemáticos. El estudio es el espacio natural para la fotografía en general pero especialmente para la fotografía de automóviles por las instalaciones que requiere la toma de estas imágenes y por la complejidad de las mismas. En el estudio apenas se recrean ambientes, es el retrato del vehículo. El automóvil totalmente estático se ubica en un espacio infinito con un fondo continuo que puede romper la uniformidad estableciendo diferentes relaciones de claridad u oscuridad en la superficie del estudio. La carretera es otro escenario frecuentado en las fotografías de automóviles. En este escenario no se utiliza el código del retrato sino el del reportaje fotográfico, donde el dinamismo es un factor metonímico que se manifiesta por el contraste entre el enfoque y el desenfoco. El automóvil aparece perfectamente enfocado a excepción de las llantas que aparecen borrosas por la acción del movimiento rápido de las ruedas. El entorno paisajístico que envuelve al automóvil también aparece borroso, transmitiendo una sensación inequívoca de velocidad. El último escenario es el de los espacios emblemáticos con imágenes más propias del género documental, porque tratan de ubicar el automóvil con total naturalidad en el espacio elegido, que suele ser un espacio de moda resuelto con una arquitectura moderna, de vanguardia, como por ejemplo el Guggenheim de Bilbao o la Ciudad de las Ciencias de Valencia.

En todos estos escenarios nos podemos encontrar con la misma función de la luz, es decir, la priorización del vehículo en la composición fotográfica. En tanto que el vehículo en sí es brillante, la fotografía del automóvil ha desarrollado una estética basada en las reflexiones de la

luz. Los reflejos siempre son de superficie o lineales y regulares, pero nunca puntuales e irregulares a modo de destello. A través de los reflejos se acota la superficie del automóvil del resto priorizando la presencia del vehículo para que sea el centro de atención de los lectores. La luz también tiene un compromiso importante con la estética, con la belleza, del automóvil. El nuevo modelo del automóvil recibe el mismo tratamiento que cualquier otro modelo fotográfico.

Por último, los encuadres son variados y marcados con un claro carácter de sinécdoque visual, tan propio del inconsciente tecnológico de la fotografía. El encuadre principal siempre se refiere al vehículo en su totalidad y se reproduce en la portada o en las páginas principales. Los encuadres secundarios son más variados y pueden estar destinados bien a resaltar la estética de la carrocería del vehículo para apreciar su diseño y perfección en la fabricación o bien para informar de algunos detalles importantes como la calidad y diseño de los asientos, el tablero de mandos y los equipamientos. Todos estos encuadres se resuelven con una gran precisión en el enfoque, de manera que todos los elementos visuales que aparecen en la imagen estén perfectamente nítidos para que se cumpla con garantías la función vicarial de la fotografía.

CONCLUSIONES

Como se ha podido comprobar, la imagen del automóvil ha conocido un desarrollo desde los comienzos de su publicidad, en un principio para adaptarse a los estándares sociales y más tarde para desarrollar una estética muy específica. Su mayor influencia ha sido de los cartelistas que resolvían su diseño con la aplicación del aerógrafo, no así los maestros del arte, más específicamente de la pintura, cuyo tratamiento de las altas luces en las superficies brillantes era diferente.

Como conclusión principal se puede afirmar que la tecnología tiene una gran importancia en la reproducción fotográfica de los automóviles porque ha sabido resolver el problema de las reflexiones en la superficie brillante de los vehículos, desarrollando una estética acorde con los va-

lores que se transmiten a través de un automóvil como son principalmente: dinamismo, estética, modernidad, calidad, perfección e imagen.

Estas fotografías en función del escenario elegido: estudio, carretera o espacio emblemático, recurre a diferentes géneros fotográficos como retrato, reportaje gráfico y documental. Resaltando en el estudio sobre todo los valores de la fotogenia y la estética, en la carretera el dinamismo y la modernidad, y en los espacios emblemáticos la calidad, la perfección y la imagen.

BIBLIOGRAFÍA

- ARHEIM, R. (1979): *Arte y percepción visual*, Madrid, Alianza Forma.
- BAEZA, P. (2001): *Por una función crítica de la fotografía de prensa*, Barcelona, Gustavo Gili,
- BARTHES, R. Y OTROS (1969): *La communication audiovisuelle*, París, Apostolat des editions.
- BAUDRILLARD, J. (2001): «La precesión de los simulacros», en WALLIS Brian (ed.): *Arte después de la modernidad. Nuevos planteamientos en torno a la representación*, Madrid, Akal.
- EGUIZÁBAL, R. (2001): *Fotografía publicitaria*, Madrid, Cátedra.
- MARCHESI, J. (1988): *Técnicas de iluminación profesional*, Allschwill, Verlag Photographie,
- NUNBERG, W. (1940): *The Science and Technique of Advertising Photography*, Londres y Nueva York, The Studio Publications.
- PENINOU, G. (1976): *Semiótica de la publicidad*, Barcelona, Gustavo Gili.
- SAUNDERS, D. (1988): *Professional Advertising Photography*, Londres, Merehurst Press.
- WELLS, W. Y OTROS, (1996): *Publicidad principios y prácticas*, México, Prentice May.
- WOLTON, D. (1999): *Sobre la comunicación*, Madrid, Acento Editorial.

LA FILOSOFÍA DE LA NUEVA TECNOLOGÍA DIGITAL BASADA EN LAS ENSEÑANZAS DE ANSEL ADAMS

JOSÉ A. AGUILAR GARCÍA

Universitat Jaume I, Castellón

INTRODUCCIÓN

Partiendo de las enseñanzas de Ansel Adams y su brillante, práctico, aclarador y seguido sistema de zonas en la fotografía en blanco y negro, buscaremos cómo poder trasladar sus estudios a las nuevas tecnologías del mundo actual, o lo que es lo mismo, al universo digital.

El sistema de zonas constituye un método ordenado para controlar el contraste y el tono en la fotografía en blanco y negro. Establece una técnica de trabajo pero, al mismo tiempo, el sistema de zonas encierra toda una concepción del quehacer fotográfico que nada tiene que ver con los planteamientos técnicos tradicionales. A nuestro entender, esta forma de trabajo pone de manifiesto el carácter convencional de la imagen fotográfica, desenmascarando su carácter artificial. Un examen atento de las implicaciones conceptuales en la utilización del sistema de zonas puede servirnos para deconstruir la tópica vocación mimética y objetiva de la fotografía como medio de representación.

El sistema de zonas fue desarrollado por Ansel Adams, uno de los autores clásicos de la fotografía de paisaje norteamericana. La obsesión de este científico era llegar a controlar perfectamente el proceso de reproducción de la escena a fotografiar. Su sistema de trabajo fue, y es, muy útil para determinar el contraste que se obtiene en el negativo fotográfico. Es, cuanto menos, paradójico el hecho de que el sistema de zonas, inventado para perfeccionar la técnica de reproducción de la realidad en lo posible —éste era el ideal último de Adams—, haya terminado poniendo de relieve el carácter manipulativo de la fotografía, es decir, mostrando los límites de la representación fotográfica.

La forma de trabajar de Adams, su filosofía de trabajo, partía de un estudio exhaustivo de todos los productos químicos y las películas que tenía en sus manos en función del uso que iban a recibir. Siempre partiendo de lo que él llamaba «visualización», un concepto fundamental en la vida fotográfica de Adams (2000: introducción).

Visualizar una imagen (en todo o en parte) es verla claramente en nuestra mente, en una secuencia continua desde su composición hasta la copia final. La visualización, más que un dogma, es una actitud ante el acto fotográfico.

Muchos fotógrafos, siguiendo sus enseñanzas, aunque en menor medida, se acercaron a su forma de trabajar. Los cambios producidos por las nuevas tecnologías han propiciado un alejamiento de toda la parte más técnica de laboratorio, fundada en los procesos químicos. Ansel Adams, en su empeño por acercarse a la realidad a través de su sistema de zonas, llegaba mucho más lejos, elegía las películas por sus sustancias químicas y por la reacción con el revelado en función de las exigencias de cada momento. Él seguía el proceso con la elección del papel a impresionar y la relación con los productos químicos que se iban a utilizar.

Si Ansel Adams viviera, vería que aunque el resultado final debería de ser, al menos igual al suyo, el proceso ha cambiado notablemente. Todos esos pasos que para él suponían dinero y tiempo, se pueden reducir en un programa de ordenador y una cámara con un CCD apropiado. La filosofía de trabajo y las repercusiones sociales han dado un vuelco total a la forma de trabajar de Adams. Ahora sólo falta por ver que el resultado sea lo más similar al suyo posible, o al menos estemos cada día más cerca.

HIPÓTESIS

Mi hipótesis es ver si es posible trasladar este sistema de zonas de un siglo a otro, de una tecnología a otra, del haluro de plata al píxel, del carrete al CCD. No obstante, como se partirá de una base analógica habrá que interpretar las enseñanzas de Ansel Adams y trasladarlas a la imagen digital en color. Se trata de una cuestión de cambios técnicos y procedimientos diferentes que nos deberían de llevar a obtener un mismo resultado. Cambiamos un soporte que ya evolucionó del cristal al negativo actual, por un CCD que almacena las imágenes en una tarjeta que funciona como un disco duro.

La película sufre un primer proceso físico al salir del carrete (salen a través de una ranura estrecha y prieta porque no debe de dejar pasar la luz), para ser emulsionada por la luz que entra a través del objetivo y controlada por la velocidad y el obturador de la cámara. Vuelve al carrete por la estrecha y prieta ranura para poder ser extraída de la cámara. Luego sufre un proceso físico-químico al sacarla del carrete e introducirla o en una espiral o en una cadena de revelado con el baño de diversos líquidos (éstos varían en función del tipo de película: negativo en color o blanco y negro o diapositiva). Le sigue otro proceso físico muy delicado, como es el secado, ya que un secado rápido en lugar con polvo, puede producir manchas o motas incrustadas en la película. Por último vuelve a soportar otro proceso físico al ser introducido por una ranura donde le dará la luz, para convertirse en imagen gracias al papel y los siguientes procesos químicos que éste debe de pasar para ello, o gracias a la pantalla de un ordenador y el escaneado que se requiere, para llegar al mismo lugar.

Una imagen digital pasa de la tarjeta de la cámara almacenada, gracias a la intervención del CCD, al ordenador para ser visionada. Si luego se quiere imprimir, primero habrá que retocarla, ya que las cámaras digitales todavía no dan imágenes perfectas, y luego positivarla, bien a través del sistema tradicional o bien directamente a través de una impresora. Se trata de un sistema menos agresivo, más rápido y más ba-

rato. Si además se consigue la misma calidad, saldremos ganando y si la mejoramos, habremos avanzado mucho.

Por lo tanto, nuestro fin es llegar al mismo lugar por caminos diferentes y además con menos desgaste físico-químico para el original, en menos tiempo, con menos coste e intentando que la calidad proporcionada por las imágenes de Ansel Adams no sea inferior al usar esta nueva tecnología. De momento se debe de estar cerca y vista la aceleración en la mejora de la técnica digital, creemos que el cruce entre ambas calidades no debe de estar muy lejos, ni en la distancia ni por la técnica.

EL REVELADO TRADICIONAL FRENTE AL TRATAMIENTO POR ORDENADOR, PUESTA EN MARCHA DEL SISTEMA DE ZONAS

La visualización que Ansel Adams postula en sus enseñanzas sirve tanto para blanco y negro como para color, para el sistema analógico como para el digital. Se trata de intentar obtener una imagen final según un original del que previamente hemos obtenido una imagen mental de lo que queremos conseguir. Adams (2000:1) añade a su concepto de visualización:

Es imposible duplicar la gama de brillantez (luminancias) de cada uno de los motivos en una copia fotográfica, y así las fotografías son en cierta medida interpretación de los valores del motivo original. La mayor parte de la creatividad de la fotografía se basa en la infinita gama de elecciones abiertas al fotógrafo entre tratar de conseguir una representación prácticamente literal del motivo, e interpretarlo literalmente como «distanciamientos de la realidad» considerablemente subjetivos.

Lo que yo también he llamado los tres ojos del fotógrafo. La diferencia entre los dos sistemas o mundos, el analógico o tradicional y el digital o moderno estriban en la forma de conseguirlo. En el revelado tradicional se tienen en cuenta una serie de parámetros como son: la elec-

ción de la película en función de la situación y que posteriormente condicionará la utilización del revelador, el revelador y los tiempos y la forma de realizar el proceso, la elección del papel estará en función de los resultados obtenidos en el proceso de revelado, igual que la elección del revelador de papel. Además, en la fotografía analógica podemos elegir entre distintos formatos de cámaras y consecuentemente entre distintos tamaños de negativos. Esta última elección existe, en cierta medida en el mundo digital, pero con muchas limitaciones técnicas.

Las cámaras digitales todavía están evolucionando hacia la obtención de CCD mayores que permitan igualar las prestaciones de cámaras de formato medio y sobre todo de formato grande. Los CCD no sólo deben evolucionar desde el punto de vista de su tamaño, lo cual es relativamente sencillo, lo más importante es la calidad de los mismos. Deberán de evolucionar hasta igualar o superar las actuales placas de gran formato. Para llegar a estas calidades los píxels deben de mejorar al máximo para ganar en definición. Pero no sólo es importante el tamaño del CCD y de los píxels, la calidad de estos debe de mejorar para que en las condiciones más extremas de luz como son las de un contraluz o un atardecer, los píxels se comporten, al menos de la misma manera que los haluros de plata.

Cuando utilizamos una cámara digital no tenemos que preocuparnos por la marca o el tipo de película a utilizar ya que poseemos un CCD y una tarjeta de almacenaje. En cambio, sí tenemos la posibilidad de elegir un tipo de captación con unos parámetros determinados que equivaldrían a la elección de una película determinada, pero con ciertas limitaciones. En las cámaras analógicas, si se necesita cambiar de sensibilidad, también hay que hacerlo de carrete. En cambio las cámaras digitales permiten cambiar la sensibilidad usando la misma tarjeta, incluso foto a foto.

Otro de los problemas detectados en la fotografía digital y que para Ansel Adams era esencial, es el enfoque de las imágenes que Davis (2003: 38) refleja en su libro:

La mayoría de las imágenes creadas mediante un escáner o cámara digital, precisa cierta cantidad de enfoque adicional. Esto se debe principalmente al proceso de muestreo del sensor CCD utilizado en la digitalización. Por esta razón es mejor usar la máscara de enfoque para todos los trabajos

Este enfoque se debe de aplicar una vez se hayan realizado todos los retoques necesarios en cada imagen. Hay que tener en cuenta que las empresas que van a publicar las fotografías suelen utilizar siempre esta herramienta, por lo que sería conveniente avisarles ya que el uso progresivo de la misma deteriora las imágenes perdiendo detalle y aumentando contraste. En consecuencia, al aumentar el contraste excesivamente disminuimos la escala de grises perdiendo grises intermedios y por tanto calidad.

Una vez obtenida la imagen digital hay que procesarla, no química sino matemáticamente en el ordenador y con el programa adecuado. El programa más extendido y completo es *Photoshop* de Adobe. Este programa posee herramientas que nos ayudarán a dejar la imagen con la mayor calidad posible, corrigiendo los contrastes excesivos, buscando más grises medios, subexponiendo o sobreexponiendo zonas concretas, eliminando manchas indeseables como motas de polvo y ralladuras. Los programas informáticos sirven para realizar retoques de calidad en las imágenes, pero también sirven para realizar otro tipo de retoques que cambian la imagen más o menos, llegando incluso a la distorsión total.

Los retoques equivalentes a lo que sería el revelado tradicional de Ansel Adams se basan en varias herramientas donde la principal y más importante es la de los niveles manuales donde aparece el histograma. Con esta herramienta podemos controlar el contraste, la intensidad luminosa, las altas luces, las bajas y los tres colores fundamentales y sus complementarios. Otras herramientas realizan funciones similares pero de una forma más selectiva como: curva, equilibrio de color o brillo y contraste. Otras herramientas realizan esas mismas funciones pero de una forma automática: niveles, contraste y color. No es aconsejable usar esas funciones automáticas ya que se pierde el control de la imagen.

Estas funciones actúan bastante bien en casos de imágenes simples con luces sencillas, sin contrastes excesivos ni dominantes de colores. Otras herramientas esenciales para trabajar la calidad de las imágenes y acercarnos a las enseñanzas de Ansel Adams son: sombra/iluminación, corrección selectiva de colores, tono/saturación, herramienta de sub y sobre exponer (equivale a las reservas y quemados tradicionales). Las herramientas de sub y sobre exposición, lo mismo que la curva que oscurece o aclara imágenes tiene sus limitaciones tanto en el mundo digital como analógico. Las palabras de Adams (2000: 110), en su libro *La Copia*, valen igualmente para la utilización de esas herramientas con el programa de retoque digital.

Si nos excedemos al quemar un área clara, tal como una roca blanca, puede que no aportemos ningún detalle significativo, sino que hagamos que la roca quede representada en un gris devaluado. Una reserva excesiva puede dar lugar similarmente a valores ilógicos; si no hay detalle en el negativo, un área a la que se haya aplicado una reserva puede que resulte un gris oscuro turbio y vacío

En el caso digital ocurre lo mismo, sólo que al ser en color, en vez de grises aparecen manchas de un color concreto y saturado. Por lógica y para poder seleccionar las áreas implicadas en los retoques, las herramientas de lazo y varita mágica son imprescindibles.

Otra de las herramientas claves en el retoque digital, que hacían perder mucho tiempo a los fotógrafos analógicos, son las herramientas tampón de clonar, tirta y parche. Con ellas ahorramos mucho tiempo, ya que si tenemos que realizar varias copias de la misma imagen, bastará con retocar la fotografía que tenemos en el ordenador, no como hacía Adams (2000: 157)

A fin de eliminar los pequeños arañazos y las motas de polvo que aparecen en las copias, suele resultar necesario recurrir al retoque o punteado y, ocasionalmente, al raspado. Estos procedimientos son un medio de mejorar la imagen sin tener que llegar al límite de alterar la imagen con un retoque más amplio

Esto funciona con papeles fotográficos de papel, no sintéticos. Con los papeles modernos RC, los más extendidos y utilizados por su rapidez y comodidad en el proceso, estas prácticas que señalaba Ansel Adams, resultan bastante difíciles puesto que la tinta no penetra en ese tipo de superficies.

La ventaja del sistema digital, cuando se tiene un original negativo o imagen digital complicada, es que una vez realizados los retoques se guarda el original y todas las copias se realizan con los mismos retoques. En la imagen tradicional hay que tomar nota de todos los retoques, quemados y reservas e intentar repetirlo exacto en cada una de las copias.

Al margen de estas herramientas, los programas de retoques poseen muchas más, algunas complementan las vistas anteriormente y otras sirven para realizar montajes y cambios exagerados del original. Uno de los puntos más interesantes para realizar estos montajes y que también sirve para realizar mejoras en una imagen, son las capas.

LOS CAMBIOS SOCIALES, ECONÓMICOS Y CULTURALES

Este paso de lo analógico a lo digital, que ahora en el año 2004 vemos como algo corriente y al alcance de todos los bolsillos, hace unos años no estaba tan claro. Ahora en Japón, casi regalan las cámaras analógicas comerciales (las no profesionales) y en España casi todas las familias poseen una cámara digital, si no dos. Con el paso de unos pocos años la tecnología se ha empezado a amortizar y, lo mismo que ocurre con los ordenadores, las cámaras mejoran, no cada año, sino incluso antes. Los precios bajan considerablemente, a la vez que suben las prestaciones de las cámaras, sobre todo la calidad de las imágenes, y se reducen el tamaño y el peso de las mismas. En los tiempos que corren es fácil encontrar una cámara digital del tamaño de una tarjeta de crédito, pero un poco más gruesa, con 3,2 o 3,5 millones de píxels, automática, con un zoom bastante potente y más pequeño y a un precio más que razonable por unos 170 a 250 . Lógicamente no estamos hablando de

una cámara profesional, pero si de una cámara con una buena calidad para realizar imágenes que sirvan como recordatorio de un viaje o un acontecimiento. En cambio hablamos de una cámara que cualquiera puede llevar en su bolsillo, sin molestarle y pasando desapercibida, y solo con apretar un botón puede conseguir una imagen que visualiza en el momento. Posteriormente puede ampliarla en la propia pantalla para ver los detalles, puede volver a repetirla si no le gusta e incluso, si tiene un ordenador a mano (ya existen las impresoras de viajes para sacar copias), puede visionarla, corregirla, imprimirla y entregarla a terceras personas en soporte digital o papel fotográfico. A estos cambios hay que añadir uno más, que muchos no tienen en cuenta cuando valoran cambiar su equipo analógico por uno digital, como es la compra de material sensible. No solo hay que valorar el notable ahorro en película, hay que tener en cuenta que no tendremos que pensar en comprar distintos carretes para poder tener varias sensibilidades (ISO). Tampoco tendremos que preocuparnos quedarnos sin carrete y no poder comprar uno. En muchos lugares turísticos hay que pagar un precio muy por encima del usual y siempre desconociendo el estado de la película debido a las condiciones de conservación. Los aficionados deben tener algún programa de retoque y almacenamiento de imágenes y deben de conocer su utilización. Para ello deben estudiar su funcionamiento y dedicar un buen número de horas al mismo. Esta revolución en el mundo de la fotografía ha producido que muchas personas mayores, con más tiempo libre que muchos de mediana edad, que se negaban a introducirse en el mundo de la informática, lo hayan hecho por cuestiones prácticas al pasarse a la fotografía digital.

Los programas informáticos para uso fotográfico merecen una consideración especial. Al igual que ocurre con otros usos, España posee unos condicionamientos culturales que la hacen diferente a otros países como los de habla Anglosajona. Si bien es cierto que alguien debe de comprar los programas, la mayoría de usuarios en nuestro país los tienen pirateados. Hay que añadir, que otro avance tecnológico como ya fue Internet, proporciona a los internautas todo tipo de programas. Por un lado están los legales, que son programas viejos que las propias ca-

sas se encargan de poner en la red para que la gente conozca sus productos y se enganche a ellos. Luego cada uno decide, si quiere tener la última versión comprándola o prefiere ir siempre un paso por detrás. Por otro lado existen direcciones en Internet y los propios usuarios que ponen a disposición de todo el mundo el último programa en el mercado con claves o *cracks* para poder usarlos. Hay algunos internautas que ponen parte de sus documentos y programas a disposición de todos, en sus propios ordenadores. Programas como *Emule* hacen que tu ordenador escanee otros ordenadores, incluso mientras duermes, y vaya buscando los programas o cualquier otro documento que uno desee copiar. A la vez, el propio ordenador debe tener archivos o programas para compartir con el resto de internautas, ya que de no ser así el programa lo detecta y no permite obtener lo que se está buscando.

Lógicamente los cambios sociales, culturales y económicos ante los ciudadanos de a pie, son evidentes. Por inercia, las tiendas, los productores y los laboratorios han debido de adelantarse a lo que se veía venir, preparando sus negocios para no ser sobrepasados por sus clientes. Los comercios han de empezar a dejar de vender carretes y cambiar las estanterías por tarjetas *Compact Flash* (la más extendida y profesional), *Smart Media*, *Sony Memory Stick* o *IBM Micro Drive* entre otras, tarjeteros extraíbles, cables para todo tipo de ordenadores, ordenadores, programas para retoque de imágenes, visualización, almacenamiento y para la presentación de las imágenes en un álbum digital... Estos establecimientos van a seguir produciendo copias para los clientes, siempre que para el fotógrafo sea más barato que hacerlo en su casa, ya que con una impresora, un carrete de tinta y papel especial se pueden obtener buenas copias con un ordenador casero. La tienda fotográfica debe de tener personal cualificado para saber vender y positivar. Hay que tener en cuenta que ahora con la informática, hay más entendidos en esta nueva tecnología que lo había antes con el sistema tradicional. A los fotógrafos aficionados que se han pasado al mundo digital hay que añadir los informáticos aficionados que han visto abaratar sus costes con la nueva tecnología a la vez que la han sentido más próxima a ellos. Por ello los dependientes y técnicos de laboratorio deben estar preparados,

si quieren mantener o aumentar su clientela, para responder a todas las preguntas que se les vienen encima. Los programas fotográficos, tanto los de escaneado como los de retoque y los de las impresoras, deben de ser bien estudiados y aprovechados al máximo.

Una de las claves en la obtención de imágenes es el respeto por el color original de cada imagen. Para controlar este parámetro hay que tener en cuenta lo que en fotografía se llama gestión de color. Para ello el laboratorio debería dar a cada cliente el perfil de color de su máquina, y cada imagen al llegar al laboratorio, debería de tener incrustado ese número, ese particular perfil de color. La mayoría de laboratorios aficionados no siguen este procedimiento, con lo que es más difícil controlar el color de las imágenes. El problema viene de los monitores y de su calibrado. Casi nadie calibra su monitor y si lo hace, sólo lo realiza una vez cuando lo instala. Pocos conocen que deberían de calibrar el monitor todas las semanas, entre otras cosas porque los tubos se van desgastando influyendo constantemente en el color de cada monitor. Al margen de este punto de calibrado y gestión de color que es clave para respetar los colores que nosotros hemos elegido, hay que tener en cuenta que antes de retocar una imagen hay que dejar el monitor encendido durante unos minutos hasta alcanzar el punto de luminancia máximo.

No obstante, hay que decir a favor del mundo digital, que con las fotografías analógicas no existía ninguna referencia sobre el color original, a menos que se incluyera en la imagen la carta de colores de Kodak. Si había una dominante anaranjada el empleado del laboratorio podía interpretarla como un error en lugar de como una dominante clara de un atardecer. Por lo tanto gracias al sistema binario de ceros y unos, y en definitiva gracias a las matemáticas, podemos defender unos colores que queremos que se respeten en la imagen. Este sistema matemático propicia que cada nueva fotografía obtenida en diversos días, deba tener los mismos colores, algo que con el sistema analógico era bastante difícil. Lo normal cuando realizábamos copias de una misma fotografía en distintos días, era que ambas nos parecieran correctas y bien hechas. Pero al ponerlas una al lado de la otra podíamos apreciar ligeras o no tan ligeras diferencias en los tonos de ambas copias. Por eso creemos que,

aunque parezca un problema, la gestión de color y sus perfiles son más una solución a un viejo problema. Ansel Adams ya hacía hincapié, en uno de sus libros, sobre el problema de la igualdad en las copias, y eso que eran en blanco y negro. Lógicamente los grises también tienen sus distintos valores, por eso, entre otras cosas, Adams (2000: 169-170) inventó el sistema de zonas.

Deberá considerar varios factores para asegurar la uniformidad de los resultados:

1. Utilizar papel de la misma marca, tipo y número de emulsión.
2. Utilice una lámpara de ampliadora de intensidad constante, provista de estabilizador de voltaje, mejor aún, estabilización de salida, tal como la proporcionada por la unidad Horowitz.
3. Use la misma fórmula de revelador durante todo el proceso, con la misma dilución, temperatura y aditivos... Utilice el método factorial para controlar el revelado con gran precisión.
4. De a las copias un revelado uniforme y cuidadoso: revelado, fijado, lavado, virado, eliminado de hipo y lavado final. Yo no empiezo a contabilizar el tiempo de ningún procesado hasta tener el conjunto de las copias en la solución para asegurarme de que los químicos han entrado en contacto con cada una de las copias

La fotografía digital, vista desde el punto de vista profesional, es un mundo aparte que se entiende de una forma particular dependiendo de cada caso concreto. Los primeros profesionales en adoptar el sistema digital fueron los fotógrafos de prensa diaria. Las razones son varias: en primer lugar, por la rapidez en la obtención de imágenes, imprescindible en la prensa diaria. En una emisora de televisión se oía afirmar al comentarista en un intermedio de un partido de fútbol: «vean el presente de la fotografía digital», mientras unas imágenes nos mostraban a un fotógrafo en el descanso, dirigirse a un portátil, introducir la tarjeta y después de retocar la imagen, enviarla vía Internet a su periódico. Pues bien, eso que nos estaban enseñando en la televisión ya no era el presente, era el pasado de la imagen digital. Ese sistema ya se había

quedado anticuado. De momento y hasta nuevas tecnologías, el presente es utilizar agenda electrónica conectada por teléfono móvil a través del *bluetooth*. Para ello hay que tener cada uno de ellos en un bolsillo, introducir, una vez han metido el gol o haber ganado la carrera, la tarjeta *compact Flash* en la agenda, realizar algún retoque con el programa reducido que lleva y a través del teléfono enviarla al periódico mientras, con otra tarjeta podemos seguir trabajando. Muchos fotógrafos de prensa semanal, sobre todo los que trabajaban en agencias y debían competir con otros fotógrafos, debían de ingeniárselas para poder hacer llegar una diapositiva desde un pueblo de Nueva Zelanda hasta España. Para poder enviar un carrete se podía hacer vía legal, a través de agencias de transporte o vía arriesgada, hablando con un pasajero y esperándolo en el aeropuerto de destino para la recogida del material. Imagínense lo complicado que era encontrar un pasajero en una pequeña ciudad de Nueva Zelanda, que fuera a la capital del país, de ahí a Sydney, Holanda y España después de un día y medio de viaje. La opción legal tardaba tres días. Durante muchos años se utilizó este sistema del pasajero para enviar carretes de una ciudad a otra o de un país a otro. En segundo lugar, por el ahorro en material y en la utilización de películas con distinta sensibilidad. Hay que pensar que un fotógrafo deportivo, por la dificultad de su trabajo, gasta mucho material y por las condiciones de luz en las que trabaja utiliza distintas películas. No es lo mismo trabajar en un estadio de fútbol a las diez de la noche, que en un estadio de atletismo a las doce del medio día o en el interior de un polideportivo con luz artificial. En acontecimientos deportivos se pueden disparar diez, veinte o treinta carretes de fotografía que luego hay que revelar. Con las cámaras digitales se puede cambiar de sensibilidad en cada foto y no en cada carrete, además no hace falta usar carretes y las tarjetas digitales se vuelven a usar una vez pasadas las imágenes al ordenador o a otro disco duro mayor y portátil. Por consiguiente el ahorro es notable. En tercer lugar, el mundo digital es interesante para un fotógrafo de prensa porque el archivo de imágenes en un ordenador ocupa menos espacio, está mejor organizado y se pueden encontrar las imágenes con más rapidez. Y en cuarto lugar el tamaño de las imágenes es suficiente para la calidad de 72

puntos por pulgada que necesita un periódico. Las primeras cámaras digitales que un fotógrafo profesional podía usar y comparar con la que utilizaba negativos y diapositivas, daban imágenes de 9 u 11 megas. Este tamaño y esta calidad es más que suficiente para un periódico.

El coste elevado de la cámara fotográfica fue lo que retrasó el acercamiento de algunos fotógrafos al mundo digital. En un año y medio, una cámara profesional no sólo ha bajado de precio, además un nuevo modelo de mayores prestaciones, entre ellas mayor tamaño de imagen y un cuarenta por ciento más económica, ha desbancado a la anterior. El mercado de segunda mano ha evolucionado con la tecnología. Antes se podía comprar una cámara analógica, usarla diez años y si estaba cuidada y era un buen modelo, se podía vender por la mitad de su precio actual o un poco menos, y seguía siendo una buena cámara. Actualmente, si uno gasta seis mil euros en la última cámara digital y a los dos años la quiere vender, con un poco de suerte se consiguen mil euros y la cámara se ha quedado obsoleta.

Los fotógrafos deportivos están de suerte con la aparición de la última cámara de Canon, la Mark II, que realiza 8 imágenes por segundo. Para fotógrafos más exigentes Nikon y Canon poseen sendos modelos, un poco lentos para trabajos de prensa y deportes, pero que dan calidad de fotografías tomadas con medio formato. La nueva Mark II con 16,7 Mb aparecida a finales de 2004, revoluciona el mundo digital. Otros fotógrafos profesionales, los dedicados al mundo de la publicidad, pueden trabajar con los modelos anteriores para ciertos encargos, pero todavía no han conseguido sustituir definitivamente el sistema analógico por el digital. La calidad de la copia final digital no tiene la misma definición en las zonas altas y bajas, sobre todo en condiciones extremas de iluminación como los contraluces.

Hay que añadir que las cámaras profesionales actuales funcionan con los objetivos analógicos antiguos. No obstante, los fabricantes afirman que las nuevas y modernas lentes funcionan mejor con las cámaras digitales.

BIBLIOGRAFÍA

- ADAMS, A. (1989): *The Camera*, Boston, Little Brown and Co.
- (1986): *The Negative*, Boston, New York Graphic Society Book.
- (1992): *The Portfolios of Ansel Adams*, Boston, Little Brown and Co.
- (1989): *The Print*, Boston, Little Brown and Co.
- (2000): *The Copy*, Boston, Little Brown and Co.
- BUCKI, L. A. (2001): *Manual visual de Photoshop*, Madrid, Editorial Bélenguer.
- DALY, T. (2000): *Manual de fotografía digital*, Barcelona, LocTeam S. L.
- DAVIES, Adrian (2003): *Guía básica de fotografía digital*, Madrid, Omega.
- DAVIES, A. y P. FENNESSY (2001): *Digital Imaging for Photographers*, Boston, Focal Press.
- DUBOIS, P. (1986): *El acto fotográfico. De la representación a la recepción*, Barcelona, Paidós.
- GRADIAS, M. (2001): *El gran libro de Photoshop*, Barcelona, Becker.
- HEDGECOE, J. (1980): *El arte de la fotografía en color*, Madrid, Blume.
- LAGUILLO, M. (1995): «El problema de la referencialidad» en *¿Por qué fotografiar? Escritos de circunstancias 1982-1994*, Murcia, Ediciones Mestizo.
- (1990): *El sistema de zonas*, Barcelona, Blume.
- JACOBSON, R. E. (1978a): *El revelado. La técnica del negativo*, Barcelona, Omega.
- (1978b): *La ampliación. La técnica del positivo*, Barcelona, Omega.

«EL CULTO AL CUERPO» EN LA IMAGEN PUBLICITARIA DE PRINCIPIOS DEL SIGLO XX: REVISTA *NUEVO MUNDO*, 1925-1929.

MARÍA VICTORIA CARRILLO DURÁN
ANA CASTILLO DÍAZ
Universidad de Extremadura

INTRODUCCIÓN

Como ya dijimos en Carrillo (2004):

La cultura se forma por medio de la adición de experiencias que ayudan a definir unos parámetros para la vida en una determinada comunidad. La cultura es plural y hay tanta diversidad como lugares donde el paso del tiempo y las rutinas han determinado unas normas y patrones de conducta, asumidos por las personas que viven inmersas en ellos.

La cultura tiene valores o, lo que es lo mismo, no hay cultura sin valores; los valores se forman en sociedad y dibujan un panorama visual determinado lleno de imágenes que lo reflejan.

El «culto al cuerpo» es un valor de la cultura occidental, es un valor que ha florecido por la pérdida de otros, por el declive de valores religiosos y morales que han elevado a «condición religiosa» el estar bien con uno mismo, cosificando esta mezcla de cuerpo y alma que somos cada uno de nosotros bajo la imagen que proyectamos. Y en línea con Vidal (2002: 103) «el cuerpo es una re-presentación cultural, no puede por menos que reflejar (re)construcciones y planteamientos distintos».

El culto al cuerpo se refleja en el momento actual en multitud de manifestaciones audiovisuales, pero sobre todo en la publicidad. La publicidad es cultura y es además el espejo de aumento que se presenta delante de la realidad y la refleja en mayor o menor grado concentrada, a veces distorsionada, aunque no por ello engañosa (Carrillo, 2002). La publicidad sería una especie de espejo que refleja localmente lo global

o socialmente admitido y que transfiere a los individuos las normas vigentes (Carrillo: 2003).

Existe una doble faceta del fenómeno publicitario: sociocultural y económica, Joan Costa (1993) en su libro *Reinventar la publicidad*, habla de «las dos caras de la publicidad»: el rostro del *bussiness* (empresa, clientes, agencia, sistema de producción) y el rostro de la sociedad (investigación, valores, efectos sociales, hábitos de conducta). Las dos perspectivas (la mercadotécnica y la sociocultural) no suponen planteamientos antagónicos, cabe verlas como dos proyecciones distintas de un mismo fenómeno.

En esta última línea, la de publicidad como «el rostro de la sociedad», es el núcleo del imaginario social contemporáneo; imaginario social, sería el conjunto de imágenes compartidas a través de las cuales una colectividad se expresa.²³²

La publicidad proyecta valores de la cultura. Por una parte, proyecta valores culturales que han florecido en el momento actual, el principio del siglo XXI, y por otra parte, proyecta valores tradicionales que evolucionan de forma dinámica, bajo las dimensiones de tiempo y espacio. Entre estos valores que parecen propios de la época actual, se encuentra el del culto al cuerpo. De forma apresurada se incurre a veces en juicios que destacan al culto al cuerpo como propio de la sociedad industrializada, capitalista y superflua de los últimos años, de las últimas décadas para ser más exactos, lo que no es del todo exacto, ya que, en gran parte, el culto al cuerpo está claramente relacionado con la belleza, valor tradicional en todas las culturas y tiempos. Lo que no sabemos por el momento es si la definición de este valor se correspondería en el momento actual con la definición de principios del siglo XX.

232. Al respecto ver León (2001). La fuente de donde extrae la noción de «mito-análisis»: los trabajos del antropólogo Gilbert Durand. Discípulo de Gastón Bachelard y del Psicoanálisis de la mano de Carl Gustav Jung. Durand reivindica el interés axiológico de la imagen en el contexto de la cultura occidental a través del establecimiento del «imaginario» (entendido como el conjunto de imágenes que sirven al ser humano, para relacionarse simbólicamente con su entorno).

LA IMAGEN FEMENINA A PRINCIPIOS DEL SIGLO XX

Todas las sociedades han desarrollado sus ideales de belleza, en todas las épocas han ido unidos al género femenino, y todos los ideales han supuesto un sacrificio para el cuerpo, éste es el caso de la atrofia de las chinas en sus pies para que fueran pequeños, y más cerca de nosotros están las antiguas cinturas de avispa conseguidas por la presión de los corsés, que al final de los años veinte desaparecen en España en virtud de una liberación femenina que sobre todo destacará en la vida social y política de los años treinta.

Se dibuja en esta época (final de los veinte y principios de los treinta) (como ya referimos en Carrillo y Galán, 2004); una publicidad que en las grandes ciudades se adelanta, a la vez que las leyes, a la manifestación de un entorno moderno, destacando unos estereotipos femeninos a medio camino entre el progreso y la tradición, de ahí el contraste entre anuncios en los que la mujer ama de casa sigue unida al hogar, hasta anuncios donde la belleza y el cuidado del cuerpo dibujan un culto al cuerpo en línea con el siglo XXI.

La mujer pasa del papel que tuvo durante siglos en la sociedad, el de madre y esposa, al de mujer moderna que utiliza cremas de belleza, cuida su pelo, su aspecto físico e incluso se somete al adelgazamiento.

Durante el primer tercio del siglo, España había iniciado el camino hacía la modernización. En los años veinte, dice Tusell, en Zamora Vicente (1991: 30), había aparecido ya en los contextos urbanos la mujer de vida profesional independiente, sofisticada e incluso dotada de la apariencia nueva que le daba, por ejemplo, el pelo corto. Al igual que la falda corta, la melena no fue solamente una moda sino una revolución en las costumbres femeninas, a diferencia de aquellos peinados que necesitaban tantas horquillas y peinetas casi como cabellos que sujetar. Se recibían pues con agrado en la época «... la falda corta y la melena a lo *garçon*».

El panorama sociocultural de la mujer venía marcado por (en Carrillo y Galán, 2004) las medidas implantadas en el campo de la educación (enseñanza gratuita, obligatoria e igualitaria en hombres y mujeres) lo

que trajo en los años treinta el acceso de la mujer a la universidad y, poco a poco, la incorporación a la política y profesiones liberales.

Llegada la República, en abril de 1931, mejora la situación de los trabajadores y especialmente la de las mujeres. Aunque la mujer casada aún no dispone de autonomía ni independencia económica, la Constitución de 9 de diciembre de 1931 le concedió el sufragio; en su artículo 25, establecía que el sexo no podía ser fundamento de privilegio jurídico, en consecuencia, concedía los mismos derechos electorales a los de uno y otro sexo. Se suprimían, por tanto, algunas disposiciones que limitaban la capacidad de obrar de la mujer.

La mujer durante la República pasa del papel que tuvo durante siglos en la sociedad, el de madre y esposa, al de mujer moderna que utiliza cremas de belleza, cuida su aspecto físico e incluso se somete a curas de adelgazamiento. Estas imágenes de las mujeres españolas de principios de siglo, aparecen reflejadas en la publicidad de las revistas ilustradas, sector que contaba con un mayor número de lectoras.

La sociedad fue evolucionando y lo femenino adquirió un mayor protagonismo social, los productos de belleza y otros métodos para sentirse jóvenes eran primordiales en su cuidado. A diferencia de lo que ocurría con el varón, la mujer era juzgada, la mayor parte del tiempo, por su aspecto físico y no por otras cualidades.

VALORES QUE INTEGRAN EL CULTO AL CUERPO: TIPOS DE PUBLICIDAD

La belleza aparece relacionada con la mujer, por lo que, aunque no de forma única, el culto al cuerpo parece un valor de la cultura más propiamente femenino que masculino, por esta razón nos centramos en el sexo femenino a la hora de analizar el «culto al cuerpo» en las imágenes fotográficas de anuncios publicitarios dirigidos a la mujer de principios del siglo xx.

Podemos preguntarnos cuáles son los valores o elementos que conforman la tendencia al culto al cuerpo, y que por tanto serán reflejados

en la publicidad de forma constante. El citado culto al cuerpo, como ya dijimos, aparece ligado a la belleza, pero en todo lo relacionado con ésta puede haber a su vez una serie de elementos que lo describen de forma más significativa.

El culto al cuerpo supone hacer de nuestra apariencia una «religión», aunque existen, como en la religión, ciertos grados de fanatismo, lo que se traduce para nosotros en ciertos grados de intromisión e incursión en el cuerpo como el objeto o referente básico de las imágenes que proyectamos.

Este mayor o menor grado de incursión en el cuerpo, marca una mayor o menor radicalización de los planteamientos originales, y que básicamente empiezan por el cuidado del rostro.

El culto al cuerpo comienza por el rostro, que es la parte más expuesta a las representaciones que los demás se hacen de nosotros, y que nosotros mismos usamos como carta de presentación.

El rostro, y en concreto la piel del rostro, ha sido desde siempre uno de los mejores exponentes de la belleza, y aunque su cuidado y aspecto exterior ha venido marcado por las modas, desde tener una piel blanca en el pasado hasta una piel morena en el presente, siempre se ha procurado que esté limpia y tersa. También en todas las épocas ha existido una tendencia a su cuidado mediante productos y esencias más o menos sofisticadas, desde la leche de burra de Cleopatra a las cremas antiarrugas actuales. Esta preocupación de la sociedad femenina es evidente en todos los tiempos, de ahí que fácilmente sea reproducida en la publicidad de la época que estamos tratando, y de ahí que podamos anticipar que una de las categorías a observar en nuestro análisis de las imágenes publicitarias será esta misma: anuncios sobre el «cuidado del rostro».

Si vamos desde lo más visible a lo menos visible, es evidente que después del rostro el grado mayor de exposición es para el cuerpo, el culto al cuerpo toma aquí un nuevo sentido especialmente importante sobre la base de la mayor o menor exposición del mismo. La exposición del cuerpo pasa de ser muy limitada en la primera década del siglo XX, a ser mucho mayor en las décadas de los veinte y treinta; así lo muestra

la imagen 1, referida al uso del traje de baño en los periodos referidos. Esta mayor presencia corporal traerá más y mejores cuidados también para las partes hasta el momento ocultas por el vestido. Podemos definir de este modo que la segunda categoría de anuncio publicitario que pretendemos observar en torno al culto al cuerpo es la de los de productos que cuidan las partes del cuerpo más expuestas y por tanto más visibles, las piernas y brazos, y consecuentemente la belleza y apariencia estética de los mismos, lo que podemos resumir con el nombre de anuncios de producto para el «cuidado de las partes más visibles».



Imagen 1

La tercera categoría que explica el culto al cuerpo vendría definida por el cuidado de las partes «menos» visibles, principalmente los senos. El cuidado del pecho es una constante a día de hoy, pero a priori no sabemos si lo era en las épocas que estamos estudiando, por lo que la tercera de las categorías sería la de productos para el «cuidado de los senos».

En cuarto lugar podemos definir que uno de los rasgos del culto al cuerpo más relacionados con éste a día de hoy es la estilización de la línea. La belleza parece reducida a la delgadez, «a la cultura del adelgazamiento», y esto sí parece más propio del momento actual; por extensión, el culto al cuerpo es considerado apresuradamente un valor actual. La presencia del adelgazamiento en la manera de definir el culto al cuerpo es una realidad en nuestro siglo XXI. Aunque este juicio es exacto, no podemos generalizar diciendo que nunca antes existió este deseo de delgadez, de ahí que propongamos observar como última categoría los anuncios sobre «el cuidado de la línea». Como hemos dicho ya, pensamos que el culto al cuerpo va acompañado de una tendencia al adelgazamiento, por lo que diferenciamos a su vez en esta categoría: anuncios sobre *productos adelgazantes* por una parte y anuncios sobre el *uso de prendas* que estilizan la figura, menos agresivos los segundos y más agresivos los primeros por ser ingeridos e incurrir en modo mayor en la naturaleza del cuerpo.

Como aclaración a lo que hemos explicado hasta el momento sobre el adelgazamiento como parte del culto al cuerpo, podemos decir que, aunque haya existido en otras épocas esta tendencia, nunca en otro tiempo este valor del adelgazamiento ha sido democratizado como en los límites actuales, y por tanto no ha alcanzado repercusiones en la cultura tan grandes como ahora, como ya expusimos en Carrillo (2004) y como explica Toro (1996: 54): «El cuerpo delgado, sobre todo el de la mujer, se ha constituido en una especie de *conditio sine qua non* para la felicidad terrenal».

Sin entrar en el análisis de la radical extensión de este valor de la delgadez,²³³ proponemos en este trabajo mostrar cómo en otras épocas tam-

233. Remitimos al lector interesado en este aspecto a otros textos que hemos elaborado como Carrillo (2002, 2003 y 2004).

bién ha existido este valor junto con los anteriormente expuestos, que unidos a la belleza podrían definir el culto al cuerpo también en otras épocas.

LAS HIPÓTESIS DE ESTUDIO Y EL CORPUS

Una vez definidas las categorías a observar, hemos de definir las hipótesis de partida. La hipótesis principal se fundamenta en que «a principios del siglo XX, ya podemos hablar de la existencia del valor del culto al cuerpo en la sociedad y cultura del momento, y en línea con el contexto antes definido, en términos semejantes a como se define dicho valor en el momento actual, siglo XXI».

1. Las categorías publicitarias definidas para el culto al cuerpo aparecen ya reflejadas en la publicidad de principios del siglo XX.
2. La publicidad refleja los contextos culturales antes de crearlos, y en todo momento refleja los comportamientos de su público.
3. Las proposiciones de ventas de los productos que reflejan la época de principios del siglo XX mantienen la coherencia con los de comienzos del siglo XXI.

Una vez definidas las hipótesis, hemos de elegir un corpus de estudio. En nuestro caso, el corpus viene definido por la publicidad gráfica presente en los números de la revista *Nuevo Mundo* entre los años 1925 y 1929. Esta publicación era editada en España, al precio de 50 céntimos, dirigida por Francisco Verdugo, se trataba de un semanario de contenidos diversos, miscelánea, con una gran presencia publicitaria entre sus principales secciones de información general, sociedad, actualidad política, moda, deportes y toros...

Los números revisados han sido los comprendidos entre las semanas desde el 2 de octubre de 1925 y el 25 de diciembre de 1925 y del 5 de julio de 1927 al 27 de septiembre de 1929. Un total de 24 números semanales, dirigidos a la clase media-alta de la época, con un fin informativo y sobre todo de entretenimiento.



Portada de Nuevo Mundo.

Primer número analizado: N° de 2 de octubre de 1925

Resultados de las categorías: ejemplos de los anuncios encontrados

Mostramos a continuación cómo existen propuestas según las categorías descritas más arriba. En este trabajo recogemos algunos ejemplos de los que hemos encontrado y que reproducen la situación del momento a principios del siglo XX, en torno al desarrollo del culto al cuerpo en la cultura del momento.

-Categoría primera: Cuidado del rostro

Desafía el sol y el viento

Antes de salir, se protege el cutis con

"NIEVE"
(Marca de Fábrica)

"HAZELINE"

para impedir la entrada de polvo en los poros. Terminado el recorrido, nada mejor para refrescar la tez y calmar las irritaciones.

Botes de cristal en todas las Farmacias y Perfumerías

"HAZELINE" SNOW
(Trade Mark)

BURROUGHS WELLCOME Y CIA., LONDRES
Sp.P. 2081 *All Rights Reserved*

Anuncio 1

OBSEQUIO A LAS LECTORAS DE "NUEVO MUNDO"

Una de las cosas que más interesa a las lectoras de "Nuevo Mundo" es saber cómo conservar su belleza y su salud. Por eso, en cada número de esta revista ofrecemos un obsequio a las lectoras que se suscriban a ella.

Este obsequio es un frasco de "Citrato de Magnesia de Bishop" que ayudará a las lectoras a conservar su belleza y su salud.

Este obsequio se repartirá entre las lectoras que se suscriban a "Nuevo Mundo" durante el mes de octubre de 1925.

El obsequio se repartirá en las farmacias y perfumerías que se mencionan a continuación:

Albino, Bata, Bar, Barcelona, Madrid, etc.

El obsequio se repartirá en las farmacias y perfumerías que se mencionan a continuación:

Albino, Bata, Bar, Barcelona, Madrid, etc.

La Belleza de la Mujer

Una de las cosas que más interesa a las lectoras de "Nuevo Mundo" es saber cómo conservar su belleza y su salud. Por eso, en cada número de esta revista ofrecemos un obsequio a las lectoras que se suscriban a ella.

Este obsequio es un frasco de "Citrato de Magnesia de Bishop" que ayudará a las lectoras a conservar su belleza y su salud.

Este obsequio se repartirá entre las lectoras que se suscriban a "Nuevo Mundo" durante el mes de octubre de 1925.

El obsequio se repartirá en las farmacias y perfumerías que se mencionan a continuación:

Albino, Bata, Bar, Barcelona, Madrid, etc.

CITRATO DE MAGNESIA BISHOP

DE 2.75

DE 5.50

ALFARO Y MARTELL, S.A.

Estudio de Arte Fotográfico **WALKEN**
10, Sevilla, 10

Anuncio 2

Presentamos dos propuestas contenidas entre los números citados para el cuidado del rostro, en donde podemos observar cómo resulta una preocupación la belleza del rostro y el cuidado de la piel, unidas a la belleza (anuncio 2) como ya dijimos, asentadas en este caso en la propuesta de venta: limpieza y cuidado.

Observamos además en el anuncio 1 cómo la imagen usada para apoyar la propuesta de venta es la de una mujer independiente que conduce su propio vehículo y que busca por tanto la autoafirmación de su papel en sociedad, que es lo que aparece reflejado en el anuncio, para ello resulta básico el cuidado de su aspecto externo.

En la misma línea (cuidado del rostro) encontramos el anuncio 3 aunque en este caso la propuesta de venta es la «eterna juventud», la proposición de juventud, es una manifestación actual muy frecuente, pero quizá no percibíamos a priori que en el comienzo del siglo XX la belleza pudiera apoyarse en un planteamiento como éste, tan en línea con el culto al cuerpo como hoy se entiende.

Para ello el anuncio 4, sobre todo, presenta como recurso publicitario de los más usados «el antes y el después», la modelo se retira una máscara de vejez dejando paso a un rostro de idílica juventud.



Anuncio 3



Anuncio 4

Segunda categoría: Cuidado del cuerpo. Partes más visibles

Como muestra de la segunda categoría de anuncios que marcan el culto al cuerpo, hemos elegido el anuncio 5, que muestra cómo la preocupación por las partes visibles, independientemente del rostro, también existía en la época que estamos tratando. Se trata en este caso de una *crema depilatoria* que permite «lucir la línea» de ahí que el argumento de venta sea un concepto tan actual como los que aparecen en la publicidad del presente, y ni que decir tiene que la relación de la estilización con el valor del culto al cuerpo era una evidencia ya en la época.



Anuncio 5

La preocupación por el bello como algo que incómoda y sobre todo afea, era una necesidad de cara a la exposición del cuerpo con las nuevas tendencias de moda que descubrían las piernas y, sobre todo, con las nuevas tendencias en costumbres y trajes de baño, como aparecía en la imagen 1, presentada más arriba.

Tercera categoría: Cuidado del cuerpo. Partes menos visibles

Si pasamos a ese ámbito más privado de lo que no se muestra, donde está contenido el pecho, encontramos cómo tener un busto erguido y prominente no es sólo fruto de la actual definición del culto al cuerpo, sino que ya se vivía en la época una tendencia hacia el cuidado de lo «no visible», si esto lo apoyamos en que, además, aparece el anuncio al lado de una noticia de «arte escultórico», no deja de ponerse en evidencia cada vez con más fuerza que no se trata solo de embellecer y disimular sino también de intentar esculpir aquella imagen que se quiere proyectar, como veremos en la siguiente categoría sobre todo.

SENOS
Desarrollados, Recostillados,
Brazosidos, Fortificados
con **Pilulas Orientales**
el unico producto que
en dos meses asegura el
desarrollo et la firmeza
del pecho sin perjudicar
la salud. Apr. Boticario
por las notabilidades
de los medicos.
**J. B. ATIE, farm.,
PARIS.**
Un franco se remite
por correo enviando
2,50 pesetas en
libranza o giro
postal a
RAMON SALA,
calle Paris, 174,
Barcelona. De venta en Madrid:
Cayron, Arrenal, 2; en Barcelona, Segala,
y todas farmacias.

**REPRODUCCIONES DE
ARTE ESCULTORICO**

En nuestras reproducciones en yeso, pasta, piedra artificial y terra-cotta, patinadas ó sin patinar, se encuentra toda la estatuaria clásica griega ó latina, y motivos ornamentales de todas las épocas.

Tan popular como el

Anuncio 6

-Cuarta categoría: Cuidado del cuerpo. Adelgazamiento

Si hasta el momento el acercamiento al culto al cuerpo es patente, en el anuncio 6 aparece una fuerte confirmación de la existencia de este valor, pues muestra la presencia de la cuarta categoría que lo define, la esbeltez y la estilización, que como dijimos pasa desde el uso de prendas e instrumentos que actúan desde fuera a dentro, hasta la utilización de productos adelgazantes que actúan desde dentro hacia fuera mediante la ingesta del mismo.

La primera de las tendencias, actuar en el cuerpo desde fuera a dentro aparece en el anuncio 7, y sobre todo en el 8



¡Siempre esbelta!...

Para evitar la dilatación excesiva de los tejidos (vientre) usted debe usar el ceñidor **GLAXIS**. Confeccionado al telar en combinación elástica de resistencia. Substituye con ventaja al corsé. Peso pluma. Por esta característica no le ocasionará la menor molestia

Pida folleto, adjuntando sello de Correo 0.35, á

INSTITUTO ORTOPÉDICO
Sabaté y Alemany. Canuda, 7.-Barcelona.

Anuncio 7



¿Ha reflexionado usted

por qué las personas que disponen de dinero y tiempo se dan masaje regularmente? ¿Sabe usted que es porque el masaje está aprobado por los médicos más eminentes como remedio natural, correspondiendo al más sano juicio, contra obesidad y otras enfermedades producidas por deficiente asimilación de los alimentos? También usted puede como nunca hacer desaparecer su molesta obesidad de la parte del cuerpo que desea con el uso del genial invento **Punkt-Roller**. La grasa se produce si la circulación de la sangre es poco activa y, por lo tanto, no la puede disolver y echar del cuerpo. Los **acétabulos del Punkt-Roller** actúan por medio de una ligera pero penetrante succión, una fuerte circulación sanguínea en las partes grasas. El tratamiento de absorción por relación **desuelve rápidamente el ségo** á los minutos. **Disuelve la grasa y permite á la sangre expulsarla**. Los ejercicios gimnásticos surten los mismos efectos; pero no pueden quitar la grasa de ciertas partes del cuerpo. El **Punkt-Roller obra directamente sobre las partes tratadas del cuerpo**. Después de usarlo nota usted en la parte tratada una agradable sensación de calor y siento trabajar la sangre al disolver la grasa sobrante en forma natural. Este tratamiento de cinco minutos produce efectos durante dos horas. Comprobará personalmente cómo con el uso del **Punkt-Roller** su cuerpo en general; caderas, pecho, muslos, pantorrillas, estará cada día más **delgado**. Adquiera hoy mismo un aparato **Punkt-Roller**; pero fijese en la palabra **Punkt-Roller**, marca **apunta en la frente**, pues existen falsificaciones. Precio: **Punkt-Roller** pesetas 25 y 35; con acétabulos cambiabiles, pesetas 50. **Punkt-Roller** para el catis, pesetas 15. Ducha **Punkt-Roller**, para masaje, fricción y ducha corporal, muy superior á la esponja de goma, pesetas 6,50.

De venta en todas partes y en S. A. Clausolles, Rambla Cataluña, 8; Ferrando, 8; Rambla del Centro, 27; Barcelona, 04. En Madrid: Carretas, 35.

Sucursales: El **Punkt-Roller** se vende en todos los establecimientos del ramo.

Anuncio 8

En el primero, la propuesta de venta se apoya en algo tan actual como «la esbeltez», ya no sólo se busca la buena figura, sino que ésta sea esbelta, por medio del uso de prendas que la estilizan. Pero sorprende sobre todo el anuncio 8, en donde por medio de un «rodillo», se incide en las propiedades de los masajes sobre la salud y el adelgazamiento, no gratuitamente la señorita aparece alisándose los muslos con el original aparato, lo que desde luego es una propuesta agresiva incluso desde la óptica de nuestro momento presente, tan fanática en el cuidado del cuerpo por medio de las más rebuscadas técnicas y herramientas.

En esta misma línea, resulta sorpresiva al menos la presencia de anuncios de productos adelgazantes que por medio de su ingesta (por tanto

actúa desde dentro hacia fuera) permiten pasar de una imagen obesa a una estilizada figura de maniquí como aparece en el anuncio 9, por lo que no es patrimonio de la actualidad el uso de sustancias y medicamentos que se suponen tienen propiedades ligadas al descenso de peso con fines estéticos y no sólo de salud.



Anuncio 9

CONCLUSIONES

Consideramos evidente la existencia del valor del «culto al cuerpo» en la época tratada, principios del siglo XX, en conexión directa con la proposición del mismo valor en la forma actual, las categorías que básicamente definen al mismo aparecen reflejadas en la época pasada, aunque de forma ejemplificada en este trabajo.

Las proposiciones y códigos usados en los anuncios, resultan estar en conexión con el culto al cuerpo en la manera de entenderlo actualmente, apoyados los anuncios en promesas de juventud, en la esbeltez, en el adelgazamiento estético (no sólo por salud)... suponen una revolución en la desmitificación de la cultura del culto al cuerpo como algo propio de finales del siglo XX y principios del siglo XXI.

Existe además en el contexto de la publicación y números estudiados una tendencia mayor hacia este valor desde la lectura del contexto

social del momento. La mujer deja de estar oprimida, lo que se traduce en una presencia mayor de publicidad ligada a su cuidado, producida por una transformación de los cánones de belleza (como aparecen en la imagen 1), en conexión con esa más aparente que real nueva libertad femenina social.

No obstante, fuera de las manifestaciones estrictamente publicitarias, los comentarios de la moda de la época presentaban en sus páginas una imagen real bajo unos cánones menos delgados y una imagen ideal que anunciaba tendencias bajo la forma de dibujos gráficos y esquemáticos, mucho más estilizados que las fotografías reales. Por todo esto, los años veinte sobre todo, serán una década de avances en los cánones de belleza, donde el culto al cuerpo es un valor presente en una cultura que afecta sobre todo a las clases altas, pues son el público objetivo de estas propuestas publicitarias, y en donde se daban las mínimas condiciones económicas para poder adquirir estos productos.

Por otra parte, a día de hoy podemos hablar de una mayor democratización del culto al cuerpo, donde la clase media es la mayoría que admite estos cánones y que desarrolla sus quimeras en un entorno como el presentado. Podemos decir que hoy la cultura del culto al cuerpo se ha globalizado como la economía, las comunicaciones..., pero que no es patrimonio de la época actual.

BIBLIOGRAFÍA

- CARRILLO, M. V. (2002): *Publicidad y Anorexia*, Madrid, Ciencias Sociales.
- (2003): «La transmisión de valores sociales por medio de las imágenes. La identificación de la mujer delgada igual a mujer triunfadora en la población adolescente» en *Comunicación y Sociedad*, 2, diciembre.
- (2004): «La cultura del adelgazamiento a través de la “imagen” física. Reflexiones y caso práctico», en *Asparkía* (en imprenta).
- CARRILLO, M. V. Y GALÁN, E. (2004): «La representación de la mujer en la publicidad, reflejo del contexto social de la II República. Análisis en el contexto de distribución local de la revista *Films Selectos* (1931-1936)» en *Actas del congreso III COMLOC*, Castellón.
- COSTA, J. (1993): *Reinventar la publicidad. Reflexiones desde las ciencias sociales*, Colección Claves de la Comunicación, Fundesco, Madrid.
- LEÓN J. L. (2001): *Mitoanálisis de la Publicidad*, Barcelona, Ariel.
- TORO, J. (1996): *El cuerpo como delito*, Barcelona, Ariel Ciencia.
- VIDAL, M^a C. (2002): «El cuerpo colonizado», en *Asparkía*, 13.
- ZAMORA, A. (1991): *Examen de ingreso, Madrid, años veinte*, Madrid, Espasa Calpe.

LA DOBLE DIRECCIÓN DE LA ESTÉTICA DIGITAL: DEL HIPERREALISMO FOTOGRÁFICO A LA ESENCIA DE LA IMAGEN SINTÉTICA

ALFONSO CUADRADO ALVARADO

Universidad Rey Juan Carlos, Madrid

INTRODUCCIÓN

Hablar de una cámara digital, de imprimir copias vía Internet, de un efecto especial generado para un film o de la resolución de la última tarjeta de gráficos 3D siempre lleva aparejado una pequeña coetilla, una frase que le recuerda a esta tecnología un pecado o mancha original de nacimiento y a la vez traza el horizonte de un nivel superior como objetivo final del desarrollo tecnológico y estético: la calidad fotográfica.

El referente de la imagen fotográfica se ha constituido como el horizonte que deberían alcanzar las tecnologías digitales de la imagen para ser aprobadas en la alta sociedad técnica y artística. La hegemonía de los procesos ópticos de captación y del soporte químico fotosensible marcan el baremo por el que se debe de medir las nuevas imágenes. La denostada frialdad del píxel oculta y nos hace olvidar la extrañeza que también supuso en su momento el grano fotográfico y el proceso de evolución que tuvieron que sufrir las emulsiones en definición y rapidez para que fuera consolidándose un tipo de textura visual como el referente ideal de representación que gracias a la fotografía y el cine han dominado el siglo XX. Así la consabida aspiración de la calidad fotográfica infravalora como una minusvalía a la estética digital y reaviva una vieja utopía que ha atravesado la pintura y la fotografía desde siglos: «la idea del progreso técnico como avance para conseguir la copia esencial de la realidad» (Bryson, 1991).

El ansiado aumento de megapíxels y puntos por pulgada no es sino una carrera tecnológica impulsada por esta vieja utopía. La sustitución de los soportes fotoquímicos en la fotografía tradicional es ya un hecho

cotidiano y un nuevo triunfo de un sueño occidental antiguo. Se diría que lo digital repite el proceso que realizó la fotografía ante su autoridad visual del momento: la pintura. La fotografía quiso parecerse a la pintura para conseguir el estatus de artísticidad que su naturaleza tecnológica parecía negar. Pero la tecnología digital de la imagen no se limita al proceso óptico y mecánico tradicional. La imagen de síntesis (aquella que no necesita un referente real para ser producida) en un principio al no estar condicionada por la necesidad de una cámara oscura y de una lente y por ello pretender usurpar el lugar que hasta ahora había ocupado el film fotográfico, podría marcar un territorio nuevo donde todos estos condicionantes estuvieran abolidos. Sin embargo, no sucede así. La utopía hiperrealista ha contaminado también a la imagen de síntesis uniendo la meta de la copia esencial con otra tecnofantasia:²³⁴ la creación de un mundo virtual indistinguible de la realidad cotidiana, de suerte que la aspiración final de la imagen sintética, de la utopías de la realidad virtual, no sea otro que poder entrar en el trampantojo que antes sólo podíamos contemplar ilusionados hasta que al acercarnos nos topábamos contra el muro bidimensional.

Aunque permanecí en el ciberespacio sólo por pocos minutos, ese primer vuelo a través del universo creado por computadora me lanzó en mi propia odisea a los puestos de avanzada de una nueva frontera científica.

Así relataba el visionario de la realidad virtual Rheingold (1994: 219) una de sus primeras experiencias con cascos virtuales en las instalaciones de la NASA en los años ochenta. Todos los géneros de la imagen sintética se han presentado hasta el momento como imperfectos, en un estadio primitivo donde esa frontera futurible y soñada que mencionaba Rheingold pesaba más que lo que podíamos encontrar directamente en el mercado.

234. Entendemos el término tecnofantasia según lo concibe Ihde: «fantasear sobre distintas maneras de sobreponemos a nuestras limitaciones físicas o a nuestros problemas sociales a través de las tecnologías creadas por imaginarios utópicos, y así entronizaríamos la tecnología como un ídolo que nos llevara a superar nuestra finitud».

La imagen de síntesis destinada a su exhibición como fotografía fija o su hibridación con otras técnicas tradicionales (mezcla con imágenes cinematográficas reales) camina dócilmente bajo estas directrices. Pero el foco de tensión más interesante que pretendemos rastrear a lo largo de este trabajo es el que se produce entre esta utopía hiperrealista y la imagen sintética interactiva, aquella que encontramos en programas de RV y por excelencia en los videojuegos. El conflicto nace de querer imponer un sistema de representación basado en una percepción, al fin y al cabo una experiencia vicaria, y su choque con otro sistema distinto donde el espectador es libre para organizar su percepción desde cualquier punto de vista y por tanto ya no está sujeto a una experiencia dada sino a una personal, directa e intransferible. Ante ella la imagen ocupa un nuevo lugar en este sistema: allí donde las imágenes ofrecían el instante de la percepción de un espacio que dejaba fuera al espectador, la imagen sintética interactiva hace que éste penetre en su interior y acceda al conocimiento mediante imágenes que construyen un espacio y un tiempo directamente experimentable. En definitiva se trata de verificar si el paradigma de la cámara oscura y todas las técnicas asociadas a ella, como máquina epistemológica es vigente y trasladable a la tecnología de la imagen sintética interactiva.

EL DESARROLLO DE LA IMAGEN SINTÉTICA

Un lienzo electrónico

Los comienzos de la imagen sintética se remontan a las experiencias de Ivan Sutherland en el MIT en 1963. Sutherland desarrolló el *Sketchpad*, un dispositivo que está considerado como el primer sistema de gráficos interactivos. En aquel momento las imágenes conseguidas se limitaban a lo que en el argot técnico se conoce como *wireframe*, o imagen en alambre, unas líneas generalmente en blanco sobre fondo negro que delimitaban los contornos geométricos de las formas, obviamente también muy simples. El proceso para crear la imagen era una translación direc-

ta del sistema más clásico por excelencia: un lápiz y un lienzo o una hoja. En este caso el lienzo es directamente la pantalla, el lápiz era un dispositivo que mediante un cable permitía definir puntos en la pantalla que se unían mediante líneas, como ocurre en los dibujos infantiles de formas ocultas generadas por una sucesión de puntos. Este procedimiento se podía simultanear con la definición numérica de los puntos mediante valores numéricos en ejes de coordenadas espaciales. El desarrollo tecnológico a partir de los años setenta y ochenta se materializa en ordenadores más potentes que permiten conseguir imágenes más complejas que necesitan un tiempo de *render* o cálculo mayor. Paralelamente los investigadores en imagen sintética desarrollan diversas herramientas que superan poco a poco el primitivismo de las primeras imágenes de alambre. Así surgen procedimientos para colorear las caras de esas formas y más tarde poder aplicar texturas bidimensionales.

Los altos costes de entonces para generar imágenes sintéticas reducían al campo de operación de estas experiencias a un reservado número de universidades norteamericanas y en menor medida británicas. Sólo matemáticos, ingenieros, científicos y expertos en informática tenían acceso a estas nuevas tecnologías. Sus trabajos estaban sufragados por grandes empresas como General Motors, Boeing o Lockheed que veían en las nuevas tecnologías una poderosa ayuda para el diseño de automóviles o aviones, nacía así el CAD (diseño asistido por ordenador). Este impulso industrial condicionará en gran medida el desarrollo de la tecnología de la imagen digital ya que la necesidad de buscar una representación o simulación lo más cercana a la realidad, obligatoria para la industria, es el horizonte que impregnará el trabajo de informáticos e ingenieros. Sólo cuando la industrialización masiva de la informática y la imagen digital ponga al alcance de otros sectores estas tecnologías se podrán plantear uso alternativos con otros fines, como el artístico o su introducción en el mercado del diseño gráfico televisivo. La búsqueda del realismo que desde los ochenta viene planeando en cualquier avance de la imagen digital se debe en gran medida al pragmatismo de sus orígenes.

Las metáforas del estudio pictórico y el *set* virtual en el diseño del *software* de imagen sintética

A primeros de los ochenta el terreno estaba abonado para la consolidación de dos paradigmas de trabajo en los programas de creación y manipulación de la imagen sintética: el estudio pictórico, que será la base de los programas de diseño y retoque fotográfico y el *set* virtual que conforma los programas de diseño en 3D bien sea para obtener imágenes fijas o en movimiento.

El primero remeda el trabajo de un artista gráfico. Los interfaces de estos programas tienen como elemento central el lienzo digital y están rodeados como ocurre en la realidad de cualquier estudio de diversos menús que nos ofrecen paletas, tipos de brochas, etc. A partir de esta metáfora se desarrollan los programas de retoque y diseño fotográfico, así como los de dibujo vectorial.

El *set* virtual es un híbrido del tradicional estudio de escultura y la visión de un arquitecto que simultánea las tradicionales perspectivas a la hora de diseñar los espacios: planta, alzado, perspectiva, etc.

Las herramientas del programa en 3D permiten emular en cierta medida el trabajo de un escultor creando formas tridimensionales de mayor o menor complejidad en el espacio. Pero el tercer referente que se incorpora a este paradigma es el que da paso a esa influencia del dominante fotográfico en la imagen. Si la escena está compuesta con todos los elementos tridimensionales, no sólo podemos tener en una visión en varias perspectivas o contentarnos con un aspecto abstracto, de colores planos, sino que también podemos convertir el espacio virtual en un estudio foto-cinematográfico. Para ello basta incorporar los dos elementos que transforman el estudio de un escultor en el *set* por excelencia del arte del siglo XX: la luz y la cámara. Las herramientas que permiten iluminar las formas imitan los tipos de luz estándar de la fotografía: luz dirigida, luz difusa, etc. La cámara virtual no sólo se podrá desplazar en el espacio como una cinematográfica real en un *travelling* o en una grúa sino que podremos también emular las diversas focales de una cámara de 35 mm. El resultado bien sea una imagen fija o una secuencia anima-

da abre ya definitivamente las puertas para que la obtención de imágenes sintéticas, sin necesitar de los procedimientos habituales de la fotocine-matografía para su obtención se construya con el único fin de imitar en todo tipo de características, el proceso de representación fotográfico.

Los paquetes de *software* 3D van incorporando avances que emulan cada vez más las propiedades de la imagen canónica. Los controles virtuales de la cámara no sólo nos presentan las características ópticas de cada focal sino que permiten controlar la profundidad de campo como si dispusiéramos de un diafragma. También se incorporan filtros que permitan añadir las habituales aberraciones ópticas de las lentes que el espectador se ha acostumbrado a identificar con la imagen fotográfica.

Pero la imitación también se produce en el terreno de la textura visual y su referente privilegiado que es el grano de la emulsión fotográfica. La limpieza y regularidad de la unidad mínima de la imagen digital, que es el píxel se evita y oculta mediante filtros que añaden ruido lo que recuerda la propiedad del grano fotográfico contraria al píxel: la aleatoriedad.

Los logros técnicos de estas herramientas han permitido que tanto en la imagen fija como dinámica podamos ya en estos últimos años llegar a esa soñada calidad fotográfica. Los artículos técnicos de 3D hablan con toda propiedad de texturas y atmósferas realistas, calidades de piel sintética con varios niveles de transparencia que imitan la piel real, etc. Y así se originan no sólo simulaciones perfectas de la realidad que recrean seres nunca vistos como los dinosaurios sino también se alumbran nuevas profesiones como la de los *vactors* (actores virtuales) que doblan a actores en escenas arriesgadas y son indistinguibles de sus imitados. Y como en toda profesión se establecen categorías: los *vactors* como dobles de estrellas y los *stunbots* (contracción de la palabra *stun*, especialista y robot) especialistas virtuales que aparecen en escenas de masa realizando acciones arriesgadas. El término nació a raíz del filme *El retorno del Rey* (Peter Jackson, 2003) donde personajes virtuales luchaban en las escenas de batalla realizaban saltos imposibles a caballo. Como vemos el paradigma fotográfico se alió como ideal tecno-estético con una industria que necesitaba desarrollar una tecnología que,

sin cuestionar ese paradigma visual, bien ahorrara costes sustituyendo los medios tradicionales por los digitales o permitiera crear imágenes hasta ahora imposibles o muy caras de fabricar y se impuso sobre las posibles alternativas estéticas que las nuevas tecnologías pudieran aportar. En este caso las tecnologías digitales no hacen otra cosa que sustituir procedimientos, soportes, etc., pero no se altera ni el canon estético ni las bases del sistema de representación.

Reacciones al hiperrealismo: el *pixel art*, la estética digital

La actitud contraria e indudablemente con menor salida industrial y comercial es la que se aparta de este paradigma y pretende fundar una estética de la imagen sintética evitando la hegemonía del paradigma fotográfico, nos referimos al *pixel art*, que recoge el testigo de experimentación del videoarte. La palabra píxel es una pura invención técnica, no posee ninguna etimología griega o latina, nace de la fusión de los términos ingleses *picture* y *element*, unidos por el nexo de la x. El píxel no posee entidad física, su naturaleza es lógica, su misión es especificar en *bytes* un color RGB, y su tamaño cambia en función de la resolución a la que se esté trabajando. Esta célula básica, verdadera esencia de la imagen digital ha fascinado a técnicos y artistas desde los comienzos de la imagen sintética. Unos buscaban evitar su evidencia aumentando la resolución hasta que el ojo no advirtiera la matriz punteada característica de la imagen digital o creando técnicas para evitar los *jaggies* (bordes en escalera) como el *antialiasing*,²³⁵ y a los últimos por la actividad lúdica que supone mantener una propuesta estética a contracorriente cuando la tecnología puede ya ofrecer una imagen libre de la baja resolución propia del *pixel art*. Cuando los primeros sistemas de videojuegos ofrecían resoluciones de pantalla de 320 por 200 píxels y no más de 16 colores, el *pixel art* no se reconocía como tal, la imagen bidimensional de colo-

235. Técnica que consiste en suavizar los *bodes* oblicuos gracias a píxels con gradaciones intermedias.

res planos y formas con bordes quebrados era la dominante por esa limitación técnica. Una vez ampliada la resolución global de los sistemas lo que era necesidad deviene en propuesta estética y se nombra como arte. La imágenes del píxel juegan a las perspectivas isométricas y conciben el píxel como un módulo de color con el que componer la imagen como en un mosaico o en una pintura puntillista la trama visual.

Consolidados ya los dos grandes grupos de paradigmas a la hora de crear imagen sintética el desarrollo técnico trabaja sin conflictos bajo esas premisas: la hiperrealidad es el dogma. Sin embargo, la imagen sintética interactiva por su propia naturaleza va a entrar en conflicto con el sistema de representación inherente al proceso fotográfico.

LA IMAGEN SINTÉTICA INTERACTIVA

Por excelencia la imagen sintética interactiva es lo que conocemos como realidad virtual. Técnicamente hablando la realidad virtual (RV) es un medio compuesto de imágenes de síntesis que responden a la posición y acciones del participante, dando la sensación de inmersión física y mental. Estas propiedades implican la posibilidad de manipular el tiempo y el espacio y de conducir el flujo de la narrativa inherente a estas imágenes.

Como ya se ha mencionado, el mito de la copia esencial podría aliarse perfectamente con aquél, que como tecnofantasías de las RV, busca el sueño de vivir otra realidad, al traspasar el cristal, la ventana de la pantalla y penetrar en otra, en este caso corpórea, realidad. La utopía bidimensional se aplica a lo tridimensional.

¿Pero cómo opera la realidad virtual como medio de representación? ¿Es el hiperrealismo fotográfico el horizonte de progreso técnico y estético de la imagen interactiva? ¿Cómo dialoga un paradigma que se basa en una imagen fija en un medio dinámico y de múltiples puntos de vista? Veamos cómo las características de la RV alteran sustancialmente las bases sobre las que nace el paradigma de la imagen fotográfica y cuál es su proceso de representación.

El punto de vista

La RV permite un flujo dinámico de imágenes sintéticas que desde un punto de vista conceptual nos podría asemejar al cine. El cambio de punto de vista inherente a este último es similar a la percepción que tenemos cuando visionamos el panorama de un mundo en 3D interactivo. Esta similitud ha hecho que en el caso del medio más popular de imagen interactiva, los videojuegos, se tienda a trasladar la impresión cinematográfica realista tanto en las calidades de la imagen como en los efectos sonoros pensando en otro imaginario utópico que sobrevuela en la fusión del cine y la RV: la película interactiva. Este maridaje tan deseado y teorizado se torna como lo han demostrado muchos autores²³⁶ inviable, ya que al margen de las apariencias estéticas, sus diferencias técnicas alteran las posiciones de los elementos estructurales de la representación. El primero de ellos el punto de vista. En el cine, la traslación del punto de vista bien sea por el movimiento de cámara o por las posiciones fijas responden a una cuidada lógica narrativa ordenada por un narrador más o menos evidente o apoyado en uno o varios personajes. Y en este flujo espacio temporal el espectador no puede intervenir. La interactividad va a ser la cualidad que colocará al espectador tradicional, que ahora debemos llamar interactor o usuario, fuera de esa pasividad. El usuario en cualquier entorno RV, es dueño de decidir el punto de vista, no sólo por colocación espacial en el mundo 3D sino también porque puede colocar la cámara, por seguir con el símil cinematográfico, en distintas posiciones con respecto a ese otro guía esencial que navega por el discurso cinematográfico, el personaje. Podemos adoptar su punto de vista real y sólo ver en pantalla sus manos como si fueran las nuestras, una visión cenital, o una visión trasera en plano general corto, lo que en el mundo de los videojuegos se llama en tercera persona.

236. Sobre la incompatibilidad entre narración e interactividad véase Jesper (2001).

La tercera dimensión como medio de conocimiento

El famoso filme *Matrix* (The Wachoswski brothers, 1999) nos recuerda la verdadera naturaleza de la imagen digital: una incesante cadena de números. Uno de los tripulantes de la nave es capaz, ante varios monitores que no dejan de mostrar el flujo verde fosforescente de *Matrix*, de interpretar bajo esa riada de *bits* lo que es una calle o una guapa mujer virtual. Si tuviéramos esa capacidad no necesitaríamos de imágenes sintéticas. Las imágenes sintéticas no son otra cosa que la visualización de un código que es parte de un modelo, la representación reducida y ejemplar de un aspecto de la realidad. Una pintura, una fotografía o un filme también son modelos de representación pero operan de distinta forma que la RV. En los primeros el perspectivismo renacentista eleva la visión como punto privilegiado de los elementos que forman parte de la representación en dos ejes: condicionando la posición del espectador por un lado y ordenando los elementos de la representación por otro. La visión del autor se posiciona como principio de hegemonía en el sistema de representación.

Pero la interactividad altera esta tríada: el autor aparentemente desaparece como demiurgo que ordena la representación y el usuario se mueve libre por el espacio tridimensional configurando a su gusto múltiples percepciones de los elementos del entorno virtual. Los paseos virtuales alrededor de objetos y figuras no se limitan a una fruición puramente sensitiva sino que su fin es convertir a la exploración, a la traslación espacio/temporal en el proceso de conocimiento propio de la RV. Y ese proceso de conocimiento no es otro que descubrir el modelo que aquellas representan. La imagen interactiva no es tanto una ilusión perceptiva, una promesa de aprender mediante lo visual un mundo experimentable sino la manifestación envolvente de un modelo de mundo o espacio invisible que se revela. La imagen interactiva no pone en primer plano de su epistemología lo visible (y por lo tanto la hegemonía de la cámara oscura, sus leyes ópticas y las calidades asociadas con el soporte fotográfico) sino la experiencia propia potencialmente distinta por cada usuario que acceda al universo virtual, al contrario que el conocimien-

to de las artes visuales que nos traen una experiencia vicaria, lo más unívoca y uniforme posible.

Probablemente todos habremos jugado con algún videojuego donde un personaje aventurero debe explorar un mundo fantástico para realizar una misión, encontrar determinados objetos, pelear con enemigos, alcanzar una salida. O bien hemos accionado los controles de un avión virtual con el fin de realizar un vuelo lo más largo posible sin resultados catastróficos. Es seguro que en ambos casos muestra pantalla mostraba una variedad iconográfica que se alejaba del imperio de la visión clásica de la fotografía. Además de la imagen más o menos hiperrealista que porcentualmente ocupa la mayor parte del espacio de la pantalla encontramos otro tipo de imágenes, de origen muy distinto, aquellas que se engloban dentro de lo que en los mundos virtuales se denominan como *interface*, el territorio de conexión entre usuario y mundo virtual. En ese interface aparecen datos, barras de estado cualquier otro signo que nos informa de los elementos del mundo virtual y es frecuente que contenga imágenes esquemáticas con tras perspectivas simultáneas del espacio tridimensional. Esta combinación de diversos códigos visuales es otra evidencia de los diferentes medios de conocimiento que representa la RV. Los datos y visiones que aporta el interface pretenden plantear una visión no óptica del mundo virtual, pretenden superar la apariencia, que la representación propia de la cámara obscura nos ofrece y mostrarnos el funcionamiento que existe más allá de esa imágenes, el mundo en 3D es una maquinaria de la que necesitamos sus planos y sus datos. Una estética del nuevo medio interactivo debe de contar con estos elementos para fundarse. Si muchos autores han pretendido hablar de la hibridación como definatorio de la nueva estética digital, es porque circunscriben el campo a aquella imagen digital propia del paradigma fotográfico. El fotomontaje sin costuras (gracias al alto grado de manipulación que ofrecen los programas de retoque fotográfico) del que tanto se ha hablado y que es capaz de construir imágenes «realistas imposibles» sigue escondiendo la utopía tantas veces repetida de conseguir esa realidad de apariencia verosímil pero inexistente, que no es otra cosa que volver al trampantojo digital. Pero creemos que una estética de la

imagen interactiva también es híbrida pero de otro carácter: el que supone esa posibilidad de simultanear diversos paradigmas de representación de la imagen.

CONCLUSIÓN

Si la imagen sintética interactiva es el resultado de un sistema de representación que debido a la interactividad altera la posición de usuario, autor y percepción que había sido hegemónica desde el renacimiento hasta finales del siglo XX, el sistema del paradigma fotográfico resulta inoperativo, su papel es meramente secundario. Que videojuegos o programas de simulación se esfuercen por añadir texturas y animaciones realistas que visualmente les acerquen al cine no deja de ser un esfuerzo lateral que lucha por imponer un estatus hegemónico que pretende implantarse sin comprender el verdadero alcance de lo que suponen las nuevas imágenes. Esta tendencia lucha contra una estética que ha acostumbrado al ojo del observador de este naciente siglo a una imagen híbrida, que representa una realidad sin las leyes ópticas y en la que el cruce entre el grafismo y el efecto tridimensional marca un tipo de imagen que domina en las nuevas plataformas multimedia (videojuegos, móviles, Internet) y que compete por primera vez con el paradigma de la cámara obscura que ha imperado en Occidente durante siglos.

BIBLIOGRAFÍA

- AGUILERA, M. y VIVAR, H. (1990): *La infografía: las nuevas imágenes de la comunicación audiovisual en España*, Madrid, Fundesco.
- ALONSO, A. y I. ARZOZ (2002): *La nueva Ciudad de Dios, un juego ciber-cultural sobre el tecno-hermetismo*, Madrid, Ediciones Siruela S. A.
- BRYSON, N. (1991): *Visión y pintura. La lógica de la mirada*, Madrid, Alianza Editorial S. A.
- CATALA, J. (2004): *El vientre de las imágenes*, [en línea] <http://www.narxiso.com/vientre5.html>.
- CONTREARAS, F. (2000): *Nuevas fronteras de la infografía. Análisis de la imagen por ordenador*, Sevilla, Mergablum.
- DARLEY, A. (2002): *Cultura visual digital*, Barcelona, Paidós Ibérica S. A.
- GOMEZ, José (2000): *Imagen digital. Lecturas híbridas*, [en línea] <http://www.ucm.es/info/univfoto/num1/pdf/hibridas.pdf>.
- HOLTZ-BONNEAU, F. (1986): *La imagen y el ordenador*, Madrid, Editorial Técno S. A.
- IHDE, DON (2004): *Los cuerpos en la tecnología*. Nuevas Tecnologías: nuevas ideas acerca de nuestro cuerpo, Barcelona, Editorial VOC.
- JESPER, J. (2001): *A clash between game and narrative*, tesis doctoral, Copenhagen, Institute of Nordic Language and Literature.
- LEWELL, J. (1986): *Aplicaciones gráficas del ordenador*, Madrid, Hermann Blume.
- MORTON, O. (2004): «Attack of the stuntbots», *Wired*.
- MNÁRRIZ, J. (1999): *La naturaleza desnuda de la fotografía*, [en línea] <http://www.ucm.es/info/univfoto/num2/pdf/munarriz.pdf>
- MURRAY, J. (1999): *Hamlet en la holocubierto*, Barcelona, Paidós.
- QUEAU, P. (1995): *Lo virtual, virtudes y riesgos*, Barcelona, Paidós.
- RHEINGOLD, H. (1994): *Realidad virtual. Los mundos artificiales generados por ordenador que modificarán nuestras vidas*, Madrid, Gedisa.

- RYAN, M. (2004): *La narración como realidad virtual*, Madrid, Editorial Paidós.
- VILLAFAÑE, J. Y MÍNGUEZ, N. (1996): *Principios de teoría general de la imagen*, Madrid, Pirámide.
- WOLF, J. P. y B. PERRON, (2003): *The Video Game Theory Reader*, Nueva York, Routledge.

JAQUES Y ENROQUES DE LA REPRESENTACIÓN Y DE LA FOTOGRAFÍA: BLOSSFELDT, MICHALS E INFORMÁTICA GRÁFICA

CÉSAR FERNÁNDEZ FERNÁNDEZ

Universitat Jaume I, Castellón

En su libro *Guerra Civil*, Julio César, citado por Montaigne (2001: 378), señala: «Es un vicio común de la naturaleza que tengamos más confianza y más miedo de las cosas que no hemos visto y que están ocultas y nos son desconocidas».

De esta cita no nos interesa lo que se desprende de la calificación como «vicio común de la naturaleza» que se hace, sino lo que se desprende de la dualidad *confianza-miedo* y de su «encaje» con la dualidad no oculto-oculto. Así, tenemos que primeramente la concepción de la realidad aparece como *hundiéndose* en lo virtual, confundida o ligada a un eje de virtualidad (el eje confianza-miedo nos es muy bien conocido en cuanto a su poder efectivo desde su inmaterialidad potencial) y además, por otro lado, tenemos lo virtual como emergente de lo real (lo no visible, lo que nos es desconocido, lo potencial se juega en el eje de lo no oculto-oculto aplicado sobre lo real). Es decir, somos y estamos en permanencia ante expresiones de la dualidad fundamental que caracteriza solidariamente tanto lo real como lo virtual, fundiendo ambos conceptos en una noción que denominamos «eje real virtual» (ERV), según nuestra tesis doctoral (no publicada).

Nos serviremos de la serie que presentamos a continuación para aproximarnos a una caracterización más precisa del ERV. Es una serie icónica de cinco elementos²³⁷ que hemos elaborado seleccionando obras de diversos autores. Cada una de las obras que integran la serie bastaría como para inspirar todo un ensayo complejo en torno a ellas mismas, pero nosotros las convocamos aquí en forma de serie por cuanto que en

237. Figuras 1 a 5.

todas ellas –más allá de otras posibles dialécticas, a saber, la de *corte político*, o la sempiterna entre realidad u *objeto* (incluido el ser, lo real, etc.) y *representación*– aparece el ERV, como noción, «agazapado», *oculto y no-oculto* en un eje (ya sea de contraste, paradoja, afinidad, conflicto, etc.). Si bien el *eje no-oculto* –en el que se agazapa como *eje oculto*, en cada caso, el ERV– de la figura 1 es fundamentalmente vertical, el de la figura 2 en profundidad y los de las figuras 3, 4 y 5 principalmente horizontales, lo que nos interesa es ver como tales



Figura 1
El injerto
Robert Doisneau²³⁸

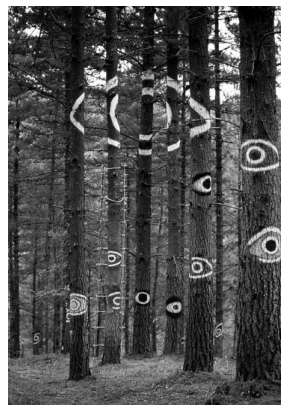


Figura 2
Intervención pictórica bosque de Oma
Agustín Ibarrola²³⁹

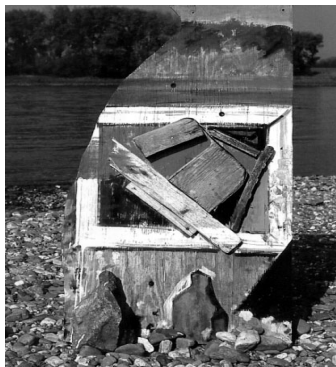


Figura 3
Lake Biwa
Akira Komoto²⁴⁰

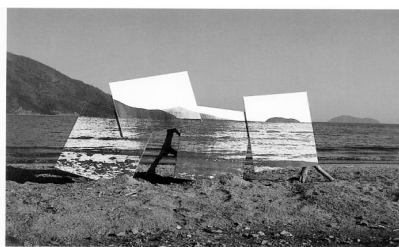


Figura 4
Lake side: one day installation
Yuri Nagawara²⁴¹

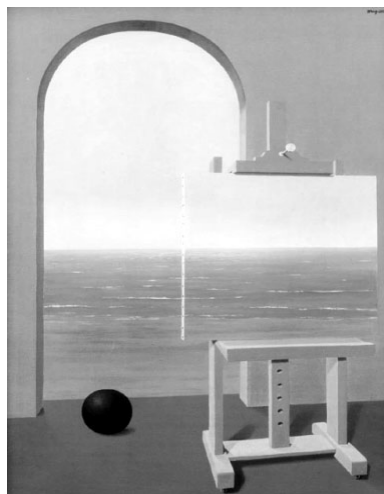
238. Fotografía, abril 1975.

239. Catálogo exposición Casimiro Gandia (comisario).

240. Instalación pictórica, Japón, 1996.

241. Instalación de *foto-copy-art*, Japón, 1989.

Figura 5
La condition humaine
 René Magritte ²⁴²



ejes no-ocultos fundamentales (lógicamente, en cada una de estas obras, existen multitud de «ejes» –más o menos no-ocultos– de lectura, percepción e interpretación, que, además de poder constituir una cierta idea de enfoque, sobre todo complementan al que nosotros hemos llamado fundamental, y que en las obras que presentamos está especialmente explícito, especialmente no-oculto) presentan a través de la dualidad intrínseca a su condición de eje, la capacidad de despliegue dinámico del ERV. Es decir, por un lado, la capacidad de activación del ERV, y por otra, la de conexión con él. Del encuentro que eso supone, entre el ERV y el individuo (ser), encajado de por sí en el encuentro entre mundo y ERV y encajado de por sí en el encuentro entre individuo y mundo, empezamos a prefigurar una forma de caracterizar orgánicamente la noción de identidad. En última instancia, «lo real y lo virtual» pueden entenderse como resultantes de «operaciones de equilibrado de, en y por el ERV», siendo el principio activo individuo el que ejecuta tales operaciones, a la vez que sobre el que se ejecutan. Y una prueba de ello es que –aunque cada una de las obras de esta serie pertenezca a un (sub)lenguaje²⁴³ distinto, a saber, fotografía, intervención pictórica, instalación picto-escultórica, instalación copy-artística, pintura, y sus autores pertenecen o son originarios de distintas culturas y macro-culturas, a saber, francesa, vasca, japonesa– en todas sentimos que está en juego algo no simple, compuesto de consciencia, conocimiento y conciencia, ya seamos franceses, vascos o japoneses.

242. *La condición humana*: óleo sobre lienzo, 100 x 81 cm, 1935.

243. Ponemos (sub)lenguaje en virtud de lo que sería un lenguaje (y/o técnica, tecnología) específico de cada una de ellas frente al concepto de lenguaje icónico que les sería común a todas ellas.

Resumiendo, un eje no-oculto poderoso, potente, es capaz de activar el ERV (originaria y finalistamente agazapado, oculto) que se despliega en conexión con el *principio activo individuo* más allá de la cultura que lo «erija» (creado o comunicado) o de la que lo «abata» (leído o recibido). Esos ejes no-ocultos poderosos son como los propios enunciados que Gödel califica de fuertes: los teoremas que entrañan paradoja debido a la indecidibilidad, los teoremas *ciertos* pero indemostrables porque hablan de un sistema con el mismo sistema, y desde el mismo sistema. En su genial obra *Rayuela*, dice Julio Cortázar: «El solo hecho de interrogarse sobre la posible elección vicia y enturbia lo elegible», o «Parecería que una elección no puede ser dialéctica, que su planteo la empobrece, es decir la falsea, es decir la transforma en otra cosa». Encontramos en esas citas un puente referencial tendido desde la literatura al *teorema* de indecidibilidad de Gödel así como al principio de incertidumbre de Heisenberg (y viceversa). Igual que, cuando dice «Nuestra verdad posible tiene que ser invención», Cortázar se sitúa en una interpretación de la realidad como emergida de lo virtual, o lo que es lo mismo atribuyendo equioriginariedad y equipotencia a ambos, en la línea de lo que sería la interpretación de Copenhague de la naturaleza mantenida por Bohr, entre otros. Cortázar traza un vector de unión entre realidad y virtualidad (lo que nosotros denominamos ERV). Así, si alguien insiste en encontrar en esto *dialéctica*, debería al menos coincidir con nosotros en que se trata, como mínimo, de una dialéctica compleja, de una dialéctica estroboscópica, podríamos decir. La clave consiste en comprender que la propia noción de individuo, como operador del ERV (a la vez que operado por ERV), suma –en la consideración del propio ERV– a las intrínsecas nociones de indecidibilidad e indeterminación, la de intermediación, y ante este planteamiento, la lógica dialéctica simple, pudiéramos decir, no basta, por cuanto que cuando decimos que «al desbordar un nivel del ERV nos encontramos operando alternativa o simultáneamente en y entre niveles diferentes» no quiere decir que estamos desarrollando operaciones dobles sino duales, es decir, operamos desde y sobre lo dual, no desde y sobre lo doble. De alguna manera se trata más de operaciones sobre la dialéctica que operaciones dialécticas.

Esto es así, además, en tanto que nuestras operaciones no suponen tanto intercambio cuanto *acción*. Acción entendida en tanto que, como ya dijimos, activación y conexión de, y entre, el ERV y el/los individuo/s. Otro ejemplo de lo mismo, en este caso proveniente de la pintura, lo tenemos en la obra de René Magritte titulada *Les affinités électives* (figura 6). Al respecto de la misma, el propio autor dijo (Paquet, 1994:26):

Una noche amanecí en un cuarto en el que se había puesto una jaula con un pájaro dormido. Un magnífico error hizo que viese en la jaula un huevo en vez del pájaro. Así, de pronto me encontré en posesión de un secreto nuevo y asombroso, puesto que la conmoción que sentí se debía a la afinidad entre dos objetos –la jaula y el huevo–, mientras que hasta ese momento la conmoción la provocaba el encuentro entre dos objetos dispares.

Véase hasta qué punto la propia esencia de la frase relata el control del ERV –ya sea en espacios oníricos, ensoñadores, corporales, cronológicos, naturales, etc.– por parte de la conciencia en la conjugación de las otras 2C (consciencia y conocimiento) según una «electividad» fundadora de identidad.



Figura 6
Les affinités électives de René Magritte ²⁴⁴

Magritte veía claramente más allá de los fotones, si bien, en cualquier caso, ver implica la continuidad de la visión. Vemos de manera fenomenológicamente continua. Pero la representación y el registro visual se da a través de *still frames*. Comunicamos la imagen (en el tiempo o la distancia) con imágenes estáticas. Ya sea el dibujo, la pintura, la

244. *Las afinidades electivas*: óleo sobre lienzo, 41 x 33 cm, 1933.

fotografía, el cine, el vídeo o la infografía, ya sea desde la abstracción o la figuración, desde la narración o la poesía, para comunicar la imagen hacemos uso de imágenes estáticas, tanto en registro analógico como en archivos digitales. La imagen –el concepto único que agrupa toda tipología posible de imágenes²⁴⁵– no es sino un caso privilegiado, o específico, de la noción general de «texto», podríamos decir, un entramado de significación –no verbal en este caso (o digamos que con un sistema de significación no basado en la consecutividad lineal)– que recoge o proyecta una relación entre el mundo y el individuo o entre el individuo y él mismo. La imagen ha ido evolucionando como intermediadora entre el individuo y el mundo y, en esa evolución, se han desarrollado de manera paralela tanto sus alcances semióticos como sus componentes técnicos. Los desarrollos científicos y sociales que constituyen la historia de la humanidad han marcado etapas que han repercutido directamente en la existencia de periodos concretos en las propias formas particulares de relación humana (y viceversa). En última instancia, todo salto significativo (científico, tecnológico, intelectual) de estas últimas ha sido implementado por los especialistas en cada forma particular de relación humana, independientemente del origen de la «energía mutante». Así, aunque hayan existido toda una serie de «migraciones profesionales» debidas a las evoluciones socio-tecno-científicas, cada «técnica» concreta, cada nuevo lenguaje, ha surgido, en las «eras predigitales», de un proceso de especialización o focalización concreta en la aplicación de las nuevas tecnologías que se iban desarrollando. De esta forma, los pintores se hicieron fotógrafos, y éstos, junto a los literatos se hicieron cineastas. Pero, justo al inicio del siglo xx, Max Planck dijo: la energía está cuantizada. Y a partir de ese momento ya nada fue igual. La física cuántica, la física relativista, la física del estado sólido, la óptica, la electrónica, la informática... han ido dándonos nuevos conocimientos del mundo y con ello nuevas visiones de mundo. El ERV se ha expandido multiplexándose en sus formas de activación y contacto. Respecto de lo que venimos tratando, la repercusión más importante de esa expan-

245. Referencia a Virilio en el «arte del vídeo».

sión en nuestras relaciones con el mundo y con nosotros mismos, ha sido que las evoluciones socio-tecno-científicas ya no tienen su origen y destino en «especialistas», sino en «redes» (de colectivos humanos). Lo cual nos implica inevitablemente a todos y pone en jaque nociones y debates fundamentales respecto de las formas de relación humana en general. Respecto de aquéllas que se dan en particular a través de imágenes, se trata de un nuevo jaque a la representación —que ejecutan las tecnologías digitales— una vez ésta se había enrocado tras la deconstrucción para defenderse de las constricciones de ciertas semióticas y teorías de autor de la segunda mitad del siglo xx. Y decimos esto refiriéndonos sobre todo al dominio de la teoría y de la crítica, puesto que, el dominio del arte ha sido, precisamente, siempre un lugar de enroque para la representación ante cualquier jaque «encorsetador» proveniente de la razón humana. Recurramos a un ejemplo puntual para probar esto último: en torno al debate que se suscitó en el primer cuarto del siglo xx sobre el valor artístico de las obras de Karl Blossfeldt²⁴⁶ —uno de los dos autores que tratamos más en concreto en este breve ensayo— frente a su «esencia» exclusivamente científica, incluso técnica, el que fuera difusor de su obra en tanto que galerista y empresario artístico, Karl Nierendorf, decía en 1928:²⁴⁷

El arte y la naturaleza, las dos grandes manifestaciones de nuestro entorno, tan íntimamente unidas entre sí que una no es concebible sin la otra, nunca se podrán encorsetar en la fórmula de un concepto.²⁴⁸

De ahí que la representación siempre encuentre refugio en el arte cuando se la quiera reducir a simple re-presentación. De hecho, la propia fotografía en sí supuso, en tiempos de su aparición, una auténtica encrucijada respecto a esto: frente a la pintura la fotografía fue acusada de

246. Karl Blossfeldt: Schielo (Harz) 1865 – Berlín 1932.

247. Año de la primera edición de *Formas Primitivas de la Naturaleza*, de Blossfeldt, publicado por Nierendorf en la editorial Wasmuth.

248. Karl Nierendorf citado en Taschen (1994: 36).

simple técnica de re-presentación (apta sobre todo para el estudio científico). Como bien señala Edmond Couchot:

Asistido por el automatismo de los procedimientos de representación, la mirada se ha puesto, a lo largo del siglo XIX, a funcionar más aún en el modo impersonal del NOSOTROS²⁴⁹ propio de la experiencia tecnoestética impuesta por la fotografía.²⁵⁰

Y ésta es una situación que se ha acrecentado de nuevo con la irrupción de las tecnologías digitales. En particular, la imagen de síntesis digital sacude fuertemente esa experiencia tecnoestética que alude Couchot. Incluso con la máxima potencia que suministran al ordenador hoy en día velocidades de proceso que se miden en gigahertz y capacidades de procesamiento de información que se miden en gigabites, la experiencia tecnoestética de la infografía, ya sea la que asemejaría a la animación o al cómic, ya sea aquella con máximo afán de «realismo», no puede zafarse, al menos de momento, de esa componente técnica de origen maquinal, ya sea por estar explícita, ya sea por extrañamiento o espectacularidad. Precisamente, en ambos casos es la cuestión, la problemática o malestar de la representación, la que impulsa esa experiencia de la componente técnica. Sin embargo, la propia dualidad tecnología-lenguaje, hace que todo salto significativo de dicha dualidad acabe abriendo una «vía de escape» que conduce al arte, donde la representación se desnuda de las ropas que las nuevas tecnologías-lenguajes sistemáticamente se empeñan en imponerle, siempre de talla menor a su propia esencia. Y es en ese dominio del arte donde el *mode impersonnel du ON*²⁵¹ pasa al modo personal del YO en la realización de la relación con el mundo que supone el eje sujeto-imagen-objeto. Una realización en que, la representación en sí, transfiere de manera absolutamente

249. «El modo impersonal del NOSOTROS» está puesto aquí por el modo referido en el texto original en francés como «le mode impersonnel du ON». Ese modo refiere en francés a un nosotros impersonal pero también a un algo o alguien indeterminados.

250. Couchot (1998: 26). La traducción es mía.,

251. Ver cita al pie número 5.

libre –de manera casi autoral, mediante patrones surrealistas, psicoanalíticos, de género o cualquiera otro– el ERV a cada instancia y parámetro implicados en la «experiencia» (a secas).²⁵² La representación «existe y no existe», en lugares/momentos ya sea «localizada», ya sea «distribuida». Los medios, métodos y producciones fotográficos para «construir» tales lugares –dichos «espacios» en que la muy crucial noción de la continuidad entra en crisis o emana de una crisis– no son privativos de las tecnologías digitales. Éstas, como ya dijimos, suponen la ampliación de los modos de activación y contacto del ERV, pero son absolutamente equipotentes a las no digitales en la activación y conexión del ERV en ciertos lugares/momento, terrenos, entornos, niveles, como por ejemplo, el del arte/fotografía. Particularizando nuestra idea de activación y contacto del ERV a la experiencia de la fotografía, del arte/fotografía, veamos como probar esa equipotencia de lo digital y de lo analógico.

Así, pensemos la relación mundo/fotografía desde «mecanismos» o parámetros de ubicuidad, repetición y serialización, haciéndola pasar por la propia relación fotografía/fotografía. Y pensémoslo «en analógico» y «en digital». Es lo que proponemos a continuación con el breve análisis relacional de una serie fotográfica paradigmática, de Duane Michals y del programa informático *Cool360°* de la firma *Ulead* (aplicación para la «creación» de panorámicas circulares y «sutura» de fotografías). Y pensemos, también «en analógico» y «en digital», en la relación mundo/fotografía desde «mecanismos» o parámetros de fragmentariedad, escalariad y composición, haciéndola pasar por la propia relación fotografía/fotografía. Es lo que proponemos más adelante con el análisis relacional de una obra fotográfica paradigmática de Karl Blossfeldt y del programa informático *Photomontage* de la firma *Arcsoft* (aplicación para la composición de una imagen «grande» mediante cientos de otras «pequeñas»).

252. Aunque tal vez haber puesto «experiencia estética» (sin «tecno») hubiera podido parecer más preciso, en última instancia, la fotografía, igual que el arte, son experiencias con el mundo en sí y consigo mismo, sin más y con todo ello.

En la serie de Michals, «Chance meeting»²⁵³ (figura 7), existe desplazamiento, viaje, tanto dentro del encuadre como entre los encuadres. No pasa nada y pasa el universo entero. El tiempo evoluciona y el espacio también, no sabemos si encogen o se alargan, si nos movemos nosotros (que vemos) o ellos (que se ven). Y si embargo Michals estaba quieto. El alcance limitado/limitante del cuadro fotográfico, la condición de indurabilidad/fijante del obturador fotográfico, desaparecen en esta obra de Michals a la vez que son la pura estrategia de esa desaparición: la serie pone en juego la impresión de ubicuidad presencial y de continuidad espaciotemporal del entorno, mediante la repetición alternante –a frecuencias de sinapsis– del borrado y redibujado del ya citado alcance limitado/limitante del cuadro fotográfico, y de la condición de indurabilidad/fijante del obturador fotográfico. Y, en esta obra, ocurre lo mismo con el/los punto/s de vista y de fuga, con las tensiones en el eje, con la propia multiplicación y dinamización del eje, con la relación figura-fondo, etc. La obra de Michals es enormemente analógica y desborda enormemente la analogía. Y ambas cosas –la analogía y su desborde– se dan como oferta y/o poder de control sobre el ERV. El gran público tiende a pensar que los «efectos de gran impacto» aparecen simplemente como por «arte de tecnología digital». Sin embargo, como vemos, Michals supera desde la analogía las más altas cotas de impacto del efecto. Es verdad que mediante tecnologías digitales se pueden hacer coexistir fácilmente la analogía y su desbordamiento –por ejemplo con el empleo del programa informático *Cool360*– pero lo que ya no es fácil de conseguir es que de ello resulte oferta y/o poder de control sobre el ERV, como sí que lo consigue Michals. Eso además de que en el caso del *Cool360* resulta bastante inevitable el cierto «sabor a experiencia tecnoestética» que refería Couchot más arriba, en las imágenes obtenidas mediante su empleo. Todo esto se puede apreciar en la siguiente ejemplificación de la operativa de *Cool-360* (figuras 8 a 16 y figura 17, fotografías y composición de las mismas):

253. «Encuentro casual» (serie de seis fotografías b/n).



Figura 7254
Chance meeting
Duane Michals



254. Fuente: Sala Parpalló / IVEI (1993: 64 y 65).



Figuras 8 a 16: Fotografías tomadas en panorámica fragmentada sin trípode ni más precisión que un mínimo solapamiento. Fuente: el autor de este ensayo.



Figura 17: composición de la panorámica de ángulo estrecho continua con el programa *Ulead-Cool360°* (compuesto por el autor sin especiales retoques).

En cuanto a Blossfeldt, en su obra fotográfica *Delphinium* (figura 18),²⁵⁵ vemos que existe algo de perpetuamente fractal a la vez que de completo. Algo en permanente evolución visual que no sabemos si es gigante o enano, cósmico o microscópico. Algo que es a la vez la naturaleza entera y una brizna, lo más efímero enroscado en la firmísima permanencia de su exquisita depuración. En esa obra tenemos aislamiento aglutinante, vanguardia histológica, arquitectura centrípetamente expansiva. Y Blossfeldt conseguía todo eso –más que interactuando con la forma– inter e intraencajando muy depuradamente formas puras. La bidimensionalidad de formato/formateo de la fotografía y su integralidad/integración de planos (ordinales y/o dinámicos)²⁵⁶ en el seno de esa bidimensionalidad, desaparecen en esta obra de Blossfeldt, a la vez que son la pura estrategia de esa desaparición. En esta obra (y en todo su trabajo en general) Blossfeldt ofrece una unidad que integra la dualidad fragmentaria y continua que presentan tanto el mundo, como la fotografía como el propio individuo. Blossfeldt realiza una composición eurítmica al máximo según diferentes escalas y con ello nos devuelve todo un espectro de niveles de ERV de los que extraer –y sobre los que aplicar– toda una serie de experiencia identitarias y conectivas (con la naturaleza, la tecnología y el arte). La obra de Blossfeldt es absolutamente «analógica» aunque presenta toda la capacidad de impacto que pudieran permitir las tecnologías digitales. También el programa informático *Photomontage*, de la casa ArcSoft, implementa estrategias y resultados relativos a la fragmentariedad, a la escalaridad y a la composición –tanto del mundo como de la fotografía– con las que se consigue un efecto de alto impacto. Lo que ya no está asegurado es que del mismo emane el espectro de niveles de ERV sobre los que aplicar toda una serie de experiencia identitarias y conectivas (con la naturaleza, la tecnología y el arte), cual nos lo ofrece Blossfeldt. Esto se puede comprobar en el

255. *Espuela de caballero* (parte de una rama seca ampliada seis veces).

256. Lo que está en primer plano y lo que está en segundo, la figura y el fondo, profundidades diversas de campo y de foco, etc. También aplicable en lo relativo al plano formal, conceptual, diegético, etc.

ejemplo de operativa de *Photomontage*²⁵⁷ que se presenta a continuación, y cierra esta comunicación, (figura 19: composición de retrato fotográfico mediante photomontage; figura 20: fotografía antecedente de la composición; figura 21: ampliación de selección del cuarto superior derecho de la composición. Es fácil seguir la correspondencia entre las tres imágenes a través del elemento puntual que supone el ojo que aparece en cada una de estas tres figuras a la derecha en la imagen).

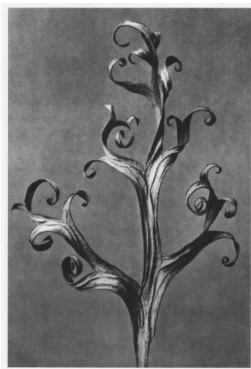


Figura 18
Delphinium, Karl Blossfeldt

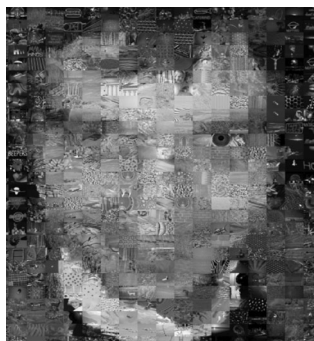


Figura 19: composición mediante el programa *ArcSoft-Photomontage* de retrato fotográfico con *megacolección* interna de imágenes (compuesto por el autor de este ensayo sin especiales retoques).

²⁵⁷. Con *Photomontage*, sin embargo, no aparece tan fuerte como ocurre con *Cool360*, el gusto tecnoestético de la experiencia (hasta se puede «jugar analógicamente» con las obras resultantes de *Photomontage* alternando la visión entre la normal y aquella efectuada con los ojos ligeramente bizcos).



Figura 20: Fotografía antecedente de la composición con *Photomontage*
(fuente: autor del ensayo)

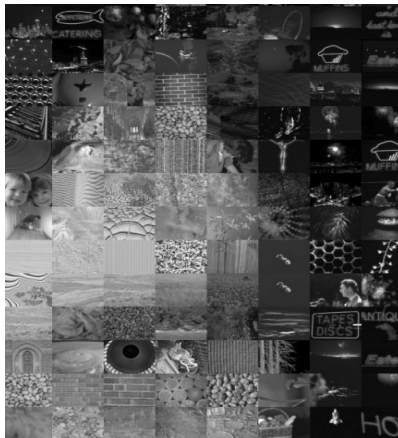


Figura 21: Ampliación de selección del cuarto superior derecho de la composición

Tanto los creadores Michals y Blossfeldt, como los programas informáticos *Ulead-Cool360°* y *Arcsoft-Photomontage*, operan a través de estrategias y acciones en que la fotografía se enroca detrás de la fotografía para defenderse del jaque de la propia fotografía. Y ello en la partida del arte, o la «contienda» entre mundo e individuo, sobre el tablero inmaterial de la representación. Pero puntualicemos: como ya hemos visto, un programa informático no puede tener la condición de autor.

Aunque sí la de «herramienta» de autor si, finalmente, resulta la emergencia del efecto –más allá de lo digital y lo analógico– como una oferta o poder del ERV con trascendencia identitaria. Respecto a esto, lo único que en última instancia nos aportan de nuevo las tecnologías digitales, en el dominio de la fotografía y de la representación, son nuevas formas de «jaque» y «enroque» ambas y entre cada una de ellas y sí misma. En suma, la posibilidad de nuevos poderes y ofertas de control del ERV.

BIBLIOGRAFÍA

- GANDÍA, Casimiro (1997): *Ibarrola en el interior del bosque 1989-1997*, Valencia, Sala Parpalló, Centre Cultural la Beneficència, Diputació de València.
- IVEI (EDS.) (1993): *Duane Michals. Fotografías 1958-1990*, Valencia, Ediciones Alfonso el Magnánimo, Colección «Imagen», 27.
- MONTAIGNE, Michel de (2001): *Ensayos I*, Madrid, Cátedra.
- PAQUET, Marcel (1994): *René Magritte, 1898-1967, El Pensamiento Visible*, Colonia, Benedickt Taschen Verlag GMBH.
- TASCHEN, Benedikt (ed.) (1994): *Karl Blossfeldt, fotografía*, Colonia, Taschen Verlay GMBH.

MUJERES Y PUBLICIDAD: DE LA REPRESENTACIÓN DE LA VIOLENCIA DE LA REPRESENTACIÓN

MARÍA JOSÉ GÁMEZ FUENTES
ESTHER BLÁZQUEZ CHAVES

Universitat Jaume I, Castellón

Las noticias, programas, artículos de prensa, revistas, películas etc. que desde finales de los noventa abordan el tema de la violencia contra las mujeres han aumentado vertiginosamente. La Unión Europea lanzó en el año 2000 una extensa campaña publicitaria a través de la red, los diferentes ministerios, autoridades locales, ONG, etc. para concienciar sobre la necesidad de atajar urgentemente los crímenes. En España han sido también numerosas las imágenes de denuncia que nos han llegado desde el Instituto de la Mujer y diversas asociaciones. Entre todos han contribuido a familiarizar representacionalmente al/la ciudadano/a con la cuestión de la violencia de género.

Sin embargo, en nuestra comunicación intentaremos abordar a través del análisis de la fotografía de diversos carteles (tanto institucionales como comerciales) cómo la violencia contra las mujeres es de una gran complejidad y va mucho más allá de la mera denuncia mediática de la violencia doméstica y de las violaciones físicas. El problema es de carácter cultural y, por tanto, difícil de abordar desde un sólo flanco ya que parte del sustrato que sustenta esa violencia física constituye la base sobre la que se ha construido la representación occidental de la mujer a lo largo de la historia. Dicha representación implica una serie de procesos de violencia simbólica que permean el imaginario cultural occidental y que la publicidad explota, sin que se produzca en el seno de este sector un debate sobre la necesidad de analizar en profundidad cómo las imágenes publicitarias contribuyen a perpetuar una fantasía en la que el género femenino se posiciona siempre en el lugar de la pasividad, la posesión o el objeto para ser mirado. Muy al contrario, ante la posibilidad

de que con el proyecto de Ley sobre Violencia de Género se ejerciese un mayor control externo del papel de la mujer en la publicidad, las principales organizaciones del sector se alzaron en contra para expresar que no era necesario un mayor control de los contenidos publicitarios para luchar contra la violencia de género.²⁵⁸

Pero no sólo eso, ya que, por otro lado, nos interesa enmarcar esta discusión respecto al debate sobre la violencia que encierra el proceso mismo de representación de la realidad y respecto a la utilización de la violencia como vehículo de sensibilización.

Según Anna Diamantopoulou, comisaria de Trabajo y Asuntos Sociales de la Unión Europea, la violencia contra las mujeres de entre 15 y 44 años provoca más muertes y más casos de invalidez que las guerras, los accidentes de tráfico o el cáncer²⁵⁹ y afecta a una de cada cinco mujeres europeas en algún momento de su vida.²⁶⁰ En EE UU una mujer es maltratada cada 9 segundos por su pareja. En la Unión Europea entre 42 y 56 millones de mujeres y niñas son agredidas cada año; en España, el 18,4% de las mujeres sufre algún tipo de agresión. Así pues, contrariamente a la visión estereotipada que pudiera parecer a través de los medios, se podría decir que: la violencia no sólo ocurre en el tercer mundo, en familias con problemas o con pocos medios económicos ni tampoco la sufre un tipo concreto de mujeres pasivas; aunque la violencia surge dentro de casa no quiere decir que sea allí donde deben de buscarse sus orígenes. La inmensidad de las estadísticas no concuerda con que podrían ser los celos, las drogas, el alcohol, el paro, etc., los causantes de la violencia.

Ante tal panorama en la Unión Europea se han lanzado, desde 1997, diversas campañas: desde las iniciativas comunitarias Daphne para luchar contra la violencia masculina y la campaña de «Tolerancia 0» hasta la última «Don't Ignore It Campaign» de la Domestic Violence

258. *El Mundo*, 02/06/2004. Accesible en: <http://www.elmundo.es/elmundo/2004/06/01/comunicacion/1086099402.html>.

259. *El País*, 22/11/2000, p. 31.

260. *El País*, 19/02/2002, p. 27.

Charity Refuge (Reino Unido).²⁶¹ A continuación exponemos algunos ejemplos de esta última:



Esta campaña tuvo como mensaje central la denuncia de la violencia doméstica como algo inaceptable y la necesidad de su erradicación social, tarea en la que se pretende que todo el mundo se involucre.

Según los datos proporcionados por la página *web* de la asociación, la campaña, compuesta por tres fases, logró que tan sólo tras las dos primeras se incrementaran en un 50% las denuncias tanto por teléfono como por Internet. La primera etapa estuvo compuesta por un anuncio que se empezó a exhibir en los cines del Reino Unido a partir de septiembre de 2003; un segundo paso lo formó una serie de carteles que desde enero hasta marzo de 2004 aparecieron en toda la nación; y, fi-

261. Para un listado completo de las acciones llevadas a cabo desde la Unión Europea véase el anexo de Instituto de la Mujer (2002: 36-40). Accesible en línea: <http://www.mtas.es/mujer/tv.pdf>.

nalmente, una última fase de carteles, cuya audiencia estaría formada por los usuarios del metro de Londres, completó la campaña. El tema en todas ellas se repite: un grupo de amigos reunidos en actitud distendida permanece ajeno a los violentos abusos de los que está siendo objeto una mujer a manos de su pareja ante sus propios ojos. Como la misma organización señala, estas imágenes pretenden ser: «metaphors for the way in which society continues to hide, excuse and ignore domestic violence».²⁶²

En España quizá la que esté más reciente en la mente de todos/as es la de la mujer que oculta sus moratones bajo el maquillaje.



En definitiva, tanto en la británica como en la española la imagen que se configura de la mujer tiene como denominador común la indefensión, el miedo y el terror que las mujeres viven. Es decir, se perpetúa la imagen de la mujer como sujeto carente de agencia. Esta imagen, a su vez, no hace más que reafirmar y apoyar las miles de imágenes que sobre la mujer reproducen los medios.

En efecto, la publicidad comercial es fuente interminable de imágenes de enorme violencia simbólica y, en definitiva, lesiva para la construcción de una agencia femenina. A pesar de que la responsabilidad del sector en la transmisión de dichos patrones lesivos aparece explicitada en todas las conferencias mundiales sobre las mujeres, es asumida por la organización de las Naciones Unidas y la Unión Europea y es motivo de monitorización desde las exigencias del proyecto de Ley sobre

262. Los carteles y demás datos sobre esta campaña pueden ser accedidos a través de la página de la asociación: <http://www.refuge.org.uk/>.

Violencia de Género, el sector publicitario en España se muestra contrario, como mencionamos, a que dicha ley controle los contenidos de la publicidad. El motivo, según la Asociación Española de Anunciantes, la Asociación Española de Agencias de Publicidad, Autocontrol, la Asociación de Agencias de Medios, la Asociación de Medios Publicitarios y la Asociación General de Empresas de Publicidad, es que la industria ya dispone de un mecanismo de autorregulación que se ocupa de ello.²⁶³ Desde 1988, la Ley General de Publicidad prohíbe todo anuncio «que atente contra la dignidad de la persona o vulnere los valores o derechos reconocidos en la Constitución, especialmente en lo que se refiere a la infancia, la juventud y la mujer». Sin embargo, si, efectivamente, dichos mecanismos funcionaran eficientemente no nos encontraríamos con ejemplos como los siguientes:²⁶⁴

Tampoco sería necesaria la existencia de un Observatorio de la Publicidad Sexista puesto en marcha por el Instituto de la Mujer. En el informe de 2002, realizado por dicho Observatorio, se observa que en 2002 hubo 207 campañas denunciadas por sexismo, aunque el número de denuncias por representar a la mujer como objeto sexual pasó del 78% (en 2001) a 42% (en 2002).²⁶⁵ En



cuanto a los contenidos denunciados se mencionan la representación de la mujer como un cuerpo segmentado y sin rostro, como sumisa, pasiva o relacionada con las labores del hogar. Estas imágenes están, por supuesto, apoyadas por el resto de imágenes mediáticas que nos llegan a través de la televisión y «contribuyen a perpetuar situaciones de desi-

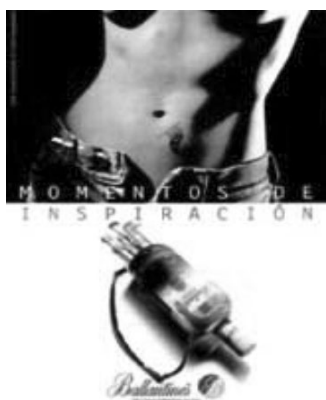
263. Datos extraídos del artículo de Raquel Quílez (2004).

264. Anuncios extraídos del artículo de autoría desconocida «La mujer maltratada por la publicidad», Facua. Accesible en: <http://www.facua.org/facuaanuncios/mujerypublicidad/mujerypublicidad.htm>.

265. Dicho informe se encuentra disponible a través de la siguiente página web: <http://www.mtas.es/mujer/observpub1.htm>.

gualdad, de prevalencia de un sexo sobre otro, que pueden favorecer la aparición de manifestaciones de violencia».²⁶⁶

SOLO PARA GRANDES EXPLORADORES



La investigación a este respecto arroja datos ilustrativos que nos pueden ayudar a contextualizar el alcance del problema. Pilar López Díez señala (2002) que en España, sólo el 14% de personas entrevistadas en radio son mujeres y el 18% en televisión. A escala mundial, en 2000, la representación de las mujeres fue del 17%.²⁶⁷ En cuanto a la representación de la violencia, se constata que existe una sobre-representación de las mujeres como víctimas en los medios: un 6,8% de las mujeres mencionadas en los telediciarios lo fueron en su condición de víctimas frente a un 1,2% de hombres.²⁶⁸ En estudios transnacionales llevados a cabo en países como Bélgica, Alemania, Países Bajos y Reino Unido se ha puesto también de manifiesto que en estos casos a las mujeres se las personifica más filmándolas principalmente en primeros planos y dándoles una cobertura más sensacionalista.²⁶⁹ A escala global, en el estudio realizado en 2000 en

71 países, se ha señalado que el 18% de mujeres representadas lo fueron en el papel de víctimas frente a un 8% en los hombres.²⁷⁰

Es por todo ello que diversas autoras como Pilar López Díez y Mercedes Bengoechea han comenzado a cuestionar la conveniencia

266. Informe de ejecución del Plan de Acción contra la Violencia Doméstica, Madrid, Instituto de la Mujer (2001: 33).

267. Sontag (2000).

268. López Díez (2002a: 51).

269. Instituto de la Mujer (1997: 28).

270. Sontag (2000).

de la utilización de imágenes violentas que emplazan a la mujer como víctima para denunciar la violencia contra las mujeres,²⁷¹ ya que, como afirma López Díez (2002: 29)

...estas actitudes que se representan, además de fortalecer la construcción desmovilizadora de la identidad femenina tradicional, no son exactas. En España aún no se dispone de datos concretos sobre las circunstancias que concurren en la violencia contra las mujeres, pero los datos de EE UU, más prolijos, son elocuentes: tres de cada cuatro mujeres maltratadas, víctimas no mortales, se defienden de la agresión.

De hecho, entre las recomendaciones del dossier de prensa *Mujer, violencia y medios de comunicación*, elaborado por el Instituto de la Mujer, se cuestiona la conveniencia de mostrar en la fotografía periodística los efectos de los malos tratos ya que se puede caer en el morbo fácil. Podríamos, entonces, trasladar esta reflexión y preguntarnos si entre tanta representación estilizada y mediatizada de la violencia y el dolor sirve de algo el intentar sensibilizar a través de la representación de la violencia cuando la audiencia está acostumbrada a, por un lado, la victimización de la imagen femenina y, por otro, a la lectura de dicha violencia desde ópticas narrativas ficcionalizadas, y, aún más, a una mezcla de las dos, como es el caso de los múltiples casos de denuncias públicas de malos tratos llevadas a cabo por personajes del llamado mundo del corazón.

Estamos ante un debate que implica una revisión de diversos aspectos, a saber:

1. La violencia simbólica implícita en el proceso mismo de representación publicitaria, el cual, según Antonio J. Baladrón (2003: 33-40) se caracteriza por una aspiración totalizadora que restringe lo real a lo perceptible a través de las imágenes y que, por tanto, como demuestran los estudios mencionados más arriba, acaba configurando en la sociedad occidental una imagen de la mujer como

271. López Díez (2002b: 21-34) y Benguecha (2000).

víctima, objeto o sumisa. Así que, contrariamente a la idea de hipervisibilidad que los medios parecen proporcionar, esa hipervisibilidad conlleva una pérdida de la diversidad.

2. La sobre-representación de la violencia a través de la fotografía y su narrativización en la sociedad, como Sontag (2003) señala, contribuye a mermar su capacidad de denuncia. Por otro lado, en lo que se refiere a la publicidad, especialmente la publicidad comercial de «denuncia» tan impactante como la de Benetton, Sontag (2003: 120) opina que «advertising photos are often just as ambitious, artful, slyly casual, transgressive, ironic and solemn as art photography», por lo que, de nuevo, se menoscaba su poder de sensibilización. Dicha reflexión se puede trasladar a la utilización de la violencia en campañas contra la violencia doméstica para argumentar que compadecerse por las miserias que aparecen fotografiadas en campañas como la de la Domestic Violence Charity Refuge no garantiza que nos preguntemos por las razones que causan la violencia.

Para concluir, según Chan (2003: 10-23), hay una estética de la violencia en la cultura occidental que ha sido transmitida a través de los siglos y sobre la que la fotografía fija y secuencial ha construido una visión estilizadamente *cool* de la violencia bajo una superficie poéticamente tranquila (visión que coincide con la de Sontag, mencionada anteriormente). La violencia, nos dice además Gianfranco Bettetini (1997: octubre-noviembre), es «un género fácil de contar y fácil de vender» y del que el cine que nos llega a nuestras pantallas sabe sacar buen provecho, con *Matrix* como ejemplo más estilizado. Por ello, podemos decir que no es suficiente con ver la violencia, con conocer que existe, ya que en la estetización se corre el riesgo de neutralizar la acción política. En el caso de la sensibilización respecto a la violencia contra las mujeres quizá la alternativa no resida, pues, en seguir representando dicha violencia sino en denunciar los procesos estructurales que le sirven de plataforma tanto a la física como a la simbólica.

BIBLIOGRAFÍA

- BALADRÓN, A. J. (2003): «Fundamentos y procesos de la violencia de la publicidad televisiva» *Quaderns del CAC* (Consell Audiovisual de Catalunya), 17, septiembre-diciembre.
- BENGOECHEA, M. (2000): «En el umbral de un nuevo discurso periodístico sobre la violencia y agencia femenina: de la crónica de sucesos a la reseña literaria», *Cuadernos de Información y Comunicación*, 5, Madrid, Universidad Complutense. [en línea] <http://www.ucm.es/info/per3/cic/cic5ar2.htm>.
- BETTETINI, G. (1997): «La televisión, ¿espejo o cristal de aumento?», *Humanitas*, 8, 1997, octubre-diciembre. [en línea] <http://humanitas.cl/biblioteca/articulos/d0190/>.
- CHAN, E. (2003): «War and Images. On 9/11, Susan Sontag, Jean Baudrillard, and Paul Virilio», *Film International*, 5. *Domestic Violence Charity Refuge*. [en línea] <http://www.refuge.org.uk/>.
- El Mundo*, 02/06/2004. [en línea] <http://www.elmundo.es/elmundo/2004/06/01/comunicacion/1086099402.html>.
- El País*, 22/11/2000, p. 31.
- El País*, 19/02/2002, p. 27.
- Instituto de la Mujer (1997): *Imágenes de las mujeres en los medios de comunicación. Informe final*, Madrid, Instituto de la Mujer.
- Instituto de la Mujer (2001): *Informe de ejecución del Plan de Acción contra la Violencia Doméstica*, Madrid, Instituto de la Mujer.
- «La mujer maltratada por la publicidad», *Facua*. [en línea] <http://www.facua.org/facuaanuncios/mujerypublicidad/mujerypublicidad.htm>.
- Instituto de la Mujer (2002): *Mujer, violencia y medios de comunicación*, Madrid, Instituto de la Mujer y oirtv (RTVE). [en línea] <http://www.mtas.es/mujer/tv.pdf>
- LÓPEZ DÍEZ, P., (2002a): *Representación de género en los informativos de radio y televisión*, Madrid, RTVE e Instituto de la Mujer.

- (2002*b*): «La violencia contra las mujeres en los medios de comunicación» en *Mujer, violencia y medios de comunicación*, Madrid, Instituto de la Mujer y OIRTV (RTVE). [en línea] <http://www.mtas.es/mujer/tv.pdf>.
Observatorio de la Publicidad Sexista.[en línea] : <http://www.mtas.es/mujer/observpub1.htm>.
- QUÍLEZ, Raquel (2004): «El sector publicitario contrario a que la Ley de Violencia de Género controle los contenidos», *Noticias Red Feminista*. Accesible en línea:
<http://www.redfeminista.org/noticia.asp?id=1625>.
- SONTAG, S. (2003): *Regarding the Pain of Others*, Nueva York, Farrar Straus & Giroux.
- (2000): *Who makes the news?*, London, WACC.

EVOLUCIÓN DE LA IMAGEN DIGITAL: DEL FORMATO FOTOGRÁFICO JPEG, AL MPEG4

JOSÉ LUIS GARRALÓN VELASCO

Universidad de Extremadura

INTRODUCCIÓN

Desde siempre, los fotógrafos se han encontrado en la necesidad de enviar sus fotografías de la manera más rápida y segura posible. Pasado el tiempo del pony-express o de los correos a caballo, una vez que el telégrafo primero y la radio después permitieron enviar la palabra a cualquier punto del globo de manera casi instantánea, los fotógrafos se encontraron en franca desventaja, pues sus obras tenían que continuar viajando torpe y lentamente por carretera, por ferrocarril e incluso por el también lentísimo método del transporte aéreo. En las redacciones de los periódicos, las ediciones hubieran tenido que cerrarse sin el documento gráfico, sin el enriquecimiento de la imagen visual que le añadiera los matices de inteligibilidad y datos adicionales que precisaba la crónica lejana. Por suerte, se contaba con el servicio de telefotografía, que conseguía facsímiles analógicos de los originales, mediante el escaneo de la fotografía y su conversión en valores eléctricos variables.

Mas, en el último tercio de la década de los ochenta del siglo xx, las técnicas digitales irrumpen en el panorama del mercado de la imagen. Convertir una fotografía en un archivo informático predice la posibilidad de enviar el documento por la incipiente red de redes, de manera casi instantánea. Pero a los sistemas de digitalización se añan, indefectiblemente, los de compresión. Hay que conseguir que esos archivos tengan un tamaño –«peso» en el lenguaje informático– acorde con las líneas de transmisión, con los anchos de banda.

En 1987, la empresa CompuServe desarrolla el formato gráfico GIF (*Graphics Interchange Format*), para el intercambio de imágenes a través de la red. Casi al mismo tiempo, el grupo Joint Photographic Expert Group sale a la red con su famoso algoritmo, que permite el proceso, archivo

y transmisión de fotografías fuertemente comprimidas y con una más que notable calidad y sobre el que se ha basado después todo el revolucionario mundo de la imagen digital estática y en movimiento. Hoy, el vídeo y la televisión digitales, la transmisión por Internet o los canales temáticos vía satélite, por poner un ejemplo, no serían lo que son sin el empeño de este grupo que desde el principio se propuso dar soluciones en vez de perderse en discusiones teóricas. La presente comunicación pretende un rápido repaso por el desarrollo de las tecnologías de digitalización y compresión de la imagen estática y en movimiento.

LA FISIOLÓGÍA AL SERVICIO DE LA TECNOLOGÍA

Pudiera parecer que todo estuviera calculado o diseñado para conseguir los resultados que el hombre tiene en su poder; porque, si nos paramos a pensar, es del todo paradójico que los mayores descubrimientos en el campo de la imagen audiovisual, aquellos desarrollos tecnológicos que nos permiten disfrutar del cine, de la televisión o de la televisión en color, descansen profundamente en errores fisiológicos de nuestro sentido de la vista. Si el ojo humano no fuera tan imperfecto, si no fuera tan perezoso como para mantener durante una fracción de tiempo la imagen en la retina antes de hacerla desaparecer, no seríamos capaces de disfrutar de la magia del cine, que no es otra cosa que un engaño a nuestra inteligencia visual. Si los conos y bastones no abrieran su campo de visión en arco sino que, como parece que debiera ser, se estimularan en el exclusivo plano de su visión, no integraríamos las imágenes inmediatamente juntas interpretándolas como una sola, con lo que el engaño de la televisión que representa por líneas la presunta realidad, se haría imposible o la yuxtaposición de los colores primarios se vería como una pixelización de rojos, verdes y azules y nunca como una sinfonía de tonos, tal y como descubrieran y experimentaran ya los impresionistas franceses.

Esta pobreza visual, estos errores que está cometiendo constantemente nuestra vista, se convierten en serios aliados también para la codificación, archivo y transmisión de imágenes digitales. Porque nos per-

miten algo tan importante como prescindir de parte de la imagen original en su reproducción electrónica... sin que el ojo se percate de ello. En definitiva, nos permiten engañar al ojo, hacerle un guiño a la estafa visual, escamotear información. Somos estafadores, trileros de la imagen. Y nos enorgullecemos de ello.

El ojo humano es muy impreciso. Sobre todo en la percepción del color. Tanto, que con darle unas ligeras pinceladas, se cree que lo tiene todo e interpreta magníficamente aquello que se le muestra. Esto es sabido por los ingenieros diseñadores de los sistemas de transmisión del color. Sabemos que nuestro sistema visual es más sensible a la luminancia de unas frecuencias lumínicas que otras, de manera que para percibir una tonalidad blanca no es preciso recibir todo el brillo de los tres colores básicos, sino tan solo una fracción del mismo, concretamente un 30 por ciento de rojo, un 59 por ciento de verde y un 11 por ciento de azul. Mezclando estas proporciones, el ojo interpretará blanco. Esta propiedad –no sé si llamarla también defecto de visión– permite el truco de aprovechar al máximo el ancho de banda de una red, transmitiendo tan solo la luminancia completa de una imagen... y tan solo dos de sus colores. El verde no se transmite, se obvia, con lo que ya estamos descargando de información el motivo a enviar. Éste será calculado por el sistema mediante matrización, pues calculará las luminancias de los colores por separado y rellenará aquello que le falta.

Éste es el primer ejemplo de manipulación de imagen para conseguir el ahorro en el envío de datos. Pero esta manipulación es estrictamente analógica y no explica otras que se refieren a la fotografía digital primero, al vídeo como consecuencia lógica después.

DIGITALIZAR: CAMBIAR DE CÓDIGO

En la más rancia y clásica definición del proceso de comunicación, nos encontramos con los viejos amigos de mensaje, canal y código. Para que el mensaje sea comprensible, tanto el emisor como el receptor deben conocer y comprender el mismo código. Ahora bien, una fotografía

es una superficie con miles, quizá millones de matices de color, tramas, sombras, tonos de gris... Tomemos una imagen en blanco y negro y cuadriculémosla, es decir, convirtámosla en una parrilla de puntos, y a cada uno de ellos démosle un valor numérico. Está claro que el resultado será el de varios cientos al menos de valores distintos, desde el cero del negro, hasta el uno del blanco, pasando por todas las fracciones posibles de los grises intermedios. La cosa se complicará más si la fotografía es en color. Los valores numéricos se multiplicarán hasta llegar a ser millones. Todos ellos distintos.

¿Qué pasa si queremos alimentar con esos datos una máquina, un ordenador? Simplemente, no podemos. Es imposible. Porque un ordenador no entiende ese lenguaje. Un ordenador, que en el fondo no es más que un inmenso laberinto de corredores con puertas que se abren y se cierran, sí y no, abierto y cerrado, tan solo conoce dos cifras, dos números: uno y cero. No puedes alimentarlo con otros valores distintos a éstos. Es imprescindible convertir toda esa información numérica en una sucesión ordenada de ceros y unos que represente aquella imagen analógica, de manera que la máquina lo entienda. Eso es la digitalización: la conversión a lenguaje binario de un documento analógico.

Un archivo de imagen, una fotografía digitalizada, un vídeo digital, no es ni una fotografía, ni un vídeo. Es un archivo, un documento informático. Cuando digitalizamos una imagen, estamos creando una sucesión de ceros y unos que para nosotros resulta totalmente incomprendible, totalmente críptica, pero que el ordenador entiende perfectamente. De hecho, no es posible «ver» una imagen en su estado digital. Cuando visionamos en el monitor, el sistema hace una reinterpretación analógica del archivo digital.

EL MUESTREO

Y es en ese archivo, en ese proceso de digitalización, donde podemos manipular a nuestro antojo para conseguir resultados coherentemente dimensionados y visualmente decentes. El muestreo consistirá en

hacer un mapa de la imagen, de la fotografía, en forma de cuadrícula, en el que cada una de esas cuadrículas –píxels– tendrá asignado un valor tonal, sea blanco, negro, en un matiz de gris o color. Evidentemente, a mayor número de píxels –es decir, a mayor muestreo– la imagen digitalizada ganará en similitud con respecto a su modelo original.

Cada píxel está representado por un código binario que es almacenado por el ordenador como una secuencia. Y según sea la naturaleza del píxel y lo que queramos conseguir de él, ese muestreo será más o menos profundo. Así, una imagen en blanco y negro podrá tener una profundidad de tan sólo dos bits de información: un bit para el blanco y uno para el negro, mientras que la escala de grises puede ser muestreada entre dos y ocho bits y una imagen en color puede presentar una profundidad de muestreo que vaya desde los ocho hasta los 24 bits (en ocasiones, se supera esta frecuencia de muestreo). Obviamente, cuanto mayor sea la frecuencia de muestreo, más rica será la imagen en matices de color o brillo.

1 bit (2 ¹) = 2 tonos
2 bits (2 ²) = 4 tonos
3 bits (2 ³) = 8 tonos
4 bits (2 ⁴) = 16 tonos
8 bits (2 ⁸) = 256 tonos
16 bits (2 ¹⁶) = 65.536 tonos

LA RESOLUCIÓN

Es evidente que cuantos más bits utilicemos para muestrear un píxel, mejor será la calidad de la imagen digitalizada. Pero es también evidente que cuantos más píxels muestreemos, mejor será la resolución de la imagen. O, dicho de otro modo, cuanto más fina sea la «rejilla» en la que convirtamos la imagen, mayor será la capacidad de detectar los detalles más finos.

Por lo general, la frecuencia espacial a la cual se realiza la muestra de una imagen digital (la frecuencia de muestreo) es un buen indicador de su resolución. Éste es el motivo por el cual «puntos por pulgada» (*dots per inch-dpi*) o «píxels por pulgada» (*pixels per inch-ppi*) son los términos comúnmente utilizados para expresar la resolución de imágenes digitales. Cuando esta resolución es muy baja, la imagen puede aparecer «pixelizada», con una cuadrícula demasiado grande y una definición muy pobre.

Se puede calcular el tamaño del píxel de una imagen, sabiendo sus dimensiones espaciales y el número de *ppi* con el que la vamos a muestrear. O, viceversa, si conocemos las medidas del documento y a cuántos píxeles se escanea de ancho y de largo, podremos calcular muy fácilmente su *ppi* (o *dpi*). Este dato resultará especialmente útil para saber el muestreo ideal para el documento, en función de su destino final. Para ser visionado en una pantalla, dadas las propias características de la señal de vídeo, no es necesario trabajar a más de 720x576 píxeles, a una resolución de 72 *ppi*. Más allá de esto, se está haciendo un dispendio, un gasto totalmente innecesario.

LA COMPRESIÓN

Aquí es donde empezamos a jugar con nuestros sentidos. Aquí es donde resumimos todos los factores antes descritos y empezamos a dar forma a la estafa.

Recapitulemos. Una fotografía en color, de 15 x 10 centímetros, muestreada a 24 bits por píxel y a 200 píxeles por pulgada, ocuparía lo inconcebible:

$$15 \div 2,54 = 5,9$$

$$10 \div 2,54 = 3,9$$

Atendiendo a la fórmula
(ancho x alto x prof. de bits) X dpi²...

$$(5,9 \times 3,9 \times 24) \times 200^2 =$$

$$552,24 \times 40.000 = 22.089.600 \text{ bits}$$

$$22.089.600 \div 8 = 2.761.200 \text{ Bytes}$$

Una fotografía de 15 X 10, digitalizada a 200 ppi,
ocuparía un archivo de más de dos gigabytes de volumen.

Éste fue el problema con el que se encontraron los ingenieros informáticos a la luz de las necesidades de los fotógrafos. Y la forma que tuvieron de resolverlo fue mediante el proceso de compresión, es decir, de «adelgazar» de forma artificial los archivos. Ahora bien, sólo hay una forma de comprimir un archivo: quitándole información, restándole datos; haciéndolo, en suma, más pobre. O, dicho de otro modo, dejando zonas, espacios o fragmentos del documento original sin copiar digitalmente. Engañando al cliente. Engañando al ojo.

Comprimir consiste en seleccionar tan solo determinadas partes del documento, rechazando otras. De manera que, al comprimir estamos introduciendo, indefectiblemente, el concepto de muestreo, pues tomamos muestras, fragmentos de la realidad a clonar. Y junto al muestreo, la cuantificación, que viene referida directamente por el código binario que estamos utilizando.²⁷² Así, la cifra más alta que podemos representar en dicho código, mediante la fórmula $Q_m = 2^n - 1$, donde n es el número de bits utilizado, será de 255 ($2^n - 1 = Q_m$; $2^8 - 1 = 255$).

Ahora bien, ¿qué información vamos a rechazar? ¿Qué vamos a dejar en la cuneta, al borde del camino? Aquí es donde entra en juego la percepción psicovisual. Porque en las técnicas de compresión de la imagen fotográfica, se trata de eliminar todo aquello de lo que no se vaya

272. Bit es la contracción de *binari* y *digit* y se refiere a la pareja de dígitos 0-1.

a percatar el ojo humano. Todo aquello cuya desaparición no afecte a su visionado, a su inteligibilidad. En este terreno, debemos señalar una diferenciación entre compresión sin pérdidas y compresión con pérdidas, y, dentro de este último, compresión con pérdidas no perceptivas y compresión con pérdidas perceptivas.

Compresión sin pérdidas

En muchas ocasiones, tenemos que registrar, archivar o transmitir documentos de texto que ocupan un considerable espacio. Nos conviene digitalizarlos de manera que, al redimensionarlos, es decir, al descomprimirlos, no nos encontremos con que les faltan datos. Así, nace un tipo de compresión que simplemente abrevia el código binario sin desechar información. Es el caso típico de los documentos en *zip*, que son comprimidos y, después, al ser restaurados, no han perdido absolutamente nada con respecto al original. ¡Imagínemos qué sucedería si en un documento de texto eliminamos las «aes» para que ocupe menos espacio!²⁷³

Compresión con pérdidas

Es la única que se utiliza para la manipulación de imágenes audiovisuales. Se trata de seleccionar qué imágenes o partes de ellas van a ser sacrificadas. Y, aunque no lo parezca, antes de tocar el motivo principal de la fotografía –o el vídeo en su caso– hay mucho material que ocupa un precioso espacio en el disco duro y que no afecta para nada a la imagen principal.

273. Hay que tener en cuenta que cada elemento que se retira en el proceso de digitalización o compresión, simplemente desaparece del documento. No vuelve, por tanto, a ser restaurado, puesto que no existe ya.

Por ejemplo, el «ruido», todo aquel polvo, rascadura, mala definición, grano excesivo que presenta el original, puede ser eliminado de su clónico, llegando incluso a mejorarlo con respecto al original...

Las técnicas de compresión con pérdidas pueden ser muy cuidadosas en desechar información que no afecte a la calidad final de la copia, esto es, que no se distinga de la realidad de la que parte... Es la *compresión con pérdidas no perceptiva*. En ella el ojo humano no distingue el original de su clónico virtual.

Pero en ocasiones esta calidad no puede ser posible... o no conviene que lo sea. Y en esas situaciones es cuando podemos hablar de la *compresión con pérdidas perceptiva*, porque en ella el ojo es perfectamente consciente de que se le hurta información. El primer y más claro ejemplo es el cambio de tamaño. Evidentemente, cuanto más pequeño sea el nuevo documento con respecto del original, menor será el archivo generado. Pero hay más: reducción del rango dinámico, eliminación de información redundante, reducción del número de colores..., todas las técnicas, únicas o combinadas, son buenas para el propósito deseado.

Redundancia y entropía

Son estos términos fundamentales en el camino de la compresión con pérdidas, si queremos acercarnos al original. Una imagen visual analógica tiene una gran cantidad de información que se repite a sí misma, sin aportar elementos significativos al decodificador. Si se elimina de los datos, la información no se ve alterada. A esta repetición la llamaremos *redundancia*. Es, por ejemplo, todo el tono azul del cielo de un paisaje. Hay cientos de píxels virtualmente iguales, con el mismo color, la misma tonalidad. No es necesario, pues, digitalizar toda esa área. Con tomar una muestra y decirle a la máquina cuántos píxels más tendrá que repetir en el proceso de recompresión y en qué coordenadas espaciales... imaginemos la cantidad de información que nos habremos ahorrado en el documento digital a archivar.

El formato JPEG para fotografía, resolvió de manera inteligente el problema del peso del archivo digital, pues estableció una ratio de compresión variable. Partiendo de una profundidad de 24 bits en color o de 8 bits en escala de grises, es el usuario el que elige la calidad final del clon, con lo que decide, evidentemente, la compresión del archivo. En función de lo que quiera sacrificar, conseguirá resultados de hasta compresiones que lleguen a proporciones de 100:1 e incluso superiores.



Máxima redundancia,
mínima entropía



Ruido aleatorio. Máxima entropía.
No hay apenas redundancia

DE LA FOTOGRAFÍA AL VÍDEO, DE JPEG A MPEG, PASANDO POR MJPEG

Ensalada de siglas, ya lo sé. Pero ha sido así... se ha movido en torno a estas siglas que, por cierto, incluso han ido cambiando su significado. Es en 1988 cuando Leonardo Chiariglione, responsable máximo del CCIR, que fuera encargado del desarrollo de un sistema de televisión de alta definición, contacta con el director de JPEG, Hiroshi Yoshuda y le propone el desarrollo de un estándar de codificación de imágenes en movimiento.

La primera solución es la más sencilla... y la que todavía hoy se sigue utilizando para la edición de imágenes en movimiento. Y es la conocida como MJPEG que, como se ve, su formulación es tan simple como añadir la M de *motion* (película, imagen en movimiento) a las siglas ya conocidas. Mas MJPEG no se puede considerar como un estándar de compresión de imágenes en movimiento, pues trabaja con *frames* estáticos. El formato trata cada cuadro de vídeo como una fotografía estanca, independiente de la anterior y la posterior. Trabaja, eso sí, en bloques de 8 x 8 píxels, bajo el algoritmo llamado de Transformada Directa de Coseno (DCT). Pero sus archivos son de un gran volumen, pues comprime cada cuadro de vídeo de manera independiente, analizando crominancia y luminancia como si fueran fotografías. Y ya sabemos qué cantidad de «fotografías» aporta un solo segundo de vídeo: 25 en el sistema europeo, 30 si hablamos del sistema americano.

Codificación *interframe*. Prediciendo el futuro

El vídeo es una sucesión en el tiempo. Ése es el secreto, ésa es la gran baza a jugar. No nos movemos en dos dimensiones –el alto y ancho del fotograma– sino en tres. La tercera es la evolución del movimiento a lo largo del tiempo. Esa dimensión temporal hace que los cuadros de un vídeo discrepen muy poco unos de otros. En definitiva, que los *frames* consecutivos sean muy redundantes entre sí, tengan mucha superficie común.

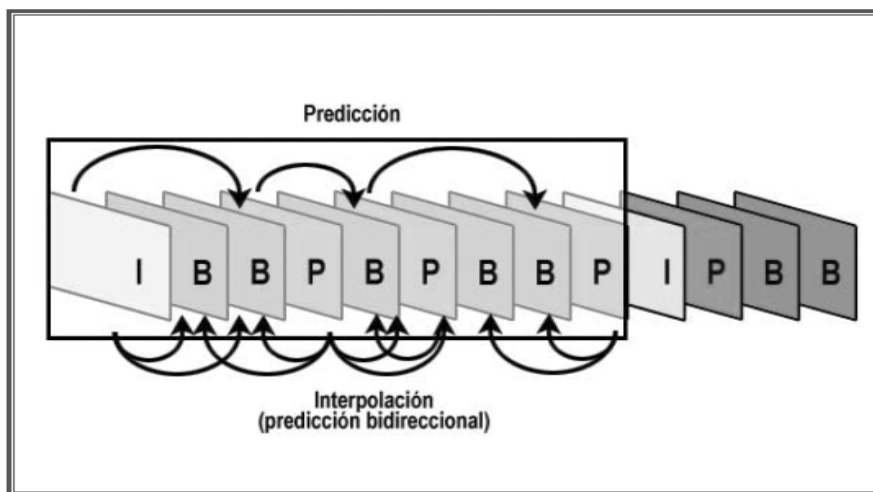
El formato MPEG –ya las siglas han cambiado de significado y su anagrama corresponde a *Motion Picture Expert Group*– consiste en agrupar los cuadros de vídeo en paquetes o «trenes» que tienen una locomotora y un número determinado de vagones, y aprovechar la redundancia existente entre los frames colindantes, de manera que tan solo codifica la diferencia que existe entre un frame y su inmediato anterior... o su inmediato posterior, como veremos.

La locomotora será el primer *frame* del grupo (GOP), codificado íntegramente, como si fuera un JPEG (*intraframe*), creando una referencia

(cuadro I). A partir de ahí, el algoritmo compara los siguientes cuadros con éste (*keyframe*), codificando tan solo las diferencias encontradas (cuadros B). Así, los GOP de 6, 8 o 10 cuadros irán encabezados por un cuadro I (*intraframe*) y varios cuadros B.

Cuando el sistema encuentra un «salto» (cambio brusco de escena) introduce un cuadro I, iniciando un nuevo GOP. Pero los GOP disponen de otro tipo de frames codificados que tienen un muy alto índice de compresión: son los llamados *frames* P que predicen el movimiento. Son *frames* que se crean en función de la redundancia con el *frame* anterior, y en predicción del movimiento que ha de venir. De esta manera, el sistema consigue índices de compresión realmente altos. En definitiva, la magia al servicio de la tecnología, al tratarse de un sistema de predicción bidireccional.

Por esta razón, los sistemas de compresión interframe trabajan peor cuanto mayor sea el índice de entropía de la imagen. Siempre serán más precisos cuanto más estáticas sean las imágenes a tratar, por cuanto menos errará en sus predicciones y, por tanto, en la creación de esos *frames* P.



GOP de 9 cuadros con *frames* B y *frames* predictivos P

Los formatos MPEG.

MPEG-1

Fue el primero en desarrollarse y nació con el objetivo de leer discos compactos con imágenes en movimiento a una tasa cercana a 1,5 Mbps. Sus características más sobresalientes se pueden resumir en lo siguiente:

- Tamaño máximo del cuadro: 352 x 288 píxels a 25 *frames* por segundo.
- Bit rate de 1,6 Mbps en muestreo 4:2:0
- Tratamiento progresivo de la imagen de vídeo (no la trata como vídeo entrelazado).
- Calidad similar a VHS.
- Imágenes IPB.
- Su uso principal es la codificación para almacenamiento de vídeo, CD-i, CD-Rom, Internet, etc.

MPEG-2

Es el auténtico estándar de transmisión de televisión de calidad broadcast. Respeto la norma 4:2:2 (ITU-R BT 601) de cuadruplicar el muestreo de la señal de croma y duplicar el muestreo de cada una de las señales diferencia de color.

- Transmisión de señal de TV y HDTV, DVD, etc.
- Soporta tanto vídeo progresivo como entrelazado.
- Imágenes IPB.
- Su calidad es escalable. Trabaja desde una calidad aparente PAL, con una tasa de transferencia de 4 Mbps, hasta la alta definición (HDTV), que alcanza los 36 Mbps, pasando por la calidad transparente (4:2:2) con un bit rate entre 9 y 10 Mbps.
- Puede trabajar con varias capas de vídeo simultáneas.

MPEG-4

Es la auténtica revolución en los sistemas multimedia e interactivos, donde el lenguaje hombre-máquina se hace cada vez más imperativo. Siempre partiendo de la codificación, digitalización y compresión de imágenes visuales y auditivas, el formato MPEG-4 no es estrictamente una norma de codificación de vídeo, sino una completa herramienta de manipulación digital interactiva de la información audiovisual, diseñada para los tres elementos fundamentales que intervienen en la cadena comunicacional: los creadores de contenidos, los proveedores de servicios y redes y los usuarios finales.

a) Datos técnicos de *MPEG-4*:

- Ancho de banda muy bajo: de 5 a 10 Mbps.
- Resolución de vídeo que llega hasta la TV de alta definición.
- Pausa, rebobinado rápido hacia delante y hacia atrás, con todos los objetos sincronizados.
- Compresión espacial y temporal de textos y gráficos en 2D, 3D y animaciones.
- Trata por igual objetos naturales que objetos sintéticos (imágenes creadas por ordenador).
- Audio escalable desde calidad telefónica (4 KHz.) a calidad CD (44.1 KHz.).

b) *MPEG-4* Para los creadores de contenidos

- Integra elementos de TV digital, gráficos animados, www, fotos, texto, etc.
- Excelente protección de partes o totalidad del contenido.
- Posibilidad de re-utilización de los contenidos, en parte o en su totalidad.
- Posibilidad de fragmentar el contenido en «objetos», de modo que la interacción del usuario final dependerá de ese grado de fragmentación.

- La clave de la eficiencia de MPEG-4 reside en cómo se cree el contenido en origen.

c) MPEG-4 para proveedores de servicios y redes

- Define el encapsulamiento de cada tipo de objeto para su transmisión a través de redes.
- Cada tipo de objeto se codifica sobre la base de normas ya existentes (vídeo en H.263 o MPEG-2, texto en HTML, fotos en JPEG o GIF...)
- Cada objeto puede transmitirse por redes de distinto ancho de banda consiguiendo hasta un 50% más de eficiencia final que trabajando con audio y vídeo comprimidos en MPEG-2.

d) MPEG-4 para usuarios finales

- Total interacción con el contenido hasta el límite definido por el autor (cambiar fondos de imágenes, color en textos sobreimpresos, recibir sólo el audio y fotos fijas de una película en terminales móviles...)
- Nuevas aplicaciones sobre contenidos multimedia más allá de la pura recepción de TV digital (para eso ya existe MPEG-2).
- MPEG-4 precisa una plataforma de usuario con capacidad de proceso (un PC), aunque ya se ven en el mercado de consumo reproductores DVD con capacidad para leer archivos DivX que, en definitiva, utilizan el formato MPEG-4.

Vemos, pues, cómo ha evolucionado la tecnología al servicio de la imagen audiovisual. Este trabajo se ha centrado en lo puramente visual, pero en el audio ha sucedido una evolución parecida, con los mismos y espectaculares resultados. Se trata, en suma, de abaratar costes en la manipulación de las imágenes. Atrás quedaron los tiempos en los que la calidad de la imagen se medía por su ancho de banda o su resolución horizontal. Hoy, la economía es la que dicta sus normas y hemos pasado –en un gran porcentaje de casos y empresas– de la calidad broadcast a la

calidad teledifusiva aparente. Es el ojo el auténtico equipo de medida. Incluso éste se sacrifica en ocasiones... Los servicios informativos han rebajado sus estándares de calidad de la imagen, en pro de una rapidez en sus procesos de producción, postproducción y emisión. Las televisiones autonómicas y locales no acuden ya a los grandes formatos, sino que trabajan con formatos digitales en compresiones 4:2:0 o 4:1:1, y transferencias de 25 Mbps... El MPEG-2 editable está entrando con fuerza y el año próximo lo veremos como la «estrella» de las ferias profesionales... aún sabiendo que es muy destructivo en comparación con el ya viejo y fiable MJPEG. Pero, qué quieren... es el bolsillo y no el afán por ofrecer la mejor de las imágenes lo que prima.

BIBLIOGRAFÍA

- BENOIT, Hervé (1998): *Televisión digital*, Madrid, Paraninfo.
- BETHENCOURT, Tomás (1991): *Sistemas de televisión. Clásicos y avanzados*, Madrid, IORTV.
- BUSTAMANTE, E. Y ALVÁREZ, J. M. (1999): *Presente y futuro de la televisión digital*, Madrid, Edipo, Colección «Comunicación 2000».
- FERNÁNDEZ CASADO, J. L. Y NOHALES ESCRIBANO, T. (1999): *Postproducción digital. Cine y vídeo no lineal*, Andoain, Escuela de Cine y Vídeo.
- HARTWIG, Robert L. (2000): *Basic Television Technology Digital and Analog*, Oxford, Focal Press.
- LLORENS, V. (1995): *Fundamentos tecnológicos del vídeo y de la televisión*, Barcelona, Paidós.
- MARTINEZ ABADIA, José (1997): *Introducción a la tecnología audiovisual*, Barcelona, Paidós.
- MORENO, Isidro (1998): «Televisión digital ¿interactiva?» en PEÑA TIMÓN, V. (coord.), *Comunicación audiovisual y nuevas tecnologías*. Málaga, Servicio de Publicaciones de la Universidad de Málaga.

-
- PÉREZ DE SILVA, Javier (2000): *La televisión ha muerto. La producción audiovisual en la era de Internet: la tercera revolución industrial*. Barcelona, Gedisa.
- PÉREZ HERRERO, S. (2002): *Televisión digital*, Sevilla, Mergablum, Edición y Comunicación.
- SYMES, Peter D. (1998): *Video Compression*, Londres, McGraw-Hill.
- VV. AA. (1997): *Vídeo digital: la solución global*, Madrid, IORTV.
- WATKINSON, John (1996): *Compresión en vídeo y audio*, Madrid, IORTV.

¿ES LA FOTOGRAFÍA DIGITAL UN NUEVO ARTE?

ANTONIO LARA MARTÍNEZ

Universidad Rey Juan Carlos, Madrid

Estamos tan acostumbrados a que el lenguaje publicitario hable de revoluciones, que la palabra ha perdido su fuerza, y el mero hecho de incluirla en un escrito académico lo devalúa inevitablemente, ya que parece una exageración gratuita que indica poco rigor en el investigador que se permite utilizarla. Sin embargo, en este caso el término revolución es el más adecuado, puesto que mi intención es describir el tremendo cambio que la tecnología digital supone para la fotografía. Opino que la historia del arte ha llegado a un punto de inflexión. La incorporación de la informática y la electrónica en general han supuesto una metamorfosis tan radical, que la fotografía, e incluso la pintura o el dibujo ya no volverán a ser los mismos.

Como es lógico, antes de narrar la mutación, o precisamente para demostrar que existe, es necesario empezar definiendo el estado anterior y el posterior, es decir los conceptos de fotografía tradicional y digital. Sin embargo, es muy difícil definir, o siquiera acotar una actividad artística tan compleja y variada como la fotografía, o en realidad, casi cualquier otra cosa por simple que parezca a primera vista.

Cuando yo era estudiante disfrutaba desbaratando las definiciones que debía aprender. Éstas eran como cajas de un tamaño estándar, en las que se intentaba introducir a la fuerza un contenido demasiado grande. Siempre he gozado de poca memoria, así que en lugar de retener las frases literalmente, buscaba excepciones que se salieran de los límites propuestos por el catedrático, y así invalidar la teoría completa. Es decir, el típico alumno de lo más desagradable. Ahora que soy profesor, en cambio, he encontrado que sí tienen cierta utilidad. No es que haya aumentado mi fe en ellas, sino que empleo un juego parecido con mis propias clases, ofreciéndoles una definición, y retándoles a que busquen aquellos casos en los que no se puede aplicar. De esta forma el verdadero interés de una máxima cualquiera, sería servir de punto de parti-

da para conocer, no lo que se describe en ella, sino lo que escapa a su control. Sólo cuando una definición ha quedado completamente destrozada e inservible es cuando empezamos a entender el objeto que intentaba clasificar.

Según el Diccionario de la Lengua de la Real Academia Española, la palabra fotografía proviene de *foto* y *grafía*, y significa:

1. f. Arte de fijar y reproducir por medio de reacciones químicas, en superficies convenientemente preparadas, las imágenes recogidas en el fondo de una cámara oscura
2. f. Estampa obtenida por medio de este arte.
[y otras acepciones de menor importancia.]²⁷⁴

La Academia no se equivoca, si bien es cierto que el énfasis del proceso se centra en la parte química, y hay varias corrientes que se apartan de ese planteamiento. Si le preguntáramos su opinión a un reportero fotográfico como Robert Capa, seguramente nos diría que él dedica algo más de esfuerzo al proceso anterior, es decir, a conseguir que la imagen que busca llegue al fondo de su cámara oscura, y que después, simplemente reza para que el celuloide no esté muy deteriorado. También podemos mencionar el ejemplo de Man Ray y sus *rayogramas*, en los que ni siquiera hacía falta una cámara oscura. En este sentido, es mucho más acertada la aportación de la Enciclopedia Británica: «Photography is the recording of visible images by light action on light sensitive materials».²⁷⁵

Es curiosa la amplitud de esta definición, que refleja la diversidad de ramificaciones que ha producido esta actividad. Asimismo, es interesante la importancia atribuida a la luz, cuya influencia física real quizá no sea tan decisiva en la futura tecnología digital.

274. Real Academia Española.(1992: 698).

275. The New Encyclopedia Britannica, vol 25(1992: 761). «La Fotografía es el registro de imágenes visibles, gracias a la acción de la luz y sobre superficies sensibles a la luz».

En cualquier caso la fotografía no ha permanecido inmutable desde su nacimiento. Un daguerrotipo temprano puede encajar bien con el diccionario de la RAE, pero desde muy pronto, casi simultáneamente, Fox Talbot inventa el negativo. Este procedimiento supone un cambio sustancial, no sólo como un método sencillo de obtención de copias, lo que antes era todo un problema, sino porque introduce la fase de copiado, en la que es posible, e incluso deseable, la manipulación de la imagen. El negativo es únicamente un producto intermedio (lo que se forma al fondo de la cámara oscura) para producir la verdadera obra final, el positivo, inaugurando así la era moderna de la fotografía como arte.

A lo largo de la historia se han utilizado innumerables técnicas diferentes. Los creadores no han parado de concebir nuevos trucos para lograr plasmar sus ideas en papel. Sin embargo, durante mucho tiempo, la impresión del público en general y de algunos críticos de arte en particular, era que mientras la pintura exigía una maestría técnica, y un propósito deliberado, la fotografía es algo automático. El carácter artístico entendido con mayúsculas sólo podría atribuirse a aquellas actividades como el dibujo, o la escultura que se piensan y se construyen «a mano». Afortunadamente hace tiempo que ese tipo de discusiones han terminado, pero hasta bien entrado el siglo XX todavía permanecía en algunos círculos la noción de que para hacer una buena fotografía sólo había que «estar allí» y «registrar la realidad», o sea que el operario no ejercía ninguna influencia sobre el resultado, y por lo tanto no se podía considerar un artista. No es necesario explicar que tales afirmaciones son falsas. La persona que maneja una cámara, se ve obligada a tomar un gran número de decisiones antes (y durante) el disparo, y además dispone de enormes posibilidades de manipulación después de que el negativo haya sido archivado.

Efectivamente, el retoque ha sido un elemento influyente en gran parte de la historia de la fotografía, aunque su uso ha sido desigual. Existen abundantes ejemplos de cada uno de los extremos del espectro. Desde las marinas de Gustave Le Gray, en las que mezclaba varios negativos para obtener un único paisaje, donde tanto la tierra como el cielo quedaban perfectamente expuestos, hasta las instantáneas de Cartier Bresson,

que ni siquiera reencuadraba al positivar. En ocasiones ciertas tendencias se usan en el seno de una corriente que luego queda relativamente olvidada, como los pictorialistas, mientras que algunos inventos llegan para quedarse y adquieren una aplastante ubicuidad, como el formato de 35 mm.

Es importante recalcar que empleo el término retoque como sinónimo de alteración, en general. Esto incluye la eventualidad, por ejemplo, de eliminar una fea verruga del rostro de un retrato, pero no se limita a ello, sino que engloba las transformaciones a que se someten los materiales fotográficos para destilar la copia positiva, que es la obra definitiva. Según este criterio, Ansel Adams sería considerado uno de los maestros del retoque, ya que su sistema de zonas es un estudio concienzudo de las posibilidades que ofrece el medio fotoquímico.

Llegados a este punto, la pregunta es: ¿acaso ha cambiado tanto la fotografía como para hablar de una revolución digital? ¿A pesar de las valiosas herramientas que poseían los fotógrafos clásicos, es que ahora se pueden conseguir resultados diferentes con la informática? La respuesta es sí. Resulta evidente que ahora podemos obtener imágenes que asombrarían incluso a los artistas de la década de los 70 u 80, pero lo fundamental no es que aparezca una determinada técnica, pues ya he aludido a descubrimientos similares a lo largo de la evolución. Lo esencial es la envergadura de este fenómeno, pues los nuevos procesos afectan a la casi totalidad de las fotografías actuales.

Algunas se aprovechan de la tecnología más que otras, pero no hay ni una sola imagen que salga publicada, que no haya pasado antes por un programa de retoque fotográfico en el ordenador. Incluso en aquellos casos en los que se expone la obra de un autor que haya realizado su trabajo con elementos exclusivamente tradicionales, es decir con ampliadora, baños de revelado y demás, lo que sí es seguro es que para la confección del catálogo de la misma exposición, se habrá empleado el *Photoshop*.

La palabra digital es otro de esos vocablos que a fuerza de utilizarlos para todo, no significan nada. Según el diccionario de la RAE, proviene del latín *digitalis*, y es:

1. adj. Perteneciente o relativo a los dedos.
2. adj. Referente a los números dígitos y en particular a los instrumentos de medida que la expresan con ellos. Reloj digital.
[Y otras acepciones relacionadas con la botánica.]²⁷⁶

En realidad, el término fotografía digital no se refiere a un procedimiento concreto, sino que engloba una gran variedad de sistemas y mecanismos, que tienen tan poca relación entre sí mismos como con un reloj digital. El único nexo de unión es que la apariencia de las imágenes se procesa y se almacena matemáticamente, es decir, que la luminosidad de cada punto de una foto se anota en forma de números, utilizando los dígitos uno y cero. En principio, desde el punto de vista artístico esta distinción es (o debería ser) irrelevante, ya que los fotógrafos piensan (o deberían pensar) en términos visuales, y por tanto no tiene importancia que para codificar un retrato se utilicen granos de plata, un código binario o un ábaco tradicional chino. Pero ese matiz técnico resulta crucial, porque cada camino permite alcanzar un resultado final diferente.

En todo caso se puede establecer una clasificación primaria, para distinguir entre los dispositivos de entrada, como las cámaras y los escáner, que se encargan de introducir los archivos en el ordenador, y los de salida, como las impresoras o las filmadoras, que recorren el sentido contrario. Además es necesario una computadora y un *software* para tratar los ficheros, aunque cada vez es más frecuente que se vendan periféricos capaces de trabajar de forma independiente.²⁷⁷

Las cámaras digitales apenas se diferencian de sus equivalentes analógicas. Hace ya tiempo que la electrónica se aplica de manera habitual, y desde hace muchos años los principales fabricantes han ido incorporando diversas innovaciones, como telémetros automáticos y con ca-

276. Real Academia Española (1992: 530).

277. Algunos modelos de impresora permiten sacar copias directamente de las tarjetas de memoria de las cámaras digitales. Claro está que ese caso carece de interés para esta comunicación, pues su esquema de funcionamiento se parece al de los fotógrafos tradicionales amateur, que cuando terminaban un carrete, lo llevaban a la tienda sin que pudieran ejercer apenas control sobre las reproducciones.

pacidad de predicción, complejos programas autorregulables, y demás pirotecnia, así que ahora la única diferencia consiste en que en lugar de emplear celuloide, la imagen que se forma en el plano focal se registra gracias a un sensor que traduce los datos luminosos a valores numéricos, que son almacenados hasta su posterior uso, de manera equiparable a los antiguos carretes.

Hasta hace poco poseían importantes limitaciones, como una resolución muy pobre, y además costaban una pequeña fortuna. Sin embargo, han evolucionado con rapidez, hasta el punto de que por cantidades razonables se pueden adquirir modelos estupendos, capaces de rivalizar con las prestaciones de sus primas fotoquímicas. El año 2003 ya se vendieron más cámaras digitales que convencionales, y la tendencia continúa acentuándose. Como noticia significativa cabe apuntar que la compañía Kodak ha anunciado que deja de comercializar aparatos analógicos (salvo en algunas partes de Latinoamérica), para concentrarse en exclusiva en su división digital.

Los escáneres también han progresado mucho.²⁷⁸ Antiguamente eran caros, lentos hasta la desesperación, y salvo los armatostes profesionales, que eran más caros aún, ofrecían baja resolución. Hoy en día cualquier aficionado puede adquirir una máquina potente, rápida y que ofrezca un contraste muy decente.²⁷⁹ A pesar de ello, ahora se usan con menos frecuencia. Antes resultaban imprescindibles para digitalizar los negativos de 35 mm, pero el avance de las nuevas cámaras provoca que el celuloide vaya siendo progresivamente relevado. En cambio, siguen sien-

278. En realidad, el nacimiento del escáner es anterior al de la denominada fotografía digital. Se usan desde hace décadas para la industria de la impresión, aunque entonces, tan sólo unos pocos privilegiados tenían acceso a las máquinas dedicadas de alto nivel para el retoque fotográfico por ordenador.

279. Los proveedores de *hardware* suelen emplear los vocablos «rango dinámico», «profundidad de color», «profundidad de bits» y otras sentencias pintorescas que provienen de las traducciones de los manuales. Yo prefiero hablar de contraste, tal y como me enseñó el profesor Joaquín Perea, para referirme a la capacidad del aparato para registrar con fidelidad, tanto los valores más oscuros como los más claros del original.

do muy útiles cuando se trata de incorporar dibujos, motivos pintados, tramas e incluso objetos con relieve.²⁸⁰

La fase de impresión, es decir, la que nos permite disfrutar de copias fotográficas físicas en vez de la realidad virtual de la pantalla, se ha desarrollado siguiendo un camino paralelo. Sin embargo, constituye el punto más débil de la cadena debido a su alto precio. El *hardware* en sí resulta muy asequible, pero su mantenimiento se dispara.²⁸¹ Si el volumen de trabajo es pequeño, apenas supone un problema, pero cuando aumenta se hace conveniente buscar alternativas. En el lado positivo de la balanza, se puede afirmar que la calidad ha ido aumentando progresivamente, y en la actualidad, con un papel bueno, las copias impresas son casi indistinguibles de las tradicionales, aunque a su vez, en esos casos, el tiempo de espera crece de forma exponencial.

Con respecto a las computadoras, no es necesario insistir en el desarrollo de los productos de consumo. Casi cualquier aparato doméstico ejecuta tareas impensables hace poco tiempo, y por tanto muchos hogares, al menos del mundo occidental, puede montar un laboratorio digital del tipo que estamos describiendo. En cuanto al *software*, hay múltiples opciones comerciales pero existe una que domina sin discusión en todos los ámbitos: *Photoshop*.

El *Photoshop* es un programa formidable. Quien no lo conozca puede pensar que se trata de una exageración, pero creo que el mejor elogio que se le puede atribuir, es que constituye el verdadero motor que ha impulsado al resto de la tecnología digital. Y sin embargo, aunque parezca mentira, no fue creado por fotógrafos, sino por técnicos de efectos especiales cinematográficos. El propósito que originó su nacimiento fue conseguir una truca²⁸² digital.

280. En efecto, con cierto cuidado algunos operadores consiguen aprovechar al máximo las posibilidades de un escáner plano con monedas, telas con texturas y pequeñas esculturas.

281. En realidad, las impresoras son tan baratas, que parece que el propósito de los fabricantes es perder dinero con ellas, porque saben que lo recuperarán más tarde con el elevado precio de los consumibles.

282. Una truca es un equipo utilizado para la confección de efectos especiales [en inglés *Optical Printer*]. Consta de un proyector, donde se cargan los rollos de película originales que hay que combinar o manipular, y una cámara que se encarga de registrar las imágenes modificadas. Es decir, que cumple las funciones de una ampliadora fotográfica convencional, sólo que adaptada a los materiales cinematográficos.

Ni siquiera su inventor, el norteamericano John Knoll, hubiera sido capaz de predecir entonces la importancia de su futura contribución. En 1986, a la edad de 23 años, entró a trabajar como operador de cámara en la sección de animación de la compañía ILM (Industrial Light and Magic), la empresa más importante del mundo dedicada a los efectos especiales, fundada por George Lucas. Pero al poco tiempo una visita a la división Pixar²⁸³ (el departamento de creación de imagen por ordenador) le produjo un profundo impacto. En aquellos días, las máquinas eran todavía muy primitivas, y el *software* tan impenetrable que hacía falta ser un programador para poder manejarlo, sin embargo, como dice Knoll (1999: 170):

The implications of this suddenly became very clear to me. You could take a film image, make it into a bunch of numbers, have computer programs change those numbers in any fashion you could think of, and then put that changed image back onto film. It seemed like the miracle tool that could do anything.

Casualmente su hermano, Thomas Knoll, estaba haciendo la tesis sobre la manera en que las computadoras reconocen objetos en imágenes digitalizadas, por lo que había fabricado varios programas informáticos para procesar archivos. Los dos juntos combinaron esas herramientas con nuevas ideas enfocadas al retoque fotográfico, al principio como un *hobby*, sin ninguna pretensión de crear un *software* profesional. El programa inicial fue sofisticándose cada vez más, y pasó de llamarse *Display* a *ImagePro*. A lo largo de los dos años siguientes, el programa se convirtió en *Photoshop*, y negociaron un acuerdo comercial con Adobe, que supuso su lanzamiento definitivo, en 1990.

Pienso que este programa, así como el resto de opciones abiertas por la informática, ha cambiado el curso del arte. Lo fundamental en la tec-

283. Años más tarde, esta parte de la empresa se segregaría, formando una entidad independiente con el mismo nombre, responsables de la producción de *Toy Story*, el primer largometraje de animación realizado completamente por computadora.

nología digital es que una vez que se codifica la información de una imagen, y se transforma en una serie de números, se pierde la relación corpórea con el soporte, y es posible alterar esos datos matemáticamente, sin estar limitados por las leyes de la física del medio fotoquímico.

Como ya he comentado antes, el retoque no es una novedad, lleva aplicándose desde hace mucho tiempo por medio de pinceles, máscaras y todo tipo de trucos analógicos, pero este nivel de control que proporciona el *software*, lo eleva a otra dimensión. No sólo se trata de la posibilidad de cambiar la luz a cualquier píxel, individualmente o en grupo, pues modificar una imagen con ese planteamiento sería una tarea titánica. En realidad, el programa ofrece alternativas muy cómodas para trabajar y sencillas de aprender. La primera gran diferencia con respecto a una ampliadora convencional es que el resultado de una manipulación se ve mientras se aplica, sin esperar a la acción del revelador y el secado.

Sin embargo, a pesar de su aparente simplicidad, dota de una extraordinaria precisión a las maniobras de un operador experto. Las herramientas del *software* nos informan de los valores sensitométricos de cada punto, y resulta fácil alterar el contraste, el color, o quizá dibujar una o múltiples curvas de gamma, específicas para cada zona. Por supuesto, al igual que con cualquier otro archivo informático, es factible arrepentirse de una decisión, deshacer el camino, y regresar a cualquier estado anterior o posterior sin pérdida de tiempo.

Se han mencionado ejemplos como el de Ansel Adams, en los que los fotógrafos superaban las limitaciones analógicas, consiguiendo auténticos milagros. Pero estas meritorias excepciones son hoy moneda corriente, pues delante de un monitor se puede lograr en unas horas, el trabajo equivalente a un mes con la ampliadora, y con un coste ínfimo. No hay que olvidar, que no había muchas personas que pudieran permitirse pagar el alto precio de los materiales y el tiempo empleados en experimentos fallidos.

No quiero decir con ello que el talento se multiplique en la misma proporción. El prestigio de los artistas de antaño no se debía a su paciencia al aplicar procedimientos artesanales, que es precisamente lo

que reemplaza el *photoshop*, sino que era producto de su genio visual. Habrá quien sostenga que entonces, lo justo sería juzgar al programa según las obras de los autores que lo empleen. Estoy de acuerdo, pero conviene recordar que la presentación pública de Daguerre tuvo lugar hace más de un siglo y medio, y la comercialización de Adobe empezó hace tan sólo catorce años. Serán los jóvenes estudiantes que se han criado jugando con él, los que nos sorprendan en el futuro.

Y eso no es todo. Si a la profunda capacidad de alteración de una instantánea, además se añade la posibilidad de combinar fuentes diversas o dibujar directamente sobre la nueva obra, el resultado es que los conceptos tradicionales de pintura o fotografía pierden su definición, mezclándose entre sí, y cambiando sin remedio su propia naturaleza. El *collage* o la fotocomposición no son ni mucho menos una innovación informática, pero me refiero a algo mucho más sofisticado que una simple superposición. Es habitual integrar múltiples capas, controlando la apariencia de los píxeles hasta el último detalle. Comparar las técnicas antiguas con los nuevos modos de fusión de *Photoshop*, es como pedirle a un cirujano que abandone su bisturí láser por un hacha de sílex.

El lápiz óptico es la herramienta que simboliza el progreso, puesto que permite superar las importantes limitaciones del ratón, y pintar digitalmente sobre las composiciones del ordenador. Su aspecto es similar a un bolígrafo, lo que facilita su manejo. El operador escribe con él sobre una tableta gráfica, una superficie que cumple la misma función que la alfombrilla de un ratón, pero que además es capaz de detectar cambios en la presión, y trasladarlos al *software* de dibujo para modificar, por ejemplo, el grosor de la línea de un trazo.

Sin embargo, se ha dado un paso todavía más novedoso en esa dirección. La empresa Wacom ha lanzado un producto llamado *Cintiq*. Consiste en un híbrido entre una pantalla plana TFT, y un lápiz óptico, de tal forma que el usuario maneja el lápiz directamente sobre el monitor (que puede colocarse horizontalmente), es decir casi como si pintara encima de las fotografías impresas. De esta forma se elimina la incomodidad de mirar hacia la pantalla de la computadora mientras se dibuja en la mesa, con lo que la experiencia es mucho más natural y similar a la real.

Hay investigadores intranquilos por la consecuencia, aparentemente inevitable, de que las fotos pierdan su carácter documental, y por lo tanto su utilidad como medio de prueba en juicios, o su credibilidad en la prensa escrita (Wright, 1999: 172). No creo que sea necesario comentar, que hasta los lectores de las revistas del corazón saben que las imágenes pueden mentir. También se alzan voces de preocupación por los problemas de gestión del copyright. A no ser que surja pronto un invento, habrá que cambiar el concepto de derechos de autor, pues será casi imposible seguirle la pista a las creaciones que pululan por Internet, y que cualquier pirata puede incorporar en su propia obra sin dejar un rastro reconocible.

Una imagen puede formarse a partir de un lienzo al óleo, un dibujo hecho en el ordenador, una fotografía estenopeica o la creación de un programa 3D, y no se sabrá nunca la proporción en que cada uno contribuye al producto final. Las barreras convencionales, que delimitaban con relativa eficacia el terreno propio de cada disciplina artística, desaparecen sin más.

En general, la comunidad científica admite la gran influencia que la informática ha tenido en estos últimos años en el desarrollo de la fotografía moderna, pero quizá debido a su corta edad, no ha recibido aún la atención que se merece. Se suelen estudiar aspectos colaterales, como la ubicuidad de las cámaras, la facilidad con que se copian o intercambian imágenes en la red, y hasta los parámetros de compresión, y se deja de lado lo fundamental: la tecnología digital cambia la esencia misma del arte fotográfico.

Es difícil condensar en pocas líneas las virtudes o defectos de esta nueva técnica, y aún más adivinar su porvenir, ya que el ritmo de su evolución es muy superior a nuestra capacidad de estudio. Pero lo que resulta indudable es que la metamorfosis ya ha comenzado, y es un proceso irreversible. Ahora sólo falta ver sus frutos.

BIBLIOGRAFÍA

- LANGFORD, M. J. (1974): *Fotografía básica: Iniciación a la fotografía profesional*, 3ª ed., Barcelona, Omega,
- RAE (1992): Real Academia Española. *Diccionario de la Lengua*, 22 ed.
- ROGERS, P. B. (1999): *The Art of Visual Effects*, Newton, Focal Press,
- VV AA.(1992): *The New Encyclopedia Britannica*, vol. 25, ed. Univ of Chicago,
- WRIGHT, T. (1999): *Manual de fotografía*, Madrid, Ediciones Akal.

TENDENCIAS DE LA FOTOGRAFÍA PUBLICITARIA CONTEMPORÁNEA: GRANDES MARCAS, GRANDES CONCEPTOS

JORGE LENS LEIVA

Universidad de Vigo

Desde su nacimiento, una de las prácticas más habituales de la fotografía fue su utilización para documentar diferentes facetas de la realidad. Con la irrupción de los medios impresos –y especialmente una vez superadas las trabas tecnológicas que impedían reproducir imágenes fotográficas– la fotografía fue empleada especialmente para acercar al mundo aquellos aspectos ocultos y lejanos que era imposible conocer a través del contacto directo con la realidad. Esta función documental de la fotografía fue rápidamente aprovechada por los anunciantes de la época, que vieron en el nuevo soporte, un vehículo inmejorable para certificar la naturaleza de sus productos.

Este primer acercamiento de la fotografía al ámbito de la publicidad se resolvió sobre la base de un modelo persuasivo muy rudimentario y excesivamente rígido. A escala conceptual, el patrón comunicativo estaba basado en la función denotativa de la fotografía, es decir, en la facultad de la fotografía para describir los objetos fotografiados y, al tiempo, certificar la existencia real de los mismos. Este planteamiento tan primario produjo un tipo de imagen publicitaria simplona y encorsetada cuyo valor con el paso de los años reside especialmente en el interés etnográfico que, en muchos de los casos, albergan las imágenes.

Fueron necesarios muchos años para que este modelo persuasivo aplicado a la fotografía evolucionase hacia esquemas más actuales. De hecho, el paso de la fotografía denotativa a la fotografía de connotación fue tan lento que, incluso hoy en día, no pocas de las fotografías publicitarias que aparecen en los medios escritos responden todavía a modelos persuasivos de índole primario. La transición a la imagen evocadora, aquella basada en los componentes emocionales de la imagen fotográfica, lucha

todavía por abrirse un hueco entre las publicaciones menos evolucionadas.

Por delante de todo ello, las marcas más punteras –vinculadas especialmente al universo de la moda– no sólo han aplicado las nuevas estrategias connotativas sino que han abierto nuevos cauces para sus propuestas fotográficas y publicitarias. Conceptualmente, la fotografía publicitaria ha dejado de serlo. Cualquier imagen, por extraña o absurda que sea, es susceptible de convertirse en una foto publicitaria por el simple hecho de ser utilizada como tal. El bodegón clásico publicitario, la foto técnicamente perfecta, ya no identifica a la publicidad más vanguardista. La nueva fotografía persuasiva no entiende de técnica sino de concepto. Ha pasado a ser una sensación; una pincelada con la que se intenta teñir a los productos de una idea determinada, muchas veces confusa. Al margen del todo vale, y pese a la ausencia de un estilo propio, las últimas tendencias en materia fotográfica pasan por una estrecha vinculación con los territorios del arte contemporáneo. Así, desde el apropiacionismo hasta la parodia, desde la estética de lo doméstico hasta el *collage* contemporáneo, son numerosos los recursos utilizados por los creadores más vanguardistas para conceder a la fotografía un nuevo espacio en la publicidad contemporánea. Pese a la crisis generalizada del medio fotográfico –motivada por el abandono de su función notarial– la fotografía publicitaria más actual ha sabido encontrar nuevos cauces que eviten su desaparición ante soportes más actuales o ante sistemas de representación mucho más complejos.

El universo publicitario –al margen de otras definiciones de carácter social o psicológico– destaca especialmente por su capacidad para captar las manifestaciones más novedosas del panorama artístico o audiovisual. En cierto modo, la publicidad se comporta como una gran esponja que absorbe de la sociedad todo aquello que le interesa, desde las propuestas artísticas más punteras hasta las últimas tendencias juveniles que proporcionan, por regla general, expresiones visuales más arriesgadas o usos sociales menos convencionales.

A poco que nos detengamos en analizar los éxitos o las tendencias más acusadas en el panorama artístico y audiovisual, veremos que cual-

quiera de ellas ha generado nuevas piezas adaptadas al ámbito de la publicidad. Esta transferencia creativa hacia el territorio de la persuasión, hace que a la hora de plantear un análisis acerca de las tendencias sobre las que gira la creatividad publicitaria no se pueda desligar de las corrientes artísticas más contemporáneas. Dicho de otro modo, el mundo de la publicidad y el mundo de la creación –entendiendo como tal todo un conjunto de manifestaciones artísticas vinculadas al cine, a la moda, a la fotografía, a la música, y a tantas otras expresiones contemporáneas– discurren por territorios estilísticos tan semejantes que es casi imposible establecer análisis sin disponer de una visión conjunta. Buena prueba de ello constituye el hecho de que en el mundo de la creación contemporánea surgen cada vez más autores que se inspiran en el universo de la publicidad y de las marcas para establecer sus discursos artísticos.

Tal y como se afirmaba recientemente en el texto de presentación de la exposición *Disciplinados* de Basso (2003: 15), este hecho no es un fenómeno aislado:

Este desplazamiento de las preocupaciones de los artistas hacia cuestiones aparentemente más formales o banales, no es casual, ni anecdótico. Detrás de ello se esconde una aproximación hacia temas que hasta la fecha habían sido relegados a campos de investigación propios de otras disciplinas como la sociología, la psicología, el urbanismo o el *marketing*: las referencias al marquismo (como se denomina en sociología a la influencia de las marcas en los hábitos de consumo); a la cultura de club [...]; al análisis del diseño gráfico, industrial o de logotipos como elementos de reconocimiento, *marketing* comercial [...], o, por último, la reflexión sobre la moda como medio de exteriorización y puesta en escena de ciertos valores sociales

En este sentido, la obra de algunos creadores como Rogelio López Cuenca, José Antonio Hernández-Díez o Chus García Fraile no sólo no puede desligarse del ámbito de la publicidad sino que es precisamente el vasto entorno publicitario la razón de ser de sus propuestas visuales, dotadas normalmente de una contundente carga crítica contra el consumo de masas y la sociedad capitalista.

Fuera de nuestras fronteras, esta tendencia a la asimilación de la estética publicitaria por parte de los creadores de vanguardia se sitúa en unos cauces todavía más extremos. A modo de ejemplo, es paradójico el caso del artista Masato Nakamura quien en la Bienal de Venecia del año 2001 convenció a los responsables de McDonald's para que lo apoyaran en la construcción de una inmensa instalación basada en los arcos que conforman el logotipo de la marca, colocados a modo de corona. Esta feroz crítica hacia el reinado de McDonald's en el mundo no fue obstáculo para que la casa de comidas financiara el proyecto, ávida de contemplar su conocido logotipo en lugares hasta el momento vetados para la publicidad. En este mismo sentido, la artista Vanesa Beecroft puede seleccionar entre las mejores marcas de moda aquellas que vestirán a las protagonistas de sus *performances*, pese a que el mensaje que transmiten sus coreografías no es el más complaciente con el frívolo universo de la moda. Evidentemente, las marcas contemplan estas incursiones artísticas como grandes éxitos para sus *marketing managers* que ven así cómo sus productos se revisten de una sublime capa de artísticidad que le hará llegar a públicos hasta ahora vetados.

En sentido inverso, son numerosos los autores cuyo oficio ha traspasado las fronteras de lo comercial para instalarse cómodamente en el ámbito de la creación contemporánea. De todos modos, lo realmente importante no es que algunos profesionales titubeen con el arte de una forma paralela a sus propuestas comerciales sino que sean esas mismas piezas publicitarias las que se expongan en los centros de arte contemporáneo. Sin lugar a dudas, Oliviero Toscani es la figura internacional que se mueve de una forma más clara entre el rigor comercial y la sublimación artística, un motivo más de controversia para el polémico creador italiano cuyas obras son tan criticadas como elogiadas, al margen del espacio cultural o comercial que las soporte. En este caso, los mismos carteles fotográficos que en su día fueron realizados con fines meramente comerciales para la firma Benetton fueron expuestos posteriormente en prestigiosos museos de todo el mundo y exhibidos en destacadas convocatorias artísticas como la Bienal de Venecia o la

Trienal de Milán.²⁸⁴ En nuestro país, autores relevantes en el ámbito del diseño gráfico y publicitario, como Mariscal, Oscar Mariné, Jordi Labanda o Alberto Corazón –por citar sólo algunos– han trascendido el territorio de lo meramente comercial y han colgado sus piezas –con notable éxito– en afamados centros de arte y participado en convocatorias ajenas al espacio natural de la publicidad.

Como es de suponer, esta fructífera relación entre el arte y la publicidad alcanza también al entorno de la fotografía publicitaria. La frontera entre el territorio artístico y el comercial se diluye nuevamente. Son numerosos los fotógrafos que unen a su faceta profesional su vinculación con el mundo del arte, traspasando de un lugar a otro fotografías, técnicas y conceptos. No es casualidad que esta situación se produzca en mayor medida en los profesionales dedicados al mundo de la moda; no en vano es en este terreno donde todavía existe mayor libertad de actuación por parte de los creadores de imágenes y donde la fotografía alcanza el máximo nivel de connotación.

Aunque no es fácil establecer fronteras entre los discursos creativos de los autores, en líneas generales, las tendencias sobre las que se sitúa la fotografía publicitaria más contemporánea se podrían agrupar bajo cuatro grandes capítulos que coincidirían con las últimas propuestas artísticas vinculadas a la fotografía. Así, las imágenes utilizadas al servicio de la persuasión publicitaria se encuadrarían en alguno de los siguientes apartados:

- 1) Asimilación con la realidad: la estética de lo doméstico.
- 2) Teatralización y parodia: la fotografía construida.

284. Al margen de las numerosas exposiciones que Oliviero Toscani realizó a lo largo de todo el mundo en prestigiosos museos como el Museum of Contemporary Photography of Chicago o el Museum of Modern Art of Tel Aviv, su irrupción definitiva en el mundo del arte se produjo cuando el creador italiano fue convocado para exponer en la 45ª edición de la Bienal de Venecia, en el año 1993. En esta convocatoria Toscani se limitó a inundar las paredes del espacio expositivo de los mismos carteles que habían sido realizados para la firma Benetton.

- 3) Del fotomontaje al *Photoshop*: hipérboles, metáforas y surrealismos.
- 4) La ruptura de los límites: fragmentación del plano y polivalencia de significados.

Como es natural, buena parte de las fotografías publicitarias podrían insertarse en más de una sección de las anteriormente reseñadas. Los apartados propuestos no son espacios estancos ni sus contornos están perfectamente definidos. Si alguna característica define el arte contemporáneo esa es, precisamente, la transgresión de los géneros, la ruptura de las formas convencionales. Por su propia naturaleza, la fotografía tampoco propicia una clasificación perfectamente definida e incontable, lo que ha llevado a algunos autores como Valérie Picaudé (2004: 27-28) a establecer la necesidad de hiperclasificaciones, tomadas en el mismo sentido que en el ámbito de la informática se concede al concepto de hipertexto:

Los géneros, aplicados a la fotografía, forman parte de una geometría variable cuya ventaja es la de restituir al objeto sus dimensiones múltiples, incluso multiplicándolas. El género pierde pertinencia ganando permisividad o movilidad. La caja etiquetada no es la adecuada para las fotografías sino la red de lazos hipertextuales que permite navegar entre una masa de imágenes al hilo de múltiples indexaciones.

Conociendo, pues, las limitaciones que comporta una clasificación de esta naturaleza, veamos las tendencias que definen la fotografía publicitaria más vanguardista.

ASIMILACIÓN DE LA REALIDAD: LA ESTÉTICA DE LO DOMÉSTICO

Sin lugar a dudas, se trata de la tendencia más acentuada de todas cuantas nos referimos en esta aproximación a la fotografía publicitaria contemporánea. Ya desde la década de los ochenta –y especialmente

entre los fotógrafos vinculados al mundo de la moda— comenzó a instalarse el gusto por representar la realidad tal cual era, sin los adornos ni artificios que —por regla general— impregnaban las imágenes publicitarias hasta esa fecha. Aquellas fotografías de ambientes refinados, con modelos indiscutiblemente bellas y técnicamente perfectas, dieron paso a un tipo de imagen de tinte casero, ambientada en espacios domésticos (interiores de las casas, sofás, pasillos, baños, etc.) y formalmente mucho más cercana al estilo del aficionado que a la órbita profesional. Las imágenes representaban la vida real con todas sus imperfecciones: se huía de la belleza para representar una realidad sin maquillaje, mucho más cercana a veces a la estética del feísmo que a la de la perfección. A ello se refiere Williams (1998: 114) en una de las escasas publicaciones que analizan la fotografía de moda y publicitaria hasta el momento presente:

Desde comienzos de los noventa se produce un debate acerca de la fotografía de moda. Los nuevos fotógrafos que querían auparse a la cima del estilo londinense, como Corinne Day, Nigel Shafran, David Sims y Wolfgang Tillmans rechazaron el estilo recargado [...] y empezaron a producir fotografías de la *vida real*.

Estilísticamente, los fotógrafos no dudaron a la hora de adoptar y asimilar los errores propios del aficionado, precisamente aquellos que diferenciaban una fotografía familiar de una imagen de tinte profesional. Los aspectos técnicos que se ponen en juego por parte de los profesionales son precisamente aquéllos que se oponen a los cánones fotográficos establecidos, una transgresión entendida como una vulneración de los códigos fotográficos al uso. Este modo de operar se encuentra especialmente entre la fotografía publicitaria de moda donde muchos de los defectos técnicos —antes desechados— son elevados ahora al máximo pedestal de la creatividad. Firmas punteras, como Diesel, Sisley, Lois, Guess o Lee, algunas menos conocidas para el gran público, como Fornarina, Habit, Indian Rose, Energie o Diadora y algunas clásicas, como Thomas Burberry o Versace optaron en algún momento por teñir de doméstico sus propuestas publicitarias, mostrando a su público todo

un repertorio de guiños técnicos más propios de cámaras caseras que de máquinas profesionales.

Esta tendencia fotográfica y publicitaria está fuertemente emparentada con el ámbito del museo. Desde hace más de una década existe una clara tendencia entre los artistas a expresar su propio mundo desde una perspectiva mucho más cercana a la habitual. En cierto modo, el arte —y en concreto, aquellas expresiones basadas en el soporte fotográfico— ha experimentado un claro retroceso hacia los territorios más cercanos, expresados, además, desde una estética mucho más familiar.²⁸⁵ Esta tendencia presenta como abanderados a dos de los autores más característicos de la fotografía publicitaria más vanguardista, el inglés Terry Richardson y el germano Juergen Teller, que junto a Mario Testino y Steven Meisel atesoran buena parte de las imágenes más representativas de esta tendencia y constituyen un buen punto de partida para analizar los recursos en que se basan las propuestas fotográficas que se encuadran en esta tendencia.

En líneas generales, la fotografía publicitaria que caracteriza a esta corriente recoge todos los tópicos propios del aficionado, lo que provoca una rápida identificación del producto con sus potenciales consumidores. Los brillos excesivos, las sombras pronunciadas, los ojos rojos, los flashes rebotados en los cristales, los desenfoques exagerados, los planos inclinados y, en general, unas localizaciones caseras, carentes del glamour de otros años, constituyen algunos de los antirrecursos que acercan este tipo de fotografía a la estética de la tienda de revelado instantáneo. Bajo este prisma, cualquier fotografía es digna de ilustrar una campaña publicitaria de las firmas más vanguardistas. Los viejos tópi-

285. El punto de referencia de esta tendencia lo constituyó la muestra *Pleasures and Terrors of Domestic Comfort* (MOMA, 1991) donde se puso de relieve el interés de los fotógrafos por investigar en los territorios domésticos más cercanos: «Parece que algo está pasando en la actualidad, ya que docenas de fotógrafos americanos están explorando la vida del hogar. Podría argumentarse que este fenómeno no representa tanto un avance como un retroceso, una retirada narcisista lejos de las preocupaciones del mundo, a la seguridad del capullo doméstico [...] pero eso no quiere decir que estas historias no resultasen interesantes, e instructivas» Galassi (1991: 7)

cos que identificaban una foto profesional de la que no lo era son desechados en aras de un nuevo concepto de fotografía donde el valor no reside en la calidad técnica de las imágenes sino en la validez del concepto que se quiere transmitir a los consumidores.

TEATRALIZACIÓN Y PARODIA: LA FOTOGRAFÍA CONSTRUIDA

Partiendo de la base que toda fotografía es en sí misma una re-construcción de la realidad, no cabe duda de que el hecho de referirnos a la fotografía construida pudiera parecer una redundancia. En efecto, si todas las fotografías son en cierta forma preparadas, lo son todavía más las imágenes de estudio, técnicamente impecables, que continúan seduciéndonos en periódicos y revistas. Sin embargo, nos referimos aquí a aquellas fotografías convenientemente realizadas para redundar en una realidad concreta, sin importar –o incluso exagerando– el artificio que supone la recreación del fragmento de realidad que se muestra. Ésta es, precisamente, la característica principal que define a este tipo de imágenes y uno de los puntos clave en la evolución de la fotografía publicitaria contemporánea: dado que la fotografía ya no es creíble en sí misma –con lo que se altera drásticamente su carta de naturaleza– es más acertado dar a conocer el simulacro fotográfico que incidir sistemáticamente en el engaño, en el que ya nadie cree.

Aunque el bodegón publicitario clásico, aquél que basa su pertinencia en la función denotativa de la fotografía –veracidad y descripción– goza todavía de buena salud, no cabe duda de que la fotografía publicitaria contemporánea busca la seducción a través de cauces diferentes. En cierta forma, se busca así una salida digna a aquel *horror vacui* que, según Eguizábal (2001: 187) caracteriza al clásico bodegón publicitario:

En la fotografía publicitaria el *horror vacui* ha llegado a extremos nunca concebidos en el terreno de la pintura; los objetos ocupan la totalidad

de las imágenes, sin dejar el más mínimo resquicio por el que la foto pueda respirar.

Este concepto novedoso genera diferentes soluciones a la hora de afrontar la ilustración publicitaria. Se opta a veces por la parodia, imitando burlescamente estéticas fotográficas ya pasadas, construyendo ambientes y situaciones que ya no son las nuestras. En otras ocasiones, aunque las imágenes construidas puedan considerarse de una veracidad absoluta, es el propio objeto o algún elemento de la escena fotografiada la que advierte rápidamente de la farsa. Se trata, en estos casos, de reconstruir escenas semi-reales que tienen normalmente como objetivo provocar la risa de los lectores, en una clara búsqueda del humor como recurso publicitario. Este tipo de fotografía que incluye un guiño hacia el consumidor es, hoy en día, uno de los más empleados en la fotografía publicitaria. Se trata, normalmente, de objetos o escenas construidas para ser fotografiadas como si se tratase verdaderamente de un producto o de una escena real, donde el juego visual que se establece es básico para entender el concepto general de la campaña. Curiosamente, en buena parte de los casos, estas fotografías no incluyen imágenes del producto anunciado, por lo que éste suele aparecer fotografiado aparte, a la manera clásica, ocupando un pequeño espacio del anuncio.

DEL FOTOMONTAJE AL *PHOTOSHOP*: HIPÉRBOLES, METÁFORAS Y SURREALISMOS

A pesar de que la introducción de programas informáticos dedicados a la manipulación de imágenes ha generalizado la realización de todo tipo de montajes fotográficos, su utilización por parte de la publicidad data desde los propios orígenes de la fotografía comercial. Fueron especialmente los dadaístas y surrealistas quienes en la segunda década del siglo XX encontraron en la práctica del fotomontaje un vehículo ideal para satisfacer sus necesidades expresivas. En 1965, Steinert (2003: 280),

uno de los impulsores de la fotografía subjetiva definió con absoluta belleza la capacidad narrativa de los fotomontajes:

Reuniendo recortes aislados de la naturaleza, el fotomontaje [...] construye finalmente un mundo icónico cargado de tensiones en el cual el tiempo y el espacio se han vuelto irreales.

Ya en nuestro país, la utilización del fotomontaje como herramienta persuasiva pronto fue utilizada por los profesionales. Català i Pic (1998), Josep Sala y Josep Massana –sin duda los fotógrafos publicitarios más interesantes del panorama fotográfico español hasta mediados del xx– introdujeron con rotundo éxito el uso comercial de esta técnica, renegando en ocasiones del modo clásico de entender la fotografía:

Por un lado, quedarán los fotógrafos tradicionales, que ven en la fotografía un elemento rutinario de reproducción documental, puramente objetiva; por el otro, los fotógrafos artistas, que, a una gran sensibilidad, unen una técnica que les permite expresar las más puras sensaciones subjetivas provocadas por la materia objetiva.

Ya en nuestros días, el uso del fotomontaje clásico ha evolucionado hacia nuevas posibilidades técnicas proporcionadas por el entorno digital. Sin embargo, a pesar de ser tan variadas las oportunidades de manipulación fotográfica, los fines que se persiguen continúan siendo muy similares. Si antes se actuaba más sobre la distorsión de la escala original o en la sustitución de elementos de las fotografías, hoy en día se interviene con mayor intensidad en la distorsión irónica o exagerada de alguno de los componentes de la imagen. Esta manipulación de la foto original es clave para entender el concepto general de la campaña y para relacionar la imagen publicitaria con el mensaje que se desea transmitir. En líneas generales, la utilización de este tipo de imágenes se realiza para enfatizar irónicamente algún elemento de la fotografía, generando así un efecto sorpresa –normalmente un chiste, un guiño, una metáfora visual– que es fundamental para el contexto persuasivo donde se ubica.

RUPTURA DE LOS LÍMITES: FRAGMENTACIÓN DEL PLANO Y POLIVALENCIA DE SIGNIFICADOS

Con una gran conexión con las últimas tendencias de la fotografía de autor, la ruptura de los límites propios de la fotografía constituye uno de los recursos con más influencia en la fotografía publicitaria contemporánea. Tanto a escala conceptual como estilística, se trata de una práctica que puede adquirir múltiples caras y por tanto, puede generar significados muy variados. En todo caso, se busca de nuevo generar un efecto sorpresa en el lector que favorezca la atracción por el producto anunciado. Desde la repetición casi mimética del plano –en ocasiones parodiando a los clásicos, como a Muybridge– para producir un efecto de movimiento en la fotografía hasta la simbiosis con los lenguajes más contemporáneos como el *clip* o el *banner* informático, la fotografía ha dejado de lado los antiguos parámetros para acercarse a territorios más complejos donde anidan códigos narrativos diferentes. Es, en líneas generales, un todo vale llevado al terreno de la persuasión; una búsqueda desahogada por conseguir impactar en el lector/consumidor a través de la deconstrucción de los valores tradicionales de la fotografía. Se trata del abandono absoluto de la capacidad documental de la fotografía, precisamente aquella que tanto fascinó a los profesionales desde sus mismos orígenes. Una liberación, en definitiva, de la realidad, que acerca a la imagen fotográfica al territorio de los sistemas de representación clásicos como el dibujo, el grabado o la pintura. Sin necesidad de referente, la fotografía puede transitar por nuevos senderos narrativos con el único límite de la imaginación, codificando así nuevos significados que la publicidad asimila para su beneficio.

BIBLIOGRAFÍA

- ALVÁREZ BASSO, Carlota (2003): «Presentación Indisciplinados», en: Galassi, P. (1991): *Indisciplinados, a posição da arte fronteiras do desenho*, Vigo, Museo de Arte Contemporánea de Vigo.
- EGUIZÁBAL, R. (2001): *Fotografía publicitaria*, Madrid, Cátedra.
- FONTCUBERTA, J. (ed.) (2003): *Estética fotográfica*, Barcelona, Gustavo Gili.
- GALASSI, P. (1991): *Pleasures and Terrors of Domestic Comfort* (catálogo exposición), Museo de Arte Moderno de Nueva York. II (Una traducción al español del texto de Galassi fue publicada en la revista *Papel Alpha*, 2, 2n semestre (1996: 3-33)
- (2003): *Indisciplinados, a posição da arte nas fronteiras do desenho*, Museo de Arte Contemporánea de Vigo, Vigo.
- CATALÀ I PIC, P. (1998): *Fotografía y publicidad*, Barcelona, Lunweg.
- PICAUDÉ, V. Y ARBAÍZAR, P. (eds.) (2004): *La confusión de los géneros en fotografía*, Barcelona, Gustavo Gili.
- STEINERT, Otto (2003): «Sobre las posibilidades de ocasión en fotografía» en FONTCUBERTA, Joan (ed.): *Estética fotográfica*, Barcelona, Gustavo Gili.
- WILLIAMS, V. (1998): *Fashion and Photography in Britain. 1960 to the present*, Londres, The British Council.

SOFTWARE FOTOGRÁFICO. EL LUGAR DE LA FRONTERA CREATIVA EN LA IMAGEN FOTOGRÁFICA

FRANCISCO LÓPEZ CANTOS

Universitat Jaume I, Castellón

Como recoge Marie-Loup Sougez (1996: 343-360) en los comienzos de la fotografía ya se dieron los primeros conflictos legales respecto a la ilimitada capacidad de reproductibilidad que facilitaba la nueva técnica y, en 1862, llegó a la Audiencia Territorial de París la primera demanda contra unos fotógrafos por la reproducción y venta ilícita de copias de unos retratos que habían sido realizados por otros fotógrafos, dictaminando el tribunal que «los dibujos fotográficos no deben necesariamente y en todos los casos ser considerados como desprovistos de carácter artístico». Con ello, se dotaba jurídicamente de estatuto artístico a una nueva técnica mecánica que, sin duda, ponía en crisis el propio concepto que arrojaba al resto de técnicas artísticas, y se respondía anticipadamente a la pregunta que Robert de la Sizeranne plantearía unos años más tarde, en 1897, en la *Revue des Deux Mondes*: «¿Es arte la fotografía?».

Lo cierto es que fueron pintores muchos de los primeros fotógrafos y muchos de ellos, por lo visto, eran malos pintores que encontraban una forma fácil de subsanar su falta de habilidad con los pinceles y los pigmentos, de modo que era precisamente esta falta de virtuosismo *natural* el que permitía a algunos arremeter contra una técnica con pretensiones de convertirse en arte. Algunos años más tarde, Walter Benjamin certificaría la definitiva pérdida de autenticidad de la obra de arte, que cedía paso a cada vez más sofisticadas formas de reproducción técnica que ninguneaban ese aura de originalidad y singularidad que había llevado las artesanías al «olimpio del arte».

El propio Benjamin (1936) se hacía eco, citando a Louis Aragon, de la tensa convivencia que tendría la fotografía con las artes tradicionales,

en consonancia con la irrupción de otros movimientos artísticos de vanguardia que consolidaban una ruptura de las fronteras canónicas hasta entonces infranqueables: «se pegaba un fragmento de fotografía en un cuadro o dibujo; o se dibujaba o pintaba algo sobre una fotografía», pero también, citando a Gisèle Freund, de las estrechas relaciones existentes entre la expansión de un comercio floreciente de imágenes visuales y las pretensiones planteadas desde la propia industria interesada en ese nuevo negocio para que se reconociese su estatuto artístico. El resultado de todo ello bien es conocido hoy: una época en la que se han borrado oficialmente las fronteras entre las distintas técnicas de reproducción de la realidad y en la que a la propia realidad se ha puesto en suspenso diluyendo la rigidez canónica de antaño y popularizando los altares del arte, y esto no va a parar.

Mientras escribo este texto recibo un mensaje multimedia en mi móvil de Movistar que me invita a enviar las fotos realizadas con la microcámara de que dispone el terminal a un número de teléfono para allí proceder a su *revelado* y haciéndome saber que me harán llegar las copias en papel a cualquier dirección que les indique. Y una vez más la industria impone las reglas pero, es más, incluso impone el lenguaje, pues todos sabemos que el revelado es un proceso químico que requiere de un procedimiento determinado y que sólo es pertinente cuando se trata de una emulsión fotoquímica: no se me ocurre de qué manera se puede revelar una fotografía digital.

En definitiva, estamos en una época en que después de un largo y *estéril* siglo de dudas trascendentales se ha impuesto con fuerza y definitivamente aquella máxima que utilizaba George Eastman en 1887 para publicitar su conocida Kodak nº 1 que sentenciaba: «Usted aprieta el botón, nosotros hacemos todo lo demás». Y claro que lo hacían, cuando aquella cámara automática había disparado el rollo de papel emulsionado con los 100 fotogramas que contenía se enviaba a la fábrica de Rochester donde se revelaba para luego devolver las copias y la cámara cargada, por unos módicos 10\$. En 1889 el papel fue sustituido por una base de nitrato de celulosa, y cien años después por los CCD, lo que cabe preguntarnos hoy ya acostumbrándonos a enviar las fotos a

la fábrica vía SMS ¿cuánto tardará la industria en cobrarnos por poder «cargar» nuestro móvil con unas pocas fotos?, o ¿pensamos que vamos a poder hacer fotos impunemente sin más sin pagar lo que corresponda?²⁸⁶

Estamos, en fin, en una época en que la habilidad y precisión con que se medía la exposición para realizar una fotografía y la tensa espera hasta su revelado para comprobar que los parámetros de captación eran los correctos se ha sustituido por una pantalla LCD y el botoncito de George para poder revisar y validar la imagen. Una época en que la depurada técnica artesanal que todavía permitía dotar a la fotografía de cierto estatus artístico ha desaparecido, y el supuestamente necesario virtuosismo personal e intransferible que imprimía la autoría cada vez más se basa en un procedimiento infinitamente falto de originalidad de prueba-error.

Incluso hoy es casi igual cómo se haya hecho la fotografía, o mejor, se pueden hacer mil tomas de la misma escena de manera automática y con distintas exposiciones para, después, elegir cuál puede ser la mejor. Pero el proceso de mejora no acaba ahí, ni mucho menos, hace décadas que no es necesario ajustar manualmente los filtros de la procesadora de color o de la ampliadora para determinar el equilibrio cromático o el contraste de los negativos o las copias: eso ya lo hacen equipos específicos que permiten ajustar *automáticamente* el aspecto final de la copia.

Pero es más, hace décadas que esas técnicas y esos equipos transitan, mediante la creación de procedimientos lógicos plasmados en programas informáticos (*logiciels-software*) que hacen uso de tecnologías aplicadas, hacia la digitalización integral del hecho fotográfico que, hoy, es una realidad. Y el botoncito de George se ha estilizado y, también, se ha instalado sobre un soporte plástico que se mueve cerca de un ordenador y tiene forma de ratón, dejando que podamos apretarlo y convertirnos en artistas, sin duda, tan poco dotados de habilidades para la fotografía como aquellos pintores que preferían un proceso más mecánico.

286. Cualquiera que tenga móviles multimedia de Movistar sabe que el *software* del móvil no permite transmitir las fotos vía infrarrojos al ordenador para imprimirlas en casa, y si se quieren reproducir en papel se ha de utilizar la red de telefónica (enviándolas por correo por ejemplo) o, como ahora proponen, directamente sus laboratorios de revelado. Todo se andará.

Así podemos en nuestro salón, y con un programa como *Photoshop*, eliminar voluminosos equipos de revelado y procesado de copias, molestos productos químicos y todo tipo de material auxiliar para, por ejemplo, seleccionar una parte de la imagen o una capa sin tener que utilizar cartones en la ampliadora o realizar engorrosos procesos de separación de negativos; como podemos, también, virar una imagen, enfocarla, posterialarla, o añadirle cualquier efecto de los muchísimos que acompañan el programa; naturalmente también podemos deshacerlo todo y volver a empezar o, incluso, presentar a nuestros familiares varias versiones de la misma fotografía original: vaya, todos unos profesionales.

Pero, seguramente, alguien nos dirá que no somos unos creadores porque eso es algo más serio que no se hace apretando un botón y en el salón de casa. Y, seguramente, tendrán razón, porque nuestras habilidades sólo consisten en mover un dedo ¿o no?

Pues seguramente no, pues la factura de la obra final no va a depender del medio que se utilice y no dependerá tampoco exclusivamente de la técnica y la habilidad que se tenga con ella, sino que dependerá de la representación particular que se presente y de la estrecha interrelación entre las intenciones del autor y del lector que ponga su atención en ella. Y eso, seguramente, está más allá de ancestrales disputas respecto a la autenticidad de una forma u otra de arte respecto a las demás y, en último extremo, seguro que mis más allegados acaban por convencerse de que tienen un artista en la familia pero, ¿en qué gremio no pasa eso?

En fin, y en conclusión, las nuevas facilidades tecnológicas y las ideologías que las sustentan no son un invento nuevo, sino que vienen siendo impulsadas desde lejos por una industria cada vez más voraz que, como efecto colateral, acaba por desmontar los templos canónicos del arte y que, hoy por hoy, muestra más que nunca que la representación de los discursos de lo posible y lo imposible y su adecuación y adopción cultural a una sociedad determinada no depende tanto de platónicos intangibles sino que se miden con varas que nada tienen que ver con las categorías estéticas tradicionales.

Ahora bien, en defensa de los creadores y para terminar, hemos de suscribir una frase de una gran pintora fotográfica que resume bien el consumismo creativo en que estamos inmersos: «En la “movida” salir era una parte de la creación; hoy sólo se sale a beber». Ouka Lele.

BIBLIOGRAFÍA

- FREUND, G. (1976): *La fotografía como documento social*, Barcelona, Gustavo Gili, S. A.
- BENJAMIN, W. (1997): *Carta de París, texto reproducido en Archivos de la fotografía*, vol. III, núm. 2, otoño-invierno.
- SOUGEZ, M. (1996): *Historia de la fotografía*, Madrid, Cátedra.

LA MOTO DIGITAL

VICENTE LLORENS CASANI

IES La Marxadella, Torrente

TODO DIGITAL (***DIGIT-ALL***)

El término digital se ha convertido hoy en día en una palabra mágica, en el ábrete sésamo de cualquier componente o proceso tecnológico con ínfulas de grandeza. Es sinónimo de calidad, precisión, fiabilidad y principalmente de modernidad, de lo último, sobre todo en aquellas aplicaciones que tradicionalmente se habían solucionado mediante técnicas analógicas, y entrecomillo lo de analógicas porque se suele utilizar como lo antagonico de lo digital, y todo aquello que no es digital debería ser analógico. O por lo menos eso es lo que parece ser.

Efectivamente, las virtudes de la tecnología digital están fuera de toda duda. Nadie puede negar que ha supuesto una verdadera revolución técnica para aquellas cuestiones que en el entorno tradicional eran lentas, imprecisas y difíciles de realizar, cuando no imposibles de llevar a cabo.

Pero como en casi todos los casos de éxito siempre aparecen quienes aprovechan el tirón para sumarse al prestigio de una idea o concepto sin cumplir el más mínimo precepto exigible para ello. O lo que es lo mismo, nos podemos encontrar con elementos tecnológicos con la etiqueta de digitales cuyo cometido o función, o su propia naturaleza de funcionamiento nunca podrán ser calificadas de digitales, y sin embargo el fabricante y la publicidad nos lo van a presentar con ese calificativo y sin dar demasiadas explicaciones del porqué de su condición numérica.

El problema reside en que este tipo de productos nos crean dudas acerca de su condición digital y en ocasiones, más de las deseadas, no tenemos criterio suficiente para saber si realmente se trata de un reclamo de vendedor o realmente hay algo de cierto en lo que se nos pretende vender.

Desde termómetros hasta frigoríficos con la coletilla de digital podremos encontrar en el atractivo catálogo de los grandes almacenes o de tiendas especializadas. Lo que hace algún tiempo asomaba al mercado bajo

la forma de relojes o calculadoras, ha ido hinchando pecho hasta apoderarse prácticamente de cualquier elemento de consumo cotidiano.

En nuestro entorno profesional de la actividad audiovisual la implantación quizás ha tardado un poco más, y los sistemas tradicionales han resistido con solidez el avance digital, no obstante cuando la fotografía digital ha asentado el primer pié en el mundo profesional, el avance ha sido rápido y la evolución de la fotografía digital imparabile y sorprendente.

Hace no demasiados años, las cámaras fotográficas de rolo y de placas no parecían tener mucha competencia en el campo profesional con la aparición incipiente de aparatos digitales destinados a la toma de imágenes fijas. En todo caso se veían como una curiosidad que venía de la mano del mundo de vídeo, y uno aún recuerda en alguna *Photokina* aparatos de *still-vídeo* muy diluidos entre los sistemas y aparatos fotográficos tradicionales que no pasaban de llamar nuestra atención por lo novedoso, pero que parecían inviables para el mundo profesional que parecía tener los pies bien asentados no solo en el campo profesional sino también en el doméstico. Los argumentos que se esgrimían para desestimar estos sistemas se fundamentaban en la poca resolución que ofrecían sus sensores de imagen o en la supremacía que presentaba la imagen de plata y colorante que estaban muy por encima de las pobres impresiones obtenidas a partir de archivos digitales que eran producto de la descomposición de la imagen en una ridícula cantidad de muestras que no llegaban a engañar el sentido de la vista con la misma eficacia que lo hacían los círculos de confusión de la imagen fotográfica tradicional.

Sin embargo, hoy sabemos que aquellos balbuceos fueron tan solo el inicio. La industria y la ingeniería electrónica sabían que aquello iba a evolucionar a pasos de gigante: los kilos pronto serían megas, y poco tardarían en ser gigas y aún nos quedan los teras y los petas en la recámara para asumir el hoy inimaginable pero previsible desarrollo y crecimiento exponencial de la tecnología digital.

VÍCTIMAS ANALÓGICAS

La primera víctima de la fotografía digital ha sido la fotografía tradicional en el segmento doméstico y de consumo. Ciertamente es que aún quedan reductos de resistencia numantina bajo la forma de puristas y fundamentalistas atrincherados contra el furioso ataque de los ceros y los unos que no encuentran obstáculos eficientes que los detengan.

El éxito ha sido fulminante y ha trascendido al campo de la fotografía profesional en cualquiera de sus modalidades, en los que la principal resistencia no era tanto el purismo por utilizar los medios nobles de la imagen de plata, sino el factor económico debido al elevado precio de los primeros equipos aptos para la actividad profesional. Esta última batalla que le quedaba por ganar a la fotografía digital era cuestión de tiempo para que cámaras, respaldos y periféricos fueran limando sus diferencias con la fotografía tradicional. Una vez superado este escollo, los fotógrafos tradicionales han comenzado a gozar de las indudables ventajas que ofrece la fotografía digital: inmediatez, ausencia de revelados, posibilidad casi ilimitada de manipulación, transmisión en tiempo real a grandes distancias y dimensiones de almacenamiento casi ridículas con respecto a los archivos tradicionales.

Todo esto se ha visto acompañado por el desarrollo en paralelo de la industria auxiliar de la fotografía, principalmente en laboratorios y en los talleres de artes gráficas, eliminando con ello el problema que podría suponer para el fotógrafo la obtención de copias de calidad o los materiales destinados a la cuatricromía.

Todo este vuelco tecnológico ha sucedido en un periodo de tiempo tan corto como nunca ocurrió en la evolución e implantación de otros desarrollos tecnológicos de nuestro tiempo: los avances para pasar de la TV en blanco y negro a la TV en color o la evolución de los motores de explosión en los automóviles, por poner algún ejemplo, han tenido un periodo de maduración e implantación mucho mayor que el que han necesitado las tecnologías digitales aplicadas al entorno audiovisual.

PROBLEMAS DE ADAPTACIÓN

El desarrollo ha sido tan rápido que ha ocasionado un problema de adaptación tanto a los usuarios como a los comerciantes en el ámbito de la fotografía. Se nos ha venido encima una cantidad de productos y prestaciones operativas a una velocidad superior a la capacidad media de asimilación y aprendizaje, con el inconveniente añadido de que este desarrollo tecnológico digital aún no ha tocado fondo, y los conceptos que se tenían adquiridos tras una larga experiencia en el campo de la fotografía tradicional, tienen que ser sustituidos por los nuevos conceptos que nos permitan comprender la fotografía digital, sin que se tenga el tiempo suficiente para que éstos queden sólidamente asentados, puesto que lo nuevo de hoy, ya no lo es tanto pasado mañana.

Abandonamos la experiencia de un producto o sistema sin llegar a dominarlo porque no hay tiempo suficiente para ello, y hay que incorporarse al siguiente sin haber adquirido los conocimientos suficientes para dar el siguiente paso, y esta dinámica cognitiva propicia que en más ocasiones de las que desearíamos, creemos progresar adecuadamente cuando en realidad avanzamos a trompicones y siempre a costa de mantener dudas y ausencia de criterio, en ocasiones angustiosamente, que no llegamos a despejar y que sin duda supone un importante freno a la hora de asimilar lo nuevo que nos aborda rápidamente.

Lo más angustioso de esta situación es que difícilmente encontramos información específica que nos ayude a solucionar nuestras dudas y que nos ofrezca los criterios claros que necesitamos, tanto en el terreno editorial como en el entorno de nuestras relaciones personales. Al final siempre descubrimos que nuestras carencias son muy parecidas a las de los demás.

Con este panorama como fondo, la publicidad y los intereses comerciales pueden sacar un buen partido a la hora de ofrecernos productos, prestaciones y servicios dentro del entorno digital contando, no con el desconocimiento integral, pero sí con la confusión de ideas y la pérdida de una perspectiva objetiva de aquello que hasta hace bien poco era claro y diáfano a la hora de analizar un producto y adquirir una opinión crítica sobre el mismo.

Los criterios estaban bastante claros cuando nos las teníamos que ver con la fotografía tradicional, la de la imagen latente y del cloro-bromuro. No aparecían muchas dudas a la hora de elegir una óptica para nuestra cámara, ni para elegir una u otra emulsión en función de sus características para realizar un trabajo determinado.

Podemos decir que, en mayor o menor medida, se conocían los principios básicos y el entorno técnico para decidir lo que queríamos conseguir, cuyo resultado podía ser más o menos acertado en su resolución final, pero siempre con una directriz bastante clara y fundamentada en el conocimiento técnico bien asentado. No me cabe la menor duda de que este conocimiento y esta claridad de ideas eran la consecuencia de un periodo de aprendizaje lo suficientemente reposado que permitiera consolidar criterios y adquirir seguridad a la hora de utilizarlos. Al fin y al cabo los avances y las mejoras de los productos siempre se asentaban sobre experiencias anteriores y se nos daban como una evolución lógica de lo ya conocido y ampliamente experimentado, con lo que la incorporación de lo novedoso a nuestro acervo de conocimiento se producía de manera casi natural y sin sobresaltos desestabilizadores. Todo aquello que conocíamos con anterioridad seguía teniendo vigencia con la incorporación de las novedades, seguíamos teniendo una perspectiva bastante completa del panorama y entorno en el que nos desenvolvíamos.

Esta circunstancia posibilitaba la aplicación de la manida frase: «La técnica está para olvidarse de ella», tan mal interpretada en ocasiones, y que bien entendida debería leerse como: la técnica la tenemos tan bien asumida que no constituye un freno para desarrollar el potencial creativo. Justamente el día en que estoy escribiendo estas líneas, la noticia más relevante es la del fallecimiento del fotógrafo Henry Cartier-Bresson, quizás el exponente más claro de lo expuesto en el párrafo anterior. Alguien en el que toda su energía se concentraba en la creación, pero no por ello exento de una impecable técnica, que con toda seguridad dominaba y aplicaba de modo automático en sus fotografías tal y como se puede deducir de sus obras.

EL PROTAGONISMO ES ELECTRÓNICO, PERO NO TANTO

La llegada de la fotografía digital ha cambiado sustancialmente el panorama tecnológico y consecuentemente la poética en la creación fotográfica. Vaya por delante la bienvenida a la fotografía digital y a su entorno tecnológico, y no se confunda esta comunicación como un rechazo a esta nueva forma de alcanzar los mismos objetivos conseguidos con los medios tradicionales, a lo que además debemos añadir toda una serie de ventajas que no creo necesario enumerar por conocidas y valoradas tanto en el ámbito doméstico como en el profesional.

Sin embargo, no perdemos de vista que los cambios sustanciales se han producido en el terreno técnico, y es precisamente en este entorno en donde se producen los desajustes de conocimiento que suelen llevar a la confusión y a la falta de criterio o de criterio equivocado.

Esta circunstancia de confusión es especialmente notable en el aprendizaje de la fotografía especialmente en quienes parten de cero en esta especialidad.

A los procesos y principios físicos que rigen la fotografía tradicional se les han unido una serie de procedimientos de origen y desarrollo electrónico, extremadamente complejos y difíciles de asimilar si no se tiene una sólida formación en este campo. Tanto es así, que la parte electrónica parece ocultar el aspecto físico y óptico tradicional que aún sigue presente a la hora de tomar una imagen con una cámara digital.

Este protagonismo de la parte electrónica se pone de manifiesto si hacemos un repaso a las marcas de los fabricantes de cámaras digitales del mercado. Empresas y fabricantes que nunca han tenido ninguna relación con el mundo de la fotografía tradicional han lanzado al mercado sus productos fotográficos amparados por una experiencia y tradición en el mundo de la electrónica. No es infrecuente encontrar cámaras fotográficas del mismo fabricante que un frigorífico o un aparato de aire acondicionado. Un detalle importante en este sentido es que aquellos fabricantes de cámaras digitales que han querido ser competitivos

cualitativamente con las marcas tradicionales han requerido la colaboración de empresas de óptica, de las de toda la vida, para poder dotar a sus productos de un elemento no digital que al final resulta ser el que marca diferencias. Quienes por cuestión de economía no lo han hecho saben que quedan en segmentos de inferior calidad, y desde luego fuera de toda pretensión profesional e incluso de aficionado avanzado.

Al final resulta ser que la parte electrónica a la que se le supone tanto protagonismo no parece ser tan definitiva como podríamos pensar en principio a la vista de la gran cantidad de fabricantes de cámaras digitales. Ello nos hace pensar que se trata de una electrónica de gran consumo y fácilmente accesible, además a precios tales, que permiten ofrecer productos acabados francamente baratos, siempre y cuando no busquemos una buena calidad de imagen.

EL NUEVO FOTÓGRAFO

Acceder al mundo de la fotografía digital no precisa, aparentemente, de un conocimiento tradicional de los procesos ópticos, físicos y químicos implícitos en la formación, captura y obtención de imágenes fotográficas. Casi basta con interpretar el manual de instrucciones y tener una cierta predisposición para moverse con soltura entre *displays*, pantallas, menús y programas para conseguir unas tomas más que correctas, y si no fuera así no importa, puesto que la posibilidad de realizar tantas tomas como se quiera y la inmediatez de los resultados es tan asequible que para nada importa reflexionar sobre las circunstancias específicas de cada toma. Por no hablar de los procesos posteriores a la obtención del negativo: la magia del cuarto oscuro, el misterio de la luz inactínica o el milagro de la aparición de la imagen de plata en la copia.

Pero todas estas carencias es probable que no tengan demasiada importancia a la hora de obtener resultados, puesto que la tecnología digital se ocupa de todo, de calcular exposiciones correctamente, de enfocar con rapidez y precisión y de ofrecernos resultados instantáneamente, así

como de darnos una gran cantidad de información de las condiciones en que ha sido realizada cada toma. Y todo ello almacenado en un espacio tan diminuto que apenas si somos conscientes de su existencia.

¡No es posible resistirse a la fascinación del sistema! Necesariamente tenemos que caer rendidos ante tanta precisión y facultades de algo que en el fondo desconocemos en gran medida, pero que nos es fiel y que raramente va a dejarnos en la estacada.

La impresión que se deriva de esta fascinación es que tenemos una herramienta totalmente nueva, y que todos aquellos principios fundamentales no tienen mucho que decir en la nueva era de la fotografía digital, y en consecuencia todo aquello que la rodea debería estar en función de la tecnología digital y que todo elemento o accesorio debería estar pensado y diseñado con la finalidad de poder colgarle la etiqueta digital, y sin la cual no podría entrar a formar parte del universo de la imagen digital.

Esta visión del consumidor medio no ha pasado desapercibida por la industria de la fotografía, y quizás contando con que la mayoría de los usuarios aún mantienen una buena cantidad de dudas y carencias de criterio, desembarcan en el mercado una serie de productos etiquetados como digitales que buscan ampliar ratios de venta, cuando en realidad esos mismos elementos, por su propia naturaleza, no pueden ser específicamente digitales puesto que cumplen funciones absolutamente convencionales y que no tienen cabida dentro del concepto digital. Estos argumentos parecen encontrar soluciones a problemas inexistentes o dicho de otro modo se encuentran soluciones sin que hayan aparecido los problemas.

TRES BOTONES DE MUESTRA

Un paseo por las revistas especializadas nos ponen de manifiesto esta generación de productos digitales a través de la publicidad que invariablemente insertan entre sus páginas.

No citaré el nombre de las publicaciones por lo irrelevante del dato y que además no aporta ningún elemento de juicio crítico para el caso

que nos ocupa. Tampoco parece necesario la cita de las marcas anunciadas, puesto que prácticamente todas ellas utilizan la misma estrategia publicitaria.

El elemento más llamativo es quizás el objetivo. Siempre ha sido una de las partes a las que mayor mimo y cuidado le ha prestado el fotógrafo, tanto por su luminosidad como por su distancia focal que nos permite el encuadre deseado en cada toma.

Leemos una página de publicidad de un conocido fabricante:

GENERACIÓN DIGITAL (en gran titular)

Di Digitally Integrated Design

La serie Di de [...] (marca) es una nueva Generación (en mayúscula) de objetivos ultra compactos, que han sido especialmente desarrollados para las cámaras réflex digitales. Igualmente proporcionan sobresalientes imágenes con cámaras analógicas.

Hasta aquí el texto publicitario. Desde luego tras la lectura del mismo, resulta imposible deducir que es lo que aporta de más o de menos. Para colmo se nos anuncia que también sirven para las cámaras analógicas.

A continuación, información sobre sus características técnicas:

AF 180 mm / F3.5	Di 1:1 Macro
AF 28-75 mm / F2.8	Di Macro
AF 17-35 mm / F2.8-4	Di

Como se puede observar se trata de características normales en el ámbito de la fotografía tradicional. Salvo la denominación Di, nada tienen de más estos objetivos. Para abundar más, si nos fijamos en los valores de las distancias focales ofrecidas, éstas son más consecuentes con el fotograma tradicional del formato 35 mm (36 x 24 mm) que con las dimensiones de los sensores CCD que suelen equipar la mayoría de las cámaras réflex digitales, que suelen estar en torno a 23,7 x 15,6 mm, lo que hace que los encuadres sean más estrechos de lo que estamos habituados para las mismas distancias focales cuando se utiliza el formato de paso universal.

¿En dónde reside lo específico de lo digital? ¿En la corrección de aberraciones? ¿En el tratamiento superficial de las lentes? Si fuera así el fabricante no lo menciona, y no parece lógico que éste renuncie a darlo a conocer puesto que sería un excelente argumento de venta.

En este primer ejemplo ya vemos la utilización de la palabra digital de modo frecuente y un tanto confuso, por lo que induce a la duda por parte del usuario que es probable que se pregunte: ¿será absolutamente necesario equipar mi cámara con este tipo de objetivos para que funcione correctamente?, al fin y al cabo es digital y en algo tendrá que diferenciarse de los objetivos analógicos.

Ante esta duda, el fotógrafo formado en el terreno de la fotografía tradicional tiene elementos de juicio y criterio suficiente para pararse a reflexionar: ¿cuál es la función de un objetivo fotográfico?, y casi con seguridad debe de concluir que su misión es la de formar una imagen óptica controlada en tamaño, luminosidad y nitidez, y esto es totalmente independiente del tratamiento posterior que se le vaya a dar, tanto si es un tratamiento químico o electrónico.

Un segundo ejemplo muy abundante en las revistas especializadas es el relativo a los flashes, cuyos fabricantes también se han puesto al día en lo digital. Volviendo a leer textualmente el inserto publicitario podemos leer:

NUEVA Serie Monobloc (marca) Digital DX

Llamativo titular que ya nos remite a lo digital, para continuar diciendo:

La Serie [...] (marca) Digital DX ha sido diseñada y construida para el fotógrafo que necesite aumentar la precisión en su labor de iluminación. Ya sean los afinados ajustes de potencia para una toma de una transparencia crucial, o bien el refinamiento de la repetibilidad tan importante para las herramientas digitales de hoy, la serie Digital DX ofrece las más altas prestaciones a unos precios excepcionales.

Parece quedar bien claro que cumple con las exigencias de una cámara digital, y que seguramente otros *flashes* no alcanzan.

El anuncio acaba relacionando las prestaciones que hacen que el flash sea óptimo y casi necesario para ser utilizado con cámaras digitales:

La nueva gama Digital DX ofrece, entre otros (que no se mencionan), estos avances tecnológicos en iluminación:

- Ajustes de potencia con precisión y con una exactitud de $f/10$ stop
- Gama de control de potencia de seis $f/stops$, desde total hasta $1/32$
- Una enorme selección de reflectores y accesorios de control de luz
- Elección de tres diferentes niveles de potencia: 250, 500 y 1.000 w/s

Tras la lectura atenta de estas características nos podríamos preguntar: ¿pero es que las prestaciones ofrecidas no son igualmente deseables en el ámbito de la fotografía tradicional? ¿Es que una cámara digital no funciona correctamente sin una gama de control de seis $f/stops$? ¿O sin una enorme selección de reflectores?

No podemos ni debemos dudar, cuando sabemos que un *flash* no es otra cosa que un elemento capaz de emitir un flujo de luz controlado con mayor o menor precisión y sincronizado con un mecanismo de obturación, con la misión de iluminar el objeto fotografiado. No parece estar implicado más que en la formación de una imagen óptica, que como ya sabemos no pertenece al ámbito digital. Si no fuera así, ¿también necesitaríamos un Sol digital cuando fotografiamos a la luz del día?

Sin embargo, no podemos negarle a un *flash* el carácter de digital, si tenemos en cuenta que está constituido por una serie de circuitos electrónicos que deben de ser controlados por señales eléctricas para realizar su función, y es ahí en donde reside el verdadero carácter digital del aparato, pero esta cuestión no queda suficientemente clara a la vista del texto publicitario, que una vez más tiende a confundir o cuanto menos a crear dudas en el futuro comprador.

El tercer caso que cierra esta muestra es quizás el más burdo de todos ellos, y al que se la ha etiquetado digitalmente forzando al máximo esta denominación, y desde luego con ninguna posibilidad de jus-

tificación. Se trata de una rótula para trípode que el fabricante anuncia del siguiente modo:

RÓTULA (marca) 405 Pro Digital

Del titular ya nos parece irresistible su lectura y análisis por lo insólito y sorprendente de la denominación, y transcribo íntegramente el resto del texto:

La rótula de [...] (marca) 405 Pro Digital aúna precisión micrométrica y rapidez de movimientos panorámicos, frontales y laterales. La nueva rótula ha sido diseñada específicamente para satisfacer las necesidades de los fotógrafos profesionales. Con una capacidad de carga de casi 8 k Es la elección idónea para quienes trabajan con equipos de 35 mm o formato medio, incluidos respaldos digitales.

Creo que cualquier comentario al respecto de esta rótula digital es ocioso, puesto que en esta ocasión el elemento en cuestión, absolutamente mecánico, intenta beneficiarse de una denominación que no puede justificar de ningún modo.

¿CONCLUSIÓN?

Aún hace relativamente poco tiempo que hemos estrenado una gran herramienta, la fotografía digital, que casi ha colmado todas las aspiraciones operativas del fotógrafo, además con una rapidez y precisión como no imaginábamos antes de su aparición, y que además lejos de ser inalcanzable económicamente, se ha equiparado al sistema convencional, e incluso en algunos casos ha abaratado los costes de producción al cortar su independencia con la plata que en definitiva es un metal precioso y escaso. Y este cambio debe de ser bienvenido y aprovechado en beneficio del fotógrafo y del consumidor de fotografía.

El peligro que se corre, sin embargo, es el de perder la perspectiva próxima y global de lo que tenemos entre manos, para acabar de hacer un

acto de fe y de sumisión a un ente llamado digital como una especie de ser intangible y misterioso ante el cual no podemos plantearnos demasiadas preguntas cuyas respuestas rayarían en lo místico y metafísico.

Siempre he dicho en mi aula, que la tecnología digital no es muy difícil de entender, que lo verdaderamente difícil es creérselo. Entender que de un fenómeno físico, como es la imagen óptica, se pueden tomar 6 millones de muestras en una fracción de segundo, en sí mismo es fácil de entender puesto que al fin y al cabo tenemos claro el concepto de muestra y el de segundo. El desconcierto llega cuando nos preguntamos sobre el modo de conseguirlo, y esa respuesta solamente la puede dar la electrónica digital, de la que ya nos resulta difícil siquiera hacernos una ligera idea salvo que seamos especialistas formados en este campo de la tecnología. Por lo que no nos queda otro remedio que el acto de fe a la vista de que los resultados que se obtienen así lo confirman.

Con este escenario de facilidades y dificultades conviviendo en el mismo hecho, es fácil perderse debido a su complejidad, y es el entorno en el que fácilmente aparecen las dudas y los criterios confusos, sobre todo cuando aquellas partes del proceso no implicadas digitalmente no han sido aprendidas y asumidas suficientemente para que podamos separar con claridad que pertenece o no al misterio digital. Es necesario pues discriminar entre lo que podemos racionalizar y lo que está fuera de nuestras posibilidades cognitivas.

El término digital no debería hacernos perder de vista la integridad del proceso fotográfico. Se siguen utilizando una serie de principios y procesos que responden a lo digital y otros a lo analógico.

En primer lugar, está la formación de la imagen óptica, que es un proceso tradicional, con todos sus elementos ópticos y mecánicos que de momento no tiene visos de que se pueda sustituir por un proceso digital.

En segundo lugar, se encuentra la obtención de la imagen final, la obtención de un resultado visual bajo la forma de una copia o una imagen en pantalla de monitor, la cual debe de ser interpretada fisiológicamente a través de la vista, y que por lo tanto tampoco cabe dentro del ámbito digital.

¿Qué es, pues, lo digital en el universo de la fotografía?: toda la serie de procesos implicados en trasladar la imagen óptica instantánea y fugaz, en un soporte visible permanente y duradero. Durante este trayecto no existe imagen de ningún tipo, tan solo manipulamos información sobre la imagen captada, y dicha información no es nada sí misma. Valores numéricos en cantidades enormes que necesitan algo o alguien que los interprete, los reordene y les devuelva de nuevo su aspecto visual. Mientras tanto no son otra cosa que interminables listas de cifras, que para su mejor transporte y almacenamiento se expresan del modo matemático más simple posible, utilizando únicamente dos símbolos. Simple pero exageradamente extenso.

Por otro lado hay que tener claro el carácter discreto del sistema. La digitalización supone la adquisición de un número finito de muestras a partir de un modelo que por su carácter físico podría darnos un infinito número de muestras. Por lo tanto, por muy grande que sea el número de muestras obtenidas, siempre será ínfimo respecto al infinito número de las mismas que sería posible obtener a partir de una imagen óptica. Afortunadamente otra cuestión es que con el número de muestras que se obtienen se supere con creces la capacidad de discriminación visual humana. Y a efectos prácticos nos baste y nos sobre.

En definitiva, si tenemos claros los aspectos que pertenecen al mundo de la fotografía tradicional y podemos separarlos conceptualmente de los procesos digitales, despejaremos dudas y podremos utilizar una magnífica herramienta de creación sin el peligro de que algún fabricante espabilado nos venda la moto digital.

DE LA FOTOGRAFÍA A LA IMAGEN FOTOGRAFÍC@. FOTOGRAFÍA ANALÓGICA, FOTOGRAFÍA DIGITAL

MARÍA DEL MAR MARCOS MOLANO

Universidad Europea de Madrid

La incidencia y creciente desarrollo de las tecnologías digitales aplicadas a la imagen fotográfica ha abierto un intenso debate que se articula en dos ejes, por un lado, el que hace referencia a los procesos de producción y recepción de las obras fotográficas y cómo se transforman los modos de hacer y percibir las imágenes; por otro, el que se refiere a planteamientos más complejos, por globales, en torno al advenimiento de las imágenes fotográficas/digitales, en virtud de transformaciones en la cultura visual influida por el desarrollo tecnológico. Ello abre a su vez dos interesantes formas de acercarse a lo fotográfico: por un lado, su análisis en torno a su identidad ontológica, esto es, identificar la fotografía con su propia naturaleza y, por otro, su identidad histórica, esto es, identificar la fotografía con la cultura que le rodea.

En esta segunda línea se sitúan autores como Tagg (en Batchen 2004: 12) quien, con planteamientos de carácter posmoderno advierte cómo la imagen fotográfica no puede entenderse como una entidad individual sino como parte de un campo más abierto y disperso donde se dan cita imágenes, prácticas y tecnologías. Afirma que la fotografía no puede hablar de y por sí misma, dado que sus significados son contingentes al depender de su contexto:

La fotografía como tal carece de identidad. Su situación como tecnología varía según qué relaciones de poder la impregnan. Su naturaleza como práctica depende de las instituciones y de los agentes que la definen y utilizan. Sus funciones como modo de producción cultural están ligadas a unas condiciones de existencia definidas, y sus productos son significativos y legibles solamente dentro de difusiones específicas.

Su historia no tiene unidad. Es un paseo por un campo de espacios institucionales. Lo que debemos estudiar es ese campo, no la fotografía como tal.

En esta misma línea de pensamiento posmoderno, Burgin añade que el objeto de la teoría fotográfica no es la fotografía en sí, sino una serie de prácticas de significación que la anteceden y al tiempo convierten en significativas. De este modo Burgin se sirve de la fotografía para buscar algo que tiene sus orígenes en otra parte.

En una línea opuesta se encuentra el planteamiento formalista de autores como André Bazin (2001: 28-29) para el que la propia imagen fotográfica es el objeto mismo de investigación, liberado de cualquier condición espacio-temporal:

La imagen puede ser borrosa, estar deformada, descolorida, no tener valor documental; sin embargo procede siempre por su ser de la ontología del modelo [...]; porque la fotografía no crea –como el arte– la eternidad, sino que embalsama el tiempo; se limita a sustraerlo a su propia corrupción.

De esta manera, la ontología de la foto, esencialmente objetiva, la capacitaba para lograr el verdadero realismo. En la misma línea de pensamiento, Szarkowski identificaba cinco nociones esenciales de la fotografía: el objeto mismo, el detalle, el encuadre, el tiempo y el punto de vista. Desde el planteamiento de Szarkowski sería posible considerar la historia del medio fotográfico desde el punto de vista de la progresiva conciencia del fotógrafo respecto a las características intrínsecas del propio medio. Batchen (2004: 21), apunta no obstante, a diferencia de Bazin, que el nacimiento de la fotografía surgiría de una «compleja ecología del ideas y circunstancias que engloba el ambiente intelectual, el clima político, la situación de la capacidad técnica y la sofisticación de la simiente».

Se observa cómo ambos planteamientos, en principio polares –por un lado la fotografía entendida como fenómeno cultural que no tiene

identidad porque depende del contexto y, por otro, la fotografía entendida por su naturaleza inherente donde la identificación fotográfica se realiza mediante el aislamiento de sus atributos esenciales—, no son tan extremos.²⁸⁷ No sólo eso, sino que podríamos encontrar complementariedad entre ellos y no sólo aplicado al estudio de los inicios de la fotografía sino también en lo que a los inicios de la imagen digital se refiere: si el nacimiento de la fotografía se instala en unos particulares procesos económicos, sociales y culturales de principios del siglo XIX que no supusieron una ruptura traumática respecto de los modos de representación del momento, la eclosión de la fotografía digital, siguiendo la teoría de los desplazamientos de Foucault, respondería a unos nuevos procesos económicos, políticos y culturales propios de finales del siglo XX. En ambos casos se observa que el elemento tecnológico no ha resultado en absoluto determinante, y lo cierto es que la fotografía no ha sido ni es una tecnología determinada, sino que su evolución ha venido marcada por diferentes inmersiones de innovación y caducidad tecnológicas que no han amenazado su supervivencia.

¿CUÁL ES ENTONCES LA AMENAZA DIGITAL?

Quizá la respuesta se encuentre en el primero de los ejes propuesto en estas líneas, el referido a los procesos de producción y recepción de las obras fotográficas, que ven alterada una tradición de representación perfectamente asentada y asumida en aras de otra cuyo desconocimiento provoca cierto temor. Pero, ¿qué es lo que cambia en realidad? Para Lister (1997: 16)

287. «Ya es posible observar la extraña coincidencia que se produce en el seno de y entre estas diversas interpretaciones de los orígenes de la fotografía. Los formalistas, supuestamente preocupados por la esencia de los fotográfico, se ven de pronto construyendo los cimientos de dicha esencia sobre la base de la historia. Por su parte, los posmodernos, supuestamente contrarios a la búsqueda de la esencia, se encuentran de pronto intentando identificar epistemologías y estéticas fotográficas que son “fundamentales”, “esenciales” e “intrínsecas”» (Batchen, 2004: 27).

... las destrezas artesanales se han transformado en la pequeña caja de plástico gris del ordenador personal. En este nivel, se expresan el temor por la posible desaparición de las habilidades, las funciones sociales y las responsabilidades políticas asociadas a la vocación o a la profesión de fotógrafo. [...] Y para el consumidor de imágenes fotográficas, seguramente una parte importante de la población mundial a diferentes niveles, ya no es posible mantener la creencia en un vínculo significativo entre la apariencia del mundo y la configuración concreta de una imagen material

Pero lo esencial no es cambiar unas habilidades manuales por otras digitales, ni tampoco la recepción de la imagen en otros soportes alternativos, sino continuar con el compromiso que la fotografía realizó en sus orígenes: mostrar el parecido.

El uso histórico de la fotografía como evidencia y documento fiable ha estado en continua contradicción. Y aunque muchas han sido las prácticas realizadas para huir conscientemente de lo real, lo cierto es que el observador siempre intuyó que detrás de una fotografía había un referente... real.

La propia concepción inicial de representación fotográfica, se instauró sobre unas claves de representación normativizada heredadas de prácticas anteriores surgidas en el Renacimiento. La imagen normativa que emerge de la fotografía sufre un doble proceso. Por un lado, la fotografía instala los acontecimientos en una especie de tiempo neutro, a-tiempo, tiempo cero. Así pues, el instante del acto fotográfico no puede confundirse con el instante vivido.²⁸⁸ Una vez fotografiado, el hecho deviene imagen –real, instantánea– pero imagen a fin de cuentas, el

288. Nadie como Henri Cartier-Bresson para demostrar este aspecto. Su forma de fotografiar sólo puede entenderse si se es consciente de que la fotografía «dice» la verdad, sólo así, atrapa esta realidad que le rodea sorprendiéndola en sus momentos decisivos, ésos que llevan en sí mismos la esencia de las situaciones. Él mismo apuntaba que la foto en sí misma no le interesaba lo más mínimo. Lo único que quería era retener la realidad una fracción de segundo.

hecho se abandona y no volverá a ser como la imagen representa.²⁸⁹ Pero aún más, la fotografía somete a la realidad a un reduccionismo espacial, encajando una parte de la realidad en los límites de su marco y no otra. Así, sólo ofrece una apariencia de lo real y, si bien, deviene creíble en virtud de su inmediatez, esa apariencia está tomada al margen de su sentido.²⁹⁰ De este modo, si la imagen sólo ofrece una apariencia de la realidad, el espectador se encuentra en la necesidad de apelar a otro universo conceptual, aquel que fulmina la realidad bajo el peso del simulacro, donde la dicotomía verdad/realidad pierde valor.

Puede determinarse que la objetividad fotográfica –entendida como lo real verdadero–, propia del reduccionismo mecanicista inherente a su nacimiento, sólo existe a escala de mito ya que el mensaje analógico-mimético está contaminado temporal y espacialmente por una serie de procedimientos que modifican lo real. La imagen fotográfica no re-presenta (vuelve a presentar) lo presentado (el hecho), sino que lo representa (interpreta) normativizado. Dada su similitud al referente, el espectador no necesita otro saber para mirar la imagen que el de su propia percepción, ahora bien, necesita aceptar otras claves para comprender el proceso fotográfico: el autor (estrategia productiva) concibe la fotografía como la creación de un presente (acto de fotografiar [está siendo]) orientado hacia un futuro; el espectador (estrategia espectral) concibe la fotografía como la creación de un presente (acto de mirar [es]) orientado a la re-creación de un pasado (acto de abstraer el sentido [ha sido]).

289. «La fotografía sólo adquiere su valor pleno con la desaparición irreversible del referente, con la muerte del sujeto fotografiado [...] La esencia de la fotografía es precisamente esta obstinación del referente en estar siempre ahí. [...] La fotografía es la momificación del referente. El referente se encuentra ahí, pero en un tiempo que no le es propio» (Barthes, 1992: 66-67).

290. «Jean Baudrillard ha sintetizado las fases sucesivas de la imagen en el trayecto que va de considerarla como el reflejo de una realidad profunda o de su ausencia, hasta llegar el momento actual, en el que carece de cualquier relación con la realidad agotándose en su propio simulacro. En un mundo en el que el exceso de información se corresponde de manera directa con una aguda deflacción del sentido, anulando toda posibilidad de comunicación a través de un proceso de simulación que tiende a sustituir la comunicación por su pura puesta en escena, la imagen ocupa un lugar central en la estrategia que organiza el permanente rechazo de lo real» (Zunzunegui, 1995: 109).

La imagen fotográfica normativa así creada dispone de una serie de parámetros para manipular la realidad. Desde el punto de vista espacial, el punto de vista y encuadre, el tamaño del plano y distancia focal empleada, la profundidad y el fuera de campo. Desde el punto de vista temporal, al extraer imaginariamente del flujo temporal un punto singular de duración casi nula, se beneficia de lo que conocemos como instantánea. Así, la veracidad de la imagen queda manipulada sólo en virtud de un juego de convenciones aprehendidas y compartidas por la estrategia productiva y la espectacular. La fotografía miente, pero lo importante es cómo se usa y a qué intenciones sirve.

De este modo, si la fotografía como verdad objetiva se instala en el mito, con la digitalización este aspecto parece maximizarse al poder producirse imágenes que no tienen un referente específico o causal en el mundo de los objetos o los hechos. En definitiva, se puede crear otra realidad. Se produce entonces una ruptura entre lo fotográfico y lo digital ya que este nuevo medio transforma nuestra idea sobre la realidad, conocimiento y verdad. Se accede al mundo del simulacro y de la simulación virtual donde empieza a cuestionarse la presencia del mundo material sobre el de la imagen: lo considerado verdad en la era fotográfica se desvanece para incurrir en una arenosa, por compleja, distinción entre lo real y lo imaginario.

El discurso de la imagen digital obliga al receptor a una mayor cautela de lo que hasta ahora era el mundo real captado por el objetivo de la cámara y atrapado para siempre por el celuloide, ya que es posible llegar a lugares a los que no se creía poder llegar, es lo que Ritchin llama hiperfotografía:

Puede pensarse en ella como una fotografía que no requiere ni la simultaneidad ni la proximidad del que ve y de lo que es visto, y que considera como su mundo cualquier cosa que exista, existió o que podría llegar a existir, visible o no, en resumen, cualquier cosa que pueda sentirse o concebirse.

La imagen fotográfica ya no sirve para re-presentar al objeto sino más bien para revelarlo, para hacerlo existir. La posibilidad de simular su existencia abre nuevos caminos de experimentación al poder interactuar con él como si fuera un objeto del mundo real. Se observa cómo las necesidades planteadas a las nuevas tecnologías en términos de realidad se traducen en planteamientos de desrealización: si la fotografía construye una realidad en el interior de un encuadre que, al fin y al cabo, es el resultado de un encuentro con el mundo visible, la imagen digital desrealiza la imagen en tanto que su reducción a números implica la posibilidad de crear imágenes post-fotográficamente reales. La simulación crea otra realidad, la de la pura imagen.

Es ahí donde entra en conflicto la idea de mostrar el parecido a la que nos referíamos con anterioridad, en tanto que la digitalización abandona la retórica de la verdad que ha sido una máxima fundamental en el éxito cultural de la fotografía: lo que está [ahí] en la foto, ha estado antes [ahí] en la realidad.

Ahora bien, la imagen fotográfica surgida de la era digital tiene que ser vista como un objeto cultural y no tecnológico que amplía y enriquece nuestra percepción del mundo: La fotografía se halla inmersa en su propia revolución y sus artífices responden de un modo parecido y previsible. Sólo han evolucionado sus herramientas. Si lo que nos interesa es el contenido, no tenemos nada que reprochar a este razonamiento. Otra cosa sería cuestionar si la fotografía digital es todavía «fotografía» (Fontcuberta, 1992: 146-147). La auténtica revolución digital no es de carácter tecnológico sino más bien un fascinante universo para la reflexión donde autor y espectador concentren su atención en aras de un compromiso crítico. La actitud sensorial y pasiva no es una auténtica actitud estética, para que exista dicha actitud, el espectador debe guardar ciertas distancias con respecto a la materialidad de la imagen. Ya sea analógica, ya sea digital...

BIBLIOGRAFÍA

- BATCHEN, G. (2004): *Arder en deseos, la concepción de la fotografía*, Barcelona, Gustavo Gili,
- BAZIN, A. (2001): *¿Qué es el cine?*, Madrid, Rialp.
- BARTHES, R. (1992): *La cámara lúcida. Notas sobre la fotografía*, Barcelona, Paidós.
- DUBOIS, P. (1994): *El acto fotográfico, De la representación a la recepción*, Barcelona, Paidós.
- LISTER, M. (1997): *La imagen fotográfica en la cultura digital*, Barcelona, Paidós.
- Fontcuberta, J. (1992): *El beso de Judas. Fotografía y verdad*, Barcelona, Gustavo Gili.
- SCHARF, A. (1994): *Arte y fotografía*, Madrid, Alianza.
- ZUNZUNEGUI, S. (1995): *Pensar la imagen*, Madrid, Cátedra/ Universidad del País Vasco, Signo e Imagen.

LA FOTOGRAFÍA ELECTRODOMESTICADA

JUAN L. MORENO-BAQUERIZO BALSERA

Universidad Europea de Madrid

LA REVOLUCIÓN DIGITAL EN FOTOGRAFÍA

Si atendemos a los cambios tecnológicos que se suceden continuamente, estaríamos viviendo en palabras de Basalla (1991: 82) una tercera revolución industrial con dos posibles significados; «el primero aludiendo a los cambios fundamentales de la industria producidos por la introducción de la electrónica y los ordenadores»; el segundo «como una alteración fundamental de la sociedad por la tecnología [...] Según la primera definición, el cambio tecnológico industrial es revolucionario; según la segunda, lo revolucionario son los cambios sociales y económicos». En el caso de la fotografía es evidente que se están adoptando de forma generalizada procesos digitales que están transformando la relación que mantenemos con este medio. El cambio efectivamente afecta a la industria fotográfica que está obligada a amoldarse a la nueva situación y por otra parte abre nuevas posibilidades en la creación de imágenes y pone de manifiesto la seducción de la sociedad por la caja mágica tecnológica (la cámara fotográfica digital).

En los cerca de dos siglos de historia de fijación de imágenes por medio de la cámara oscura, la evolución de los procedimientos químicos ha sido vertiginosa y en los próximos 25 años, cuando se cumplan esos doscientos años, seguramente las maneras de obtener fotografías habrán cambiado tanto, en la inevitable metamorfosis que imponen los procedimientos digitales aplicados a la fotografía, que ahora no alcanzamos a entrever las consecuencias de tal evolución. Hemos pasado de no creer que los procesos digitales pudieran competir con los tradicionales, a una apresurada actualización o reciclaje en los constantes cambios que en el seno del panorama digital se producen.

No obstante, la transformación más agresiva se está dando en los entornos domésticos o de aficionados, aquí la migración está siendo casi

instantánea. Faltaba dotar a este ecosistema de un medio informático lo suficientemente potente e intuitivo para poder hacer uso de las nuevas formas de obtención de imagen. Era asimismo necesario una situación económica favorable, que animase a una gran parte de la sociedad a consumir los innumerables artefactos de carácter fotográfico que compiten para obtener la recompensa económica consecuencia de la venta. Una de las secuelas de esta puesta al día en el ámbito doméstico, es el retroceso en la calidad de imagen que habíamos alcanzado con los procedimientos químicos, no porque los medios digitales sean incapaces de obtenerla, sino por el mal uso que de ellos se hace hasta el momento. Es bastante común observar imágenes digitales píxelizadas, alteración del color e incluso deformaciones en las proporciones de la imagen.

El tradicional sector de fotografía con película está bajo presión debido a la creciente popularidad de las cámaras digitales, marcas como Kodak a comienzos de 2004 anunciaba que no harán inversiones significativas en el sector tradicional y que dejará de fabricar cámaras para películas en EEUU., Canadá y el oeste de Europa. Las ventas de cámaras tradicionales están cayendo alarmantemente, según estudios realizados en el sector fotográfico, en mayo la caída de ventas en un 18% era superior a lo esperado, que rondaba entre el 6% de los más optimistas y el 12% de la propia Kodak. Como consecuencia de estas vertiginosas crisis no sólo Kodak se plantea nuevas soluciones, también la japonesa Fuji, segundo fabricante mundial de películas, o la belga Agfa-Gevaert, se están reorganizando para sobrevivir a las aplaudidas imposiciones de la tecnología.

Evidentemente el cambio hacia lo digital en fotografía se ha acelerado cuando los aficionados han sido convencidos de haber encontrado en este medio la calidad y prestaciones que les ofrecía tradicionalmente el químico, incluso han querido ver en la nueva tecnología fotográfica superadas sus expectativas. Disponer de un ordenador, como los que se pueden adquirir actualmente para uso doméstico, significa poder gestionar de manera autónoma los archivos fotográficos con una inmediatez desconocida hasta el momento. Es obvio que el acceso a la tecnología digital no está al alcance de todos, y que está condicio-

nado a aceptar el engranaje económico y social de la sociedad capitalista, esto conlleva la posibilidad de adquirir una peligrosa pasividad que nos convierta en una masa conformista y contemplativa. Queda la esperanza de que la dotación digital, una vez extendida en nuestra cultura, implique también potenciar la autonomía y el posicionamiento crítico que nos haga concienciarnos como individuos.

Pero ni siquiera el ordenador, como aparato de sobremesa, es imprescindible para el desarrollo fotográfico digital, la aparición de unidades de almacenamiento de gran capacidad así como la autonomía de alimentación y el diseño cada vez más pequeño de los aparatos, permiten llevar en el bolsillo todo lo necesario para hacer fotografías. Es el caso de la toma de imágenes por medio de cámaras incorporadas en teléfonos móviles, que son guardadas en el propio aparato, o en álbumes virtuales en Internet para usos que evolucionan paralelamente a la oferta tecnológica.

En estos momentos se han presentado en el mercado español dos teléfonos con cámara de 1 megapíxel (Nokia 7610, Sharp GX 30) que según su fabricantes permiten capturar, imprimir, editar, almacenar y compartir imágenes e incluso vídeos. En otros mercados más desarrollados como el japonés esto se produjo hace un año y ya cuentan con teléfonos que incorporan cámaras de hasta 3 megapíxeles (Casio A 5406 CA) y algunas con *zoom* óptico (Sharp V602SH). En Japón ciertas marcas de móviles ya amenazan con construir modelos que incorporen cámaras de 6 Mp. La velocidad en la aparición de nuevas prestaciones hacen que las previsiones de mercado en el futuro se queden obsoletas; como la noticia de la consultora inglesa IDC que en nota de prensa del 10 de agosto de 2004 prevé que en 2006 se venderán 20 millones de teléfonos móviles que integrarán cámaras de 3 Mp capaces de competir con un incremento previsto en las ventas de cámaras digitales para Europa occidental de un 45% hasta 2008. ¿Se venderán teléfonos-cámaras de 3, 6 o quizás más megapíxeles?, ¿se ofertarán en esa época teléfonos o podremos comprar pequeños aparatos multimedia que reúnan a la comunicación, la imagen, el sonido...? Pensemos que hace relativamente poco tiempo, en 1997, pagábamos gran cantidad de dinero por cámaras

que no alcanzaban el megapíxel y hasta el 2000 no aparecían con 3 Mp, actualmente la carrera de los megapíxels se encuentra en sensores que incorporan 8 Mp, me refiero, naturalmente, al mercado actual de cámaras no profesionales.

La tecnología lucha por mantener sus necesidades cubiertas, provocando necesidades emergentes en la sociedad, según Basalla (1991: 248)

la libertad de desarrollar la tecnología principalmente para atender a desarrollar a las necesidades humanas se perdió con la difusión de la industrialización y el crecimiento de los modernos sistemas megatécnicos en las comunicaciones, el transporte, la producción de energía y la manufactura. [...] la forma en que vivimos, trabajamos y nos recreamos está estructurada por el orden tecnológico monolítico que gobierna la moderna sociedad industrial

Los laboratorios fotográficos tradicionalmente encargados de procesar las imágenes se han apresurado igualmente a completar su nombre con la coletilla de digital que advierte al público sobre su capacidad para gestionar los archivos fotográficos creados con las nuevas cámaras. Están obligados a encontrar nuevas ofertas que poco a poco vayan sustituyendo a las establecidas por los procedimientos químicos y así poder amortizar los costosos equipos digitales.

Los progresos son constantes en la historia de la fotografía, desde las primeras heliografías de Niepce que necesitaban permanecer expuestas largos periodos de tiempo de hasta 8 horas, esta disciplina ha evolucionando para conseguir rebajar los tiempos de exposición o hacer que los equipos fuesen más ligeros y fácilmente manejables en un afán por hacer posible que cualquier persona pueda registrar con suma facilidad lo que tiene enfrente de su cámara, creándose un mercado que genera sustanciosos beneficios. La menospreciada democratización de la imagen por los grupos que tradicionalmente ostentaban el estatus de directores de la cultura, fue un importante logro de la tecnología fotográfica. En la época digital el uso fotográfico se extiende con total naturalidad a casi cualquier franja de edad (desde la Kodak Brownie se ha

intentado acercar la fotografía a los niños, Cartier-Bresson usaba una de pequeño), cualquiera que mire algo y desee o necesite retenerlo en una imagen puede hacerlo. Y se está demostrando que el temor de Baudelaire (1999: 233) apuntado en la siguiente cita:

Si se permite que la fotografía supla al arte en algunas de sus funciones pronto, gracias a la alianza natural que encontrará en la necesidad de la multitud, lo habrá suplantado o totalmente corrompido, es infundado.

El artista, sin complejos, emplea la fotografía y cualquier otra disciplina que permita alcanzar sus sueños sin pretender un dominio servil del instrumento que use. Las gentes de hoy utilizan los artefactos fotográficos con total naturalidad para todo tipo de usos, seguramente tropezando a cada clic pero creando una cultura visual en la que todos estamos implicados.

EL ELECTROCOMPLEMENTO VISUAL

La actual situación tecnológica nos sirve para observar que la evolución de los artefactos fotográficos digitales evolucionan con el objetivo de dominar el mercado, mejorando sus prestaciones para anular al competidor. Esta situación provoca gran confusión y ansiedad entre los usuarios que tras adquirirlos, en pocos meses se encuentran con aparatos aparentemente desfasados. Más allá de sus funciones la «tecnología personal» es un electrocomplemento que habla del que lo porta, como ocurre con los relojes de pulsera o las joyas. Cámaras digitales, teléfonos móviles, agendas, o reproductores de música, ofrecen un sinfín de diseños que van mutando según incorporan mejoras para mantener vivo el reclamo que nos atrapa y condenada a consumir, atendiendo a necesidades que sólo tienen que ver con la moda y la novedad. Sontang (1981: 63) sostiene:

al contrario de los objetos de arte de los tiempos predemocráticos, las fotografías no parecen depender profundamente de las intenciones de un artista. Más bien deben su existencia a una tenue complicidad (cuasi-mágica, cuasiaccidental) entre fotógrafo y modelo, mediatizada por una máquina cada vez más simple y automatizada, que nunca se cansa y que aún cuando se porta caprichosamente puede producir resultados interesantes y nunca absolutamente erróneos.

En este sentido actúan los lomógrafos,²⁹² bajo el eslogan *Don't think just shoot* (no pienses sólo dispara) usuarios de Lomo, cámaras pequeñas y compactas rescatadas de San Petersburgo, participan en una dinámica de trabajo común basada en cierta despreocupación y locura en su utilización. Adoptan puntos de vistas poco usuales como ellos mismos sugieren: desde la cadera, por encima de las cabezas, a través de las piernas, desde el suelo, de abajo a arriba, al revés, por la espalda, etc. Los lomógrafos se organizan a escala mundial mediante sociedades lomográficas para tomar miles de fotografías, creando colecciones, intercambios y exhibiciones. Pretenden conseguir mediante la moda lomográfica un estilo de vida. En su último congreso realizado en Pekín en julio de 2004 realizaron un mural de 220 metros y 60.000 imágenes de 3.000 lomógrafos de 57 países participantes.

Considerando a la fotografía como actividad, encontramos que desde que George Eastman, fundador de Kodak, lanzase al mercado en 1888 cámaras en las que sólo había que apretar un botón, la afición por la fotografía no ha parado de crecer, según Marie-Loup Sogues (1981: 84) «el gran acierto de Eastman fue jugar la baza del aficionado». Es el aficionado el gran protagonista de la fotografía en su dedicación por dejar constancia de su vida en fotos. Un ejemplo visual de su labor son los miles de resplandores que se aprecian en un estadio durante un evento deportivo, cada inútil destello es un disparo que nos permite apropiarnos del instante que estamos viviendo, por más que exista un documento oficial perfectamente realizado. Régis Debray (1994: 226) al recordar la empresa de Eastman, comenta:

292. Para mayor información consultar la página www.lomospain.com

Kodak fue a la imagen lo que Lutero a la letra. Pulse el botón, nosotros haremos el resto. Hoy día, cien mil millones de clics-clacs por año. Lo excepcional se ha hecho cotidiano y la laboriosa operación del especialista se ha convertido en un juego de niños.

¿Qué puede conducirnos a cometer esta frenética actividad fotográfica?, Serge Tisseron (2000: 29) sostiene

el encerramiento de diversos componentes de una experiencia –tanto en la caja negra de la máquina fotográfica como en una caja negra psíquica– está siempre guiado por el deseo de conservar intactos los componentes no asimilados para así hacer posible más tarde su asimilación.

Podemos deducir que la velocidad con que la vida pasa ante nuestros ojos, nos incita a retenerla para dejar abierta la posibilidad de comprenderla si llegase el caso. Aunque, ciertamente, la mayoría de las imágenes que tomamos se pierden en el olvido o simplemente no serán reveladas o descargadas. Tisseron (2000: 10) también nos recuerda «la fotografía como práctica de masas produce un número cada vez mayor de imágenes que nunca nadie tendrá tiempo de mirar». El uso doméstico que hace el aficionado de la fotografía responde más a la necesidad de creer que es posible retener ciertos momentos y al placer que ofrece utilizar los instrumentos tecnológicos puestos en sus manos, que a tener la fotografía revelada o impresa. El sentido original de la fotografía era conseguir el registro del referente en una placa de peltre o en un papel; esto actualmente es cada vez más circunstancial. La fuerza documental se desvanece por la existencia de millones de imágenes que hablan de las mismas cosas y que difícilmente serán reutilizadas, eso si llegan a ser mostradas alguna vez.

La fotografía llegará a ser, si no lo es ya, un complemento que nos acompañará con la comodidad de un anillo, de ahí su domesticidad.

NUEVOS USOS

¿Cuál es el deber de la fotografía? Según Baudelaire (1999: 233):

es el de ser la sirvienta de las ciencias y de las artes [...] Pero si se le permite invadir el terreno de lo impalpable y de lo imaginario, en particular aquel que sólo vale porque el hombre le añade su alma, entonces ¡ay de nosotros!

La creación de imágenes digitales es desbordante, la suma facilidad de su producción, propicia un registro inconsciente, desmesurado, veloz, absurdo, de consumo rápido, efímero en muchos casos. Fotografiar cada vez se parece más a parpadear, es inevitable, congelamos vistazos. Todo lo que vemos lo podemos registrar instantánea y repentinamente lo podemos compartir en un diálogo entre tecnologías conectadas.

La foto de un preso desnudo corriendo por los pasillos de la cárcel iraquí de Abu-Ghraib es un vistazo que para sus dueños era cotidiano y para nuestros ojos es una vergüenza, un escándalo inadmisibles y condenable. Las tecnologías permiten llegar a lugares secretos y casi de inmediato dotarnos de pruebas que ponen en evidencia lo invisible. La afirmación de Virilio (1998: 13-14) que «en el momento en que pretendemos procurarnos los medios para ver más y mejor lo no visto del universo, estamos a punto de perder la escasa capacidad que teníamos al imaginarlo» se enfrenta a la necesidad que el ser humano tiene de demostrar hechos como el anteriormente descrito y que por más que los imaginemos e incluso se tenga la certeza de que están sucediendo, sin fotos o videos, no existirían y nunca se hubiesen realizado juicios contra los responsables de la barbaridad que fotografiaron. No es de extrañar que en algunos lugares se empiece a prohibir la entrada con móviles que incorporan cámaras, aunque de momento parece bastante difícil controlar este nuevo fenómeno.

Quizás sea cierto que necesitemos la tecnología que estamos creando y en el mejor de los casos gracias a su uso organicemos otra forma de pensar el mundo. No obstante, en el peor caso, se puede cumplir la

sospecha de anulación de la imaginación que exponía Virilio o convertimos en simples espectadores pasivos, en palabras de John Berger (1997: 37):

hoy la necesidad ha dejado de existir en el espectáculo del sistema. Y, por consiguiente, ya no se comunica ninguna experiencia. Lo único que se comparte es el espectáculo, ese juego en el que nadie juega y todos miran.

Los estereotipos que la industria visual, pagada por los grupos de poder, se afana en crear para sentarnos en el sillón a mirar, sólo pueden ser combatido con una cultura visual que emerge en cada individuo de su capacidad crítica y creativa.

Actualmente son muchos los que deciden subir al escenario aprovechando Internet, la imagen digital accesible a cualquiera consigue sacarnos de la pasividad y convertirnos en protagonistas, realizar nuestros ruidosos e intuitivos trabajos y compartirlos en la *web*. Es el caso de propuestas como la denominada PROHIBIDO producida por Amasté²⁹³ en colaboración con Cartele,²⁹⁴ la revista Eseté²⁹⁵ (donde una selección de las imágenes recibidas serán publicadas), y el centro cultural Monthermoso de Vitoria-Gasteiz. Buscan fotos de carteles de prohibiciones para su proyecto aprovechando la facilidad de obtención y envío del formato digital. Este tipo de propuestas pretende indagar en nuevas experiencias comunicativas, generadas dentro de una temática de discusión organizada desde un núcleo compilador. No se trata de exhibir imágenes creadas para la masa, sino creadas por la masa. Frente a las imágenes cal-

293. Amasté es una agencia de comunicación creativa su sitio es www.amaste.com.

294. Proyecto Cartele es en sus palabras la más asombrosa colección de fotos de carteles, afiches, pizarrones, anuncios y posters de la vía pública. Compilado por Machi Mendieta, Esteban Saimandi y Gastón Siberman con la colaboración de fotógrafos de todo el mundo a través del sitio www.carteleonline.com.

295. Eseté es una revista trimestral, temática para cada número. Trata de reflejar distintas problemáticas, situaciones y tendencias presentes en la sociedad. Se puede ver en la página de Amasté.

culadas por los estudios de mercado que pretenden influir esencialmente en las actitudes consumistas o ideológicas del que las ve, las imágenes de la masa son diálogos, pensamientos visuales sin artificios, de igual a igual.

LA CONGESTIÓN VISUAL

Con la mecanización de la imagen, cada vez son más personas las que pueden capturar lo que ven sus ojos, cuanto más accesible es la tecnología más seguidores demuestran su iconolatría. Se encuentre o no aplicación a las capturas, instintivamente fotografiamos, en cada *clic* de nuestra cámara obtenemos una instantánea única, pues aunque nuestro encuadre ya haya sido visto, nunca ha sido visto justo en el instante de nuestra toma e instantáneamente dotamos al acontecimiento de importancia. Debray (1992: 229) afirma «lo maravilloso en fotografía no es lo visto, sino lo jamás visto. El instante que no concederá una segunda vez», y el gran fotógrafo francés muerto el presente año, Henri Cartier-Bresson (2003: 19), sostiene:

De todos los medios de expresión, la fotografía es el único que fija el instante preciso. Jugamos con cosas que desaparecen y que, una vez desaparecidas, es imposible revivir.

El registro permanente de la imagen crea documentos que son testigos de lo que ha ocurrido, Barthes (1980: 31) expone:

lo que la fotografía reproduce al infinito únicamente ha tenido lugar una sola vez: la fotografía repite mecánicamente lo que nunca más podrá repetirse existencialmente.

Aunque esta percepción se asocia a la fotografía desde sus orígenes, los procesos digitales aplicados a la fotografía lo ponen de actualidad, no sin sembrar la duda, que por otra parte también existió siempre en la

fotografía analógica, de la fácil manipulación del registro. Esto nos lleva a pensar que en la transición de los procesos tradicionales a los digitales no ha cambiado la esencia de lo que ya existía, simplemente se multiplica exponencialmente. La enorme cantidad de fotografías que producimos es desbordante, es como si todos los instantes fuesen decisivos o que no importase si lo son o no. La proyección al infinito en muchos casos se frustrará por la incapacidad de gestión de los documentos creados.

Marga Clark (1991: 71) afirma:

El hombre moderno hoy día tiene tal saturación de imágenes que corre el peligro de estar sustituyendo el mundo real por un mundo irreal de mera simulación. Al transformar su experiencia en una pura visión, el individuo se aleja cada vez más de la realidad caótica que le oprime y le rodea, adentrándose más profundamente en ese espacio frío, distante y seguro que le ofrece el mundo de la representación

La saturación es un límite que se anunciaba desde tiempo atrás, pero los medios digitales han puesto de manifiesto que el vaso todavía no estaba lleno y la prueba está en que el obturador no para de funcionar y cada vez con más brío.

Es cierto que casi vivimos dentro de la imagen, fija o en movimiento; directa o virtual. Pero la realidad también se forma con imágenes, entendiendo lo real como lo percibido y a las imágenes como parte de nuestra percepción. En el contexto penetrantemente tecnológico en que vivimos, dentro de poco lo irreal será la realidad sin imágenes. Vicente Verdú (2003: 108) nos relata lo que ocurre ya al respecto en el fenómeno japonés llamado *hikikomori* (enclaustramiento):

en Japón, sobre todo, millones de jóvenes han llegado a alcanzar una relación tan íntima con los aparatos electrónicos y su producción de realidad, que permanecen encerrados en sus habitaciones durante meses, experimentando sensaciones que les interesan más que todas aquellas registrables sin artefactos [...] han conmutado un mundo por otro mundo y viven en una realidad que pueden controlar a su antojo

Lejos queda el conocido asombro provocado por las primeras proyecciones públicas de cine en 1895, como la titulada *Entrada de un tren en la estación de La Ciotat*. En esta película la sensación de profundidad acentuada por un punto de vista que acusaba la perspectiva, impresionaba tanto a los espectadores que creían que la locomotora les atropellaría y muchos huían de la sala. Cada vez sabemos interpretar mejor las imágenes, sabemos leer cuándo se trata de indicios de su referente; cuándo se construye para provocar una reacción en el espectador, o cuando responden a una creación experimental.

La fotografía desde su irrupción en la escena moderna sigue manteniendo su papel de representación visual del mundo, como indicaba Susan Sontang (1981: 31):

La industrialización de la fotografía permitió que fuera rápidamente absorbida por los métodos racionales —o sea burocráticos— de dirigir la sociedad. Las imágenes dejaron de ser imágenes pintorescas para formar parte del decorado general del medio ambiente, hitos y confirmaciones de esa aproximación reduccionista de la realidad que se considera realista.

Ahora la imagen fotográfica sigue cumpliendo este papel reduccionista bajo sospecha de lo digital, que a menudo mediante montajes perfectamente cosidos, nos presenta apariencias más reales que la realidad. Aceptando que la imagen fotográfica puede ser tratada para construir nuevas formas de ver y de pensar el mundo, estaríamos entrando en un proceso de lectura sobre las imágenes que vemos y no dotándolas de una autenticidad que nunca tuvieron. Como indica Tisseron (2000: 18:)

La ilusión de que el mundo es semejante a la imagen fotografiada sostiene otra ilusión que consiste en creer que el mundo es semejante a la imagen que tenemos de él

La congestión visual viene de la ansiedad que crea el no poder controlar todos los documentos de imagen que es posible realizar en nues-

tra época y de pensar que puedan estar intentando engañarnos o utilizándonos con ellos. Ignacio Ramonet (1998: 218) referirse a los medios de comunicación sostiene:

El mundo ha producido en 30 años más información que en el transcurso de los 5000 años precedentes [...] Un solo ejemplar de la edición dominical del *New York Times* contiene más información que la que durante toda su vida podía adquirir una persona del siglo XVII.

Es imposible que podamos asimilar todas las imágenes que se cruzan en nuestra vista todos los días, no es necesario. Para no obstruir nuestra capacidad perceptiva es mejor dejar circular todas las imágenes que no sean objeto de nuestro interés, y centrarnos críticamente en aquellas que nos sean útiles.

La tecnología digital trabaja en soluciones que permitan ordenar la nueva situación visual en principio un tanto atascada, a veces es imposible encontrar lo que necesitamos al estar mezclado con infinidad de archivos (la aguja del pajar) y ciertos programas permiten ordenar el universo visual. Algunas propuestas las desarrollan los bancos de imágenes, fototecas o archivos que desde distintos intereses catalogan las imágenes para ser localizadas y usadas.

Otro fenómeno muy usado entre los usuarios de Internet son los buscadores, algunos de los más conocidos son Google, AltaVista o MSN. Potentes herramientas que permiten localizar información en la *web*. Tenemos que introducir parámetros de búsqueda que limiten los resultados, si organizamos una buena búsqueda podremos obtener imágenes que nos sean de utilidad entre los millones de archivos existentes en la red. Google puede buscar más de 880 millones de imágenes analizando el texto en la página adyacente a la imagen, la imagen en sí y muchos otros factores para determinar el contenido. También usa sofisticados algoritmos para eliminar duplicados y asegurar que las imágenes de máxima calidad sean presentadas primero en sus resultados.

En un sencillo experimento podemos poner a prueba la utilidad de estos exploradores de información, si cogemos un globo del mundo y al

azar señalamos cuatro localizaciones, podremos intentar ver las imágenes que corresponden a esos lugares indagando en un buscador. Dar es-salaam en Tanzania, Vologda en Rusia, las Islas Balleny en la Antártida y Ching Hai en China son los puntos del globo a localizar, empleamos Google solicitando páginas con los nombres de los lugares antes elegidos que contengan imágenes jpg medianas obtenemos los siguientes resultados: aproximadamente 4260 entradas relativas a Dar es-salaam, en la primera página de entradas conseguimos las primeras imágenes panorámicas de la ciudad; Vologda nos ofrece 5660 entradas; de las islas Balleny obtenemos 50 entradas y de Ching Hai obtenemos 698 entradas en las que no se encuentra ninguna vista del lugar. Lejos de tener una experiencia real no deja de ser increíble que con bastante rapidez podamos asomarnos tímidamente a casi cualquier lugar remoto.

Para terminar queda sólo recordar que una fotografía sólo es la representación de una parte, su contracampo es mayor al campo que nos ofrece, en los límites de cada imagen hay mas colores, formas, olores, sabores, sonidos, intenciones, tiempo, vida... de lo que nos deja percibir. Sólo es un posible indicio, venerarla demasiado, creer ciegamente en su estrecho campo visual es perder nuestra propia capacidad de mirar, es negar la excepción que cada uno somos. La globalización visual no debe empeñarse en homogeneizar, más bien en mostrar las diferencias para enriquecernos.

La seducción de la tecnología permite mantenernos enganchados a un proceso de cambio constante de lo analógico a lo digital. Lo analógico ya es un procedimiento antiguo y lo digital acaba de comenzar.

BIBLIOGRAFÍA

- BASALLA, G. (1991): *La evolución de la tecnología*, Barcelona, Editorial Crítica, S. A.
- BAUDELAIRE, CH. (1999): «el público moderno y la fotografía» en *Revue française, Paris 1859. En Salones y otros escritos sobre arte*, Madrid, Visor.
- BARTHES, R. (1994): *La cámara lúcida. Nota sobre la fotografía*, Barcelona, Paidós Ibérica, S. A.
- BERGER, John. (1997): *Algunos pasos hacia una pequeña teoría de lo visible*, Madrid, Ed. Árdora.
- CLARK, M. (1991): *Impresiones fotográficas. El universo actual de la representación*, Madrid, Ed. Instituto de Estética y Teoría de las Artes.
- CARTIER-BRESON, H. (2003): *Fotografiar del natural*, Barcelona, Gustavo Gili.
- DEBRAY, R. (1994): *Vida y muerte de la imagen. Historia de la mirada en Occidente*, Barcelona, Paidós Ibérica, S. A.
- RAMONET, I. (1998): *La tiranía de la comunicación*, Barcelona, Ed. Debate.
- SONTAG, S. (1981): *Sobre la fotografía*, Barcelona, Ed. Edhasa.
- SOUGEZ, M. L. (1981): *Historia de la fotografía*, Madrid, Cátedra.
- TISSERON, S. (2000): *El misterio de la cámara lúcida. Fotografía e inconsciente*, Salamanca, Ed. Universidad de Salamanca.
- VERDÚ, V. (2003): *El estilo del mundo. La vida en el capitalismo de ficción*, Barcelona, Anagrama.
- VIRILIO, P. (1998): *La máquina de visión*, Madrid, Cátedra.

EL DISCURSO ICONOGRÁFICO DEL BEBÉ EN LA PUBLICIDAD DE PRODUCTOS INFANTILES

EVA BREVA FRANCH
MAGDALENA MUT CAMACHO

Universitat Jaume I, Castellón

El presente trabajo de investigación nace de reflexionar sobre la estrategia comunicativa y sobre el papel simbólico que cumplen los bebés en la publicidad gráfica de las revistas especializadas en temas infantiles, dirigidas a un público tan concreto como es el de los futuros o recientes papás y mamás.

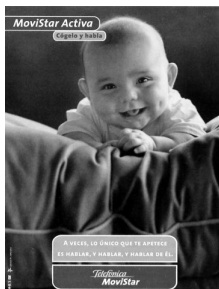
Son revistas cuya temática comprende la etapa prenatal en cuanto a salud y a todos los aspectos que puedan preocupar a los futuros padres, sobre todo a la madre, y la fase de nacimiento y cuidados que deben proporcionarse a los niños durante los primeros años de vida para un mejor desarrollo. Son revistas con una intención educadora por la experiencia, el conocimiento y la aportación profesional; por tanto, son revistas que cuentan con reputación y con prestigio. En estas revistas siempre encontramos la opinión y los consejos de expertos ginecólogos, psicólogos, pediatras, etc., tratando temas de interés para los lectores que se encuentran en esa etapa de la vida y, por tanto, produce un alto deseo el adquirir la publicación.

El sector de las revistas de bebés es bastante extenso, existen en España 6 publicaciones, incluidas en el EGM, dedicadas a estos temas (*Tu Bebé, Crecer Feliz, Ser Padres Hoy, Mi Bebé y yo, Guía del niño, El bebé de ser padres*), con una difusión que oscila entre los 50.000 y los 60.000 ejemplares (según datos del EGM 2002), son revistas mensuales cuyas audiencias son superiores a los 200.000 individuos, y en algún caso como *Mi bebé y yo* llega a más de 450.000 individuos, y cuyo Coste por Mil se mueve de los 20 a los 50 euros (datos del EGM 2002). Cabe resaltar que son revistas que cuidan mucho la ca-

lidad de sus contenidos, revisan y se mantienen al día adaptándose a las nuevas investigaciones y tecnologías. Ante todas estas características el anunciante se encuentra ante un medio muy interesante donde la audiencia está perfectamente definida y segmentada y cuya calidad hace apetecible las inserciones.

Por otra parte, los contenidos de las revistas son muy similares e incluso los temas se repiten cíclicamente, lo que significa que estamos ante un público lector de este tipo de revistas que es circunstancial y temporal. Generalmente, son padres primerizos y ávidos de conocimientos sobre el bebé que llegará al hogar, incluso es público dispuesto a que le muestren productos nuevos que desconocen y es la publicidad la que les puede informar de la existencia de ellos. Cuentan con audiencias fieles mientras se forma parte del público objetivo, pero que, una vez pasado el tiempo de necesidad de información sobre estos temas raramente vuelven a adquirir una revista de este tipo.

Estas revistas especializadas poseen una publicidad muy bien definida de productos para bebés y, también, para las mamás y papás. Encontramos otro tipo de publicidad, que podríamos calificar de no específica de productos del sector infantil, que, incluso, amolda su discurso a la nueva situación para que los papás y mamás se sientan más identificados, y de esta forma les llame la atención la información que se les proporciona teniendo deseos de adquirir los productos si se consigue llegar a cautivarlos, apelando a lo que en esos momentos es más importante para ellos: los bebés.



El objeto de este estudio es demostrar cómo en los anuncios gráficos de estas revistas el discurso iconográfico del bebé corresponde al de representar al objeto de deseo, sin ningún otro significado más dentro del discurso publicitario de la publicidad que se presenta. Es el intento de identificar lo que más se quiere en esos momentos: los bebés, con los productos, llegando a producir un efecto simbiótico.

De esta forma, la fotografía del bebé se convierte en espectáculo y en placer visual para unos padres anímicamente proclives a sentir inclinación por el bebé representado y, por tanto, a sentir inclinación por el producto publicitado por transmisión de sensaciones positivas.

Nos detendremos a examinar las características de la fotografía publicitaria de estos anuncios desde el punto de vista del análisis del discurso publicitario que se utiliza en la estrategia comunicativa. El objetivo es demostrar hasta qué punto este mecanismo retórico de la fotografía estimula al espectador del anuncio.

La fotografía publicitaria, su esperanza de vida es corta debido a las dimensiones de esta sociedad de consumo, por tanto, la publicidad está ávida de imágenes que además de ser consumidas por el ojo sean punto de atención, sean poderosas y seductoras para que transmitan estos valores al producto que se presenta en la publicidad. Roland Barthes (1990: 64-65) entendía la fenomenología de la fotografía afirmando que para su comprensión habían dos elementos diferenciados: el *studium*, «la aplicación a una cosa, el gusto por alguien, una suerte de dedicación general, ciertamente afanosa, pero sin agudeza especial»; y el *punctum*, «elemento que viene a perturbar el *studium* [...], pinchazo, agujerito, pequeña mancha, pequeño corte, y también casualidad». Por tanto, tenemos los dos factores determinantes: la fotografía *bonita y tierna* del bebé entrelazada con los sentimientos de unos futuros padres que sienten fascinación y deseo de esa representación imaginada que desean se convierta en real en unos meses. Sueño que se les repite día tras día.

Para demostrar esta hipótesis vamos a analizar un corpus de imágenes de bebés de anuncios publicitarios tomadas de las revistas *Crecer*, *Mi bebé y yo*, *Ser padres* y *Tú bebé*, extraídas de ediciones correspondientes a distintos meses de los años 1999, 2000, 2001, 2002, 2003 y

2004. Comprobaremos cómo el discurso publicitario del bebé no es inocente y va más allá al simbolizar al objeto de deseo de los padres. En definitiva, demostrar que el discurso publicitario de esta publicidad específica de unos productos y de unos lectores, como ha señalado J. González Requena (1995: 18), es «un dispositivo seductor destinado, obviamente, a seducir y, por ello, situado al margen de todo mecanismo cognitivo».

ESTRUCTURA ANALÍTICA DEL CORPUS DE ANÁLISIS

Un primer aspecto a considerar es la fuerte dependencia de la imagen del contexto, como proponía Umberto Eco (1998: 87) al afirmar que es la relación que se establece entre ellos lo que produce el significado. En este caso hablamos de un contexto de padres necesitados de información, un contexto dedicado al bebé, un contexto de seguridad, franqueza y tranquilidad por parte de los padres que confían en los contenidos de la revista y buscan repuestas y conocimientos en ellas. Podríamos manifestar que se trata de una suerte de discurso publicitario-pedagógico el que ofrecen.

Partiendo de esta primera premisa y tomando la afirmación de los autores Correa, Guzmán y Aguaded continuaremos el análisis. Los anteriormente citados contemplan la publicidad como discurso pedagógico en el que incluyen tres tipos de prácticas, la semiótica, la ideológica y la económica, que definen del siguiente modo (2000:60):

La práctica semiótica se realiza a través de un sistema para construir y reconstruir los significados que dan valor a los productos. Cualquier anuncio de televisión o prensa organiza los significados en signos que son transferidos luego a los productos. La práctica semiótica supone el estadio más superficial en el análisis crítico de un texto publicitario: la utilización selectiva de determinados elementos (encuadre, iluminación, tipografía, cromatismo, etc.) provoca también un aprendizaje selectivo en las personas consumidoras.

Como práctica ideológica, la publicidad tiene el objetivo fundamental de sensibilizar a las audiencias orientándolas hacia el mercado. [...] Los anuncios no hablan de los objetos, pero, por otra parte, están perpetuando el sistema social que es a su vez, garante y valedor. Por esta razón es por la que no todos los mensajes caben en el mundo [de la publicidad]. El sexismo, por ejemplo, es uno de los valores dominantes en nuestra sociedad, y en función del cual se organizan unas propuestas semióticas, manifiestas o latentes, perfectamente delimitadas y que son reflejo fiel de ese mismo valor en la sociedad. [...] La empobrecida representación de la realidad que emana de los mensajes mercantiles, por ejemplo, se configuran en estereotipos sexistas que pueden llegar a modelar nuestras actitudes, creencias y valores [...].

La práctica económica de la publicidad supone la clave fundamental de todo el proceso, producción y desarrollo del discurso publicitario, causa y justificación de sus «pedagogías» visibles e invisibles. El discurso publicitario tiene asegurada una presencia no discutida en el espacio público. A los medios no les interesa revelar la influencia de quienes son sus auténticos pilares y hasta sus cimientos financieros...

Seguiremos a estos autores para el análisis de las imágenes y tomaremos como guía puntos de su clasificación:

1. Producción técnica

Este aspecto del análisis engloba a los elementos constitutivos de la imagen, a las dimensiones, el formato y el soporte elegido para conseguir las condiciones óptimas de descodificación de la propuesta publicitaria. En los anuncios que analizamos se utiliza en todos los casos la página completa de la revista, esto produce más impacto visual, incluso si tan sólo se está ojeando la revista.

Además, como hemos avanzado, la calidad del papel es muy buena, por lo que ayuda a que los anunciantes quieran llegar a su público a través de estas publicaciones.

2. Código espacial

Analiza el porqué de la elección del espacio concreto que se desea construir. En los anuncios analizados siempre se utiliza el plano completo del bebé o el primer plano del bebé. Como señala Millerson (2001: 161):

Quando una cámara enfoca una escena, hace mucho más que mostrar al público lo que sucede allí. Se seleccionan determinadas facetas de la escena para atraer la atención de los espectadores hacia ciertos aspectos de la acción. El estilo de la cámara afectará al efecto del tema sobre los espectadores.

En todos los casos son imágenes nítidas, con claridad y con fondo inespecífico.

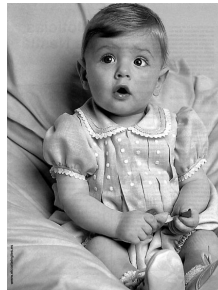
Cuando se utiliza el primer plano es con intención de dar más énfasis a su presencia, aproximarlo a los padres, hacerlo más real y alcanzable, manifestarles que ya lo tienen cerca, ya llega y con él llegará Dodot, Nestlé, etc.



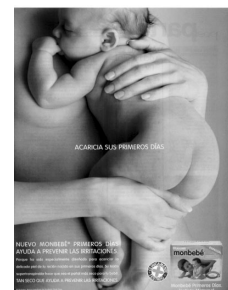
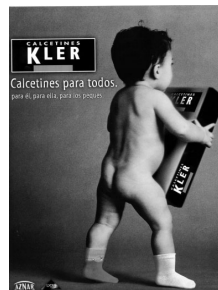
3. Código escenográfico

Hablamos de la escena elegida y del vestuario de las personas representadas; de los decorados o escenarios naturales, de los objetos figurantes, etc., todos son factores importantes a la hora de producir el efecto deseado o el ruido que impediría la comprensión del mensaje en la línea elegida por la producción de la obra.

En los anuncios analizados aparece casi siempre el bebé sólo, con el producto y desnudo. Se suele representar a un bebé ideal: rollizo, rubio, ojos azules, simpático, activo, con una sonrisa que invita al deseo y que llega a los sentimientos más profundos, dan ganas de coger a los bebés y por lo tanto esta sensación es asumida también por los productos que muestran.



La concatenación de todos los códigos nos sugieren lecturas adicionales del discurso publicitario.



ción de retratar una realidad idílica y tierna, y para dar sensación de realidad y cercanía a lo que pasa día a día.



4. Código gestual

Los gestos que nos presentan las fotografías de los bebés son similares en todos los casos. Cuando el bebé es muy pequeño lo encontramos durmiendo plácidamente o abrazado a su madre.



Cuando el bebé está solo se suele recurrir a gestos divertidos: riendo, con la boca abierta, llorando, comiendo, haciendo gestos adultos.

El objetivo es utilizar la fuerza expresiva de este tipo de gestos para reforzar las emociones que sobre el espectador despierta.



5. Código lumínico

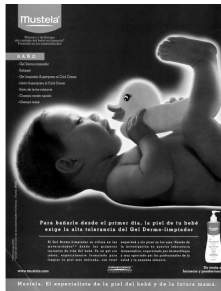
En los anuncios analizados encontramos que poseen mucha luz, mucha claridad que denota felicidad, tranquilidad, salud, alegría. Son fotografías lumínicas, la llegada de un bebé se tiene como la llegada de una nueva luz, una nueva vida, los bebés siempre irradian color y calor que queda reflejado en la selección de luces de las imágenes.



En determinados anuncios la luz se utiliza de forma estratégica para mostrar un aspecto más sofisticado de la publicidad, otorgarle un diseño más moderno y estético. Una puesta en escena más espectacular por la disposición de objetos, la utilización de la luz, la utilización del color para ofrecer una imagen atractiva que estimule la retina y otorgue al producto otro valor añadido.



En algunos casos la luz se utiliza para mostrar un bebé con aura celestial, como si fuese un sueño, como una irrealidad.



6. Código cromático

Los colores juegan un papel muy importante en la atracción que produce una representación publicitaria. En las fotografías publicitarias analizadas encontramos siempre el color y sobre todo, los cálidos: rosa, amarillo, naranja, azul celeste. Predomina el blanco en la fotografía, símbolo de claridad, salud, limpieza, sin mácula. No se ponen colores agresivos ni fuertes combinaciones ni contrastes, ya que agredirían las imágenes de frescura que se presentan.



7. Códigos gráficos y simbólicos

El símbolo gráfico que se utiliza es el texto, casi siempre en azul, con tipografía que recuerda a las letras infantiles, y que refuerza más aún la sensación de ternura, de calidez y placidez, de necesidad de protección que se pretende transmitir.

Una técnica que se utiliza mucho es hacer uso del texto para fingir que los bebés hablan y piden cosas a sus papás, a unos papás que están dispuestos a todo por sus niños, y más si les piden productos que les puedan hacer la vida más fácil y llevadera, sobre todo en unos primeros momentos en los que el caos reina en la vida de los progenitores.



8. Código retórico

Este punto analiza cómo el discurso publicitario utiliza la lógica argumental y la persuasión icónica de códigos simbólicos que producen nuevos significados.

En la fotografía en la que el bebé sale junto a un adulto produce un efecto de placidez, ternura. Apelando a un conjunto de emociones y sentimientos, recuerdos incluso, que el espectador asocia o puede asociar a la bondad del producto.

En el siguiente anuncio del termómetro de la marca Braun encontramos un discurso que presenta contradicción al mostrar la fiebre/enfermedad junto a cara feliz del bebé. El bebé es feliz incluso en una situación en la que se le supondría triste y decaído (37,3 es febrícula), porque el producto es tan bueno que transmite esa característica al bebé.



En la siguiente publicidad de un humidificador Chicco para la habitación del bebé junto al pequeño que duerme plácidamente en su cuna encontramos un oso de peluche en la cabecera. La representación gráfica nos ofrece un producto para la salud de los niños en una escena de tranquilidad y sosiego, pero donde encontramos una nota discordante en el muñeco que hay en la cuna, ya que, se desaconseja poner ningún objeto junto al bebé en su cuna por ser peligroso para su integridad. Sin embargo, aquí se prefiere ponerlo para darle calidad a la escena y transmitir esa placidez y ternura.



CONCLUSIÓN

La atracción principal reside en la aparición del bebé, en la historia que nos cuenta el mensaje publicitario y donde los papás se sienten identificados a través de los sentimientos que les producen la visión idílica del bebé esperado y ansiado.

La fotografía de los bebés en los anuncios lleva al espectador a emocionarse, a imaginarse y construir un mundo con determinadas características, la situación ideal y ansiada. El producto se ve favorecido por las emociones y sensaciones positivas y el bebé se convierte en objeto de deseo. El placer asociado a los códigos narrativos.

Los elementos denotativos e iconográficos se mezclan con la ideología, los sentimientos, los valores del público lector. En estos discursos publicitarios encontramos la cosificación del bebé donde la imagen trasciende el aspecto literal e iconográfico y pasa a otro nivel más simbólico y presagiable, donde no sólo la fotografía del bebé sirve de catálogo físico (en su sentido más literal) sino que vaticina a los padres situaciones idílicas y llenas de dichas futuras.

Se utiliza la imagen del bebé para influir y persuadir al espectador, mantener su atención, desarrollar su interés, incitar y despertar emociones determinadas que repercutirán en el producto publicitado haciéndolo ver no como un objeto, sino como una necesidad, un beneficio, un complemento del bebé esperado.

BIBLIOGRAFÍA

BARTHES, R. (1990): *La cámara lúcida*, Barcelona, Paidós.

CORREA, R. I., GUZMÁN, M. D. Y AGUADED, J. I. (2000): *La mujer invisible*, Huelva, Grupo Comunicar Ediciones,.

ECO, H. (1988): *Tratado de semiótica General*. Barcelona, Lumen.

GONZÁLEZ REQUENA, J. Y A. ORTÍZ DE ZÁRATE (1995): *El spot publicitario. Las metamorfosis del deseo*, Madrid, Cátedra.

MILLERSON, G. (2001): *Realización y producción en televisión*, Madrid, IORTV.

IMPLANTACIÓN DE LAS TÉCNICAS DIGITALES DE CAPTURA EN EL SECTOR DE FOTOGRAFÍA INDUSTRIAL Y PUBLICITARIA

PASCUAL PESET FERRER

IES La Marxadella, Torrente

PRINCIPIOS TECNOLÓGICOS DE LOS CAPTURADORES DIGITALES.

La fotografía digital existe desde hace varias décadas. Aplicaciones científicas aparte, las primeras incursiones profesionales en el registro de imágenes proceden de la evolución de las cámaras de vídeo. Los tubos de rayos catódicos fueron sustituidos por sensores fotovoltaicos basados en la tecnología del CCD. La limitada resolución de dichos sensores dificultó la incorporación de los mismos al registro de imágenes fijas, pero su rápida evolución tecnológica ha permitido que, hoy por hoy, los sensores digitales para aplicaciones fotográficas alcancen niveles de calidad similares a los de las emulsiones fotográficas. En el ámbito de las cámaras digitales de tipo profesional, la tendencia de casi todos los fabricantes consiste en reutilizar los componentes clásicos de una cámara de gran formato o formato medio, de forma que simplemente se sustituye el chasis destinado a contener la película por otro chasis computerizado que debe conectarse a un ordenador, permitiendo que las imágenes se almacenen directamente en formato digital.

Una imagen digital se caracteriza por poder ser representada mediante una serie de dígitos binarios (ceros y unos). Es decir, cualquiera de las imágenes que estamos viendo en este documento están almacenadas en un fichero formado por una larga colección del siguiente tipo:

0010110100111101010001001010000111001

Simplificando, podríamos decir que cada fotografía puede ser descompuesta en una serie de cuadrículas minúsculas y elementales y, cada una de ellas estará representada por determinado número de dígitos binarios que, en definitiva, representan tanto su intensidad lumínica como su color.

En la terminología de la fotografía digital, a cada una de las cuadrículas elementales se las denomina píxel y, obviamente, se obtendrá mayor calidad cuanto más píxeles se puedan distinguir ya que así se obtendrá mayor resolución.

El chip de «capturar» la imagen es el elemento más importante dentro de cualquier cámara digital. Su estructura es reticular y cada uno de sus puntos es un elemento fotosensible que recibirá más o menos luz. Cuantos más valores sea capaz de recibir el CCD mejor será la calidad obtenida con la cámara. No obstante, debe tenerse siempre en cuenta cuál es el objeto de la imagen capturada ya que de poco servirá obtener imágenes de mucha resolución si su destino es ser reproducida en un medio incapaz de distinguir tanta información. Esta exuberancia de datos puede ser incluso contraproducente. Para dar una idea del enorme volumen de información que debe ser manejada, basta con indicar que cada una de las celdas, además de distinguir el nivel de gris, también debe distinguir tres valores adicionales, correspondientes a la gama roja, verde y azul cuando se esté tomando fotografías en color. Por lo tanto cada celda debe dar lugar a cuatro números que, al ser almacenados en binario requerirán cada uno de ellos ocho dígitos.

La estructura del CCD de una cámara fotografía digital, como ya vimos previamente, se caracteriza por el número de celdas sensibles a la luz, así como por la profundidad de cada una de dichas celdas, es decir por el número de dígitos binarios asociados a cada celda para distinguir intensidad de luz y color. La calidad de una imagen digital viene determinada fundamentalmente por dos conceptos estrechamente relacionados con el CCD:

- La resolución viene determinada por el número de celdas del CCD. Cuantas más celdas mayor resolución.
- La nitidez, en cambio, depende de la profundidad de cada celda, o lo que es lo mismo, cuantos más dígitos binarios estén asociados a cada celda mayor será la nitidez.

En cualquier caso, no se debe olvidar que en fotografía digital no siempre se debe perseguir la mayor resolución y nitidez posibles, sino unos valores apropiados para el fin perseguido.

Respaldos digitales

Convertir las cámaras de medio y gran formato de toda la vida en soluciones digitales es el fin para el que nacieron los respaldos digitales.

Los respaldos pueden dividirse en dos principales: los que capturan la imagen de forma completa sobre la superficie única de CCD y los de barrido, en los que los píxeles se conforman sobre una barra delgada que explora las áreas vertical y horizontal de aquello que queremos capturar. Pues bien, los primeros y los más utilizados a su vez pueden ser respaldos de un disparo o respaldos de disparo múltiple o multidisparo. Los de un solo disparo son los más recomendables para tomar imágenes en movimiento, es decir, para deportes, moda, fotografía social, etc. y los multidisparo, que son capaces de realizar hasta 16 disparos seguidos son los mejores para fotografía de bodegón y especialmente para fotografía industrial.

Aunque existen ya algunos modelos que no necesitan de ordenadores ni de discos duros portátiles, pues cuentan con pantalla LCD y ranuras para tarjetas de memoria, la mayoría deben trabajar junto a un ordenador. Pero, ¿cómo se trabaja con un respaldo digital? Muy sencillo, el respaldo va unido a una cámara de medio o gran formato a través de un adaptador específico y será él el que capte y transfiera al ordenador o a su pantalla LCD la información, normalmente en forma de contacto para que, si no fuera correcta la imagen, se repitiese la toma.

Es muy importante también el papel que el *software* del respaldo realiza en el proceso (el moderno sustituto del laboratorio fotográfico) Hoy son muchas las mejoras que estos programas han experimentado y ofertan una interfaz muy atractiva y un sencillo uso a la vez que permiten funciones como la gestión y organización de las imágenes, y su tratamiento, modificando su tamaño y perfiles y posibilitando correcciones tan fundamentales como evitar molestos problemas como el ruido y el efecto *moiré*.

PRINCIPALES RESPALDOS DIGITALES DEL MERCADO

SINAR

Todos sus modelos cuentan con características comunes, un CCD de área refrigerado termoeléctricamente que reduce, de este modo, el ruido y consigue un rango de contraste de más de 11 pasos de diafragma y una profundidad de color de 14 bits y el programa *Captureshop*. Además, si algo ofrecen los respaldos de Sinar es compatibilidad pues, gracias a los adaptadores con los que cuenta, permite acoplarlos a prácticamente todas las cámaras de formato medio del mercado: Contax, Hasselblad, Mamiya, Rollei y Zenza Bronca. La serie Sinarback está compuesta por varios modelos: 22, 23, 44 y 54. A su vez, éstos se subdividen en Light y HR, los Light son los que permiten 1, 4 o 16 disparos y los Light para fotografías en movimiento de un solo disparo. Los Light son ciertamente una alternativa más económica para aquellos profesionales que suelen trabajar con un disparo –movimiento o moda, por ejemplo–, mientras que los HR cuentan con un sensor especial, dotado de mayor precisión, con extensiones de medio píxel en 16 exposiciones en el modo –microscan–, de manera que el espacio entre los píxeles individuales engloba también información, dividido a su vez en otras cuatro áreas. Los 54 también son dos, el 54 y el recién nacido 54 m del que hablaremos en profundidad.

Sinar 22

Se trata de un respaldo digital para fotografías en movimiento y paradas de 1 y 4 disparos que cuenta con un sensor cuadrado con un área de 2048 x 2048 píxels. Para imágenes cuyo tamaño no sea superior a un DIN A3.

Sinar 23

Respaldo digital con sensor rectangular de 3072 x 2048 píxels.

- HR. Para fotografías en acción y paradas de 1, 4 y 16 disparos. Ofrece 6 millones de píxeles en modo de un disparo, 25 millones en modo Microscan y 75 millones con la combinación Micro/Macroscanning.
- Light. Para fotografías de acción de un disparo

Sinar 44

Respaldo digital con sensor con área de 4080 x 4080 píxels. Consigue 16 millones de píxeles con un solo disparo y 66 millones en microscan. No es posible la combinación Micro/Macroscanning.

- HR. Para fotografías en acción y paradas de 1, 4 y 16 disparos.
- Light. Para fotografías de acción de un disparo.

Sinar 54

Respaldo digital con un sensor con un área de 5440 x 4080 píxels, es decir una resolución de más de 22 millones de píxeles. Hasta el momento, con el nuevo 54 m, era el que más resolución ofrecía. Gracias a su CCD de gran superficie consigue hasta 22 millones de píxeles en modos de 1 y 4 disparos y nada más y nada menos que 88 millones en modo microscan.

- HR. Para fotografías en acción y paradas de 1, 4 y 16 disparos.
- Light. Para fotografías de acción de un disparo.

Phase One

Phase One H5

Este respaldo, que destaca por su sencillo uso, ya que solo necesita de una conexión FireWire IEEE1394 para comenzar a trabajar, incluye un *software* de captura de la firma, Capture One, y puede montarse con las cámaras Hasselblad –excepto las que llevan ópticas FE–, Mamiya RZ67Pro II, Mamiya 645 AF yAFD, Contax 645 y en la mayoría de gran formato con adaptadores opcionales.

Gracias a su CCD de marco completo consigue una resolución efectiva de 3056 x 2032 píxels y trabaja a 8 bits por color.

Phase One H10

Éste es un modelo diseñado para foto de producto, moda y retrato que incorpora un CCD de 11 megapíxeles, permitiendo capturas desde 32 MB –24 bits RGB– hasta 85 MB –65 bits CMYK–. Alcanza una resolución de píxeles efectivos de 3992 x 2656 a una profundidad de color de 16 bits or color y trabaja con un ISO que puede ser 25, 50, 100 o 200. Además de las cámaras con las que es compatible el H5 también funciona Horseman Digiflex II.

Phase One H20

El H20 monta un chip de CCD de 4080 x 4080 píxels que permite capturas desde 48 MB –24 bits RGB– hasta 128 MB –64 bits CMYK–. Entre sus principales características cuenta con una profundidad de color de 16 bits por color, iso de 50 o 100, tiempo de exposición de 16 segundos a menos de 1/1000 segundos y velocidad de disparo de 3 segundos por imagen. Este respaldo es compatible con las siguientes cámaras: Hasselblad 555ELD, Hasselblad 501 CM, Hasselblad 503 CW y 553 ELX, Mamiya RZ67 Pro II, Horseman Digiflex II y la mayoría de gran formato con adaptadores adicionales.

Phase One H25

Este respaldo ofrece un sensor CCD de 22 megapíxels que generan archivos desde 64 MB y se controla mediante un *software* que permite la evaluación instantánea de la imagen, correcciones en tiempo real y gestión del color optimizada.

En cuanto a las compatibilidades con cámaras del mercado, añade a la del H20 la Mamiya RZ 67 y respecto a la sensibilidad es posible optar por un ISO que va desde 50 a 400.

Phase One P 20 y P 25

Se trata de dos respaldos digitales que permiten al profesional trabajar sin necesidad de ordenador ni discos duros externos. De 16 y 22 megapíxeles son sus sensores CCD y trabajan con las cámaras Hasselblad H1, Mamiya 645 AFD y Contax 645 AF.

Cuentan con una batería de ion-litio que permite captar 300 capturas en 4,5 horas y 250 en 4 horas, respectivamente, con ranura para tarjeta CompactFlash y pantalla LCD de 2,2" que ofrece previsualización de la imagen, histograma, ISO, estatus de batería y almacenamiento y otras opciones.

Además, aportan una profundidad de color de 48 bits, 16 por color, ISO de 50 a 800 y generan archivos de hasta 237 MB en el caso del H 20 y 339 en el del H 25

Imacon

Incorpora la tecnología DDC (Circuito de Doble Duración) que impide el calentamiento del sensor, permitiendo realizar exposiciones de más de 20 segundos sin ruido y que reduce además el consumo. Tan solo su pantalla, ahora de 2", que permite ver la imagen después de cada toma la separa de su pasado, además incorpora histogramas, exploración de imágenes y *zooms* ultra rápidos hasta nivel de píxel e incluso señal acústica de aviso de exposición correcta o incorrecta. Como *software* utiliza el programa de tratamiento de imágenes FlexColor que per-

mite al profesional trabajar en plataforma Mac y Windows con conexión *Firewire*. En exteriores, la familia Ixpress C es capaz de capturar un toma cada 1,5 segundos hasta un total de 1.150 imágenes de 96 MB cada una.

Imacon ofrece el Image Bank, un banco de imágenes con unas dimensiones de 9 x 16 cm que es alimentado por una batería estándar InfoLithium con una autonomía de 8 horas lo que convierte a los Ixpress C en una solución totalmente portátil para los fotógrafos que trabajan fuera del estudio.

La serie, que cuenta con cuatro modelos diferentes, es compatible con las cámaras de medio y gran formato siguientes: Horseman DigiFlex II y Precision Wide 35, con adaptador Hasselblad. Hasselblad ELD, ELX, CW, Mamiya 645 Pro, 645 AFD, RZ67, Contax 645 AF, Fuji GX680 I, II, III, Rollei 600X y AF, todas de gran formato, también con adaptador Hasselblad.

Kodak

Kodak cuenta con cuatro modelos que destacan fundamentalmente por ser autónomos –ya que tienen el peso y el tamaño de un chasis de película–, y es que es posible trabajar con todos ellos sin necesidad de trípode ni de conexión al ordenador gracias a su pantalla LCD en color, el almacenamiento en tarjetas CompactFlash y alimentación por batería. Los Kodak DSC Pro Back incorporan, de serie, funciones fotográficas como panorámica, zoom, lecturas *spot* –en pasos de diafragma–, comprobación de foto, verificación de la exposición con histograma y posibilidad de exposiciones largas de hasta 20 segundos.

Para mayor flexibilidad en exteriores, permiten trabajar a 100 y 400 ISO y es posible elegir entre cuatro ajustes de equilibrio de blanco: luz día, flash, tungsteno y fluorescente. Asimismo, para trabajos de acción, puede captar 5 imágenes a 1,6 segundos la imagen, como mínimo.

También se ha pensado en la seguridad a la hora de desarrollar los respaldos Kodak, cuentan pues con una opción que hace posible la co-

rrección de imágenes sobre o subexpuestas y la modificación del equilibrio del color antes de guardar la imagen, así como la recuperación de un archivo borrado accidentalmente de la tarjeta de memoria.

Pero eso no es todo, la multinacional –cuyos respaldos tienen una reconocida reputación– ha incorporado en ellos la tecnología *Extended Range Imaging* para el disfrute de hasta dos puntos completos de latitud de exposición y espacio de color ampliado, y los filtros extraíbles IR y antisolamiento (AA), que repelen la luz infrarroja no deseada y el solapamiento de la escena y efecto moiré.

Eyelike

El fotógrafo profesional puede elegir entre cuatro modelos de respaldos digitales para formato medio y gran formato de la firma Eyelike. Son los Precision M6, M11, M16 y el más nuevo y completo, el M22.

Los respaldos, que funcionan con la mayoría de las cámaras, cuentan con pantalla LCD de gran tamaño, interfaz *Firewire* con 10 m de cable e incorporan un sensor Peltier refrigerado con filtro RGB máscara mosaico. Asimismo ofrecen disparador tanto en la cámara como en el ordenador y *software* independiente Macintosh —memoria optimizada, perfiles ICC, procesado *offline* o por grupos y *workflow* para varios procesos.

En cuanto al sistema que necesitan para trabajar, requieren un ordenador Apple G4 con tarjeta AGP graphics o Powerbook G3 o última versión, Mac OS System 9.0 o superior e interfaz *Firewire*.

Los respaldos Eyelike Precision son compatibles con las cámaras: Contax 645, Hasselblad, Mamiya 645, Mamiya 645 AF, Mamiya RZ, Rollei 6008 integral, Rollei 6008E, Rollei 6003 profesional, Rollei 6001 profesional, Zensa Bronica ETR, Fuji GX 680, Horseman Digiflex y cámaras profesionales de banco con adaptador Hasselblad.

VENTAJAS E INCONVENIENTES DE LA CAPTURA DIGITAL RESPECTO A LA PELÍCULA

Si se compara la situación de la fotografía digital con la fotografía convencional podemos encontrar tanto ventajas como inconvenientes. En todo caso debe tenerse en cuenta que esta comparación se realiza entre una tecnología recién nacida y otra con muchos años de experiencia. Cabe esperar que en pocos años aumenten las ventajas aportadas por la fotografía digital y disminuyan sus inconvenientes.

Ventajas:

- Las imágenes digitales no se deterioran, se pueden transmitir y almacenar en muy poco espacio.
- La captura digital no supone consumo de materiales, proporciona el resultado instantáneamente y ahorra tiempo en procesado y repeticiones.
- La reproducción de una imagen almacenada en un soporte digital puede ser repetida tantas veces como se desee, produciéndose siempre un duplicado de la misma calidad que la imagen original, lo que a su vez garantiza su pervivencia..
- Sobre la imagen digital se pueden realizar una enorme cantidad de procesos de retoque informáticos.

Inconvenientes:

- El coste de los equipos es elevado y se trata de una tecnología relativamente inmadura por lo que se puede prever que los equipos que se compren en la actualidad quedarán rápidamente obsoletos.
- Operativamente es más aparatosa y su uso fuera del estudio puede ser limitado.
- La obtención del original pasa por procesos de postproducción en los que el fotógrafo puede perder el control (gestión de color, conversión CMYK, etc.), sin embargo una diapositiva contiene toda la información que corresponde al fotógrafo.

- La calidad aportada por la fotografía digital es suficiente para la mayoría de los trabajos realizables por un profesional. No obstante, se debe reconocer que, hoy por hoy, en algunos casos es inferior a la que se puede conseguir con materiales químicos.

CALIDAD VS. COMPETITIVIDAD

Posiblemente, el aspecto más debatido al tratar la fotografía digital (superado el económico por el elevado precio de los equipos) sea el de la calidad, concepto de por sí ya complicado de acotar y definir.

Obviando sesudas comparaciones técnicas y centrando el tema desde el punto de vista de las aplicaciones fotográficas reales, es decir, el resultado en el destino final de la imagen y atendiendo al punto de vista expresado por los fotógrafos consultados, se pueden extraer las siguientes conclusiones:

- Siguiendo un criterio convencional de valoración de la calidad, la diapositiva sigue siendo superior al archivo digital.
- Pese ello, la captura digital obtiene las mejores valoraciones en casi todo lo demás: economía, velocidad, inmediatez, posibilidades técnicas y creativas, adaptabilidad a los sistemas, etc.

Estos resultados conducen a las siguientes consideraciones:

- La calidad es suficiente (cuando no excesiva) en la mayoría de las aplicaciones profesionales de fotografía comercial.
- El fotógrafo obtiene en la mayoría de los casos un sistema de trabajo mucho más operativo, y eficaz, lo que se traduce en un incremento de su productividad y competitividad.
- En el momento actual la fotografía en estudio se ve altamente beneficiada mientras que los exteriores encuentran más limitaciones.
- Algunas aplicaciones, o las producciones personales de algunos fotógrafos no requieren de las ventajas aportadas por la captura digital y pro tanto, mantienen el sistema tradicional de trabajo.

CONSECUENCIAS EN LA METODOLOGÍA Y EL FLUJO DE TRABAJO

De las fuentes consultadas, se pueden extraer las siguientes conclusiones:

- La inmediatez de la imagen permite modificaciones, corrección de errores o la
- aprobación por parte del cliente de forma inmediata.
- El hecho de ver la imagen en el momento de la toma provoca cambios en la manera de resolver técnica o artísticamente una imagen. El fotómetro se usa con menor frecuencia, los problemas de iluminación (brillos, reflejos, zonas sin detalle, etc.) se pueden resolver en el proceso de retoque. El encuadre, los fondos, el tratamiento del color, etc. Ya no pertenece solo al instante de la toma.
- El fotógrafo controla el proceso al completo, al no existir fase de revelado o positivado, el material que entrega tiene todas sus consideraciones.
- El fotógrafo puede llegar a asumir procesos que antes no podía abarcar: preimpresión, retoque, maquetación, etc.

ANÁLISIS DEL SECTOR. GRADO DE IMPLANTACIÓN

La principal dificultad que existe a la hora de valorar el grado de implantación de los respaldos digitales en la fotografía industrial y publicitaria de la Comunidad Valenciana es la inexistencia de un censo fiable de profesionales dedicados exclusivamente a las citadas especialidades. Para establecer el parque de fotógrafos se han consultado las siguientes fuentes:

- 1) Cámara de Comercio de Valencia.
- 2) Páginas Amarillas.

- 3) Asociación de Fotógrafos Profesionales de Valencia.
- 4) Asociación de Fotógrafos de Publicidad y Moda de Valencia (hoy día ya desaparecida).

A partir de los datos proporcionados, se ha tratado de clasificar a los fotógrafos que se dedican exclusivamente a la fotografía industrial y publicitaria. Obteniendo la siguiente estimación:

Fotógrafos de publicidad y moda: 20.
Fotógrafos industriales: 40.

Respecto a la implantación de respaldos en el sector no existen datos fiables que permitan establecer con precisión el número de respaldos que están trabajando actualmente pero se pueden contemplar las siguientes aproximaciones:

- En la Comunidad Valenciana:
 - Fotógrafos de publicidad y moda: 20. Porcentaje de respaldos digitales: 20%.
 - Fotógrafos industriales: 40. Porcentaje de respaldos digitales: 40%.
- Resto del País:

Industrial

30% estudios utilizan respaldo digital y facturan el 80%

Moda

40% estudios utilizan respaldo digital y facturan el 80%

Arquitectura

5% estudios utilizan respaldo digital y facturan el 30%

Publicidad

50% estudios utilizan respaldo digital y facturan el 85%

- Hay que tener en cuenta que muchos fotógrafos cuyo volumen de facturación no es grande, y por tanto no les permite amortizar un

respaldo en un plazo razonable (2-3 años), están utilizando cámaras digitales para resolver algunos trabajos y utilizan la película para resolver los trabajos a los que no alcanza la cámara digital. Es por tanto, una cuestión coyuntural su tardía incorporación.

- Merece la pena resaltar la relación entre facturación e incorporación de respaldos digitales por la relación directa que se establece en la mayoría de los casos. Por otra parte también se ha detectado que la incorporación de un respaldo supone un incremento de la productividad y de la competitividad, lo que lleva inevitablemente, (forzado también por el general interés de amortizar el equipo cuanto antes), a un aumento considerable de la producción.
- En términos comerciales, se puede afirmar que se hace muy difícil sostener un negocio basando la producción en el registro tradicional sobre materiales sensibles, es por tanto de esperar que en un plazo breve de tiempo (1-3 años) la fotografía comercial Industrial y Publicitaria se basará mayoritariamente en la captura digital y los materiales sensibles basados en la química queden relegados a aplicaciones especiales, artísticas, científicas o experimentales.

NUEVAS TEXTURAS, UNIVERSOS POSIBLES: POTENCIALIDADES EXPRESIVAS DEL VÍDEO DI- GITAL SEGÚN ANTHONY DOD MANTLE

AGUSTÍN RUBIO ALCOVER

Universitat Jaume I, Castellón

El presente trabajo pretende esbozar una aproximación pionera –al menos en nuestro ámbito de estudios cinematográficos– a la obra de un director de fotografía británico, Anthony Dod Mantle (Oxford, 1955). El interés que de entrada despierta este cineasta, más allá de la calidad intrínseca de las imágenes a que ha dado forma, radica en el carácter experimental de su labor, ligada a algunos de los directores más interesantes y al movimiento más revolucionario del último decenio. Vamos a analizar aquí los cuatro films, grabados todos ellos en diferentes gamas de vídeo digital, en que Dod Mantle ha colaborado con cuatro realizadores, haciendo énfasis, obviamente, en el apartado visual, para tratar, a través de sus constantes técnicas y estilísticas –e incluso temáticas–, de delimitar con rigor las aportaciones que en cada caso cabe atribuirle. Las películas en cuestión son, por orden cronológico, *Celebración* (*Festen*, Thomas Vinterberg, 1998), *Julien donkey-boy* (Harmony Korine, 1999), *28 días después...* (*28 Days Later...*, Danny Boyle, 2002) y *Dogville* (Lars von Trier, 2003); a través de ellas, puede observarse una evolución en el manejo de las nuevas tecnologías de la imagen para la creación de cuatro peculiares microcosmos, que reflejan sendas visiones de mundo, desde el sometimiento fiel a los postulados del Dogma95 hasta la aplicación de las herramientas digitales a dos modelos cinematográficos tan dispares, si no antagónicos, como una película industrial de ciencia-ficción y un film experimental de uno de los más reputados e innovadores *autores* del panorama mundial contemporáneo.

LA QUINTA ESENCIA DE LAS *HOME MOVIES*: CELEBRACIÓN

La escritura del guión de *Celebración* fue posterior a la firma de Thomas Vinterberg del manifiesto fundacional de *Dogma95*. El cineasta desarrolló el argumento con el propósito expreso de adecuarse a las imposiciones y privaciones que constituyen el famoso decálogo. No es extraño, pues, que pocos films se ajusten tan escrupulosamente como éste a la ortodoxia del movimiento, tanto por lo que respecta al cumplimiento del voto de castidad como por lo que se refiere al espíritu fundacional, radical y virulento en lo estético y en lo moral, que animaba a sus impulsores, empeñados en lo que Marzal ha calificado como «la búsqueda de un exacerbado realismo en la puesta en escena, lo más cercano posible a nuestra percepción de la realidad».²⁹⁶

La trama de *Celebración* se ajusta a la estructura tradicional del psicodrama doméstico, tan frecuente en las cinematografías nórdicas,²⁹⁷ pero, ya que debía grabarlo sólo con la luz disponible –esto es, con iluminación natural y con las fuentes (focos de tungsteno) que había en las localizaciones–, el director quiso jugar a fondo la baza de la coherencia y darle el envoltorio desaliñado y caótico de una película *amateur*. Tras plantearse rodar en todos los formatos posibles –35 y 16 mm, super 8, Betacam–, Vinterberg y su director de fotografía habitual, Anthony Dod Mantle,²⁹⁸ escogieron las cámaras domésticas Sony PC7-E. En la elec-

296. Un empeño que conecta *Dogma95* con ciertas corrientes de vanguardia, entre las que el autor señala el *cinéma-vérité*, la *Nouvelle Vague*, el *Free Cinema* y las propuestas *underground* de Andy Warhol y John Cassavettes; en Marzal (2003).

297. El film refleja la profunda catarsis de una familia danesa acomodada cuando, en el curso de una gran fiesta organizada con motivo del sexagésimo cumpleaños del patriarca, el primogénito desvela las prácticas de pederastia a que su padre sometió a él y a su hermana gemela, quien recientemente se ha quitado la vida.

298. Ya habían coincidido en el debut como director del *enfant terrible* danés –*De Største helte* (1996), rodada en 35 mm–, y con posterioridad han vuelto a unir sus esfuerzos en *It's All About Love* (2003) –en el mismo formato– y en *Dear Wendy* (2004), producción inédita en la que han recurrido al vídeo de alta definición.

ción pesaron por igual motivaciones presupuestarias y consideraciones artísticas: aunque el manifiesto de *Dogma95* exigía que las copias de exhibición debían presentarse en 35 mm y con formato académico 4:3, consideraron legítimo grabar en vídeo –lo que conllevaría un significativo abaratamiento de los costes de producción– y transferir luego a soporte fotoquímico; su dinamismo permitiría al equipo concentrarse en el trabajo actoral, liberándose de la tiranía de los equipamientos de iluminación y de registro de imagen y de sonido, cada vez más pesados y complicados de manejar en la tecnología cinematográfica; y se obtendrían de él una rugosidad agostada, acorde con el espíritu disolvente del film.²⁹⁹

Quería que la imagen tendiera a la descomposición, opuesta a la alta resolución, lo cual, combinado con la movilidad y la agilidad de la cámara de vídeo estaba próximo, en términos de dinamismo, al grano orgánico puro del cine. Sobreexponiendo tanto en la grabación como al capturar puede aumentarse el ruido del vídeo hasta darle una interesante dimensión estética.³⁰⁰

Desde el principio llama la atención la agitación de la cámara, liberada del equilibrio que habitualmente le confieren trípodes, grúas, *dollys*, etc. –en estricto cumplimiento de la tercera norma del decálogo. A este respecto, Dod Mantle (Kelly, 2001: 154) ha afirmado:

299. La pobreza de la imagen en términos de brillo, contraste y color es manifiesta: se registran violentos contraluces, y la cámara se adapta ante nuestros ojos, sobre la marcha y con dificultad a los cambios en la iluminación al pasar de los exteriores a espacios interiores; los tonos de piel de los actores aparecen ennegrecidos y quemados, rosados, anaranjados y azulados; la escasez de luz se traduce en un insoslayable aumento del tamaño del grano...

300. Cit. en <http://www.dogme95.dk/menu/menuset.htm>; las traducciones son nuestras. En declaraciones a Kelly (2001: 155-156), Dod Mantle ha profundizado en el vínculo que guardaban sus elecciones estéticas con la trama: «... todas esas metáforas eran apropiadas para esa pobre familia. Yo buscaba un lenguaje cinematográfico que pudiera comunicar esa situación bastante catastrófica, vergonzosa (y también divertida) en la que se veían inmersos esos personajes. Al final convertí la imagen de vídeo a otra de película rápida. De esa manera, el ruido digital empieza a hablar con el grano de la película. Y yo quería que esa masa cuadrada, orgánica, en formato Academy, empezara a formar burbujas en la pantalla, ¿sabes? Quería tomar un Vermeer y un Rembrandt y coger un cucharón y mezclarlos, como si fueran gachas de avena».

Viniendo como vengo del mundo del documental, he aprendido que si uno se mete de lleno en la situación en la que está rodando (como debería hacer todo director de fotografía que se precie), tiene que moverse antes de que su cerebro registre aquello que está haciendo. Y me di cuenta de que podía realizar esos movimientos con estas cámaras.

Sin embargo, el realismo conduce, antes o después, al manierismo o a la quiebra de la verosimilitud, y, en *Celebración*, las contradicciones consustanciales a ese afán ya resultan, aunque soterradas, perceptibles: la cámara, portada a mano, trata sin éxito de seguir las evoluciones de los personajes; o, mejor, finge y se esfuerza en fracasar en el intento de seguirlos, para acentuar la sensación de caos y frenesí. La contemplación transparente del film resulta casi imposible, en especial a causa de un montaje lleno de cortes en el movimiento, saltos en el eje y pequeñas elipsis que no quedan compensadas o atenuadas por un montaje de sonido convencional: si, habitualmente, las rupturas de la linealidad suelen acompañarse de encadenados sonoros o por música incidental, aquí los abruptos cortes, saltos y elipsis que hemos consignado en la banda de imagen también tienen lugar en la de audio, con lo que la sensación de brusquedad se intensifica.

En cambio, la planificación puede calificarse como clásica: el acceso de los actores a un nuevo espacio suele ir precedido de planos generales o de conjunto que funcionan como *establishing shots*; en las abundantes conversaciones, el plano/contraplano constituye el recurso más habitual; y la elección del personaje a quien enfoca la cámara para concederle atención responde a las fórmulas dramáticas tradicionales. Y, aunque, como avanzamos más arriba, el film respeta las normas relativas al «naturalismo» de la iluminación, el guión da pie a que Dod Mantle la adapte a las necesidades de la trama: es decir, sin añadir focos ni forzar las situaciones, los acontecimientos clave suceden a horas y en lugares que se prestan a juegos de luces con motivación dramática.

El film se rodó fundamentalmente con una sola cámara,³⁰¹ pero Dod Mantle recurrió a la treta de repartir dos o tres más entre los intérpretes para cubrir otros ángulos y favorecer la identificación del espectador con los personajes. No obstante, no hay planos subjetivos,³⁰² sino que la cámara funciona como un testigo mudo e invisible, aunque participativo –a través de su constante movimiento, nada ingenuo ni furtivo, entre unos y otros o en pos de ellos. En la primera escena tiene lugar un detalle curioso, muy comentado por cuanto tiene de representativo acerca de la tensa relación que mantiene con los actores: la cámara choca con un intérprete; la inmediatez de la puesta en escena genera, paradójicamente, instantes que expulsan al espectador de la diégesis.

Vinterberg y Dod Mantle se las arreglan para violentar implícitamente uno de los principios del *Dogma95*, la proscripción del *flash-back*, por medios puramente visuales: en un plano desenfocado y distorsionado por un cristal, el protagonista contempla a su padre persiguiendo a su sobrino; la imagen, que abre una escena, se presta de inmediato a ser interpretada como una reminiscencia del protagonista acerca del acoso a que lo sometió su progenitor; aunque el posterior desarrollo de la acción desmiente esta lectura –al menos en términos realistas–, merece la pena incidir en la ambigüedad plenamente consciente de esta imagen por lo que implica de puesta en cuestión lúdica y desafiante de cualquier precepto, incluso de los autoimpuestos.

301. Entre un 80 y un 85%, según los cálculos del director de fotografía; *ibidem* (2001: 155).

302. En realidad sí lo hace, una sola vez, cerca del desenlace, en la visión que tiene el protagonista de su difunta hermana; la alucinación toma la forma de varios planos, de brevísima duración, desenfocados y ralentizados, alternados con contraplanos de él, de la muchacha, sonriente, a la luz de un mechero vacilante.

FREAKS EN QUEENS: JULIEN DONKEY-BOY

Harmony Korine era en 1999 uno de los cineastas más jóvenes –contaba apenas veinticinco años– y apreciados del panorama *off-Hollywood*. De su entusiasta adhesión al *Dogma95* resultó su segunda película –la sexta en el catálogo general de la corriente–, para cuya dirección de fotografía requirió los servicios de Anthony Dod Mantle, por aquel entonces uno de los gurus del movimiento.³⁰³ No obstante, *Julien donkey-boy* presenta multitud de rasgos que tienen más que ver con ese universo magmático que se ha dado en llamar cine independiente estadounidense que con el decálogo del manifiesto que declara suscribir, y que vulnera en varios puntos significativos.

El film hilvana, con un esbozo de trama, escenas de la vida de una familia disfuncional que reside en un suburbio de Nueva York.³⁰⁴ Grabada con cámaras Canon XL-1 y transferida primero a 16 mm y por fin a 35 mm,³⁰⁵ la película se caracteriza en el plano visual por una agresividad feísta muy acorde con la decantación por un tono tremendista y con la renuncia a construir un relato coherente: la paleta de colores se reduce en relación directamente proporcional al aumento del grano, hay fragmentos prácticamente invisibles debido a la escasez de luz –en

303. Nuestro hombre había fotografiado también el tercero de los films *Dogma*, *Mifune* (*Mifunes sidste sang*, Søren Kragh-Jacobsen, 1999), rodado en 16 mm; su implicación le valió la comparación con Raoul Coutard, el mítico director de fotografía de la *Nouvelle Vague*, y el calificativo jocoso de Anthony *Dogma* Mantle.

304. El protagonista es un muchacho esquizofrénico que ha dejado embarazada a su hermana y que sufre la tortura psicológica de un padre intemperante obsesionado con la disciplina. En la primera escena, Julien mata involuntariamente a un niño, mientras que en el desenlace su hermana sufre un aborto. Entre medias, asistimos a una sucesión de conversaciones, peleas y rituales familiares sin aparente ilación, pues todo el interés recae, a la manera de los documentales antropológicos, en los caracteres, sus relaciones y el ambiente en que se desarrolla este puñado de existencias marginales cruzadas.

305. El director de fotografía ha declarado que «También se trataba de descomponer la imagen, perdiendo algo de detalle pero encontrando cierta textura. En un principio, el tipo de imagen que Harmony y yo buscábamos era como de archivo; como una Xerox de los ochenta, ya sabes, cuando no conseguías un negro que fuera verdadera-

este sentido, merece ser mencionada la escena del confesionario, que consta únicamente de planos de la celosía–, el *raccord* de iluminación deja de regir. Se diría que Dod Mantle centra todos sus esfuerzos en que la discontinuidad, los contrastes y la tosquedad sean tan acusados que resulte imposible pasarlos por alto.

El arsenal retórico se amplía considerablemente respecto a *Celebración*. Para empezar, Korine y Dod Mantle reniegan del plano/contraplano: por lo general, la cámara se desplaza –sin trípodes, por supuesto– de un personaje a otro, dando bandazos sin que medien cortes. Abundan las imágenes subjetivas, con tonos alterados,³⁰⁶ así como los primerísimos planos de rostros deformados por la perspectiva; ambos recursos pueden interpretarse como producto de la voluntad de hacer al espectador partícipe de la percepción distorsionada del protagonista por la esquizofrenia, o de los demás, habitantes igualmente de realidades particulares.³⁰⁷ Varias secuencias consisten en una sucesión de imágenes fijas –en algún caso, con planos en movimiento sobreimpresionados. Por momentos, los paisajes se diluyen en formas y colores abstractos.

La planificación afecta espontaneidad a través de un acentuado descontrol; cuando se sobrepone a su carácter furtivo o precario, es decir, cuando trasciende la función meramente mostrativa, se demuestra más preocupada por describir y transmitir sensaciones que por narrar. No hay unidad en cuanto al estatuto de la cámara, que pasa de testigo invisible

306. Korine y Dod Mantle manipularon los ajustes para obtener estas imágenes; también utilizaron cámaras infrarrojas y capturaron instantáneas Polaroid. Los iniciados y puristas del *Dogma95* se mostraron críticos con lo que creyeron eran efectos generados en postproducción y, por tanto, desviaciones censurables que había que sumar a otros «pecados», como la inclusión de *flash-backs*, el recurso a música diegética y a un postizo para simular el embarazo de la hermana de Julien, o la presentación con una ratio de pantalla (16:9) distinta del formato académico impuesto por el noveno mandamiento.

307. Gómez Tarín (2002: 76) ha apuntado certeramente que «el film no se desarrolla sobre la base de una progresión causa-efecto sino sobre la acumulación de imágenes procedentes del recuerdo, de la anticipación, del pensamiento, e incluso de la abstracción y la duplicidad propia de la esquizofrenia (inscrita como tal en el mismo significante)».

a participante activa en la acción:³⁰⁸ varias escenas están grabadas con los dispositivos ocultos, mientras que en otras los personajes miran al objetivo y se dirigen al operador.

Julien donkey-boy puso al descubierto la fragilidad de los postulados de *Dogma95*, abrió una crisis en el seno de la Hermandad³⁰⁹ y marcó un punto de inflexión determinante en la historia del movimiento. Mientras que en su carácter agreste y libertario resultaba digna del certificado, todos advirtieron que su flirteo con un esteticismo tan ensimismado como innegable ponía el dedo en la llaga en dos puntos esenciales: la apreciación de la percepción directa como testimonio de la realidad en bruto y el rechazo de la obra personal, dos principios con los que *Julien donkey-boy* choca frontalmente, en su propuesta de fusión inarmónica de técnicas de documentalismo, resabios poéticos y un cierto hálito surreal. Como ya anunciaba *Celebración*, la formulación categórica del *Dogma95* tiende a resquebrajarse por las fisuras que se advierten en una concepción de la realidad demasiado limitada e inmanente, insuficiente para reflejar esos otros universos que, como advertiera Paul Éluard, están en éste.

HOMO HOMINI LUPUS: 28 DÍAS DESPUÉS...

Cuando, tres años más tarde, Danny Boyle contactó con Anthony Dod Mantle para su siguiente proyecto, un ambicioso largometraje de ciencia-ficción terrorífica y una reflexión acerca de la necesidad de luchar duramente por la supervivencia,³¹⁰ ninguno de los dos sospecha-

308. Se empleó aproximadamente una veintena. Dod Mantle volvió a entregar cámaras a los actores, o bien optó por escondérselas en la ropa.

309. Constituida por los firmantes de los cuatro títulos inaugurales: Thomas Vinterberg, Lars von Trier, Søren Kragh-Jacobsen y Kristian Levrig (*El rey está vivo –The King is alive*, 1999).

310. *28 días después...* narra las peripecias de un joven que sale de un prolongado coma para encontrarse solo en un Londres desierto; la población se ha convertido en una masa *zombies* agonizantes y ávidos de carne humana como consecuencia de una epidemia de «rabia», un virus de laboratorio contra el que no existe vacuna.

ba hasta qué punto los experimentos del director de fotografía con el vídeo digital iban a resultarles útiles. La intención inicial, tanto de los interesados como de los productores, era rodar la película en 35 mm, pero la complejidad que preveían para el rodaje de las escenas de devastación en la capital británica los disuadió. Se decantaron, entonces, por filmar en miniDV; concretamente con cámaras Canon XL-1, en una decisión que no sólo respondió a motivaciones logísticas. Según Bankston (2003: 83):

Consideraba artística y lógicamente justificado grabar en este formato, porque se trataba de un guión muy violento, perturbador, sucio y anárquico.

Dod Mantle afrontó esta experiencia como el reto de «sacar algo bueno de un formato y una resolución mediocres».³¹¹ Empezó por modificar las cámaras, colocándoles objetivos Canon EC de 6-40mm y Canon EJ de 50-150mm; para reducir la profundidad de campo, Dod Mantle grabó con el diafragma abierto al máximo y con filtros ND, y subexpuso dos puntos para obtener imágenes más ricas.³¹²

Pese a la reincidencia en emplear los mismos equipos de grabación de vídeo digital de gama baja que en *Julien donkey-boy*, las diferencias entre *28 días después...* y las dos películas *Dogma* de Anthony Dod Mantle en seguida quedan patentes: desde el prólogo, en el laboratorio de investigación con primates en que tiene lugar el incidente que provoca la epidemia, el cuidado puesto en la construcción de las imágenes, parejo al lujoso diseño de la producción, arroja como resultado una apariencia mucho más nítida y pulida que en aquellos films. Aun en las escenas con montaje rápido de planos de corta duración, llama la atención la estabilidad –casi diríamos el estatismo– de la cámara, desusada en los tiempos actuales incluso en el cine *mainstream*, donde hace tiem-

311. En Perry Ogden, en <http://www.filmireland.net/96/anmatle.htm>.

312. Los datos técnicos han sido extraídos de Bankston, *op. cit.*

po que el frenesí de la puesta en escena constituye moneda corriente, ineludible en los géneros que implican acción; en la larga escena del primer recorrido por Londres del protagonista tras despertar, todos los planos están tomados con trípode y casi todos son fijos, con apenas un par de lentas panorámicas de seguimiento. Sólo cuando aparecen las víctimas del virus, la planificación se contagia de sus convulsivas carreras, por medio de tomas grabadas con una velocidad de obturación superior a la estándar. El resultado es controlado ejercicio de aceleración y apaciguamiento. Según Bankston (2003: 88-89):

... los cineastas evitaron deliberadamente la fórmula corriente de la cámara en constante movimiento. «Esta película no necesitaba infundir más miedo y desasosiego por medio de los movimientos de cámara, porque la historia ya producía esas sensaciones» –afirma el director de fotografía. «Creo que habría resultado letal que estuviera dándole vueltas. Como no quería pasarme, eché mano de la *dolly*; así la cámara permanecía casi impassible, pero alerta ante la acción y frente a los personajes.»

Si la textura del vídeo digital aporta una cualidad áspera e hiriente infrecuente en un film de género, y la planificación se desvía del modelo vigente en el cine contemporáneo, la iluminación atenúa el choque: es convencional, se adapta a las necesidades del relato y crea atmósferas familiares al espectador medio. En las escenas terroríficas, crea contraluces preciosistas o fuertes contrastes entre las zonas quemadas por focos muy localizados y las áreas de densas sombras; recurre a la luz ambarina, filtrada, del sol al anochecer para reflejar nostalgia, y a velas y adornos navideños para dotar de calidez los hogares; ilumina pobremente los interiores para darles un aspecto putrefacto y malsano, y advierte del peligro de otros espacios que se suponen acogedores con una luz apagada y decadente...³¹³

313. Bankston (2003: 88) cita a Dod Mantle, quien reconoce la influencia del expresionismo en la planificación del desenlace, al tiempo que califica la iluminación como barroca.

También en la composición *Dod Mantle* acredita su propósito de adaptarse a las exigencias del drama: en la escena en que el protagonista descubre los sucesos que han conducido a la muerte de la civilización, aparece notoriamente descentrado en el encuadre, lo que connota la dificultad de adaptarse al nuevo orden; en cambio, los planos que integran la escena de la visita al supermercado presentan una serie de movimientos simétricos en el plano (entrecruzamientos, desplazamientos en paralelo) que subrayan el placer de ese momento de esparcimiento; y al final, la venganza del protagonista, tan furioso como los infectados de rabia por los siniestros planes de repoblación de unos soldados que les habían prometido protección, está narrada en una imaginativa y pesadillesca sucesión de picados, contrapicados, escorzos y angulares.

A diferencia de sus films *Dogma*, en *28 días después...* el director de fotografía hubo de someter el material originalmente grabado a un complicado etalonaje –una fase en la que invirtió un mes–, y a la adición de efectos visuales en postproducción; en la línea de progresiva desviación del naturalismo que ya se observaba en sus aproximaciones previas a las nuevas tecnologías, tampoco las imágenes manipuladas ocultan su carácter artificioso: así, el gran incendio de Manchester que los protagonistas contemplan desde la distancia se resuelve en un único plano, nada espectacular y ciertamente inverosímil, con una enorme nube cubriendo el horizonte, donde se divisan pequeñas explosiones; y, en el montaje-secuencia de la escapada hacia el campo, el coche aparece deslizándose sobre un campo pintado a la manera de los postimpresionistas. En el fondo, el propósito que *Dod Mantle* trata de alcanzar por medios digitales es idéntico al que persigue cuando graba, a través de la ventana de plástico de una lavadora, la visión de Jim de sus difuntos padres, o cuando emplea filtros para mostrar una azotea cubierta de cubos de colores para recoger la lluvia, recortado contra el grisáceo cielo del Londres postapocalíptico: la construcción de una poética autónoma –aquí de tintes surreales–, segregada por la naturaleza misma del relato, para transmitir las emociones de la realidad alternativa en que éste tiene lugar.

EL NON PLUS ULTRA DE UNA ESTÉTICA: *DOGVILLE*

Tras casi dos décadas de proyectos frustrados o inconclusos, y de películas en que Dod Mantle ejerció para Lars von Trier tareas subalternas dentro del equipo de fotografía,³¹⁴ *Dogville* supuso la reunión definitiva de estos dos grandes impulsores de la revolución digital, así como el primer jalón de una trilogía que continuará con *Manderlay* (2005).

Trier y Dod Mantle resuelven este cuento moral con grandes dosis de estilización y de distanciamiento.³¹⁵ En consonancia con el concepto brechtiano que sobrevuela la representación, el escenario consiste en un inmenso plató semivacío con fondos homogéneos de tonos neutros, desde la rigurosa oscuridad de las noches al blanco hiriente de la luz del día; los recintos están delimitados con marcas de tiza en la tarima, sin tabiques ni puertas.

Dada la mayor holgura presupuestaria, y en atención al complicado equilibrio que el director deseaba conseguir entre un elevado control escénico y la concesión de libertad a los actores para la improvisación, se decantaron por emplear cámaras Sony CineAlta HDW-F900 24p,³¹⁶

314. Dod Mantle tuvo que renunciar a *Rompiendo las olas* (*Breaking the Waves*, 1996) –de cuya fotografía se hizo cargo Robby Müller– y *Riget* (1994-1997) –de la que acabó ocupándose Eric Kress– por estar atado a otros compromisos; en cambio, en *Bailar en la oscuridad* (*Dancer in the Dark*, 2000) intervino como operador de cámara, a las órdenes del mencionado Müller.

315. *Dogville* cuenta la historia de Grace, una bella joven que, en su huída de unos gánsters, se refugia en el pequeño y tranquilo poblado en las Rocosas que da nombre al film, un mundo de referencia que sirve a Trier como laboratorio humano regresivo en el que poner a prueba la solidez de su severo diagnóstico acerca de la esencia de los Estados Unidos: la protagonista vence el recelo de la comunidad entregándose en cuerpo y alma a las tareas más duras, pero los habitantes le exigen contrapartidas cada vez más insoportables.

316. Se trata de las cámaras de vídeo digital de más alta definición del mercado, y las que más se aproximan a la calidad de imagen del soporte fotoquímico. Se han empleado para grabar films visualmente tan ambiciosos y cuidados como la francesa *Vidocq* (Pitof, 2001) o las estadounidenses *Session 9* (Brad Anderson, 2001) y *Star Wars. Episodio II: el ataque de los clones* (*Star Wars II: Attack of the Clones*, George Lucas, 2002).

con lentes zoom de Canon HD, entre 5 y 50 mm, de las que obtuvieron imágenes de una gran nitidez.³¹⁷ Como en *Los idiotas* (*Idioterne*, 1998), el propio Trier ejerció como operador de cámara, portándola al hombro en un setenta por cien del film según cálculos del director de fotografía. Considerando la conocida manía controladora del cineasta danés –incluso en el grado de espontaneidad que se permite a sí mismo y a los demás–, nos encontramos, seguramente, ante el film en que la aportación de Dod Mantle al producto final es más sutil y difícil de calibrar según Calhoun (2004: 85):

Alguien me preguntó el año pasado en qué había consistido mi colaboración con Lars, y la respuesta que se me ocurrió fue que hice de «creativo pragmático».

No obstante, contamos con algunos ejemplos de las funciones y méritos que corresponden a Dod Mantle en la peculiar distribución de papeles que acordaron: ejerció de enlace entre el concepto general de Trier y la inexperiencia en el terreno cinematográfico de la reputada iluminadora teatral Asa Frankenberg; y, aunque el director tenía la prerrogativa de manejar las cámaras, Dod Mantle nunca le dejó usar el zoom por debajo de los 16 o 20 mm, para mantener el estilo unitario que se habían trazado.

Marcando distancias con las restricciones de la etapa dogmática que ambos habían atravesado por separado –y que desde la concepción escénica misma, en los antípodas del rodaje en escenarios naturales, parece haber quedado muy atrás–, emplearon grúas Super Technocrane para el resto de tomas (en concreto, para las que corresponden a la visión cuasidivina del pueblo, como el plano general cenital antes aludido),

317. Los datos técnicos, en este caso, proceden de (Calhoun, 2004). En otro lugar Dod Mantle ha afirmado acerca de *Dogville* que «no parece ni película ni vídeo, sino lo que es, una mezcla de ambos. Me gustaría que hubiera tenido más textura y colores más saturados, pero él (Trier) consideraba que debía mantenerse fiel a la historia y al diseño de producción original, para ser honesto, y dejar que los actores se exhibieran»; en Ogden, *op. cit.*

suspendieron del techo entre 800 y 900 focos controlados electrónicamente y situaron unos 700 rodeando el plató, recurrieron a filtros Tiffen Soft/FX y Black Pro-Mist para suavizar la textura del vídeo digital, hicieron en postproducción fundidos y sobreimpresiones, y se decidieron por el formato anamórfico, con una ratio de imagen 16:9.³¹⁸

Sin embargo, se aprecia una obvia continuidad entre los conceptos visuales que tanto Trier como Dod Mantle formularon a través de sus respectivos films *Dogma*: la cámara se mueve entre los personajes con una vaporosidad morosa y elegante, a tono con la forma gradual en que *Dogville* «enseña los dientes» a la protagonista. Sin embargo, las panorámicas y los *zooms* entrecortados, y los constantes saltos de eje y anacronismos, dotan al film del aspecto de un *work in progress*, de la grabación de los ensayos de una representación teatral.³¹⁹ La quiebra de la transparencia no sólo se manifiesta en la obviedad de la *manipulación* de la cámara, ni en la ostentuosidad de ciertos movimientos mecánicos que remiten a un punto de vista demiúrgico, sino que se traslada a la película en su totalidad: a este respecto, es muy significativo el modo en que la iluminación incide en los rostros de los personajes sin crear apenas sombras, con una intensidad que, claramente, pretende favorecer que se distingan hasta los más nimios gestos y expresiones; también es re-

318. Además de la voz *over* del narrador, hay efectos de sonido y música clásica incidental; el film denota un notable esfuerzo de dirección artística para reconstruir la estética de la Gran Depresión; hay breves *flash-backs* y montajes-secuencia; el baño de sangre del desenlace contraviene de forma harto provocadora las admoniciones contra la acción superficial y el cine de género, en este caso el policíaco, cuyas convenciones la película se complace en parodiar.

319. El primero ha declarado: «en un film como *Los idiotas*, no pensé ni un segundo en cómo iba a rodarlo hasta que me puse a hacerlo. No planeé nada. Simplemente, estuve ahí y filmé lo que estaba viendo [...] Por supuesto, todo se debía a que estaba rodando yo mismo y con una cámara de vídeo pequeña. Así que, en realidad, ya no se trataba de una cámara; era mi ojo, era yo observando. Si un actor decía algo a mi derecha, simplemente me volvía hacia él y, luego, me volvía hacia el otro actor cuando contestaba y, después, igual me giraba a la izquierda si oía que pasaba algo en ese lado [...] por ahora, sigo con el vídeo. Sencillamente, es fantástico poder filmar y filmar sin parar. Hace que los ensayos no tengan sentido» en Tirard (2003: 196-197).

velador cómo dos acentuados cambios de iluminación se corresponden con sendas tomas de conciencia de Grace –cuando se descubre vigilada por los habitantes y cuando, bajo la luz azul metálica de la luna que, según la voz *over*, «penetraba en las grietas y los defectos de los edificios y de la gente», decide acabar con el pueblo. En fin, por medio de las epifanías de la puesta en escena, el dispositivo cinematográfico mismo se proyecta sobre la narración y altera su curso. *Dogville* supone un paso trascendental, sin vuelta atrás posible, por cuanto significa de renuncia definitiva al ambiguo ontologismo que alentara el manifiesto de Dogma95; la única verdad que el cine puede aspirar a captar, a partir de aquí, es la naturaleza esencialmente ficticia de la representación.

BIBLIOGRAFÍA

- BANKSTON, D. (2003): «All the rage» en *American Cinematographer*, vol. 84, núm. 7, Hollywood.
- CALHOUN, J. (2004): «*Dogville*» en CALHOUN, J.; J. HOLBEN; J. SILBERG, Y P. THOMSON: «Sundance 2004: Independent Artistry» en *American Cinematographer*, vol. 85, núm. 5, Hollywood.
- GÓMEZ TARÍN, F. J. (2002): «*Julien donkey-boy*» en *El viejo topo*, núm. 164, Barcelona, Ediciones de Intervención Cultural S. L.
- KELLY, R. (2001): *El título de este libro es Dogma95*, Barcelona, Alba.
- MARZAL, J. J. (2003): «Atrapar la emoción: Hollywood y el Grupo Dogma 95 ante el cine digital» en *Arbor: Ciencia, pensamiento y cultura*, nº 686, tomo CLXXIV, Madrid, Consejo Superior de Investigaciones Científicas.
- TIRARD, L. (2003): *Lecciones de cine*, Barcelona, Paidós.

Fuentes en Internet:

- OGDEN, P.: *Dogmatic*, [en línea] <http://www.filmireland.net/96/anmatle.htm>.
- Página oficial del movimiento Dogma95: <http://www.dogme95.dk>.

EVOLUCIÓN TÉCNICA DE LA FOTOGRAFÍA: DESDE LA CÁMARA OSCURA A LA HERRAMIENTA DIGITAL

NIEVES SÁNCHEZ GARRE

Universidad Complutense de Madrid

«Ten la seguridad de que llegarás, si andas lo bastante», le dice el Gato de Cheshire a Alicia.

Lewis Carroll (*Alicia en el país de las maravillas*).

La conversión de la imagen digital a números ha ocasionado cambios importantes en la construcción, invención y reinención del lenguaje fotográfico. Joan Fontcuberta (1997: 147) afirma:

Los ordenadores, como las cámaras, se han revelado también como dispositivos tecnológicos productores de sentido. Es más: se han convertido en prótesis de nuestras capacidades de pensar y mirar

Para Martin Lister (1997: 287), «el momento de la llegada de lo nuevo es simultáneamente una reinención de lo viejo, aunque al reinventarlo también lo transforma». En este sentido, este trabajo de investigación emplea como telón de fondo el universo simbólico de las obras de Lewis Carroll, *Alicia en el país de las maravillas* y *Alicia a través del espejo*, utilizando como referente las niñas que este artista fotografió tal y como fueron en un instante concreto, para posteriormente, extraer y crear nuevos discursos en la obra fotográfica.

En el país de las maravillas se describe una búsqueda, un juicio y una serie de pruebas iniciáticas que todos los seres humanos han de pasar atravesando un laberinto. El país de las maravillas y el mundo al otro lado del espejo son lugares misteriosos donde los personajes no viven las reglas convencionales. Carroll sabía que a los niños les gusta vagar por mundos fantásticos alejados de la realidad y de la lógica de los adultos, por lo que no sólo recurrió al género literario del *nonsense* o falta de sentido, sino también a un juego matemático de muchas interpretaciones para que los infantes vivieran una realidad diferente. No en va-

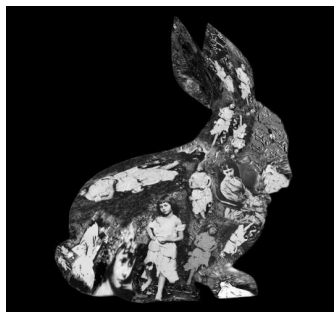
no se le ha considerado como un precursor e iniciador del dadaísmo, por mezclar situaciones disparatadas y sin embargo, significativos juegos de palabras e ingeniosidades literarias.

Guiados del hilo de Ariadna,³²⁰ por los recodos inexplorados del laberinto, la llegada al centro, como al término de una iniciación, nos conduce a través del cuento de *Alicia en el país de las maravillas*, a soñar sobre los sueños por una travesía de luz y en un recorrido apacible por la infancia. De esta manera, se incorporan imágenes para una construcción escénica redescubriendo la formación de nuevos intereses en el arte fotográfico. Según Lister (1997: 33) «El *software* digital se convierte en una herramienta heurística para “entender” la representación fotográfica», por lo que hacemos nuestra la posición que entronca la fotografía con el arte a través del teatro cuando Barthes (1990: 24) afirmaba que: «Daguerre, se apropió del invento de Niépce, explotaba un teatro de panoramas animados por movimientos y juegos de luz. La cámara oscura, en definitiva, ha dado a la vez el cuadro perspectivo, la fotografía y el Diorama».

ALICIA SE CUELA POR LA MADRIGUERA DE UN CONEJO

«Un hombre laberíntico jamás busca la verdad, sino únicamente su Ariadna».

Fiedrich W. Nietzsche



320. «Aunque el camino sea largo, a la meta se llega siempre. (Extremo que también se refleja en la incertidumbre del mito griego: ¿Ariadna entrega a Teseo un hilo para que encuentre su camino, o más bien se lo alumbra con su guirnalda de luz?)» Santarcangeli (1997: 335).

Alicia ve un conejo blanco que habla y viste como la gente, lo sigue hasta una madriguera hecha de magia y fantasía, desciende hacia el mundo social de los adultos y comienza un viaje de iniciación. Al principio se sitúa la cámara oscura que hace las veces del interior de una cámara estenopeica, como la expresión más simple del concepto fotográfico, donde vemos los retratos de las niñas que Lewis Carroll fotografió mediante el procedimiento del colodión húmedo, proyectados de forma invertida, como ocurre en el interior de cualquier aparato fotográfico, y mostrar el proceso de la captación física de una imagen en un espacio cerrado a través de un agujerito o estenopo, que a su vez configuraba un sistema de representación vigente desde el Renacimiento. Símbolo de la Tierra Madre, el conejo representa la renovación perpetua de la vida en todas sus formas. Poseedor del secreto de la vida elemental, pone sus conocimientos al servicio de la humanidad. Gardner (1999: 26-27) afirma:

O el pozo era muy profundo o ella caía muy despacio; porque tuvo tiempo de sobra, mientras descendía, para mirar en torno suyo, y preguntarse qué ocurriría a continuación. Primero, trató de mirar hacia abajo para averiguar hacia dónde iba, pero estaba demasiado oscuro para ver nada; luego miró las paredes del pozo, y observó que estaban llenas de alacenas y anaqueles: Siguió cayendo, cayendo, ¿es que la caída nunca iba a tener fin? «Me pregunto cuántas millas llevaré ya», dijo en voz alta. «Debo de estar cerca del centro de la tierra.»

Guber (1999: 76) afirma: «Por su naturaleza icónica, las imágenes tienden a hablar el mismo lenguaje que los sueños. Y, como los sueños, su lectura es a veces incierta o equívoca. Por eso la imagen simbólica constituye el paradigma ejemplar de la imagen-laberinto». Sánchez Garre (2003: 171-172) dice:

El laberinto anuncia un tesoro. Todo laberinto tiene un centro y un peregrino. Peregrino es el que anda entre la luz y la sombra. Las dos se pertenecen ya que ambas son el reflejo de la verdad sobre el camino individual. Este camino laberíntico no conduce hacia fuera, sino hacia dentro. Una vida que se precie se revela como oculta y el proceso de des-

velamiento es lo que llamamos ser humano. Pero un laberinto es aquello que gira sobre sí mismo, como en espiral. Dar en la diana, llegar al centro es el objetivo, pero vivir es querer llegar. Cuanto más difícil es el viaje, cuanto más numerosos y arduos son los obstáculos, más se transforma el adepto y en el curso de esta iniciación itinerante adquiere su nuevo «yo». Halla su tesoro máspreciado. La inocencia perdida, esa inocencia del espíritu que refleja el rostro de un niño, no es sino el punto de llegada. Llegar es volver, así como haber nacido es comenzar a morir. La búsqueda de la verdad, la belleza y el bien es una partida de ajedrez que jugamos con nosotros mismos. Jugamos a ser sombra y a ser luz. Todo lo somos, pero no lo sabemos. El arte es el camino hacia la belleza, hacia el paraíso perdido por demasiado cercano. El arte nos permite olvidarnos del yo que nos aísla y nos devuelve al misterio de la belleza. En todo laberinto hay pérdidas, pruebas y a veces dolor. Pero éstos no se solucionan con la razón, sino trascendiéndolos. De las tinieblas a la luz es el camino, el arte el medio. Pero esto es ir contracorriente; probablemente serás negado por los tuyos y tu sociedad te olvidará, pues el olvido de los contemporáneos es el futuro de los poetas. La salida del laberinto no está en la época en que naciste, sino en el porvenir. Nosotros vemos a Lewis Carroll en el centro de su laberinto porque encontró la pureza en la inocencia de la luz reflejada en su obra.

A TRAVÉS DEL ESPEJO Y LO QUE ALICIA ENCONTRÓ ALLÍ

«El que sólo busca la salida no entiende el laberinto, y, aunque lo encuentre, saldrá sin haberlo entendido». José Bergamín

En *A través del espejo*, Alicia descubre que la vida es una especie de ajedrez. El simbolismo del juego de ajedrez, forma parte de la estrategia guerrera donde los personajes muestran la astucia y la prudencia que se necesitan para vencer y ser vencidos. Chevalier (1999: 67) dice: «El arcidriche es una figura del mundo manifestado, tejido de sombra y de luz, alternando y equilibrando el yin y el yang». Las sesenta y cuatro cuadrículas del tablero de ajedrez sirven para analizar caracteres, estrategias, modos de pensar, vivir y obrar, pero a la vez, contemplan un nú-

mero definido de pasos e interacciones de cada pieza que se puede estimar mediante la teoría de las probabilidades. Según Ojeda (1982: 20-21)

La enorme habilidad matemática se despliega por *El país de las maravillas*, y más aún en *A través del espejo*, donde llega al paroxismo. Alicia en el país de las maravillas, su destreza matemática y científica se manifiesta en preguntas que Alicia se hace constantemente sobre la naturaleza del mundo, preguntas geográficas, astronómicas, científicas, o simplemente matemáticas, hábilmente encubiertas en el diálogo de una niña.

Probablemente, Carroll utilizó la lógica de pensar en el juego de ajedrez porque sus posibilidades resultan infinitas, imprevisibles e insólitas. Aplicó la matemática a la lingüística, lo lúdico a la educación y la poética a la fotografía.

El arcidriche o damero, sobre el que se desarrolla el juego en el trabajo que nos ocupa, dan cuenta de los hallazgos de la técnica fotográfica y su evolución. Por medio de la imagen digital y como punto de partida, el damero inicial, está construido sobre una película en negativo y queda representado el paso hacia el primer procedimiento químico, el



baño de revelador, estableciendo un proceso de protocolo que nos lleva a desmenuzar la imagen fotográfica. Con la visualización de valores invertidos en este tablero de ajedrez, se propone tomar conciencia del mundo que nos rodea en los términos de la imagen fotográfica que, en tanto negativo invita a una reflexión de la realidad a través de su reflejo, de manera que contribuye a la representación expresiva final. Gardner (1999: 195) sigue:

Durante unos minutos, Alicia permaneció callada, contemplando el campo en todas direcciones: era un campo de lo más singular: Tenía numerosos arroyuelos que lo recorrían de parte a parte en línea recta, y el terreno que quedaba entre uno y otro estaba dividido en cuadros mediante pequeños setos verdes, que iban de un arroyo a otro. –¡Vaya, está trazado exactamente como un gran tablero de ajedrez! –dijo Alicia por fin. Debería haber hombres deambulando por él... ¡y los hay! –añadió en tono entusiasmado, y el corazón empezó a latirle violentamente de emoción, mientras proseguía: Están jugando una inmensa partida de ajedrez que abarca todo el mundo, si es que esto es el mundo. ¡Ah qué divertido! ¡Cómo me gustaría ser uno de ellos! No me importaría ser Peón, con tal de poder jugar... aunque naturalmente, me gustaría más ser Reina.

Una de las aportaciones más interesantes de la fotografía digital es la posibilidad de fundir imágenes ocultando el proceso de manipulación y ofrecernos una nueva estética. A través de este sistema se pueden construir imágenes como medio de expresión particular y como sistema semiótico de comunicación visual. Icono y símbolo son esencia del signo fotográfico, y a partir de estas escalas se organiza la imagen fotomontada. William Fox Talbot,³²¹ permitió que el fenómeno fotográfico diera un paso de gigante, puesto que no sólo se limitó a indicar la dirección precisa a seguir, sino que aportó respuestas sobre el modo en que era posible avanzar describiendo buena parte del porvenir fotográfico. Gardner (1999: 67) sigue:

321. Kurtz (2001: 67).

- ¿Te importaría decirme, por favor, qué dirección debo tomar desde aquí?
 —Eso depende en gran medida de adónde quieres ir- dijo el Gato.
 —No me importa mucho adónde...- dijo Alicia.
 —Entonces da igual la dirección- dijo el Gato.
 —... Con tal de que llegue a alguna parte- añadió Alicia a modo de explicación.
 —¡Ah!, ten la seguridad de que llegarás -dijo el Gato-, si andas lo bastante.

Llega el momento de la revelación. Nos adentramos en otro universo cuya representación icónica ayudó al reconocimiento del arte fotográfico, explorando por su andadura laberíntica,³²² las posibilidades artísticas de la huella luminosa. Entre luces y sombras, se reconstruye lo



eterno y temporal en el arte. El segundo arcidriche muestra por un lado, el resultado de la realización del proceso químico, baño de paro y por otro lado, cuando los pintores descubrieron la influencia que la fotografía podía ejercer sobre la pintura. Zunzunegui (1998: 139-140) afirma:

322. «Con todo, el transeúnte que sigue su camino con perseverancia llegará seguramente a la meta. Lo mismo que ocurría en los juegos de los primitivos, en los dibujos prehistóricos, en los círculos de piedra a la orilla del mar: muerte, conocimiento, renacimiento» Santarcangeli (1997: 35).

El proceso de producción fotográfico se compone de un rito de separación a través del cual se reduce, invierte y lateraliza el tema de la fotografía, convirtiéndolo en portátil, un rito de margen (la negatividad física del sujeto fotografiado) y un reto de agregación, mediante el que se lleva a cabo una corrección óptica positivando la negatividad y produciendo un objeto (la fotografía) permanente y estable socialmente [...] como un eterno presente, fruto de un futuro perpetuamente presente a través de su referencia a un pasado.

La fotografía amplió el campo de lo representable y paralelamente se moldeó como arte expresivo sobre algunas bases tomadas directamente de la práctica pictórica. Era necesario que la fotografía saliera de los dominios de la física para entrar en los dominios del arte. El fotógrafo dejaba de ser un mero instrumento capaz de capturar una escena para pasar a intervenir en el resultado final y así crear una fotografía, de la misma manera que el pintor creaba un cuadro. Gardner (1999: 82) sigue:

— Si cada cual se preocupase de sus propios asuntos —dijo la Duquesa con un gruñido sordo—, todo el mundo andaría bastante más de prisa de lo que va.

— Lo cual sería una ventaja —dijo Alicia, contentísima de poder exhibir un poco sus conocimientos—. ¡Piense lo que se acortaría el día y la noche! Como sabe, la tierra tarda veinticuatro horas en ejecutar una vuelta completa sobre su eje...

— Hablando de ejecutar —dijo la Duquesa—. ¡Córtale la cabeza!



En el tercer damero se representa el baño de fijador, además del avance que ha experimentado la fotografía con la aportación del ordenador como una herramienta de gran alcance para comunicar ideas. Carroll dio la bienvenida a la fotografía como «la nueva maravilla del mundo». Fue uno de los primeros en tomársela en serio, en ver en ella un medio de expresión digno de interés. Por una parte, su universo repleto de trampas, espejismos, cambios de talla, guardaba una gran afinidad con el de la fotografía. Universo que de golpe se introduce en su casa, en el espacio irreal de una cámara oscura donde los rayos luminosos recrean al prolongarse las furtivas e impalpables apariencias de la realidad. Revelar las imágenes latentes, captarlas, materializarlas, fijarlas para siempre es un prodigio de la fotografía que maravilla a Lewis Carroll, y que sólo la fuerza de la costumbre puede convertir en banal.³²³ Se plantea el problema de la fijación, como dice Philippe Dubois (1986: 113), «una vez que la imagen índice pretende inscribirse de manera estable, fijarse para la memoria, es decir, cuando la imagen pretende superar a su referente, eternizarlo, congelarlo en la representación», y así rescatar del pa-

323. Brassai (1998: 28).

sado a las niñas Agnes Grace Weld, Alice Liddell, Amy Hughes...,³²⁴ que el artista inmortalizó magistralmente con su cámara hasta traerlas a la era de la cibernética.

Con la creación de este damero, se representan los principios fundamentales de la perspectiva de la imagen fotográfica mediante el sistema de numeración binaria; se redescubre una alternativa digital, mostrando una nueva manera de construir el espacio. En el Renacimiento encontramos en la cámara oscura el punto de arranque para la captación de la imagen, que prefiguró el objetivo fotográfico. En el tratado de los trabajos sobre óptica que realizó Leonardo da Vinci, encontramos el arranque de toda una concepción de la imagen y su representación del sistema figurativo. Este tablero de ajedrez viene a ser como un escenario teatral, donde se distribuyen los personajes y los elementos arquitectónicos, según las coordenadas determinadas por las verticales y las horizontales y en función de las líneas que convergen en profundidad hacia el punto de fuga. El resultado es doble, por un lado, se crea la ilusión óptica tridimensional donde realmente no existe sino la bidimensionalidad del plano, y, por otro, se produce la sensación de la unidad de la obra. Con esta imagen trabajada en modo digital, se cumple lo que Emilio García Fernández y Santiago Sánchez González dicen respecto a que la forma o representación racional del espacio es la perspectiva y que la forma o la representación racional de la sucesión de los acontecimientos es la historia.³²⁵ Para Martin Lister (1997: 55-56):

Las imágenes digitales constituyen hoy «un nuevo tipo de señal», con propiedades bastantes diferentes de las de la imagen fotográfica. Estas nuevas imágenes pueden utilizarse «para producir nuevas formas de en-

324. Aileen Wilson-Todd, Beatrice Hatch, Beatriz Henley, Sarah Hobson, Mary Millais, Marcus Keane, Sydney Owen, Xie Kitchin, Ellen Terry, Alice Constance Westmacott, Edith e Ina Liddell, Irene Macdonald, Mary y Charlotte Webster y Margaret Gatey, Gertrude Dykes, Polly y Florence Terry, Alice Jane Donkin, Mary Macdonald, el reverendo C. Barker y su hija May, Constante y May Erizon, Maria Aite, Agnes Hughes, Ella Balfour, Jemmy Sant, Evelyn Hatch, Mary Ellis, Lizzie Wilson, Evelyn Wilson, Katie Brine, Florence Bickersteht. De Maristany (1987: 21 y ss.).

325. VV. AA. (2000: 155).

tendimiento» y también pueden fabricarse para “provocar molestias y desorientar haciendo borrosas las cómodas fronteras y animando a la trasgresión de las reglas sobre las que nos apoyábamos.

También, escribe Luis Racionero (1978: 18):

Leonardo utiliza el arte para promover la ciencia; hoy es la ciencia quien motiva el arte y esta simetría cultural, que hermana nuestra época al Renacimiento, en el terreno artístico y científico, es también una causa del interés actual por Leonardo. ¿Cómo recuperar una fusión del arte y ciencia similar a la que se da en su método?

Alicia pierde el control de lo que le han enseñado y quiere probarse a sí misma que sigue existiendo midiendo su conocimiento. Continua Gardner (1997: 36):

Vamos a ver: Cuatro por cinco, doce, cuatro por seis, trece; cuatro por siete... ¡Dios mío, de esta manera no llegaré nunca a veinte! De todos modos la tabla de multiplicar no tiene importancia; probemos con la geografía. Londres es la capital de París; París la capital de Roma, Roma... no, ¡está todo mal, seguro! ¡Debo de haberme convertido en Mabel! Probaré a recitar cómo la pequeña... –y cruzó las manos sobre su regazo, como si estuviese diciendo la lección, y empezó a recitar; pero su voz sonaba ronca y extraña, y no le salían las palabras tal como debían.

Después de haber superado el escenario de la «caverna», aprende unas cuantas lecciones y se convierte en la Reina que representa el poder y la independencia mientras se mueve de casilla en casilla adquiere el verdadero conocimiento. Supera el ritual de iniciación. Santarcangeli (1997: 334):



Así, en el laberinto se produce la abolición del tiempo. Es «aura sanza tempo tinta», como bien lo vio el Poeta cuando entró en las enseñanzas de la Tierra para hacer el gran viaje. [...] Naturalmente, esta forma de re-

presentación del viaje místico del conocimiento tiene cabida sobre todo en el espíritu del hombre religioso, y era la misma que experimentaban, de forma plástica y nítida, los que se adentraban por el hierós odós de los santuarios. Era la que se experimentaba también en el largo camino prescrito a los neófitos en el Asclepion de Pérgamo. La peregrinación era tortuosa y accidentada, pero, al final de un largo túnel –cuyo trayecto todavía se puede ver entre las ruinas del santuario– se encontraba la fuente de la juventud eterna, justo en el límite de la cámara secreta.

Percepción, interpretación, expresión y sensibilidad narrativa se conjugan en esta investigación, en la que la fotografía es contemplada como técnica y como arte porque nos permite usarla al servicio de la creatividad. Así, las nuevas tecnologías de la imagen permiten a muchos artistas extender los dominios del «laberinto» para encontrar un nexo entre la historia de la fotografía y la innovación propia de futuro, que renueva la escena de las artes plásticas.

BIBLIOGRAFÍA

- BARTHES, R. (1990): *La cámara lúcida*, Barcelona, Paidós Comunicación.
- BRASSAÏ, H. G. (1998): *Niñas, Lewis Carroll. Estudio preliminar*, Barcelona, Editorial Lumen.
- CARROLL, L. (1984): *Alicia en el país de las maravillas y A través del espejo*, Anaya.
- CARROLL, L. (2002): *Matemática demente*, Barcelona, Tusquets Editores.
- CHEVALIER, J. y A. GHEERBRANT (1999): *Diccionario de los símbolos*, Herder.
- DUBOIS, P. (1986): *El acto fotográfico. De la representación a la recepción*, Barcelona, Paidós.
- FONTCUBERTA, J. (1997): *El beso de Judas. Fotografía y verdad*, Barcelona, Gustavo Gili.
- GARDNER, M. (1999): *Alicia anotada*, Madrid, Akal Ediciones.
- GUBERN, R., (1999): *Del bisonte a la realidad virtual. «La escena y el laberinto»*, Barcelona, Anagrama.
- KURTZ, G. F. (2001): *Huellas de luz. Talbot. «Fotografías y Estampas»*, Madrid, Real Patronato del Museo Nacional de Arte Reina Sofía.
- LISTER, M. (1997): *La imagen fotográfica en la cultura digital*, Barcelona, Paidós Ibérica.
- MARISTANY, L. (1987): *Cartas a niñas. Lewis Carroll*, Barcelona, Plaza y Janés.
- OJEDA, J. (1982): *Alicia en el país de las maravillas y A través del espejo* (prólogo), Madrid, Alianza Editorial.
- RACIONERO, L. (1978): *Conocer a Leonardo da Vinci y su obra*, Barcelona, Editorial Dopesa.
- SÁNCHEZ GARRE, N. (2003): *Evolución de la fotografía a través de la obra de Lewis Carroll: Alicia en el país de las maravillas y A través del espejo*, tesis doctoral, Madrid, Universidad Complutense, Facultad de Ciencias de la Información.
- SANTARCANGELI, P. (1997): *El mito de los laberintos*, Madrid, Siruela.
- VV. AA. (2000): *Historia general de la imagen. Perspectivas de la comunicación audiovisual*, Madrid, Universidad Europea CEES.
- ZUNZUNEGUI, S. (1998): *Pensar la imagen*, Madrid, Cátedra.

CURRÍCULUM ABREVIADO DE LOS PARTICIPANTES

Aguilar García, José A.

Está terminando la tesis doctoral en la Universitat Jaume I de Castellón, donde imparte clases desde hace tres años. Empieza a trabajar como periodista gráfico en 1987, después de una estancia de un año en la universidad de ST, Cloud, Minnesota, amplió estudios fotográficos en el periódico Castellón *Diario de Castellón*. Ese mismo año ingresa en la agencia Europa Press de Madrid. Estando en esta agencia realiza estudios de fotografía en UCLA y Colorado. Desde esa agencia recorre medio mundo detrás de las noticias del momento (funerales del Emperador japonés, coleccionable sobre la II Guerra Mundial, viajes de los Reyes de España y el príncipe Felipe...). Cuatro años después ingresa en la Agencia COVER y Tele Madrid. Posteriormente es contratado por el dominical *El Semanal* del grupo El Correo, donde también ejerce como editor gráfico. Ha publicado en, prácticamente, todas las revistas de este país y algunas internacionales. También ha trabajado o sigue haciéndolo para empresas como Tau Cerámica, Saloni, Gas Natural, Swatch, Omega... Actualmente compagina las clases en la Universidad con el trabajo con algunas empresas, la agencia Cordón Press, ediciones Reunidas del grupo Zeta, revista *Gourmet* y otras colaboraciones gastronómicas tanto a escala fotográfica como de redacción. Organiza actos relacionados con el mundo gastronómico como el Mesón de la Tapa y la Cerveza o la Muestra Nacional de Tapas. José Aguilar es miembro de la Asociación de la Prensa, de la Asociación de la Prensa Taurina y jurado en varios concursos fotográficos que se celebran en la provincia, incluidos los de la propia Universitat Jaume I.

Arнау Roselló, Roberto

Licenciado en Comunicación Audiovisual, Universitat de València (Estudi General), 1997. Suficiencia investigadora (DEA), Universitat Jaume I de Castelló, Dpto. de Filosofía Sociología y CAP., noviembre 2003. Técnico montador editor de digital, curso de formación de 540 horas de la Federación Valenciana del Audiovisual y Generalitat Valenciana, 1999. Producción, guión y realización del programa *L'Espantall*, Canal 25 Televisión, Emisora Municipal de Mislata, 1998. Realización de cortometrajes y documentales proyectados en festivales de cine, Primer Premio de la sección documental Festival Murbiter de Cine, 2002. Técnico docente en el Departamento Audiovisual del Institut Universitaire de Technologie de Besançon, Université de Franche-Comté, Francia, curso 2000-2001. Técnico audiovisual en el LAB-CAP UJI, cursos 2002/03 y 2003/04. Profesor del curso «Técnicas de producción del documental», UJI, julio 2003. Diversas comunicaciones presentadas a congresos, 2003-2004.

Baeza Loro, Concha

Ha trabajado como guionista de radio (RNE), como redactora de distintos medios escritos nacionales (*Stylo Moda*, *Estar Viva*) y ha publicado numerosas colaboraciones periodísticas (*El Sol*, *Claves de la razón práctica*, *Alfoz*, *Mía*, *Diario 16*) para

dedicarse, desde 1996, a la asesoría en imagen, comunicación y promoción corporativa. Paralelamente ha desarrollado distintas investigaciones en torno a la fotografía, el espectáculo y la cultura popular que han dado origen a varios artículos para catálogos de exposiciones, un capítulo de libro y el comisariado de dos exposiciones de fotografía taurina. Es licenciada en Filología Hispánica.

Blázquez Chaves, Esther

Esther Blázquez Chaves es licenciada en Filología Inglesa y actualmente realiza su tesis doctoral en base a un estudio comparativo sobre la violencia de género en los medios británicos y españoles. Entre sus publicaciones cabe destacar «La “nuevas” heroínas del cine de acción: Lara Croft y Los Ángeles de Charlie», en *Configuracions del gènere en temps de canvi*, núm. monográfico de Asparkía. Investigació Feminista, vol. 14, 2004.

Breva Franch, Eva

Curso de doctorado interuniversitario «Comunicación empresarial e institucional» Universitat Jaume I de Castellón. Máster de Alta Dirección en Gestión Internacional de Empresas (750 horas) Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Castellón «Professional Management». Management Centre Europe. Bruselas «The Consolidation of the North America Market». Radford University. Virginia, USA. Licenciada en Ciencias de la Información. Rama: Publicidad. Universidad Autónoma de Barcelona. Actualmente es profesora Asociada del área de Comunicación Audiovisual y Publicidad, de las asignaturas de Planificación de Medios, Publicidad Exterior y Protocolo Empresarial.

Carrillo Durán, M^a Victoria

Titular interina en el Área de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad de Extremadura. Doctora en Ciencias de la Información. Publicidad y RRPP por la Universidad Complutense de Madrid (UCM). Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Complutense de Madrid. Máster en Marketing Profesional por la UCM. Centro de Estudios de Gestión, Análisis y Evaluación. Máster en Gestión Publicitaria por la UCM. Experta en Comunicación Financiera, título propio de la UCM. Beca predoctoral de Formación del Personal Investigador (FPI) Universidad Complutense Madrid. Ejecutiva de cuentas de *marketing* relacional en Grupo SIM, Madrid. Por otra parte, es directora e investigador, principal del proyecto de investigación. La Influencia de la Publicidad en Adolescentes con Trastornos Alimentarios. Subvencionado por la Consejería de Sanidad y Consumo de la Junta de Extremadura. Directora e investigador principal del proyecto de investigación Activación de la comunicación empresarial en Extremadura. Subvencionado por la Diputación de Badajoz. Directora y coordinadora del pro-

grama de doctorado Comunicación Audiovisual y Publicidad. Coordinadora Interuniversitaria de doctorado programa: Comunicación Institucional y Empresarial bienios 2002-2004-2003-2006. Profesora de doctorado en la Universidad de Extremadura y Universitat Jaume I. Desarrolla su actividad investigadora por una parte ligada a la comunicación y los trastornos de la conducta alimentaria, y por otra ligada a la comunicación empresarial e interactiva y su relación con la publicidad. Ha impartido conferencias en distintas entidades y universidades nacionales e internacionales.

Castaños, Ángel J.

Doctor en Ciencias de la Información: *Los periódicos diarios electrónicos españoles en Internet*. Universidad Complutense de Madrid, 1999 (Fernando Lallana, Director de tesis). Profesor de Diseño Periodístico en la Universidad Cardenal Herrera desde 1992, hasta la fecha. Diseñador de la revista digital *Caleidoscopio* (www.uchceu.es/caleidoscopio) ISSN 1695-7172 desde 2000, hasta la fecha. Redactor de diseño de *Las Provincias*, 1991. Redactor de diseño de *La Hoja del Lunes* y *La Hoja de Valencia*, 1991 y 1992.

Castillo Díaz, Ana

Profesora del área de Comunicación Audiovisual y Publicidad, UEX. Licenciada en Ciencias de la Información, especialidad de Publicidad por la Universidad de Sevilla. Entre sus líneas de investigación están la comunicación institucional, imagen y publicidad *online*. Con participaciones en congresos nacionales e internacionales y publicaciones como: «The advertising in the world wide web and its new professionals» en el Congreso Internacional *Sustainability in the new economy*, 2002. «Private Spanish universities in the Internet: communication and corporate» en Second International Conference on Multimedia and Information & Communication Technologies in Education, m-ICTE 2003; «El estado del *Corporate* en la empresa extremeña: el diseño y la imagen corporativa» en el II Congreso Ibérico de Ciencias de la Comunicación, Covilha (Portugal, 2004) y el capítulo «Comunicación en la biblioteca» en *Bibliotecas públicas, bibliotecas escolares y otros espacios formativos: una apuesta por la lectura*.

Cuadrado Alvarado, Alfonso

Profesor de Tecnologías Audiovisuales y Multimedia en la Licenciatura de Ciencias de la Comunicación. Editor digital y responsable de postproducción en publicidad y televisión desde 1987. Diseñador gráfico de cabeceras e indicativos de cadena en televisión. Diseñador de la imagen gráfica de TVE para las Olimpiadas de Atlanta de 1996.

Del Portillo García, Aurelio

Doctor en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid; Máster en Filosofía por el CUFVI (adscrito a la Universidad Complutense); Técnico especialista en imagen y sonido (especialidad en Realización) por el IORTV; Estudios musicales (grado profesional en Canto); Profesor titular (interino) de la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid; Miembro del GEAC (Grupo de Estudios Avanzados de Comunicación) de la URJC; Coordinador del grupo de filosofía del Centro Nacional de Información y Comunicación Educativa del Ministerio de Educación para el desarrollo de recursos interactivos multimedia; colaborador y miembro del consejo editorial de *Babab*, revista de cultura en Internet: realizador de cine, y televisión.

Doménech Fabregat, Hugo

Hugo Doménech es licenciado en Ciencias de la Información por la Universidad Pontificia de Salamanca. Realizó el trabajo final de carrera «Aspectos teóricos y éticos de la manipulación en fotoperiodismo» (calificación sobresaliente), y actualmente cursa estudios de doctorado en la Universitat Jaume I de Castellón, donde disfruta de una beca de colaboración en el Laboratorio de Comunicación Audiovisual y Publicidad (LABCAP). Trabajó como redactor en TVE dentro de los Servicios Informativos y en programas como *Estudio Estadio*, *Liga de Campeones*, etc. También colaboró como redactor en *Diario 16*. Presentó la ponencia «Las mentiras de la fotografía» dentro de las Jornadas de Imagen organizadas por la Universitat Jaume I. Presentó la comunicación «El pie de foto explicativo» dentro de las Jornadas de Fomento de la Investigación en la UJI. Ha sido jurado en diferentes premios y concursos fotográficos como Gran Formato, organizado por la misma Universidad.

Durán Máñez, Ángeles

Licenciada en Ciencias de la Información (especialidad Periodismo) por la Universidad Politécnica de Valencia y Diploma de Estudios Avanzados por la Universitat Jaume I. Actualmente, es responsable de Comunicación y Relaciones Informativas de la Universitat Jaume I (desde 1997), profesora asociada de Periodismo Especializado, directora fundadora del periódico *Vox UJI* y de la emisora *Vox UJI Ràdio*, y codirectora del Máster en Periodismo, Publicidad y Comunicación corporativa (Universitat Jaume I-Universitat Illes Balears). Actividades que compagina con otras labores docentes (Máster en Dirección Estratégica de la Comunicación: Comunicación corporativa y publicidad-UJI), de investigación (en varios proyectos y congresos) y como asesora de comunicación para diversas empresas públicas y privadas. Ha sido miembro del equipo autor del primer Plan de Comunicación de una universidad pública española y corresponsal de *El País* en Castellón. En la actualidad es secretaria ejecutiva de la Red de Gabinetes de Comunicación de la Conferencia de Rectores de Universidades Españolas (CRUE) y vicepresidenta de la Asociación de Gabinetes de Comunicación de Universidades y Centros de Investigación (AU-

GAC). Es coeditora de diversas publicaciones y autora del libro *Valencia, cuna de impresores. El Museo de la Imprenta*.

Eguizábal Maza, Raúl

Doctor Cum Laude y premio extraordinario en Ciencias de la Información. Profesor titular de la Universidad Complutense donde ha impartido las disciplinas Teoría General de la Publicidad, Historia de la Publicidad, Lenguaje Publicitario así como cursos de doctorado sobre Historia del Cartel. Coordinador de la Facultad de Publicidad del Colegio Universitario de Segovia. Director de la revista *Publifilia*. Autor de los libros *Historia de la Publicidad* (Eresma & Celeste, 1998) y *Fotografía publicitaria* (Cátedra, 2001). Ha colaborado en diversas revistas profesionales y académicas, y dirigido y dictado cursos en diversas universidades públicas y privadas (Universidad Menéndez y Pelayo, Universitat Jaume I, Icade, etc.). Entre sus publicaciones se encuentran: «La publicidad política en España (Aproximación histórica)», «Publicidad y Consumo: los nuevos valores de la comunicación organizacional», «Retórica del eslogan», «El cine a través del cartel publicitario», «Panorama de la multitud vigilada (La investigación en publicidad)», «Publicidad en una sociedad sobrecargada», «Conceptos de Publicidad y Modelos de mensajes», «Publicidad de vanguardia en España», «Arte, Publicidad y Medios de Comunicación».

Además de su labor académica, ha cultivado la crítica y la creación literaria. Tiene publicados varios libros de poesía y ha recibido los premios Ciudad de Alcalá (1982) y Rafael Alberti (1997). Fue colaborador y crítico literario en *Diario 16* (de 1988 a 1993). Ha escrito textos de presentación en catálogos de diversos artistas (César Fernández Arias, Carlos García-Alix, Damián Flores, etc.) y tiene editada una monografía sobre el pintor Dis Berlin (*Robinson de las mil islas*, 1997). Como comisario ha realizado las exposiciones: «El espejo del consumo» (1989), «100 Años de Arte Comercial en España» (1999), «La publicidad y los libros» (2001) y «Memoria de la Seducción. Carteles del siglo XIX en la Biblioteca Nacional» (2002).

Esparza, Ramón

Profesor titular de Teoría de la Comunicación Audiovisual, Universidad del País Vasco. Licenciado en Ciencias de la Información, Universidad de Navarra (1976), Doctor en Ciencias de la Comunicación, Universidad del País Vasco (1989).

Crítico de artes plásticas: *El Cultural* (suplemento semanal de *El Mundo*, Madrid). Comisario independiente. Publicaciones (resumen): «La destrucción de la torre de marfil», en *Werner Bischof*. Casal Solleric, Palma de Mallorca, 2004 (en preparación); «La mirada perdida de Tereška», en *David «Chim» Seymour*, Valencia, IVAM, 2003; «La réalité manquée» en *Image et politique*, coordinador: Françoise Docquier y François Piron, edit: Actes Sud, 84 - 102, Arles 1998; «Locus amoenus» en *Xavier Ribas*, coordinador: Xavier Ribas, Ramón Esparza, edit: Universidad de Salamanca, 55 - 57, Salamanca, 1998; «El arconte gris», en *Zer*, nº11, (2001), 311-330; «En las

distancias cortas. Fotografía y propaganda en la guerra civil», en *Propaganda en guerra*, Salamanca, Archivo General de la Administración, Sección guerra civil, 2002; «Espacio, mirada, ansiedad: conversación con *Per Barclay*», en A. Salaverría (coord.) *Per Barclay*, San Sebastián, Bergen Kunstforeing, CCC de Tours, Koldo Mitxelena Kulturnea, 2002; «Bleda + Rosa: l'épaisseur de la mémoire», en *Bleda+Rosa*, Collioure, Musée de Collioure, 2001; «Fotografía y visión», en *Papel Alpha*, nº 5 (2000), 111-131; «Difficulty of diffusion», en *Source magazine*, nº 21 (1999) 22-26.

Fernández Fernández, César

Doctor por la UJI, programa: Comunicación Empresarial e Institucional, tema: arte y comunicación en la era digital, (2004). Licenciado en Comunicación Audiovisual por la UVEG, (1997). Técnico especialista en Operaciones de Imagen y Sonido, (1994). Profesor asociado de Comunicación Audiovisual y Publicidad en el Dpto. de Teoría de los Lenguajes de la UVEG, docencia en licenciaturas de Comunicación Audiovisual y de Periodismo, (1999-2004). Investigador en proyectos de comunicación audiovisual e hipermedia en el Instituto Universitario de Tráfico y Seguridad Vial de la UVEG: INTRAS, (2000-2004). Periodista-redactor y guionista en TVV: Departamento de Informativos, (1999-2002). Operador de equipos de Control de Continuidad en TVV: Departamento de Emisiones (1997-1999). Cofundador y coordinador de *Ciber@RT - Muestra Internacional de Nuevas Tecnologías: Arte y Comunicación*, (1995-1999).

Ferrando García, Pablo

Licenciado en la Facultad de Ciencias de la Información, en la rama de Ciencias de la Imagen Visual y Auditiva (actualmente Comunicación Audiovisual). Doctor en la Facultad de Comunicación Audiovisual, Universitat de València. Ayudante de realización del programa semanal de Televisión Valenciana *Enquadres*, durante el curso septiembre 91-junio 92. Colaborador en la empresa audiovisual Tech-Video S.A, entre noviembre y febrero de 1990-1991, especializada en el sector de la post-producción y en la edición de cabeceras y reportajes. Colaboración en Torrent Cable. Durante el mes de junio de 1990: Operador de cámara, edición y continuidad en los estudios de la televisión local. Realización de videos industriales para empresas privadas de inmobiliaria y construcción (1994). Colaborador en varias revistas de espectáculo en el periodo 1989/1991. Colaborador con el *Diario 16* para cubrir la información del festival de cine *Mostra de Cinema del Mediterrani* (1992). Participa esporádicamente en la revista de tirada nacional e internacional *El viejo Topo*. Ha colaborado en el 200-2001 para la revista especializada de cine *Banda Aparte* en el núm. 19, en la que ha realizado una reseña de un libro sobre la figura de Rossellini. En el núm. 21 de la citada revista, participa en un monográfico sobre Woody Allen con el artículo titulado «Woody Allen nada, Sylvia Plath se ahoga». Docente en el

Instituto de Formación Profesional Juan Comenius, en la rama de Imagen y Sonido, en las asignaturas de Lenguaje de Imagen y (1992-2004). En estos momentos está en fase de preparación un libro monográfico sobre la película *Roma, città aperta* (Roberto Rossellini, 1945) por encargo de la editorial Nau Llibres/Octaedro.

Galán Fajardo, Elena

Profesora ayudante en el Área de Comunicación Audiovisual de la UEX desde 2002. Licenciatura en Comunicación Audiovisual por la UCM (1994-1999). Suficiencia investigadora por la UCM (1999-2001) con el proyecto «Evolución y desarrollo de las series de ficción españolas de emisión nacional desde 1990-2002». Máster en Escritura para Cine y Televisión por la UAB (2001). CAP. Artículos en la revista de cine *VO*. Cursos dirigidos sobre cine y literatura, en colaboración con la UEX. Comunicaciones con las siguientes líneas temáticas: Tratamiento fotográfico de la imagen, narrativa audiovisual, técnicas de construcción de personajes, literatura y cine, CD-R: «1898, Imágenes de un fin de siglo».

Gámez Fernández, María José

María José Gámez Fuentes es profesora ayudante doctora del Área de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universitat Jaume I (Castellón). Realizó estudios de máster y doctorado en la Universidad de Nottingham (Reino Unido) donde se especializó en Estudios Culturales y de Género aplicados a la crítica de la comunicación mediática. Entre sus publicaciones cabe destacar su último libro *CineMATERgrafía. La madre en el cine y la literatura de la democracia*, Castellón, Ellago y Universitat Jaume I, 2004.

García Fernández, Emilio Carlos

Catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad (Universidad Complutense de Madrid) y director del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad 1 de la Facultad de Ciencias de la Información. Desde hace más de dos décadas se ha dedicado como investigador al mundo de la imagen (cine, fotografía, televisión...), con libros como *Historia del cine en Galicia (1896-1984)*, La Voz de Galicia, La Coruña, 1985; *Historia ilustrada del cine español*, Planeta, Barcelona, 1985; *Ávila y el cine. Historia, documentos y filmografía*, Institución Gran Duque de Alba, Ávila, 1995; *Cine e Historia. Imágenes de la historia reciente*, ArcoLibros S.L., Madrid, 1998; *El cine español entre 1896 y 1939. Historia, industria, filmografía y documentos*, Barcelona, Ariel Cine, 2002; *Historia General de la Imagen. Perspectivas de la Comunicación Audiovisual*, Madrid, Universidad Europea de Madrid, 2000; *Guía histórica del cine*, Editorial Complutense, Madrid, 2001 (2ª edición).

Ha dirigido la *Historia Universal del Cine* (Fascículos Planeta, Madrid, 1992-1996), colaborado en *Antología del Cine Español* (Mundografic, Murcia, 1992), y en los dic-

cionarios *Diccionario del cine español* (1998, Alianza Editorial, Madrid) y *Diccionario de cine en Galicia (1896-2000)* (Xunta de Galicia /CGAI, A Coruña, 2002).

También ha analizado la fotografía de manera especial en varias publicaciones sobre estudios locales y provinciales, tanto en su dimensión histórica como sobre el trabajo del reportero gráfico o el álbum familiar, todas las investigaciones desarrolladas en el seno de la Institución Gran Duque de Alba (Ávila). En este sentido es autor de: *José y Antonio Mayoral. El reportaje gráfico abulense*, 1988; *Cebreros. Imágenes para el recuerdo*, 1993; *Cuevas del Valle. Imágenes de una vida*, 1995. Y coautor de: *La Adrada. Memoria gráfica*, 1994; *Candeleda. Memoria gráfica*, 1994; *Arenas de San Pedro. Memoria gráfica*, 1994; *Mombeltrán. Memoria gráfica*, 1994; *Sotillo de la Adrada. Imágenes de un siglo*, 1998. Además prologó los libros: *Mingorría. La historia quieta, la memoria del tiempo*, Ávila, Ediciones Piedra Caballera, 1996; *Imágenes abulenses (Archivo Mayoral)*, Ávila, Caja de Ahorros de Ávila, 1998.

Ha colaborado en revistas cinematográficas (*Cinema 2002, Papeles de cine Casablanca, Cinerama, Secuencias, Euro-Movies Internacional, Cine & Teleinforme, AGR*), de comunicación (*Telos, Todo Pantallas, Área Abierta*) y universitarias (*Hispanística xx*, Universidad de Bourgogne, Francia).

Ha colaborado en numerosos periódicos nacionales y regionales (*La Región, La Voz de Galicia, Faro de Orense, El Diario de Ávila, La Revista de Ávila*) e institucionales (*Xunta de Galicia, Diario de Galicia, Filmoteca Española, Boletín de la Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas de España; Boletín de EGEDA*).

Garralón Velasco, José Luis

Licenciado en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid. Actualmente es profesor asociado en el Departamento de Informática (Área de Comunicación Audiovisual) la Universidad de Extremadura. Ha sido director de Producción de Ros Producciones Audiovisuales, 1998-2000; director de Casa de Oficios «Adelardo Covarsí» de Albuquerque, 1996-1997; responsable de canales de Comunicación Social de la Consejería de Agricultura de la Junta de Extremadura entre 1991-1994; guionista y presentador de Televisión Española (Centro Territorial de Extremadura), con labores de realización y edición, 1989-1991; director de Antena 3 de León, 1989-1988; director de Antena 3 en Badajoz, 1984-1986; director de Radio 80 en Extremadura (emisoras de Badajoz, Cáceres y Don Benito), 1981-1986. Ha impartido numerosos cursos sobre audiovisuales.

Gil Puértolas, Longi

Longi Gil Puértolas es licenciado en Comunicación Audiovisual por la Universitat de València y estudiante de tercer ciclo en el programa de Comunicación Empresarial y Institucional de la Universitat Jaume I de Castellón. En los ochenta colaboró en diferentes medios de comunicación: en *Radio Popular (COPE)* y en los periódicos *Mediterráneo y Castellón Diario*. Desde 1985, se dedica profesionalmente a la pro-

ducción (guión y realización) de documentales, reportajes, videos empresariales e institucionales. Ha publicado artículos sobre comunicación y cultura popular. Desde 1992 trabaja como técnico audiovisual en la Universitat Jaume I y, actualmente, es el coordinador técnico del Laboratorio de Comunicación Audiovisual y Publicidad.

Gómez Isla, José

Es doctor en Bellas Artes. Ha sido director del Departamento de Arte y Exposiciones de la Diputación de León. Es comisario de exposiciones, crítico de arte y colaborador en diversas revistas especializadas. Ha sido miembro del consejo de redacción de las revistas científicas *Binaria* y *Universo Fotográfico*. Ha sido profesor de Fotografía en la Facultad de Bellas Artes de Madrid (1999-2003) y profesor titular en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Europea de Madrid (1997-2003). Actualmente es profesor en la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Salamanca. Ha publicado diversos ensayos como el libro *Fotografía de Creación* (Nerea, 2004).

Gómez Tarín, Francisco Javier

Doctor en Comunicación Audiovisual por la Universitat de València, donde ha impartido docencia de Historia de las Teorías Cinematográficas y Análisis de Textos Audiovisuales. Actualmente es Profesor del Área de Comunicación Audiovisual y Publicidad en la Universitat Jaume I de Castellón. Ha publicado *Lo ausente como discurso: elipsis y fuera de campo en el texto cinematográfico* (tesis doctoral, editada completa en CDROM por el Servicio de Publicaciones de la Universitat de València), una monografía sobre *Arrebato* (Iván Zulueta, 1980) y está en vías de edición otra sobre *A bout de souffle* (Jean-Luc Godard, 1960). Ha participado en libros colectivos como *Once miradas sobre la crisis y el cine español* o *Historias sin argumento: el cine de Pere Portabella*. Miembro fundador del colectivo *Yaiza Borges*, tiene amplia experiencia en guión, montaje y dirección de audiovisuales y ha ejercido la crítica cinematográfica en diversas publicaciones, entre las que destaca *El Viejo Topo*. Ha colaborado en múltiples congresos y seminarios, tanto nacionales como internacionales. Forma parte de la Junta Directiva de la AEHC (Asociación Española de Historiadores del Cine) y es miembro de la AES (Asociación Española de Semiótica).

Ibarra Rius, Noelia

Licenciada en Filología Hispánica en la Universitat de València. Premio Extraordinario de Licenciatura Plan 2000 Filología Hispánica. Licenciada en Comunicación Audiovisual, en la Universitat de Valencia. Estudiante de doctorado de Comunicación Audiovisual de la Universitat de València.

Igartua Perosanz, Juan José

Profesor titular de la Universidad de Salamanca, imparte clases en Comunicación Audiovisual, y vicedecano de la Facultad de Ciencias Sociales. Como profesor visitante, desde 1999 imparte clases en el programa de doctorado de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad Autónoma de Barcelona. Ha sido profesor e investigador visitante en el Centro de Investigación de la Comunicación y la Información (CINCO) del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (México). Dirige el proyecto de investigación «Análisis de los encuadres noticiosos de la información sobre inmigración en la prensa española» (Plan Nacional I+D+I).

Izquierdo Castillo, Jessica

Licenciada en Comunicación Audiovisual por la Universitat de València y licenciada en Publicidad y RRRP por la Universitat Jaume I de Castellón, donde actualmente cursa estudios de doctorado. En calidad de estudiante de postgrado disfruta de una beca de colaboración del departamento de Filosofía, Sociología y Comunicación Audiovisual y Publicidad. Es miembro del grupo de Investigación ITACA-UJI, coordinado por el Dr. Javier Marzal Felici. Ha presentado una comunicación en colaboración con los doctores Javier Marzal Felici y Emilio Sáez Soro bajo el título «Nuevas tecnologías de la comunicación, lenguaje hipermedia y alfabetización audiovisual. Una propuesta metodológica para la producción de recursos educativos», en el marco de las Jornadas de Fomento de la Investigación, celebradas en mayo de 2003 en la UJI. Esta participación se realizó en calidad de becada por Bancaja en el proyecto del mismo nombre. Anteriormente había desempeñado las funciones de coordinación de monitores del LAB-CAP de la UJI. Ha participado en las III Jornadas de Publicidad. Nuevos Retos de la Publicidad en el Siglo XXI, celebradas en abril de 2004 en la misma universidad, con motivo de la exposición de un trabajo publicitario profesional. Ha realizado colaboraciones con diversos medios de comunicación tales como *Radio Castellón Cadena SER*, *Localia Castellón* y *Valencia Te Ve*.

Lara Matéiz, Antonio

Doctor en Imagen y Sonido por la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid. En Cuba, en la Escuela Internacional de Cine de San Antonio de los Baños, completa los cursos de Realización Cinematográfica y Fotografía Submarina. Encargado del área de prácticas audiovisuales del Máster Multimedia de la Facultad de Bellas Artes de la UCM. Imparte la asignatura de Tecnología de los Medios Audiovisuales, y la de Realización Televisiva en la URJC, 1992-93. Trabaja durante dos años como cámara y mezclador en la televisión del Congreso de los Diputados. Desde 1994 es montador cinematográfico profesional. Ha editado cerca de medio centenar de cortometrajes, y una decena de largometra-

jes entre los que se cuentan *De Salamanca a ninguna parte* (Chema de la Peña, 2002, nominada al premio Goya 2003 como mejor largometraje documental); *Al Sur de Granada* (Fernando Colomo, 2003) e *Isi/Disi* (Chema de la Peña, 2004).

Latorre Izquierdo, Jorge

Doctor en Historia del Arte (1998) y *Bachelor* en Filosofía (1996). *Visiting Scholar* del Department of Fine Arts de la New York University (NYU) y fotógrafo en el International Center of Photography de Nueva York, durante el curso 2001-2002 (cf. www.geocities.com/nuevayorkantesydespues). Desde 1998 es profesor adjunto del Departamento de Cultura y Comunicación Audiovisual, en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra, donde imparte la asignatura Cultura de la Imagen. Ha coordinado exposiciones, y publicado monografías (*Santa María del Villar, fotógrafo turista*, Pamplona, 1999) o artículos para revistas y congresos especializados, como el titulado «Fotografía del 98» (CEHA, Oviedo, 1998) o «Diego Quiroga, un fotógrafo moderno con mentalidad decimonónica (actas del I Congreso Universitario sobre Fotografía Española, Pamplona, 2002). Otros artículos sobre teoría artística y fotográfica son: «El arte de la fotografía», *Comunicación y sociedad*, volumen XIII, n. 2, diciembre 2000, pp. 117-139; «La fotografía entre lo documental y lo representado», VI Coloquios de Cultura Visual Contemporánea, Mainel, Valencia, 2003; «El almario de Martín Chambi. Modos europeos en el retrato fotográfico andino», *Nueva Revista de Política, Cultura y Arte*, 92, marzo-abril 2004; «El Fotoperiodismo en el diván», I Congreso Internacional de Fotoperiodismo, Universidad de Lima (actas en publicación). Crítico de arte de la revista *Nuestro Tiempo* (más de 15 artículos) y la revista de la Agrupación Fotográfica de Pamplona, *Contraluz* (3 artículos); ha publicado además una decena de artículos científicos en áreas no directamente relacionadas con la fotografía como por ejemplo «Benjamin versus Panofsky. Una justificación europea del cine “americano”» (*Actas del VI Congreso Europeo*, Pamplona, 2002); «Subway Boogie-woogie. El Sonido de Nueva York» (*Nueva Revista de Política, Cultura y Arte*, 80, marzo-abril 2002); «A propósito del 11 de septiembre: ruidos en la comunicación de la complejidad» (*Profesionales para un futuro Globalizado*, Eunate, Pamplona, 2003); «El artista que no cesa. Bases para la objetividad del gusto en la Historia del Arte de E. H. Gombrich» (*E. H. Gombrich, in memoriam*, Pamplona 2003); «Salvar al Minotauro. Un estudio iconológico de la obra de Picasso» (*XIV Congreso del CEHA*, Málaga, 2003), «Nuevos Tiempos, Viejas Provocaciones» (*La Gaceta de los Negocios*, viernes, 22 de agosto de 2003), etc. Ha sido secretario general del XVII y XVIII Congresos Internacionales de Comunicación de la Universidad de Navarra (www.unav.es/fcom/cicom).

Legido García, Toya

Doctora en Bellas Artes por la UCM, con la tesis doctoral *Muerte de la fotografía referencial. De la imagen fotográfica como representación a la imagen fotográfica como herramienta discursiva*, Universidad Complutense, dirigida por D. Joaquín Perea González, 1993-1995; especialista en Fotografía Publicitaria, Centro Ricerche del Instituto Europeo di Design de Milán; becada por la Consejería de Industria de Castilla-La Mancha dentro del programa Euroforum I+D de la CE; 1995-2004 profesora de licenciatura en la Universidad Europea de Madrid impartiendo las asignaturas de Teoría y Técnica de la Fotografía y Fotografía Publicitaria en las licenciaturas de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Bellas Artes. Desde 2003 es profesora de doctorado donde imparte el curso de «Efectos culturales de las nuevas tecnologías de la comunicación». Fotógrafa publicitaria y redaccional. Exposición colectiva de profesionales del diseño y la fotografía. *Formación y profesión. El diseño como proceso*. Departamento de Diseño y Artes de la imagen. Dibujo II. Facultad de Bellas Artes. Universidad Complutense de Madrid. Exposición colectiva de nuevas tendencias en fotografía «De lo real a lo imaginario». Centro polifuncional de Arroyomolinos, Madrid. Concejalía de Cultura, Educación, Juventud y mujer. (del 1 al 31 de Marzo del 2003). Múltiples publicaciones y participaciones en congresos.

Lens Leiva, Jorge

Licenciado en Comunicación Audiovisual por la Universidad Complutense de Madrid. Doctorado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Vigo. Desde el curso 1997-1998 imparte clases en la licenciatura de Publicidad y Relaciones Públicas en la Universidad de Vigo, y se hace cargo –entre otras– de todas las materias relacionadas con la imagen fotográfica: Teoría y Técnica de la Fotografía y Laboratorio de Fotografía Publicitaria. Es coordinador del Laboratorio de Fotografía de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Vigo. Ha sido redactor gráfico en el diario *La Voz de Galicia* (delegación de Vigo) y fotógrafo *freelance para* medios de comunicación y agencias de publicidad.

López Cantos, Francisco

Doctor en Comunicación Audiovisual y Publicidad por la Universitat Jaume I de Castellón. Actualmente profesor interino de Ciclos Formativos de Grado Superior de Comunicación, Imagen y Sonido, con responsabilidades docentes en los ámbitos de producción y tratamiento de imágenes audiovisuales, y autor de diversos textos en esta área de conocimientos.

López Font, Lorena

Licenciada en Ciencias de la Información (Publicidad y Relaciones Públicas) en 1996. Ejercicio profesional en medios de comunicación y en comunicación corporativa para instituciones públicas como Fundación CEU-San Pablo y Universitat Jaume I y en empresa privada como Opel España. Desde 2000 tiene dedicación plena a la docencia e investigación en la Universitat Jaume I de Castellón. Diploma de Estudios avanzados en el 2002. En la actualidad está escribiendo su tesis doctoral bajo el título Estructura de la Agencia de Publicidad en *Comunidad Valenciana: Planteamientos de nuevos formatos de negocio*.

Lozano de la Pola, Riánsares

Estudiante de tercer ciclo. Alumna el programa de doctorado Arte, Filosofía y Creatividad dirigido por D. Román de la Calle, Departamento de Filosofía, Área de Estética, de la Universitat de València.

Llorens Casani, Vicente

Ingeniero técnico químico. Graduado en Fotografía. Licenciado en Historia del Arte. Actividad laboral: profesor de secundaria de Ciclos de Comunicación Audiovisual (IES La Marxadella – Torrent).

Marcos Camilo, Eduardo José

Nacido en Lisboa, en 1966, se graduó en Ciencias de la Comunicación en la Facultad de Ciencias Sociales y Humanas de la Universidade Nova de Lisboa. Doctor en Ciencias de la Comunicación por la Universidade da Beira Interior. Es titular de las asignaturas de Publicidad, Relaciones Públicas, Taller de Comunicación Institucional y Técnicas Especiales de Información (Comunicación empresarial para los órganos de administración local) en el Curso de Ciencias de la Comunicación de la Universidade da Beira Interior y de Semiótica de la Comunicación, en el Curso de Mercadotecnia de la misma universidad. Investigador del LABCOT –Laboratorio de Comunicación de la Universidade da Beira Interior–, en el dominio de investigación relacionado con el análisis de las imágenes y los procesos de comunicación. Ha sido titular de la asignatura de «Perspectivas sobre comunicación publicitaria» en el *mestrado* en Ciencias de la Comunicación organizado por el Departamento de Comunicação e Artes de la Universidade da Beira Interior.

Marcos Molano, María del Mar

Doctora en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid, en la actualidad es profesora de Dirección Cinematográfica en la Universidad Europea de Madrid. Ha impartido seminarios sobre análisis de la imagen fotográfica y cine-

matográfica en cursos y congresos nacionales (Universidad de Alcalá de Henares, Instituto de Estudios Riojanos, Universidad de Santiago de Compostela, Palma de Mallorca), e internacionales (Universidad Stendhal, Grenoble, TECMonterrey, México y Universidad de Lyon). Ha colaborado en la publicación de dos obras para la SGAE para público infantil, *Detrás de la cámara, manual para jóvenes guionistas* y *El mundo incompleto*. Colabora en la redacción de los textos que, como interpretación icónica, acompañan las imágenes de *Fotógrafo de guerra: 1936-1939*. En su última publicación, *Historia general de la imagen*, en colaboración con otros autores, escribe los capítulos de fotografía y en la actualidad publica habitualmente en soporte digital para la *Enciclopedia Universal* de Micronet en el Área de Fotografía.

Martín López, Ana María

Doctora en Ciencias de la Información por la UCM (1999) donde realizó tareas de colaboradora honorífica dentro de su Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad I (1997-99). Actualmente es directora del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad SEK (Segovia), donde coordina, además, el programa de doctorado Cultura y Comunicación para la Sociedad de la Información. Como profesora, imparte las asignaturas de Tecnología de la Información y Fotografía II, pues son éstas sus líneas de investigación preferentes. Es coautora del libro *Historia de la Real Sociedad Fotográfica: Voluntad de fotógrafos* (en prensa) y ha participado activamente en diversos congresos, con aportaciones sobre los mencionados campos.

Marzal Felici, José Javier

Doctor en Filosofía y licenciado en Comunicación Audiovisual, Filología Hispánica y Filosofía por la Universidad de Valencia, Máster en Comunicación y Educación por la Universidad Autónoma de Barcelona es profesor titular de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universitat Jaume I.

Es co-director de la colección de libros «Guías para ver y analizar cine», publicadas por las editoriales Nau Llibres de Valencia y Octaedro de Barcelona. Esta colección de ensayos sobre análisis de películas, de referencia en la historia del cine mundial, cuenta actualmente con 28 libros publicados en estos momentos, con un ritmo de publicación de 6 títulos por año.

Miembro de la Asociación Española de Historiadores del Cine, el profesor Marzal ha desarrollado una larga actividad investigadora como lo demuestran sus publicaciones *David Wark Griffith* (Madrid, Cátedra, 1998) [resultado de su investigación doctoral sobre el nacimiento de la narratividad fílmica en el melodrama mundo americano], los textos publicados en la *Historia general del cine. Vol. II* (Madrid, Cátedra, 1998), junto a los profesores Dr. Douglas Gomery (University of Texas, Austin) y el Dr. Jean-Louis Leutrat (Université de Paris III) y el ensayo *La mirada*

cautiva. Formas de ver en el cine contemporáneo (Valencia, Conselleria de Cultura de la Generalitat Valenciana, 1999), con el profesor Dr. Juan Miguel Company (Universidad de València). Paralelamente, el Dr. Marzal ha compatibilizado esta actividad investigadora con el ejercicio profesional en los medios fotográfico, radiofónico y televisivo, y una actividad docente como profesor de teoría de la imagen, tecnología, producción y realización audiovisuales.

Por otro lado, es director del *Laboratorio de Comunicación Audiovisual y Publicidad* de la Universidad Jaume I de Castellón (LABCAP UJI), una nueva infraestructura inaugurada el 18 de diciembre de 2002, diseñada y puesta en marcha por el profesor Marzal. Con una inversión superior a dos millones de euros (330 millones de pesetas), el LABCAP ofrece unas posibilidades excepcionales para asumir la producción de recursos audiovisuales en soporte hipermedia.

Mira Pastor, Enric

Enric Mira Pastor es doctor en Filosofía y Ciencias de la Educación por la Universitat de València. Profesor titular del Área de Comunicación Audiovisual y Publicidad en la Universidad de Alicante. Libros publicados *La vanguardia fotográfica de los años setenta en España* (1991) y *Alcalacanales. El lenguaje artístico de la electrografía* (2000). Artículos teóricos sobre estética, arte y fotografía publicados en revistas especializadas como *Millars, Cuadernos de Filosofía y Ciencia, Cimal, Photovisión, Lápiz, Riff-Raff*, además de textos para catálogos de exposiciones individuales de autores españoles contemporáneos así como de exposiciones colectivas.

Montero Díaz, Julio

Profesor titular de Historia de la Comunicación Social en la Universidad Complutense de Madrid. Es autor de *Creando la realidad. El cine informativo, 18995-1945* (con M. A. Paz), *Historia y cine: realidad, ficción y propaganda* y *La historia que el cine nos cuenta* (ambos con M. A. Paz) y *La imagen pública de la monarquía. Alfonso XIII en la prensa y en los noticiarios cinematográficos de su época e Introducción a la historia de la comunicación social* (con J. C. Rueda). Desde 1996, dirige dos títulos propios de especialista en la Universidad Complutense de Madrid: Realización de Guiones Audiovisuales Históricos y Realización de Documentales Históricos. Director de los cursos «Historia y cine, la historia contada por el cine» y «La construcción audiovisual de la guerra», en la Escuela Complutense de Verano. Dirige el Proyecto de Investigación «Ir al cine en España (1896-1939)». Consejero delegado de la productora Imagina IPC. Ha producido los documentales *Sombras del 36* (2003) y *The Waiting. A dancing Story* (75 minutos, 2004).

Moreno-Baquerizo Balsera, Juan L.

Licenciado en Bellas Artes por la Universidad Complutense de Madrid. Es profesor de Fotografía del Dpto. de Comunicación Audiovisual de la Universidad Europea de Madrid. Ha participado en diversas muestras de arte público (Coslart, Coslada Madrid. Festival de Arte en la Calle, Alcorcón. Madrid) y en diversas muestras de arte (Circuitos, Comunidad de Madrid. Generación 2000. Ex, Universidad Complutense. Ninfomanías Ninfografías, Ayto de Madrid). Primer premio del concurso de Arquitectura y Fotografía del Ministerio de Fomento en 1999 y tercero del Concurso FotoSaab del mismo año. Su trabajo se encuentra en diversas colecciones públicas y privadas.

Moreno Caplliure, Johanna

Licenciada en Historia del Arte. Universitat de València. Prácticas en el Centro de Documentación de Arte Valenciano, tutelado por Don Román de la Calle. Curso 1º de carrera en la Facultad de Filosofía. Dirección en las Primeras Jornadas en Torno a la Video-creación, Universidad de València (2002). Ayudante de montaje todas las ediciones del festival Observatori. (2000-2003). Comisariados en las exposiciones «Silencios», «A nadie le importa lo que me haces», «Art al voltant del MUA». Creadora videoartística, fotográfica y de instalación.

Moreno Díaz, Manuel

Profesor de Latín y de Teatro del IES Vicente Gandía de Castelló de la Ribera y profesor de Latín en la Fundación Instituto Ciencias del Hombre de Valencia. Fue redactor jefe de la revista de poesía y pensamiento *El Cardo de bronce*. Es autor de la *Guía para ver y analizar Ser o no ser de Ernst Lubitsch*, publicada por Nau Llibres-Octaedro, 2003. Actualmente trabaja en su proyecto de investigación sobre mito y comedia en la UJI de Castellón de la Plana.

Muñiz Muriel, Carlos

Carlos Muñiz es becario FPU en el Departamento de Sociología y Comunicación (Facultad de Ciencias Sociales) de la Universidad de Salamanca, y se encuentra desarrollando su tesis doctoral dentro del programa Estructura y Desigualdad Social del citado departamento. Con anterioridad, estudió la licenciatura en Comunicación Audiovisual. Su línea de investigación se centra en el análisis de la cobertura informativa de los medios de comunicación (encuadres noticiosos) y la representación mediática de las minorías. Desde 2002 forma parte del proyecto de investigación (financiado por el MCYT) titulado «Análisis de los encuadres noticiosos de la información sobre inmigración en la prensa española».

Mut Camacho, Magdalena

Licenciada en Ciencias de la Información por la Universidad Autónoma de Barcelona. Doctoranda en Comunicación Empresarial e Institucional, Universitat Jaume I de Castellón. Actualmente es profesora asociada de la Universitat Jaume I de Castellón en asignaturas como Comunicación Interpersonal, Dirección de Comunicación y Programas de Identidad Visual Corporativa. Directora del Seminario de Expertos Dircom. Miembro de C-ACTS, Centro de Análisis de la Comunicación del Tercer Sector. Secretaria técnica del Congreso de Comunicación Local que se celebra todos los años en la Universitat Jaume I de Castellón. Miembro del comité organizador de las III Jornadas Profesionales de la Publicidad, año 2004, Universitat Jaume I. Curso de «Marketing, publicidad y ventas» impartido por AIESEC en la Facultad de Económicas de la Universidad Autónoma de Barcelona. Curso de «Dirección de empresas comerciales», impartido por la Consellería de Trabajo de la Generalitat Valenciana. Periodista en el *Periódico Mediterráneo* (1990). Publicitaria en la agencia de publicidad PromoPublic S. L. Castellón (1991). Publicitaria en la agencia de publicidad Rivera Publicidad S. L. Castellón (1992). Responsable del Departamento de Creatividad en la agencia de publicidad Rivera Publicidad S. L. desde julio de 1993 hasta marzo de 1995. Directora de Comunicación Provincial de Unió Valenciana de Castellón, desde septiembre de 1995 hasta junio de 1999.

Ortiz Echagüe, Javier

Se licenció en Historia del Arte por la Universidad Complutense de Madrid. Fue seleccionado como mejor expediente de la titulación. Ha trabajado en el Dpto. de Prensa de la Galería Arte XXI de Madrid (cursos 2000-2002). Durante el curso 2002-2003 fue becario de colaboración del Dpto. de Historia del Arte III (Contemporáneo), Facultad de Geografía e Historia, UCM. Actualmente es becario FPU de la Universidad Complutense de Madrid, Dpto. de Historia de la Comunicación Social. Estudiante de doctorado bajo la dirección de D. Francisco Calvo Serraller. Forma parte del proyecto de investigación «Ir al cine en España, 1900-1939», coordinado por el Dpto. de HCS (Facultad de Ciencias de la Información, UCM) y dirigido por Julio Montero Díaz. Publicaciones: «Comentarios de Antonio Ortiz Echagüe a Puvis de Chavannes», *Academia. Boletín de la Real Academia de Bellas Artes de San Fernando*, núm. 96-97 (1º y 2º semestre 2003).

Ortiz Villeta, Áurea

Profesora de cine en el Departamento de Historia del Arte de la Universitat de València y jefe de extensión y comunicación del IVAC-La Filmoteca. Profesora de la Escuela Internacional de Cine de San Antonio de los Baños (Cuba). Ha publicado artículos en revistas especializadas y en publicaciones colectivas como *Historia del cine valenciano*, *Robert Aldrich* y el *Diccionario del cine español*. Autora de los libros *La*

pintura en el cine, junto a M^a Jesús Piqueras, *La arquitectura en el cine. Lugares para la ficción* y *Fotografías de boda: testimonio público de una historia íntima*, con Victoria Bonet.

Otero, José Antonio

Diplomado en Empresariales y licenciado en Administración y Dirección de Empresas. Durante el año 2000 disfrutó de una beca de investigación de la Fundación MAPFRE, adscrita al Departamento de Derecho del Trabajo y Trabajo Social de la Universidad de Salamanca. Actualmente es estudiante en la licenciatura en Comunicación Audiovisual y colabora en el proyecto de investigación (financiado por el MCYT) titulado «Análisis de los encuadres noticiosos de la información sobre inmigración en la prensa española».

Palao Errando, José Antonio

Doctor en Comunicación Audiovisual por la Universitat de València. Ejerce como profesor de Teoría de la Imagen y Narrativa Audiovisual y Publicitaria en la Universitat Jaume I de Castellón y es técnico documentalista en el IVAC (Filmoteca de la Generalitat Valenciana). Ha publicado los libros *La pantalla electrónica y el imaginario informativo: un semblante para el particular*, Valencia, Episteme-AEHC, serie Eutopías, nº 231-233 y *La profecía de la imagen-mundo: para una genealogía del paradigma informativo* (IVAC, Valencia, 2004), así como artículos sobre cine y televisión en las revistas *Archivos de la Filmoteca*, *Banda Aparte*, *Imatge*, y *Lapsus* y para los libros *El relato electrónico* (Valencia, Filmoteca de la Generalitat Valenciana, 1989) y *Más allá de la duda: el cine de Fritz Lang* (Universitat de València, 2001) coordinados por Vicente Sánchez-Biosca. Es miembro de la Asociación Española de Historiadores del Cine.

Parejo Jiménez, Nekane

Licenciada en Ciencias de la Información por la Universidad del País Vasco, Facultad de Ciencias Sociales. Diplomada en Profesorado de Educación General Básica, especialidad: Ciencias Humanas por la Escuela Universitaria del Profesorado de Educación Básica de Bilbao. Diplomada en Estudios Avanzados en Comunicación Audiovisual y Publicidad. Doctora en Comunicación Audiovisual y Publicidad por la Universidad del País Vasco. Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad con sobresaliente *Cum Laude* por unanimidad, con la tesis *Fotografía y Muerte* dirigida por Ramón Esparza. Profesora de la Universidad de Málaga desde 2002 a la actualidad en la Facultad de Ciencias de la Comunicación. Profesora de la Universidad Cardenal Herrera CEU de Valencia durante el curso académico 2002-03 en la Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas. Publicaciones: *Representación fotográfica de los atentados de ETA durante la dictadura*, 2003; *Fotografía y muerte en*

el País Vasco: escenarios, 2003; «La evolución de la fotografía de guerra a través de cuatro conflictos armados de los siglos XIX y XX», 2003.

Pastor Andrés, Gema

Licenciatura en Bellas Artes, Universidad de Salamanca (1997). Doctorado, Diploma de Suficiencia Investigadora, Universidad Complutense de Madrid (2003). Profesora de Enseñanza Secundaria (1998-2003). En la actualidad profesora ayudante en la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid. Beca para proyecto fotográfico, Junta de Castilla y León (1999). Exposición individual distancia (x,y,z,t) Sala Unamuno de Salamanca (2002). Exposiciones colectivas destacadas: «Circuitos2003» de la Comunidad de Madrid, «Artes Plásticas 2003» de la Junta de Castilla y León y «Objetivo Mujer 2003» en Casa de los Periodistas de Logroño. Publicaciones: «Fotógrafas actuales. Constructoras de territorios imaginarios de la intimidad» en Las II Jornadas Abiertas, «Las mujeres en el ámbito de la creación y la comunicación artística contemporánea» de la Facultad CCI de la Universidad Complutense de Madrid y «La fotografía de Andreas Gursky: nuevos paisajes para la ciudad actual» en *Arte2o*, revista digital de arte contemporáneo de la Universidad Complutense.

Peset Ferrer, Pascual

Profesor técnico de Prácticas de Imagen y Sonido, Instituto de Enseñanza Secundaria La Marxadella. Graduado en Artes Aplicadas, especialidad de Fotografía Artística; Técnico especialista en medios audiovisuales; diplomatura en Filosofía y Letras, rama Geografía e Historia, Facultad de Letras de Murcia. Delegado zona Levante para la distribución de productos DURST división de fotoacabado digital, procesadores para laboratorios industriales y química fotográfica.

Poyato Sánchez, Pedro

Profesor titular de Historia del Arte en la Universidad de Córdoba. Libros y últimos artículos publicados: *Las imágenes cinematográficas de Luis Buñuel*, Valladolid, Caja España, 1998; *El cine de Buñuel: Fotografías que se suceden vermicularmente*, Madrid, Universidad Complutense, 2001; «Imágenes-pulsión en *Tristana*, de Buñuel», en *Cuadernos de Arte*, nº 33, Granada, Universidad de Granada, 2002; «El cine como arte: una revisión de la teoría arnheimiana», en Actas del XIV Congreso de Historia del Arte, CEHA, Málaga, 2002; «Del hipotexto literario al hipertexto fílmico: *El Sur* (Adelaida García Morales y Víctor Erice)», en *L'original*, Universidad de París 8, 2003.

Redondo Neira, Fernando

Doctor en Ciencias de la Información por la Universidad de Santiago de Compostela. Tesis doctoral *Carlos Velo: discurso informativo e didáctico no cine documental da*

II República. Licenciado en Ciencias de la Información por la Universidad del País Vasco. Publicaciones: *Carlos Velo: discurso informativo e didáctico no cine documental da II República*, TD, Universidad de Santiago de Compostela. Artículos: «Línea 900: la revelación del secreto», 1998; «Conexiones entre el periodismo político y el cine en la II República», 2000; «Os pintores do exilio nos documentais de Carlos Velo», 2003; «Navegación compartida: o universo *weblog*», 2004.

Remolar Franch, Alfred

Llicenciat en Comunicació Audiovisual. Llicenciat en Filologia Catalana. 6 mesos com a professor de Català a Catalunya. 3 anys com a professor de Cicles Formatius del Departament d'Imatge i So. DEA. Tesi doctoral en curs: *La publicitat infantil en televisió*. Publicacions: «Toponímia rural del terme de Betxí» (2000), «El lèxic paranyer de Betxí» (2001), «Aproximació a la història de Betxí mitjançant la toponímia rural» (2001), «El lèxic enfilater de Betxí» (2004), «Aproximació lingüística als malnoms betxinencs» (2004).

Riego, Bernardo

Doctor en Historia Contemporánea, ha sido profesor de Nuevas Tecnologías Aplicadas a las Ciencias Sociales en la Universidad de Cantabria y de Comunicación Audiovisual en la Universidad de Extremadura. Uno de sus ámbitos de investigación es el impacto social y cultural y las estrategias comunicativas de las imágenes en la España contemporánea y de modo especial la tecnología fotográfica, tema al que ha dedicado varias obras, como *La introducción de la fotografía en España, Un reto científico y cultural* (2000), *La construcción social de la realidad a través de la fotografía y el grabado informativo en la España del siglo XIX* (2001), *Impresiones: la fotografía en la cultura española del Siglo XX* (2003). En la actualidad es el responsable de Desarrollo Tecnológico, Sociedad de la Información e Innovación del Gobierno de Cantabria.

Rodríguez Caldas, María del Mar

Se formó en fotografía en Visor Centre Fotogràfic (Valencia, 89), International Center of Photography (Nueva York, 2000), etc. Ha realizado numerosas exposiciones colectivas e individuales y recibido becas como VI Fotobienal (Vigo, 94), Unión Fenosa (Coruña, 00), etc. Ha impartido cursos sobre arte y fotografía en Centro de Artes da Universidade do Estado de Santa Catarina (Brasil, 96), Museo de Arte Contemporáneo MARCO (Vigo, 04), etc. y ha sido profesora invitada de la Facultad de BBAA de Pontevedra (03). Ha publicado textos en revistas, catálogos y enciclopedias y, desde 2002, colabora en el suplemento cultural del *Faro de Vigo*.

Romo Mellid, Marisol

Licenciada en Ciencias de la Información por la Universidad del País Vasco (Periodismo) y doctorando en Comunicación Audiovisual, Publicidad y Persuasión. Actualmente, trabaja en la redacción de la tesis doctoral *La fotografía y los cuerpos siniestros*. Ha trabajado de periodista y reportera en varios medios de comunicación. Fotógrafa profesional y diseñadora gráfica. Cuenta en su haber con varios premios fotográficos. Ha realizado diversas exposiciones fotográficas: individuales y colectivas y ha publicado, asimismo, muchas de sus fotografías en diferentes libros. Comunicación presentada en el II Congreso de Análisis Textual: La diferencia sexual. noviembre de 2003: «Cindy Sherman: rostros para una perversión. Deseo, feminismo y postmodernidad». Ponencia presentada en la I Jornada de Debate: Ideología, Texto y Subjetividad (Mayo 2004): «La estética nazi y el cuerpo del horror». Artículos de crítica cinematográfica para Educaterra. Artículos de crítica fotográfica y de arte.

Rubio Alcover, Agustín

Licenciado en Comunicación Audiovisual por la Universitat de València, con premio extraordinario en 2001. Cursa estudios de doctorado en la Universitat Jaume I de Castellón, donde disfruta de una beca de Tercer Ciclo en el Departamento de Filosofía, Sociología y Comunicación Audiovisual y Publicidad, y prepara su tesis doctoral, *La postproducción digital cinematográfica: efectos expresivos y narrativos*, bajo la dirección del profesor José Javier Marzal Felici. Fue redactor jefe de las secciones de cine de *The Elm Magazine* y de *El Planeta de la Nueva Generación*, y es colaborador de la revista especializada en música de cine *Rosebud Banda Sonora*. En el ámbito radiofónico cabe destacar su participación en el magazine semanal *Cinemascope*, en Popular FM-Cope Valencia, entre los años 2001 y 2003. Ha sido guionista, director, productor y montador de diversos cortometrajes y mediometrajes amateurs.

Sáez Soro, Emilio

Licenciado en Ciencias Políticas y Sociología por la UNED, máster en Comunicación y Periodismo por la Universitat de València y *Levante-EMV*, doctor en Comunicación Audiovisual y Publicidad por la UJI. Becario predoctoral en la UNED desde 1995 a 1997. Profesor asociado de sociología desde 1997 a 2002. Investigador contratado en el área de Comunicación Audiovisual y Publicidad desde 2002. Múltiples investigaciones, publicaciones, cursos y proyectos en el campo de la comunicación en Internet, teletrabajo, técnicas de investigación en el ciberespacio y aplicaciones para el desarrollo de estas tecnologías.

Sánchez Camacho, Pablo

Licenciado en Administración y Dirección de Empresas por la Universitat de les Illes Balears y en Ciencias Económicas por la Université de Bretagne Occidentale, Francia, (actualmente, estudiante de doctorado del programa de Comunicación Empresarial e Institucional de la Universitat Jaume I). Es responsable de Business Development & Distribution de Spanair, compañía en la que también ha estado a cargo de otras áreas como Management Information Systems. Ha trabajado como analista económico en la Agencia de Desarrollo y Urbanismo de Brest (Francia), desarrollando investigaciones en el área de turismo, y ha colaborado como becario de investigación en el proyecto «Economía política de las tecnologías de información y comunicación», en la Universidade Federal de Sergipe, Brasil, (creador de su *web* oficial (<http://www.eptic.com.br/>) y su boletín *Eptic On-line*).

Sánchez Garre, Nieves

Doctora en Ciencias de la Información y licenciada en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid con amplia experiencia docente. Cuenta con más de quince años de experiencia profesional como periodista y fotógrafa en prensa diaria, revistas de información general y publicidad, así como medios audiovisuales. Durante los últimos cinco años ha venido desarrollando proyectos artísticos de exposiciones e instalaciones fotográficas, financiados por entidades públicas y privadas con finalidades didácticas e interactivas, además de su comisariado. Ha dirigido un proyecto didáctico de «Audiovisuales en el aula», dentro del programa de difusión cultural de la Concejalía de Cultura de las Rozas de Madrid y últimamente ha trabajado como profesora en la Escuela Superior de Artes y Espectáculos (TAI) de Madrid de la asignatura Artes de la Imagen Fotográfica (fotografía de prensa) así como profesora asociada doctora de la asignatura Introducción al Diseño Periodístico a alumnos de segundo curso de periodismo en la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación de la Universidad Católica San Antonio de Murcia. Actualmente imparte clases de Teoría y Técnica de la Fotografía en la Facultad de Ciencias Sociales y de la Información de la Universidad Europea Miguel de Cervantes de Valladolid

Soler Campillo, María

Licenciada en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universitat de València, en 1992. Máster en Asesoría Fiscal por el Instituto de Estudios Superiores del CEU San Pablo de Valencia, en 1993. Es estudiante de tercer ciclo del programa de doctorado Comunicación Empresarial e Institucional del Departamento de Filosofía, Sociología y Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universitat Jaume I de Castellón. Es profesora de Contabilidad y Fiscalidad y de Auditoría en el Ciclo Superior de Administración y Finanzas en la EP La Salle de Paterna (Valencia).

Suárez Fernández, José Carlos

Doctor en Historia del Arte (Universidad de Barcelona). Profesor titular de Universidad (Facultat de Lletres, Universidad Rovira i Virgili). Desde 1993 es director de la Unitat d'Investigació del Cinema de la Facultat de Lletres (URV) y desde 1999 director del Aula de Cinema de la misma universidad. El trabajo universitario lo compagina con la crítica de arte (miembro del AICA), ejercitada en prensa y radio. Ha comisariado exposiciones para instituciones públicas y privadas, organizando recientemente un ciclo de nueve («Los No-lugares») para la Fundació La Caixa y en la Primavera Fotográfica 2004, sendas sobre Salvador Dalí y Miguel Ángel Tornero.

Susperregui Echebeste, José Manuel

Licenciado en Ciencias de la Información, especialidad de Imagen, en la Universidad Complutense. Doctorado en la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación de la Universidad del País Vasco. Libros publicados: *Fundamentos de la fotografía*, *Colores del mar*, *Fotografía Profesional*, *La cámara de gran formato*, *50 Años de escultura pública en el País Vasco*. Trabaja en las siguientes líneas de investigación: fenomenología del color, catalogación artística, tecnología de la fotografía, la comunicación a través de la luz. Ha desempeñado varios cargos de responsabilidad en la Facultad: vicedecano de Equipamientos e Infraestructura y decano.

Tejo Veloso, Carlos

Licenciado en Bellas Artes, Facultad de S. Carlos, Universidad Politécnica de Valencia. Postgrado en Pintura, Instituto Superior de Arte (ISA), La Habana, Cuba. Postgrado en Artes Plásticas, Akademia Stuck Pieknych, Varsovia, Polonia. Máster en Fotografía y Universidad de Washington, Seattle, EE UU, Diploma de Estudios Avanzados de Doctorado, Departamento de Escultura, Facultad de Bellas Artes de San Carlos, Valencia. Actualmente se encuentra realizando su tesis doctoral sobre fotografía cubana contemporánea en el Departamento de Escultura de la Facultad de Bellas Artes de Valencia.

Desde el año 2001 trabaja como profesor en la Facultad de Bellas Artes de la Universidad de Vigo, Departamento de Pintura. Su actividad como docente es extensa desde el año 1991, imparte talleres, cursos y conferencias en muy diversos ámbitos y localidades. Destacan talleres en museos: «A fotografía sen cámara», Museo de Arte Contemporáneo de Vigo (MARCO), 2004, seminarios en centros educativos: «Las vanguardias en España», Interpretación del *Guernica de Picasso*, Charles Wright Academy, Tacoma, EE UU, 2000 y en diferentes universidades como «La obra de arte como espacio de indagación personal», Universidad del Estado de Santa Catarina (UDESC), Centro de Artes (CEART), Florianópolis, Brasil, 1996. Ha participado en numerosos congresos e impartido conferencias.

Como artista plástico tiene una amplia trayectoria sostenida desde 1990, realizan-

do numerosas exposiciones tanto individuales como colectivas en centros de arte de reconocido prestigio nacional e internacional. Desde el año 2002 pertenece al Grupo de Investigación I+D: Escultura (ES4). Universidad de Vigo. Líneas de trabajo: cultura contemporánea, arte y sexualidad, arte y periferia.

Terrasa, Jacques

Profesor titular de Estudios Hispánicos en la Université de Provence desde 1991. Autor de unos 30 artículos sobre cine, arte y fotografía (emergencia de lo monstruoso; fenómenos de intericonicidad; semiótica del espacio; interacción entre lo visual y lo sonoro). Publicación en 1999 de *L'Analyse du texte et de l'image en espagnol* (Nathan) y en 2004 de las actas del coloquio «La ville dans la photographie espagnole» (*Cahiers d'études romanes*, núm. 11). Vicepresidente del Groupe de Réflexion sur l'Image dans le Monde Hispanique.

Tiller Fibla, Josep Ramón

Cursa actualmente el doctorado en Comunicación Institucional y Empresarial en la Universitat Jaume I. Es licenciado con grado de sobresaliente en Ciencias de la Información por la Universitat Autònoma de Barcelona. Profesor de Teoría de la Comunicación y la Información en la licenciatura de Comunicación Audiovisual de la Universidad Politécnica de Valencia (Escuela Politécnica Superior de Gandía). Es asesor en comunicación institucional de la Unión Europea en el Programa de Modernización del Parlamento del Uruguay y director del Gabinete de la Alcaldía del Ayuntamiento de Gandía. Miembro fundador de la Unió de Periodistes Valencians, tiene una dilatada experiencia en comunicación institucional y política. Ha publicado numerosos artículos en la prensa de la Comunidad Valenciana y ha participado en congresos y seminarios nacionales e internacionales.

Trabadela Robles, Javier

Profesor ayudante del Área de Comunicación Audiovisual y Publicidad en la UEX desde 2003. Docente en Teoría de la Imagen y Fotografía. Licenciado en Comunicación Audiovisual por la UCM, 1994-1999. Suficiencia investigadora por la UCM. (2001-2002) con el proyecto «Los bancos de imágenes en Internet: Características y diseño en función de su tipología». Docente en la University of St. Thomas (EE UU.) en 1999-2000. Fotógrafo profesional y colaborador del Centro Nacional de Información y Comunicación Educativa (MEC) desde 2002. Sus líneas de investigación en la actualidad son: teoría de la imagen, fotografía y tecnología, bancos de imágenes, Internet, imagen corporativa, educación y nuevas tecnologías.

Vázquez Casillas, José Fernando

Licenciado en Historia del Arte, becario FPI en la Universidad de Murcia. Ha publicado, textos como «De la transición al nuevo siglo», en *Fotografía en la Región de Murcia*, Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, 2003; «La fotografía en la revista *Encuadre*: imagen, teoría y práctica», en *Encuadre Estudios e Índices*, Aula de Cine, 2003; «La Fotografía como documento: Foto fija», en *La presencia Invisible*, Región de Murcia, 2003.

Vera Casas, Francesc

Llicenciat en Filosofia i Ciències de l'Educació per la Universitat de València. Doctor en Comunicació Audiovisual per la Universitat Politècnica de València. Professor dels cursos de perfeccionament de laboratori de Visor Centre Fotogràfic de València des del 1987 fins el 1996. Professor col·laborador de l'Institut de Creativitat de la Universitat de València. Professor de fotografia a la Universitat Politècnica de València. Ha realitzat nombroses exposicions individuals i ha estat seleccionat per a diverses exposicions col·lectives (Viena, València, Perpinyà, Madrid, Barcelona, Expo de Sevilla, Japó, etc.). Té obra en diverses col·leccions, tot destacant les de la Fundació Telefònica, Xarxa Cultural i l'IVAM.

Zarza Núñez, Tomás

Profesor de Fotografía en la Universidad Europea de Madrid desde 1997 y en el CES Felipe II de la Universidad Complutense de Madrid. Ha sido codirector junto con Alexander Gardasevic, de la empresa de servicios multimedia AT vision, en Londres. Participa en la Bienal Europea Germination. Expone en Holanda, Grecia y Polonia. Trabajos fotográficos en la galería You, Japón. Video-cartas en la Seymour Gallery y Wandsworth film Festival de Londres. Video-ARCO: «Espacios Holográficos». Arco'00 y 01. Photo España'99 y 00. Compagina su labor artística con la docente impartiendo conferencias, comunicaciones y proyecciones: *Castillos en el aire*, Canal de Isabel II, CAM, IX y X Encuentros con la fotografía, Las Rozas, Madrid; *Estrategias de la razón frente a la emoción*, Universidad Complutense; la fotografía vernacular, Arganda, Máster de Arte y Tecnología, Universidad Europea, *La fotografía Vernacular*, Arganda. «La fotografía como herramienta de conocimiento Universidad», Europea. «*Photo me, Fotomatón*», Círculo de Bellas Artes. Photo España'99. Actualmente presenta sus trabajos de forma regular en la galería Pilar Parra. Madrid. Premios en Injuve; Circuitos de Artes Plásticas; Fotosistema; Finalista al fotógrafo revelación de Photo España'99 y 02. Becado en los talleres internacionales de fotografía en Liverpool y holografía en Colonia. Publicaciones en *Hispanic studies magazine* de la Universidad de Arizona, EE UU; «La más Bella»; Injuve, Fotofutura.com. Tiene obras en diferentes instituciones públicas y privadas, nacionales e internacionales.

Zunzunegui Díez, Santos

Semiólogo, crítico y escritor cinematográfico. Catedrático de Comunicación Audiovisual de la Universidad del País Vasco de cuya Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación fue Decano entre 1992 y 1995. Ha impartido numerosos cursos en universidades europeas y latinoamericanas y ha sido profesor invitado en la Universidad de Girona, en la Université Sorbonne Nouvelle (Paris III), en la Université Louis Lumière (Lyon), en la Université de Génève y en la University of Idaho (USA). Entre sus publicaciones se cuentan *Mirar la imagen* (1984), *El cine en el País Vasco* (1985), *Pensar la imagen* (1989), *Paisajes de la forma* (1994), *La mirada cercana* (1996), *Modes of Representation in Spanish Cinema* (1998, en colaboración con J. Talens) y *El extraño viaje* (1999). En la primavera del 2001 apareció su monografía sobre Robert Bresson; en septiembre del 2002, *Historias de España. De qué hablamos cuando hablamos del cine español*, y durante el primer semestre del 2003 el que es hasta el momento su último libro *Metamorfosis de la mirada. Museo y semiótica* (un acercamiento desde la semiótica a la museología). En noviembre del 2004 aparecerá en Biblioteca Nueva su *Las cosas de la vida. Ensayos de semiótica estructural* y en el primer trimestre del 2005 en la editorial Paidós el volumen de historia del cine español *Los felices sesenta*.