

INTRODUCCIÓN A LA COMUNICACIÓN VISUAL

Licenciatura en Comunicación Social
Profesorado en Comunicación Social

Cuaderno N°1

Eje temático: La Comunicación Visual

Prof. Isabel Salerno

Sumario

1. Introducción

2. Comunicación Visual

3. La imagen

3.1. Las dimensiones de la imagen

3.2 Primera Aproximación

4. Algunos criterios para caracterizar las imágenes

4.1. Relación estructura de la imagen – estructura del referente

4.2. Por la función que cumplen

5. Una imagen: múltiples interpretaciones

6 la fotografía en el universo de las imágenes visuales

7. Bibliografía

8. Anexo

- VILLAFANE, JUSTO MINGUES, Norberto (1996) **Capítulo 2** de *Principios de la Teoría General de la Imagen* Editorial PIRÁMIDE, Madrid.
- ZUNZUNEGUI, SANTOS (1998) **Capítulo 1** en *Pensar la Imagen* Editorial. Cátedra, Madrid
- BARTHES, ROLAND (1986) **Retórica de la Imagen** en: *Lo obvio y lo obtuso*. Barcelona: Ed. PAIDÓS
- SONTANG, Susan (2006) **En la caverna de Platón** en *Sobre la fotografía*. Santillana. México (pag 13-44)
- BERGER, JOHN (2000) **Ensayo I** en *Modos de ver*. Barcelona Ed. G. Gili (pág 13 - 42)

1. Introducción

El estudio y análisis de la comunicación visual no hace otra cosa que volver explícitas muchas cosas que en nuestra vida cotidiana –tan inmersa en un mundo visual y audiovisual- consideramos naturales. Sin embargo, al hablar de éstas, cambia nuestra relación con ellas y entramos en una relación activa y de comprensión con aquellos aspectos de nuestra existencia que, con mucha frecuencia, son dados por descontados y que a veces gravitan notablemente sobre nosotros.

Al tomar conciencia del mundo visual y audiovisual que nos rodea se abre la posibilidad de descubrir unas posibilidades de interpretación que van más allá del “me gusta”, “no me gusta”. Éste es uno de los propósitos de la asignatura al propiciar el análisis de las diferentes dimensiones que intervienen en la comunicación visual.

El propósito de este texto es presentar la red de conceptos que abordamos en la Unidad Temática I: *La comunicación visual*.

El primer tramo pone énfasis en el concepto de *comunicación visual* y la *noción de imagen* pertinente a nuestros propósitos. Luego se definen las *dimensiones de la imagen*, para resaltar la doble naturaleza del fenómeno de comunicación visual y proponer una *primera aproximación*. Se plantean *criterios para caracterizar las imágenes* por la relación de la estructura de la imagen con la estructura del referente y por las funciones que cumplen. Se aborda la cuestión de la *imagen y las múltiples interpretaciones* para, finalmente, proponer una lectura reflexiva que amplía y profundiza algunos de los tópicos abordados y guía hacia otros que serán desarrollados más adelante.

2. Comunicación Visual

Un primer paso, en nuestra tarea de precisar conceptos, es partir de una idea que oficie de núcleo disparador.

La Comunicación Visual es un proceso en el que media una imagen visual.

Ahora bien, qué entendemos por *Comunicación*.

La primera cuestión es remarcar que la *comunicación* relaciona *sujetos* con *sujetos*.

En términos genéricos diremos:

Comunicación es la relación que se establece entre sujetos.

En la comunicación, el intercambio de mensajes está sujeto a la interpretación, por tanto a la posibilidad de aceptación o rechazo total o parcialmente. *Es el hombre que actúa sobre (las representaciones) del hombre por medio de los signos.*¹

Bougnoux, Daniel (1999:13).

Todo sujeto dispone de un mundo propio -mundo subjetivo- construido con redes de informaciones, recuerdos, y experiencias que se integra y orienta ante todo nuevo estímulo. Esas redes, en permanente transformación, son la sustancia con que procesamos las palabras, las imágenes y cuanta señal registremos.

Siguiendo esta idea indicaremos:

La comunicación visual es un fenómeno que entrelaza sujetos a través de imágenes visuales.

3. La Imagen Visual

¹ Bougnoux, Daniel (1999:13).

Corresponde ahora precisar el concepto de *imagen visual*, que es la materia significativa en el proceso de comunicación visual.

La palabra *imagen* remite a diversos conceptos y diversas perspectivas de análisis. Los estudios sobre *imagen* están atravesados por peculiaridades interdisciplinarias. La física, la fisiología, la semiótica, la psicología, la historia del arte y la filosofía, entre otras, han desarrollado estudios sobre ella. Todos los aportes han enriquecido su estudio y al mismo tiempo han extendido las fronteras que la definen, lo que vuelve engorrosa la tarea de delimitarla.

Las imágenes de nuestro interés son aquellas que aparecen como el resultado de producir una forma material visible con intenciones comunicativas. Es un *artefacto* construido (por lo tanto ya interpretado) -portador de contenido y expresión- que provoca interpretación.

Una *imagen visual material* es una producción material humana concreta, objetiva y subjetiva, basada en datos sensoriales para conocer y producir conocimiento; comunicar y producir comunicación; crear y recrear el universo exterior en el universo interior de los sujetos de reconocimiento situados en la esfera social. En este sentido quedan fuera de nuestro estudio las imágenes naturales, es decir, aquellas en la que no ha mediado una intencionalidad comunicativa. También queda fuera de nuestro abordaje la imagen visual evocada o imaginada que no ha sido registrada en términos de mensajes visuales, es decir, de un modo que nos permita *ver* lo evocado o imaginado. Aquellas que refieren a la introspección o la imaginación –como testimonio subjetivo del que cada hombre es testigo- que no ha sido plasmada en algún tipo de soporte de especificidad bidimensional.

Son objeto de nuestro interés las *imágenes visuales materializadas* en algún tipo de soporte –tela, papel, pantalla- que plasman el recorte de una realidad sensorial ausente. Es decir, que refiere a cosas, hechos, ideas que están en otra parte o en otro tiempo o que no existen -para el mundo de los sentidos- pero que están *representadas* para que alguien las interprete.

3.1. Las Dimensiones de la Imagen

Las *imágenes visuales materiales* se presentan, a un mismo tiempo, como:

a) realizaciones materiales, es decir, imágenes materializadas sobre algún tipo de soporte que contemplamos mediante un proceso *sensoperceptivo*, como *versión objetiva*, observable, de un conjunto de elementos efectivamente organizados;

b) punto de confluencia de las relaciones asociativas entre imagen y contexto, imagen y otros productos comunicativos, imagen y sujetos de reconocimiento.

Esta idea nos lleva a distinguir dos dimensiones o planos de la imagen:

a) Dimensión de la imagen en sí misma. Como esquema o designación descriptiva nominal a cargo de unos elementos de representación visual, dispuestos según un orden u organización determinados. Ésta dimensión del objeto refiere al plano de *la materialidad de la imagen*, a las categorías icónicas que codifican los rasgos del referente. Esta codificación no implican una mera enumeración. A través de ella se muestra la relación que guardan entre sí. Esa relación de elementos plasmados en el Plano Original es lo que permite un primer nivel de lectura del mensaje: Mensaje Denotado

Dimensión de la imagen como punto de encuentro e interacción de la imagen con el contexto o situación comunicativa, de universos subjetivos - individuales- e intersubjetivos -de la vida social compartida-. Aquí el objeto no es la imagen en sí misma, sino la *red de relaciones* que mantiene con las condiciones de realización y las condiciones de reconocimiento. Este nivel de lectura, en el que se establecen relaciones con cuestiones que están fuera de la imagen visual propiamente dicha, descubre otro tipo de mensaje. El mensaje connotado, en el que entran en juego las experiencias de la vida social y cultural compartidas o no por el sujeto productor y sujeto de reconocimiento. Es así que, ante una determinada imagen, hay una variedad de posibles lecturas vinculadas a diferentes saberes (ej: práctico, cultural, estético, etc.). Esos saberes constituyen lo que *Barthes* denomina "léxicos". El conjunto de léxicos incorporado en un individuo, lo llama **idiolecto**.(ver anexo Barthes)

La dimensión del análisis de las imágenes en sí misma sirve al propósito de identificar los elementos del repertorio visual –formas, colores, texturas, planos- y las posibilidades de organización que pueden alcanzar sobre un soporte bidimensional. Ésta dimensión es abordada en la Unidad Temática III: La Representación Visual.

La dimensión del análisis de la imagen visual –material- como un punto de mediación de un proceso interactivo de pautas, motivaciones e interpretaciones –

subjetivas e intersubjetivas- implica descubrir la relación de la imagen con otras imágenes, de la imagen en diversas situaciones comunicativas y la interacción entre las condiciones de realización y las condiciones de reconocimiento.

Esta última dimensión aborda la formación de sentido, la construcción de relaciones (conjunciones y disyunciones) que surgen de la relación que la imagen guarda con otros dominios: intersubjetivo –propio de un sujeto- y transubjetivo -de la vida social compartida-.

Ambas dimensiones contribuyen a los propósitos de la asignatura. Con la primera nos acercamos al mundo de la imagen para reconocer los principios esenciales de su producción: el repertorio de elementos, las configuraciones que pueden alcanzar. Con la segunda dimensión descubrimos las posibilidades interpretativas de las imágenes y algunos fragmentos de la complejidad implicada en el fenómeno de la comunicación visual.²

Limitada por los condicionantes que impone una materia introductoria

3.2. Primera Aproximación

² Limitada por los condicionantes que impone una materia introductoria.

Una *imagen visual materializada* es un registro visible de referentes que se encuentran en otro lugar. El/los referentes o contenidos pueden ser de naturaleza material, subjetiva o de la vida social compartida.

- material cuando representa el mundo físico –concreto- que nos rodea
- subjetiva refiere al mundo imaginario de cada sujeto
- social o simbólica como manifestación del mundo social compartido que nos precede

Estos contenidos constituyen un primer sistema de referencia a la hora de identificar, reconocer e interpretar³ una imagen. Las manifestaciones visuales, por lo general, subrayan temáticamente alguno de esos referentes, o contenidos, aunque simultáneamente refieran a los tres. Identificar el referente constituye el primer momento en el proceso de interpretación. Es buscar en la memoria la representación mental más próxima que coincida con la imagen visual -material-. A través de este mecanismo se establece una conexión con algún conocimiento -sensorial- que se tiene por experiencia.

Los mecanismos de interpretación de un referente del orden material son diferentes a los mecanismos de interpretación de un referente simbólico. En éste último quedan implicadas operaciones más complejas que van más allá del reconocimiento de ciertos rasgos visualmente perceptibles.

La imagen visual al *representar* algo que está ausente opera como *sustituto* de un referente. Esta sustitución no es tal porque necesariamente exista una analogía o semejanza con aquello que representa sino, fundamentalmente, porque hay *acuerdo* de que la imagen visual –portadora de contenido y de forma- “está en lugar de”. Esto es, la imagen visual está en lugar de algún referente.

La función de *sustituir* no se da porque el *sustituto* –mensaje visual- tenga alguna relación de semejanza con aquello que representa, sino porque hay un acuerdo intersubjetivo de aceptación de una imagen visual material -en su contenido y en su forma- como posible representación de un referente. Significa un proceso compartido de interpretación en el que se elaboran definiciones comunes del mensaje visual y, también, de la situación comunicativa. Esto es así, aunque durante largo tiempo se ha propuesto fundamentar la representación visual a partir de la teoría de la

³ Los mecanismos de interpretación de un referente del orden material son diferentes a los mecanismos de interpretación de un referente simbólico. En éste último quedan implicadas operaciones más complejas que van más allá del reconocimiento de ciertos rasgos visualmente perceptibles.

semejanza. Es decir, de la correspondencia entre el referente natural y la forma visual expuesta en la representación.

La explicación de la representación visual a partir de la teoría de la semejanza impide analizar gran parte del universo de imágenes que nos rodea. Esto, porque las imágenes visuales, en su evolución, han adquirido un carácter *proposicional* que va más allá de ser una propuesta mimética de lo real.

Las *imágenes visuales materializadas* combinan diferentes sistemas de representación. Construyen medios de representación⁴ a la vez que reproducen y recrean diferentes sistemas simbólicos: los gestos, las posturas corporales, la moda -vestimenta, maquillaje-, las construcciones edilicias, sistema de objetos, uso y funciones del espacio, las distancias interpersonales, entre otros.

Las marcas de fábrica u organizaciones-isotipos-.

Durante largo tiempo la noción de imagen visual estuvo asociada a la idea de reproducción de lo real; como algo que repetía las condiciones sensoriales de la visión. Hoy puede asegurarse que el efecto de *cosa análoga a* no es el único; por el contrario, gran parte del universo de las imágenes, construidas sobre la base de una variada combinación de recursos -incluidos códigos convencionales- se distancia de la condición de réplica de un referente preciso para ser ella misma, la constructora de su propio referente.⁵

El fotomontaje, la sobreimpresión, la digitalización son técnicas que han colaborado en este sentido.

Las imágenes alcanzan un carácter proposicional –capaz de significar un estado de cosas- básicamente por dos cuestiones:

a) Los elementos –gráficos o fotográficos- que se emplean para la representación visual pueden ser organizados de diferentes maneras, pudiendo alcanzar conexiones complejas.

b) Los contenidos semánticos representados en las imágenes quedan desligados del sustrato que representan los significados naturales.

Una imagen visual –material- se presenta como un estímulo exterior -sensación- que activa el complejo y multidimensional proceso de percepción significativa y producción de sentido. Es el objeto que media entre la porción de realidad representada -por un sujeto productor- y la representación que provoca en el sujeto de reconocimiento.

Entre la realidad representada y la representación pueden existir algunos indicadores de semejanza. Pero esos indicadores de semejanza no constituyen la única dimensión del reconocimiento, también participan otras cuestiones como las *imágenes psicológicas complejas que viven del recuerdo de lo percibido, lo*

⁴ Las marcas de fábrica u organizaciones-isotipos-.

⁵ El fotomontaje, la sobreimpresión, la digitalización son técnicas que han colaborado en este sentido.

*experimentado y lo vivido*⁶ –en relación con cosas, hechos o ideas- Imágenes psicológicas que puestas en relación con ciertos indicadores -de semejanza o de otra índole- aprueban, complementan o rectifican la proposición visual. En la medida que el sujeto participa de manera activa en la interpretación, en la aportación a la determinación del sentido, el reconocimiento atraviesa el momento sensorial para producir una percepción significativa que consiste en la activación de conceptos⁷.

Moles, Abraham (1999:66)

En la Segunda Unidad se profundizan las nociones de sensación y percepción.

El mensaje visual oficia como nexo que pone en relación el mundo subjetivo y social de un Sujeto de Producción con el mundo subjetivo y social de un Sujeto de Reconocimiento. En la *puesta en relación* entre ambos se articula el *sentido* que es el fundamento de toda práctica comunicativa.

De lo expuesto podemos resaltar las siguientes cuestiones:

- Que las imágenes visuales se presentan como versiones observables de aquello que representan.
- Que las imágenes representan un recorte de realidad que subraya algo del mundo material, imaginario o simbólico.
- Que las imágenes tienen independencia respecto a aquello que representan.
- Que no existe una relación de necesaria coincidencia entre la representación visual y la representación como resultado de una atribución intencional de sentido.
- Que las imágenes remiten a otros dominios –subjetivos e intersubjetivos-.
- Que la imagen es el punto de encuentro entre los mundos subjetivo y social del sujeto de producción y el mundo subjetivo y social del sujeto de reconocimiento.

4. Algunos criterios para caracterizar las imágenes

4.1. Relación: estructura de la imagen - estructura del referente

⁶ Moles, Abraham (1999:66)

⁷ En la Segunda Unidad se profundizan las nociones de sensación y percepción.

El recorte del mundo *representado* (material, imaginario o simbólico) determina, en algunos aspectos, el carácter de la imagen visual. Las representaciones visuales pueden adoptar diferentes formas –a través de la selección de elementos de un repertorio y del modo en que están organizados- para modelizar la naturaleza de los referentes.

Por ejemplo, una manzana -recorte del mundo material- podría ser representada con un trazo negro que marca el contorno sobre un fondo blanco o una fotografía en colores. Ambos modelos reproducen aspectos de la estructura de la manzana a partir de modelos diferentes. El primero es un modelo abstracto que interpreta un rasgo de la estructura de la manzana: la forma. El segundo es un modelo figurativo porque reproduce las condiciones preceptivas de varios rasgos estructurales de la manzana: forma, color, textura, volumen.

La diferencia entre un modelo figurativo y uno abstracto expresa los grados de iconicidad que posee una imagen. La iconicidad traduce el modo como se han simulado, ordenado y categorizado ciertos rasgos del referente.

En la bibliografía sobre imagen pueden encontrarse numerosos modelos para identificar el nivel de realidad que ofrecen las imágenes; algunas lo hacen atendiendo aspectos cuantitativos, otras atendiendo los de orden cualitativo.

En esta oportunidad, hemos seleccionado la propuesta de Justo Villafañe porque establece unos criterios -para la distinción de diferentes categorías icónicas- que la tornan accesible a la comprensión.

Escala de iconicidad para la imagen fija-aislada⁸

Grado	Nivel de realidad	Criterio	Ejemplo
11	La imagen natural	Restablece todas las propiedades del objeto. Existe identidad.	Cualquier percepción de la realidad sin más mediación de la realidad que las variables del estímulo.
10	Modelo tridimensional a escala	Restablece todas las propiedades del objeto. Existe identificación pero no identidad.	La Venus de Milo.
8	Fotografía en color	Cuando el grado de la imagen esté equiparado al poder resolutivo del ojo medio.	Fotografía en la que un círculo de un metro de diámetro situado a mil metros sea visto como un punto.
7	Fotografía en blanco y negro	Igual que el anterior.	Igual que el anterior.
6	Pintura realista	Restablece razonablemente las relaciones espaciales en un	<i>Las meninas</i> de Velàzquez

⁸ Villafañe, Justo (1996:41-42)

		plano bidimensional.	
5	Representación figurativa no realista	Aún se produce la identificación, pero las relaciones espaciales están alteradas.	<i>Guernica</i> de Picasso. Una caricatura de Peridis.
4	Pictograma	Todas las características sensibles, excepto la forma están abstraídas.	Siluetas. Monigotes infantiles.
3	Esquemas motivados.	Todas las características sensibles abstraídas. Tan sólo restablecen las relaciones orgánicas.	Organigramas. Planos
2	Esquemas arbitrarios.	No representan características sensibles. Las relaciones de dependencia entre sus elemento no siguen ningún criterio lógico.	La señal de circulación "Ceda el paso".
1	Representación no figurativa.	Tienen abstraídas todas las propiedades sensibles y de relación.	Una obra de Miró.

4. Algunos criterios para caracterizar las imágenes

4.2. Por la función que cumplen

Las imágenes, más allá de los modelos -figurativos o abstractos- con que representan, no indican por sí la función que cumplen. Éstas quedan determinadas por las necesidades y el contexto que, a su vez, pueden revelar la pertinencia de uno u otro modelo.

Los mensajes visuales pueden cumplir diversas funciones. Esas funciones se ponen de manifiesto por las relaciones que mantienen con sus referentes. Desde ésta perspectiva vamos a distinguir que las imágenes visuales pueden cumplir la función de *señal*, de *signo* o de *símbolo*.

Una imagen sirve como **señal** cuando brinda información sintética acerca de algo sin reflejar -necesariamente- las características visuales de ese algo. Lo hacen mediante la simplicidad de formas y color. Son claramente distintas unas de otras. Poseen *características visuales derivadas de exigencias... es decir, tienen buenas razones para mostrarse como se muestran...pueden servir como medios indirectos, porque operan como meras referencia de las cosas que denotan.*⁹ Configuran una conexión dinámica -incluida la espacial- entre el referente, los sentidos y la memoria de la persona para quien sirve en reemplazo de...Las señales camineras son un ejemplo de imágenes con función de señal.

Una imagen visual funciona como **signo icónico** cuando representa algunas de las cualidades sensoriales de un referente. La representación visual activa unos estímulos que la asocian con el referente en sus características espaciales. Hay una estrecha relación o correspondencia entre la percepción del referente y la percepción de la representación visual. (Imagen visual material). En este caso hay un nexo de semejanza.

Una imagen funciona como **símbolo** cuando representa una abstracción, un concepto. No está determinada por el mundo material sino por una construcción social, por tanto, su fuerza no radica en la reproducción de ciertas cualidades formales sino en la capacidad para actualizar ciertas reglas o convenciones socialmente determinadas. Funcionan como réplicas -arbitrarias, no motivadas- de convenciones sociales. Para ser comprendidos requieren del conocimiento -del contrato o convención- que las constituye.

Señales, signos y símbolos no tienen funciones inamovibles, ni tampoco un valor de significación estable. Su condición deviene de una asociación entre la representación visual y la situación comunicativa. *El contexto decidirá si una cruz deberá leerse como un signo o símbolo religioso, aritmético, o si no existe función semántica como en el caso de las barras de una ventana.*¹⁰

⁹ Rudolf Arnheim (1976: 134)

¹⁰ Op. cit. (1976:141)

La situación comunicativa determina si una foto de Madona funciona como signo icónico –en una nota de revista que comente su carrera artística- o una señal -en la puerta de un baño de damas-.

5. Una imagen: múltiples interpretaciones

Los aspectos visibles contenidos en una imagen constituyen sólo una pieza del proceso comunicativo. La situación de comunicación y el contexto sociocultural -siempre presentes- complementan el proceso. Ellas remiten a otros aspectos -no necesariamente visuales- que aportan a la atribución de sentido, a la interpretación.

Los procesos y prácticas de comunicación visual, al igual que otras formas de comunicación, deben considerarse en su complejidad e interacción recíproca con otros tipos de procesos, de formación de la subjetividad y de la intersubjetividad social, que operan como sistemas de referencia para descripciones, explicaciones e interpretaciones visuales. La subjetividad y la intersubjetividad social -en un tiempo y espacio determinado- se filtran en la relación entre representación visual y referente representado produciendo sentidos diferentes.

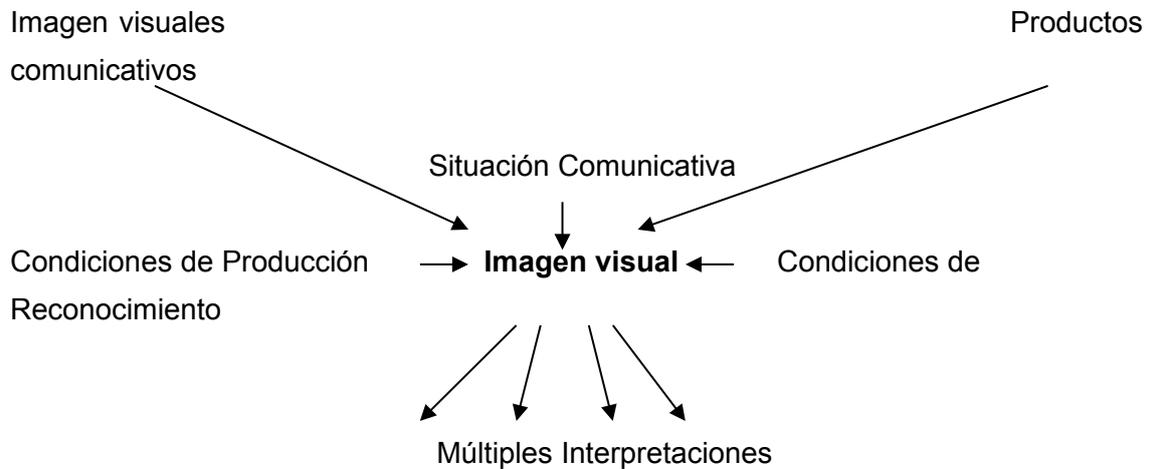
Las diferencias culturales, que operan tanto por distancias espaciales como por distancias temporales, y las configuraciones subjetivas constituyen el dispositivo de relaciones a partir del cual se construye el sentido.

La comunicación visual es inseparable de los procesos de formación de la propia subjetividad y de la intersubjetividad social.

Habíamos señalado que las imágenes visuales podían cumplir diferentes funciones y que esas funciones estaban determinadas por la relación representación visual- referente y la situación comunicativa.

Las representaciones visuales operan como lugar de encuentro entre intenciones y aptitudes del sujeto productor y las competencias del sujeto de reconocimiento para descubrir significaciones. Las imágenes puestas en situaciones comunicativas diferentes remiten sentidos diferentes. Provocan efectos de polisemia (múltiples significados), indeterminación de los mensajes, ambigüedades, asignificancias -no saber que significa un determinado ícono- por desconocimiento o tabú para determinadas culturas.

El efecto polisémico emerge como resultado de la condensación de múltiples relaciones: de la imagen con la situación comunicativa; de la imagen con otras imágenes o productos comunicativos; de las condiciones de producción: intenciones y aptitudes comunicativas del realizador, configuración intersubjetiva espaciotemporal al momento de producción; de las condiciones de reconocimiento: competencias para la comprensión y el entendimiento del sujeto de reconocimiento, configuraciones intersubjetivas espaciotemporales en la instancia de reconocimiento.



Las interpretaciones no emanan de las características formales de la imagen, se modelan en la conjunción y disyunción con otros dominios que están fuera de la imagen. La imagen no es una unidad significativa autónoma, en cierto modo autosuficiente para determinar una interpretación. Ésta -la interpretación- es el resultado de una imagen visual *siempre situada en un contexto social*.

Así queda claro en el material expuesto por Barthes *“Retórica de la Imagen”* donde pone en evidencia las múltiples dimensiones que atraviesa la interpretación de la imagen.

La *comunicación visual* constituye un fenómeno de doble naturaleza: la naturaleza de los objetos -imagen materializada sobre algún soporte- y la naturaleza de las relaciones subjetivas -conscientes o inconscientes- e intersubjetivas -de la vida social compartida-. De allí que el recorrido conceptual de *Introducción a la Comunicación Visual* cabalque sobre ambas cuestiones: la imagen y la construcción de sentido.

6. La Fotografía en el universo de las imágenes visuales

Buena parte de la comunicación visual se produce a partir de la fotografía. Su presencia en los medios de comunicación masiva (versión papel o digital), libros, en los portales de internet, en las redes sociales, en los álbumes familiares; exhibidas sobre algún mueble, en la publicidad callejera, la folletería. Todo, incluso nuestra propia imagen estampada en los documentos de todo tipo (DNI, pasaporte, carnet de conducir, Ficha de estudiante) se resuelve mediante la fotografía.

La creación fotográfica se monta sobre la necesidad del hombre de plasmar la realidad a través de una forma distinta a la expresión pictórica, que había sido la forma dominante hasta la aparición del nuevo artefacto. A partir de que Joseph Niepse (1816) y Louis Daguerre (1839) lograron la captura de la imagen sobre una placa y la técnica para la retención de la fugaz imagen en un soporte permanente (fijación), la fotografía no ha parado de evolucionar como artefacto cultural.

La fotografía es una potente fuente de expresión de significados sociales, de representaciones e imaginarios colectivos, por ello es insoslayable en los estudios de comunicación visual. Las posibilidades de abordaje son variadas, en esta oportunidad, y a modo de primer acercamiento, proponemos una perspectiva que permite hacer pensar la influencia de las fotografías en nuestra manera de sentir, cómo afecta nuestro ánimo su masiva presencia, de qué forma modela la cultura, como una fuerza cada vez más poderosa en la índole y el destino de nuestra sociedad en su totalidad.

Mag. Isabel SALERNO

7. Bibliografía

ARNHEIM, Rudolf (1971) *El Pensamiento visual*, Buenos Aires. Ed. Eudeba.

AUMONT, Jacques (1992) *La Imagen*, Ed. Paidós, Barcelona.

BARTHES, Roland (1992) "Retórica de la Imagen" en: *Lo obvio y lo obtuso*, Paidós, Barcelona.

BERGER JOHN (2000) **Ensayo I** en *Modos de ver*. Barcelona Ed. G. Gili (pág 13 - 42)

BOUGNOUX, Daniel, (1999) *Introducción a las Ciencias de la Comunicación*. Buenos Aires. Ed. Nueva visión.

GOMBRICH y otros (1983) *Arte, Percepción y Realidad*, Barcelona Ed. Paidós.

MOLES, A.,- COSTA, Joan (1999) *Publicidad y Diseño*. Buenos Aires. Ed. Infinito

SONTAG, SUSAN (2006) *Sobre la fotografía*. “Capítulo1 En la caverna de Platón”. Mexico

VILLAFANE, Justo (1996) *Introducción a la Teoría de la Imagen*. Madrid Ed. Pirámide.

ZUNZUNEGUI, Santos (1998) *Pensar la Imagen*. Madrid. Ed. Cátedra.

ANEXO

1. Introducción

Los textos que a continuación se presentan han sido compilados con la intención de poner en evidencia la dificultad de marcar límites al objeto didáctico de la asignatura.

Recorrer los textos teóricos que tratan las cuestiones de la comunicación visual y de la imagen, es sumergirse en la más absoluta fragilidad de conceptos. Más que ofrecernos certezas, para precisar objetos, nos brindan caminos para explorar las múltiples peculiaridades y las múltiples facetas que condensan.

Las preguntas nos ayudan a reflexionar sobre los límites, las fronteras, los intersticios así es que para comenzar la tarea nada mejor que lanzar unas primeras preguntas. ¿Con que criterios acotar la noción de imagen? ¿Cómo y desde qué lugar comprender la comunicación visual? ¿Qué variables intervienen en la interpretación de las imágenes?

Estas preguntas aluden a cuestiones diferentes, con la primera me situó en el objeto mediador del proceso de comunicación -la *imagen visual*- que le da especificidad; con la segunda me situó en el *proceso* de producción – circulación y reconocimiento de las imágenes y con la última me situo en el *contexto social* e identifiqué las relaciones de la imagen propiamente dicha con las otras dimensiones que están fuera a de ella.

Los textos que aquí se presentan esbozan argumentos que responden, en parte, a las dos cuestiones. Son fragmentos introductorios de obras teóricas que ponen el acento en uno y otro sentido. El primer texto delinea algunas nociones que ponen énfasis en la imagen como el todo; el segundo bosqueja lineamientos para pensar la imagen en la trama de complejidades que entretienen cada momento de la comunicación.

2. Los fragmentos

Capítulo 2 de *Principios de la Teoría General de la Imagen* Villafañe, Justo Mingues, Norberto (1996) Editorial PIRÁMIDE, Madrid.

2. Imagen y realidad

En este capítulo trataremos de establecer, básicamente, la relación que existe entre la realidad y la imagen y comenzaremos a determinar las bases para una definición razonable del concepto de imagen. Antes, sin embargo, es necesario ocuparse, aunque sea de modo tan breve como aquí lo hacemos, de la noción de realidad que vamos a manejar.

La historia de la filosofía nos alerta sobre el vano empeño que ha supuesto intentar clausurar el concepto de realidad. Nuestra propuesta ante este obstáculo es simple: convencionalizar dicho concepto; procedimiento no sólo legítimo en el método científico, sino muy útil a la hora de construir una teoría, siempre y cuando la convención que se establezca sea mantenida en todo momento con idéntico sentido.

La noción de realidad a la que nos referiremos a lo largo de todo el libro se identifica con la realidad sensorial. El mundo visual con todos sus accidentes y características físicas constituirá a partir de ahora el referente a tener en cuenta en su relación con la imagen •*que* de aquél pueda obtenerse por cualquier medio.

A la hora de explicar la relación de la imagen con lo real no debe ignorarse el papel que el espectador desempeña en esta relación, sobre todo en el proceso de observación o aprehensión de dicha imagen, en el cual el mecanismo perceptivo humano se ve contaminado por otros procesos de la conducta que intuyen en el resultado visual. Más allá de las influencias perceptivas, existe incluso una concepción del espacio representativo basada en una idea inductiva de la relación del observador con la imagen, tal como señala Aumont (1992, 99): “Arnheim ha propuesto con frecuencia describir el espacio representativo, no según la geometría cartesiana, objetiva, sino según una geometría subjetiva, de coordenadas polares, es decir, definidas por un centro, el sujeto que mira, dos coordenadas angulares que sitúen la dirección mirada en relación con ese centro horizontal y verticalmente, y una tercera coordenada que es la distancia desde el objeto mirado al centro”.

No es necesario destacar ese papel predominante que tiene el observador en la percepción de la imagen. Gombrich (1979) nos avisa sobre el carácter activo, constructivo diría él, de este proceso, el cual presupone un conjunto de expectativas que son ratificadas o refutadas por la percepción; en cualquiera de estos dos casos existen por parte del espectador ciertas ideas estereotipadas las cuales se imponen en el acto de la percepción, por lo que puede concluirse que el espectador finalmente percibe el estímulo y el estereotipo.

2.1. La naturaleza icónica

Definir la imagen no es mucho menos complejo que definir la realidad; sin embargo, ahora no podemos recurrir a la convención puesto que se trata del objeto mismo de la teoría. Sin duda la principal dificultad estriba en la gran diversidad de imágenes existentes. Pensemos, por ejemplo, en un único referente, cotidiano, corpóreo, doméstico, como es nuestro perro, y en un conjunto de «presencias» tuyas como: su recuerdo cuando está ausente, su imagen misma cuando le estoy mirando, un dibujo a carbón de su cabeza o la foto de su carné canino. Cualquiera de estas manifestaciones puede considerarse una imagen de mi perro pese a que algunas de ellas sean tan intangibles como su evocación en mi memoria. El criterio que resulta productivo para definir coherentemente estas cuatro imágenes es la materia del soporte de la imagen; desde el inmaterial de la imagen de la memoria, al fotoquímico de la fotografía, pasando por el también material, pero en este caso orgánico, de la imagen del animal en mi retina, o el papel de dibujo.

Un día nuestro perro se extravió y para recuperarlo decidí distribuir una imagen suya entre el vecindario. El dibujo a carbón de su cabeza sin duda tenía el tamaño adecuado para hacer un buen número de fotocopias, pero mi impericia con el carboncillo no le hacía demasiada justicia. La foto de su carné le era más fiel, pero su tamaño era tan reducido que al ampliarla el reconocimiento se hacía también complicado. Súbitamente recordé que disponía de una foto en color de 13 x 18 centímetros de la que era sencillo obtener copias, igualmente cromáticas, que aseguraban un fácil reconocimiento de mi perro.

El soporte material de la imagen no es aquí pertinente para explicar por qué algunas de ellas sirven para ayudar a encontrar a mi perro y otras no, o al menos no lo explican suficientemente. Nuevos aspectos se revelan como trascendentales a la hora de definir una imagen o su funcionalidad: el grado de fidelidad que ésta guarda con su referente (dibujo/foto); la legibilidad, además de otros factores, derivados del sistema de generación de la imagen (diferente resultado en función del tipo de original empleado en el proceso de copiado) y muchos otros hechos que cabría mencionar para ilustrar la dificultad de una definición de las peculiaridades de cada imagen.

La solución a este nuevo problema es la abstracción de esas características particulares que todas las imágenes poseen y que, en muchas ocasiones, nos distraen acerca de lo más esencial de una imagen. Este proceso de abstracción persigue el aislamiento de aquellos hechos irreducibles e invariables en toda imagen. Es decir, ir eliminando características y atributos que puedan ser considerados superfluos a la hora de definir algo como una imagen, para al final encontrarnos con aquellos aspectos específicos de esa imagen. Jerzy Grotowsky, un dramaturgo polaco, decía hace años que en el teatro es posible prescindir de todo excepto de dos cosas: del actor y del espectador, porque ambos constituían, según él, la esencia del teatro.

En el mismo sentido, la esencia de la imagen (la voz *esencia* es definida por el diccionario de la Real Academia Española como la «naturaleza de las cosas. Lo permanente e

invariable en ellas») quedaría definida por tres hechos—invariables e irreducibles en cualquier espécimen icónico— los cuales se identifican, además, con el concepto de naturaleza icónica:

1. Una selección de la realidad.
2. Un repertorio de elementos y estructuras de representación específicamente icónicas.
3. Una sintaxis visual.

Desde ahora, todo aquello que contenga o pueda identificarse con estos tres hechos puede y debe considerarse una imagen. Al ensancharse de esta manera los límites del concepto de imagen resulta imposible formular una definición cerrada de dicho concepto, lo que nos obliga a intentar una definición *in extensión* del mismo a partir de un conjunto, más o menos numeroso, de variables de definición que respondan a criterios de pertinencia taxonómica como los que veremos en el próximo capítulo.

2.2. La modelización icónica de la realidad

De lo anterior se deduce, en primer lugar, que cualquier imagen mantiene un nexo con la realidad con independencia de cuál sea el grado de parecido o fidelidad que guarde con ella. Las pinturas de Jackson Pollock o de Piet Mondrian, en las que no es posible identificar ningún referente figurativo, mantienen una conexión natural con la realidad al menos en el nivel primario de los elementos más simples de la representación (los colores, las formas, las texturas...). El color rojo o una estructura poliédrica no son elementos de articulación comparables a un fonema de la lengua o a una nota de una escala musical. Mientras que éstos son completamente arbitrarios aquéllos existen en la realidad misma (una determinada longitud de onda y una determinada ordenación de planos y ángulos) y son los que aseguran esa mínima conexión con lo real. Entre este nivel propio de la abstracción plástica y la mimesis más absoluta no existe ninguna diferencia en lo esencial -la naturaleza icónica-, tan sólo distintos grados en cuanto al nivel de realidad de la imagen, variable ésta que también veremos en el próximo capítulo.

Estas diferencias, tan aparentes y radicales desde un punto de vista plástico, pero tan poco relevantes teóricamente, se explican fácilmente al considerar a toda imagen como un modelo de realidad. Lo que varía, por tanto, no es la relación que una imagen guarda con su referente, sino la manera diferente que tiene esa imagen de sustituir, interpretar, traducir..., es decir, de modelizar a la realidad. El proceso de modelización icónica de la realidad, que comprende dos etapas —la creación y la observación icónicas—, puede esquematizarse como se muestra en la figura 2.1.

En la primera etapa la modelización se manifiesta, en primer lugar, en la extracción por parte del creador de la imagen de lo que podríamos denominar un *esquema preicónico* de la realidad. Dicho esquema lo constituyen un conjunto de rasgos análogos a los rasgos estructurales del objeto que se representa. Este esquema preicónico está a medio camino entre la percepción y la representación. Podría decirse con propiedad que es el origen de esta última, ya que en él se contiene la estructura del referente, pero, sin embargo, su naturaleza es exclusivamente perceptiva.

El esquema preicónico es el resultado, primero, de una organización visual del objeto percibido y, en segundo lugar, de una selección del número mínimo de esos rasgos necesario para salvaguardar la identidad de dicho objeto. Los tanteos que un retratista callejero hace con el carboncillo antes de efectuar el primer trazo sobre el papel, en ese instante previo en el que su mirada, fija en el rostro del modelo, trata de extraer su identidad fisionómica, son la mejor ilustración de lo que es este esquema preicónico. De una manera mucho más cotidiana, cada vez que encuadramos a través del visor de una cámara y seleccionamos un determinado encuadre estamos también seleccionando un determinado esquema preicónico que nos garantice luego una cierta armonía compositiva.

Una segunda modelización, ahora de naturaleza representativa, se produce a continuación cuando el creador de la imagen (pintor, fotógrafo, dibujante, operador...) debe emplear unas categorías plásticas que sustituyan –modelicen- a sus análogas de la realidad. En este sentido, las dos categorías que por excelencia definen la realidad sensorial son el espacio y el tiempo. Espacial y temporal deberá ser, por tanto, la naturaleza de los elementos icónicos que van a reemplazar en la representación visual a los reales.

La propia dinámica de esta segunda operación modelizadora, que consiste en elegir unos elementos que reconstruyan en la imagen las relaciones que sus elementos de referencia guardan en la realidad, implica en sí misma un procedimiento de ordenación de los mismos, una sintaxis, en la cual el creador dispone de una libertad casi infinita a la hora de elegir el tipo de representación que va a producir.

Concluida la primera etapa del proceso de modelización, obtenemos una imagen particular que supone un modelo de realidad. Dicho modelo nunca es la realidad misma, ni siquiera en el caso de la imagen especular o en el de la imagen natural (la obtenida a través de la percepción ordinaria y que posee el nivel máximo de iconicidad), ni está totalmente desconectado de aquélla como pudiera pensarse al observar, por ejemplo, una pintura expresionista abstracta. No obstante, la relación entre la imagen y la realidad no puede ser explicada, exclusivamente, en función de las diferencias de semejanza entre ambas, sino a partir de dos factores, muy diferentes entre sí: el primero implica una diferencia en cuanto al sistema de orden entre los elementos constitutivos de la imagen y el propio orden de la realidad; el segundo, complementario del anterior, se refiere a la influencia del observador sobre el resultado visual. Veamos el sentido de estos dos factores en la segunda etapa del proceso de modelización al que se refiere el esquema anterior.

El orden icónico, se ha dicho ya al enumerar las nociones primitivas de esta TGI, expresa las relaciones entre los elementos y estructuras de la representación. Mientras que en la realidad no existe posibilidad alguna de alterar ni uno solo de los principios de orden, es decir, una configuración determinada del espacio y del tiempo, en la imagen la representación de ambas categorías permite casi infinitas opciones. Analizar la relación realidad-imagen en función de diferencias de orden (orden visual el de la realidad, orden icónico el de la imagen) parece más productivo que la manida cuestión de la semejanza, la cual tiene en cuenta un aspecto muy parcial de dicha relación.

En la segunda etapa del proceso modelizador el observador extrae de la imagen un *esquema icónico*, el cual guarda bastante similitud con el preicónico del que antes se hablaba — los dos se identifican en mayor o menor medida con las estructuras de la realidad y de la imagen, respectivamente— aunque tiene, a diferencia de aquél, una naturaleza representativa. Gombrich (1979) explica las relaciones entre la imagen y la realidad a lo largo de la historia del arte naturalista según un interminable proceso de corrección de esquemas, los cuales han pivotado siempre entre lo mimético y lo conceptual.

En el esquema del que habla Gombrich, y que funcionalmente coincide con el esquema icónico citado, coexisten dos propiedades. En primer lugar, un código naturalista que, según este autor, se ha ido modificando históricamente a medida que el hombre transforma sus sistemas de imitación de la realidad. Este código ilustra el «modo de ver» de cada época y plásticamente supone un sistema de orden visual característico que puede ejemplificarse con el superior tamaño de la figura de Cristo en un fresco medieval o con una representación renacentista en perspectiva. La segunda propiedad del esquema icónico al que estamos refiriéndonos tiene que ver con el reconocimiento. Cuando reconocemos algo, no lo hacemos comparando detalle a detalle el objeto y su concepto visual almacenado en la memoria; muy al contrario, lo que se almacena en la memoria visual es un «resumen» del objeto —un esquema— que agrupa el número mínimo de rasgos estructurales suficiente para preservar la identidad visual de dicho objeto. Un buen ejemplo de esto último lo encontramos en las caricaturas, las cuales guardan generalmente un escaso parecido con sus referentes y, sin embargo, el código de reconocimiento que supone ese esquema de rasgos invariantes que la caricatura representa asegura una fácil identificación.

Una vez que el observador percibe la imagen accede a una *realidad modelizada* icónicamente, lo que supone el final del proceso que estamos describiendo. Esta noción indica la forma en que la imagen modeliza (sustituye, actúa en lugar de, interpreta...) la realidad, ya que no todas las imágenes lo hacen de igual manera. Existen, en este sentido, tres tipos diferentes de modelización: la representación, el símbolo y el signo, las cuales coinciden con las tres funciones de las imágenes que señala Arnheim (1976) para explicar las tres relaciones que las imágenes mantienen con sus objetos de referencia y a las que a partir de ahora nos referiremos con el nombre de *funciones de realidad de la imagen*.

Se habla de *función representativa* cuando la imagen sustituye a la realidad de forma analógica (la analogía es el fenómeno de homologación figurativa entre la forma visual y el concepto visual correspondiente). La representación posee otras dos características que no conviene olvidar: primero, que actúa como tal en cualquier nivel de abstracción, es decir, que la modelización representativa es independiente del grado de semejanza que la imagen guarda con la realidad a la que ésta se refiere. En segundo lugar, que la representación es siempre más abstracta que su referente, siendo esta abstracción una forma de interpretar la realidad representada y de invitar al observador a completar todo aquello que ha sido omitido en la representación.

Una imagen cumple una *función simbólica* cuando atribuye o adscribe una forma visual a un concepto. La característica más notable del símbolo icónico es la existencia de un doble referente: uno figurativo y otro de sentido. Fijémonos en algún símbolo vigente, la paloma de la paz de Picasso, por ejemplo. Cuando Pablo Picasso dibujó por vez primera una de sus infinitas palomas, esa imagen tenía como referente a un ave cualquiera -referente figurativo- que el pintor un día conceptualizó y cuyo concepto genérico de paloma guardó en su memoria visual. Hasta aquí, la paloma picassiana cumple una función representativa. Cuando en un momento determinado a esa representación se le transfiere un sentido -la paz- la imagen se convierte en un símbolo y el referente figurativo es desplazado por el nuevo referente de sentido, el cual se convierte en el único referente de la imagen simbólica. Hay que hacer notar, además, que a diferencia de lo que sucede con las representaciones, los símbolos poseen un nivel de abstracción menor que sus referentes (el concepto de paz es más abstracto visualmente que el dibujo de una paloma).

El tercer tipo de modelización se produce cuando la imagen actúa como un signo y cumple una *función convencional*, ya que sustituye a la realidad sin reflejar ninguna de sus características visuales. Los signos son, en este sentido, arbitrarios. Un ejemplo de esta función convencional lo encontramos en las señales de tranco, algunas de las cuales -aquellas que indican peligro- tienen que adoptar desde la convención de signos camineros de 1926 una estructura triangular, lo que demuestra el citado carácter arbitrario de los signos al utilizar propiedades visuales inexistentes en la propia realidad.

No es infrecuente que una imagen cumpla más de una función de realidad dado que lo más común es que en ella se encuentren componentes analógicos, simbólicos y arbitrarios; además, la frontera entre algunos símbolos y signos no está siempre clara y, como ya se ha dicho, una imagen simbólica es, antes de adquirir esta condición, una representación. En consecuencia es recomendable hablar *función icónica dominante* al referirse a la forma de modelización más evidente que una imagen hace de la realidad.

Antes de concluir esta explicación de cómo la imagen modeliza la realidad es necesario, al menos, mencionar otro factor que influye también en el resultado visual. Se trata del papel que ejerce el observador de la imagen.

Cuando esa realidad modelizada que nos propone la imagen es conceptualizada se produce la conexión con la realidad, llamémosla objetiva, y a partir de ahí se pueden desencadenar diversos mecanismos de carácter proyectivo por parte del observador introduciendo un sentido suplementario en la imagen, ajeno al proceso modelizador básico (percepción-representación-percepción) que puede alterar los resultados de dicho proceso. Estos resultados son impredecibles pues dependen de la conducta de cada observador, sin embargo, el mecanismo proyectivo aludido es algo relativamente común dado que todos los procesos de la conducta (sensación, percepción, memoria, atención, motivación, aprendizaje, pensamiento y personalidad) interactúan entre ellos.

2.3. El problema de la analogía

De las tres funciones de realidad de la imagen citadas en el epígrafe anterior -representativa, simbólica y signica-, sólo la primera implica una relación analógica entre la realidad y su imagen. En el estudio de las representaciones la cuestión de la analogía, o semejanza entre la imagen y su referente, ha sido frecuentemente objeto de debate como lo fue, desde que el hombre está en la tierra, el anhelo de éste por encontrar una representación visual que duplicara exactamente dicho referente.

La cuestión principal que subyace a dicho debate gira en torno a la posibilidad de representar exactamente la realidad y sobre el sentido que hay que dar a la noción de exactitud. La historia del arte, efectivamente, nos muestra cómo desde la cultura egipcia los modelos de representación se han debatido entre la mimesis y la abstracción, entendiendo el primer modelo como el paradigma de la analogía y el segundo como la expresión simbólica o conceptual de la realidad. Uno y otro se ha alternado ocupando preponderantemente períodos de desigual duración.

En los sistemas de representación basados en la abstracción la función prima sobre la forma y, de esta manera, la imagen se fundamenta en unos criterios visuales, incluido el de analogía, muy diferentes a los del modelo basado en la mimesis. El arte egipcio es un buen ejemplo del modelo representativo de la abstracción, pero sirve para ilustrar, además, el carácter relativo que tiene la noción de analogía.

Los egipcios, los cuales vivían en una sociedad teocrática en la que la casi totalidad de los ciudadanos pertenecían a una misma clase social, representaban al pueblo en sus imágenes según convenciones iconográficas que se repetían constantemente. La función social, podría decirse- de la imagen era reforzar un modelo de sociedad y, desde un punto de vista representativo, no resultaba un valor decisivo la imitación de la realidad; muy al contrario, mientras más iguales apareciesen los ciudadanos, más fielmente se representaba la esencia social. De esta manera, la forma visual, al servicio como ya se ha dicho de la función pragmática de la imagen, no pretendía una gran exactitud. Sin embargo, cuando la función exigía un mayor nivel de realidad, una mejor discriminación del detalle, la representación se volvía más exacta y fiel. Así, en los tratados de botánica, en los que se describía un gran número de plantas medicinales con todo lujo de detalles, las representaciones de los faraones o sus familias o la simple representación de los nubios y los hititas -sus ancestrales enemigos- parecían más bien ejemplos de un modelo de representación naturalista que de uno conceptual como era el suyo.

La historia de los modelos basados en la mimesis es, como ya se ha dicho, la historia de una fantasía que persiguió en todo tipo de culturas y épocas ese ideal, cuasi mágico, de la imitación. El número de oro que fundamentaba la sección áurea, los cánones escultóricos de Policleto o Lisipo que regulaban la proporción correcta entre la altura de la cabeza y la total en las estatuas, o las numerosas reglas que en los talleres renacentistas eran transmitidas por el maestro a los aprendices, no pretendían otra cosa que hacer realidad esa fantasía imitativa.

El advenimiento de la perspectiva primero y la aparición de la fotografía más tarde supuso un cambio radical en los criterios visuales de la representación. Desde el siglo XV, gracias a la perspectiva renacentista, el paradigma que encarna la mimesis se hace hegemónico y la ilusión imitativa se convierte en un valor, en una norma, de la que la representación visual no logra liberarse precisamente hasta que la fotografía libera a la pintura de ese obsesivo afán mimetizador.

Cuando la reproducción fotográfica se desarrolla técnicamente el ideal del doble exacto parece haberse hecho realidad definitivamente, pero es entonces cuando surge la pregunta sobre qué resulta más real, si el registro fiel de un aspecto único del objeto, en el cual se omiten necesariamente muchos otros aspectos, o la representación de un conjunto de características, muy superior en número a las del registro anterior, pero con un menor nivel de realidad.

Gombrich (1987) explica esta cuestión a partir de la metáfora del espejo y del mapa. Según este autor, la analogía icónica posee una doble característica: funciona como un espejo cuando registra ese único aspecto antes 'aludido, con una gran riqueza visual, y lo hace como un mapa, recogiendo una información más selectiva y esquemática pero capaz de organizar la estructura global del objeto representado. La conclusión que extrae Gombrich es que dentro del espejo existe un mapa; es decir, que no existe una imitación inocente o aséptica y que toda imitación es una reproducción que utiliza unos esquemas que le son propios (la pintura, la fotografía, etc., tienen sus esquemas imitativos particulares). En conclusión, puede establecerse el carácter relativo de la noción de analogía y, por extensión, el de la representación realista o mimética. El propio Gombrich en su famoso *Arte e Ilusión* justifica suficientemente la idea según la cual toda representación, por muy exacta que sea, es convencional, lo que significa que los criterios visuales en los que se fundamenta la analogía son igualmente convencionales. Existen, eso sí, unas convenciones más naturales que otras, como es el caso de la perspectiva, pero hasta en éstas la imitación es el resultado de un proceso de esquematización.

Capítulo 1 de *Pensar la Imagen* (1998) Santos Zunzunegui, Editorial. Cátedra, Madrid**1. La imagen: realidad de la imagen, imagen de la realidad****1.1. Evidencias primeras**

El punto de partida de esta introducción no puede ser otro que el recuerdo de una evidencia que, por el hecho de serlo, corre el riesgo de no ser analizada en sus múltiples implicaciones; no hace falta remitirse a datos estadísticos —más del 94 por 100 de las informaciones que el hombre contemporáneo, habitante de las grandes urbes, recibe se analiza a través de los sentidos de la vista y el oído; más del 80 por 100, específicamente, a través del mecanismo de la percepción visual— para caer en la cuenta de que la información y la cultura que se generan en nuestros días tienen un tratamiento predominantemente visual.

Por eso no se debe al azar el que se hable de “Civilización de la Imagen” para caracterizar con rapidez el universo comunicativo contemporáneo.

Se hace, pues, necesario proceder a un análisis que sitúe esta expansión de lo visual, fruto en buena medida del crecimiento incontrolado de los *mass-media*, en lo que tiene de particular, poniendo el acento en uno de los puntos claves que la imagen impone con fuerza: su carácter de inmediatez, su apariencia de reflejo especular de la realidad, de duplicación de esta última.

Precisamente a estudiar esta inmediatez, esa confusión -muchas veces interesada, fruto de una ideología asimilada a través de toda la cultura icónica occidental- que tiende a eliminar la distinción entre la realidad de la imagen y la imagen de la realidad, es a lo que se dirige este libro, poniendo el acento en lo que de mediatización y operación transfigurante trae consigo el producir una imagen.

1.2. Etimologías y definiciones

Han sido múltiples las definiciones de la imagen que se han dado a través de los tiempos. Ya Platón (*República*, VI) hablaba de imágenes como «sombras, y después los fantasmas representados en las aguas y sobre la superficie de los cuerpos opacos, tersos y brillantes». Dejando de lado las múltiples implicaciones del texto platónico, se puede retener la presencia en el mismo de dos temas claves: la idea de representación y la noción de reflejo especular.

Idénticos temas derivan de un análisis de los étimos de las palabras imagen (del latín *imago*) o icono (del griego *eikorí*). De una y otra raíz, se obtienen las ideas de representación y reproducción, por un lado, y la de semejanza (a través del concepto de retrato), de otro. Como puede verse estas primeras definiciones se inscriben en un campo ideológico preciso. Por eso, y en un primer momento parece útil recurrir a definiciones que como la propuesta por Abraham Moles (1981, 20) tienen la virtud de permitir una aproximación descriptiva; Así, hablar de imagen será hacerlo de un soporte de la comunicación visual en el que se materializa un

fragmento del universo perceptivo y que presenta la característica de prolongar su existencia en el curso del tiempo.

De esta definición podemos extraer las ideas de materialidad (aspecto fabricado de la imagen) y su independencia con respecto a los temas u objetos representados (lo que permite la existencia de una historia de las imágenes). A lo que vendría a añadirse el hecho de que, aquí y ahora, la imagen es un componente central de los *mass-media* (su multiplicación y difusión masiva, su repetibilidad infinita).

Por último, se podría destacar su carácter singular de objeto del mundo que tiene la posibilidad, en no pocos casos, de mostrar a la vista, de designar a otros objetos diferentes. Elementos todos ellos susceptibles de ulteriores profundizaciones.

1.3. Características de las imágenes

También de la mano de Abraham Moles (1981, 32 y ss.) podemos avanzar una serie de características de las imágenes. Características pensadas para permitir una distinción de los diversos especímenes icónicos en términos cuantitativos, pero que nosotros retendremos en tanto en cuanto funcionan como indicios de problemas de importancia cualitativa.

Así hablaremos de grado de figuración de una imagen, (idea de representación de objetos o seres conocidos), de grado de iconicidad (como opuesto al grado de abstracción y que hace referencia a la calidad de la identidad de la representación con el objeto representado), grado de complejidad -prestando especial atención al hecho de que no basta una mera consideración de la complejidad de la imagen en función del número de elementos que la conforman, sino que es imprescindible incluir en este terreno las competencias del espectador-, el tamaño (grado de ocupación del campo visual), los grosores de la trama y el grano, las distintas cualidades técnicas (contrastes, iluminación, nitidez, etc.), la presencia o ausencia del color, la dimensión estética -que introduce a la imagen en el campo que Roland Barthes denominó de la dispersión del sentido- y el grado de normalización (ligado a las prácticas de copiados múltiples y difusión masiva).

1.4. La imagen en el mundo actual: inflación y ceguera

Este último aspecto característico nos introduce de lleno en una problemática que conviene esbozar desde las páginas iniciales: el hecho de que, como recuerda Gilles Deleuze, nuestra autodenominada “civilización de la imagen”, sea sobre todo una “civilización del cliché”. Y esto puede explicarse en un doble sentido. Por un lado, por que la inflación icónica se edifica sobre la redundancia. Por otro, en un sentido más complejo, por el hecho de que el Poder constituido mantiene muchas veces un interés cierto en la ocultación, distorsión o manipulación de ciertas imágenes, de tal manera que éstas de ser un medio de revelar la realidad para convertirse en una forma de ocultarla. Redundancia y ocultación se convierten en caras de la misma moneda. Por si esto fuera poco, insistirá también Deleuze, existe un interés generalizado por “escondemos algo en la imagen”. Y ese algo, añadiríamos nosotros, no es

sino su aspecto de lenguaje, su carácter de instrumento de persuasión, el que no existen espejos que no sean deformantes, ya que todo acto de lenguaje icónico es fruto, como veremos más adelante, de una estrategia significativa y, por tanto, persuasiva.

1.5. Para una ecología de la imagen

En relación con las ideas anteriores se encuentra el hecho de que la densidad visual de imágenes ha crecido en progresión geométrica en las últimas décadas. Abraham Moles (1981,31 y ss.) ha subrayado la necesidad de comenzar a analizar cómo el tamaño numérico de un flujo -en este caso de imágenes- es capaz de condicionar el comportamiento humano. De aquí que se comience a hablar de una ecología de la imagen que se ocupa de la presión visual a la que nos veremos sometidos en nuestra cotidianidad. Queremos, de todos modos, aprovechar este apartado para señalar que la invasión icónica combinada con su carácter predominantemente "realista" (derivado del peso de la tradición figurativa en nuestra tradición cultural) es la que ha provocado el equívoco que sostiene que las imágenes comunican de "forma directa", pasando por alto la necesidad de analizar cómo comunican y funcionan los discursos visuales, evitando la proliferación de esa especie contemporánea del ciego vidente.

1.6. Imagen figurativa e imagen abstracta

Una distinción importante y primordial es la que se establece entre imágenes figurativas y abstractas. O si se prefiere, representativas y no representativas. Después de una reflexión inicial puede decirse que las primeras serán aquellas que contienen información acerca de otros objetos (situaciones, temas, etc.) distintos de su propia materialidad, a través de una operación de subrogación. Por lo que se puede afirmar que las imágenes denominadas abstractas -aun siendo muy concretas- son aquellas que proporcionan percepción, pero no *percepción de* (ver *infra*).

Conviene añadir un caso singular: los *caligramas*, en donde se utiliza la propiedad de las letras de valer como elementos puramente plásticos y como signos portadores de una sustancia sonora. Palabra e imagen, abstracción y figuración, la tautología del caligrama tiende un singular puente entre el mundo de la imitación y el de la pura forma (Foucault, 1981).

1.7. En torno al concepto de imagen mental

Aunque no sea un tema específico de la materia que estamos tratando conviene señalar que la imagen mental puede ser considerada desde el punto de vista de la *representación en el conocimiento* (véanse las lecturas recogidas en García-Albea, 1986). Desde este punto de vista no es ocioso, a la luz de la moderna psicología cognitiva, preguntarnos en qué sentido se puede decir que tenemos imágenes de las cosas en nuestra cabeza. La admisión de la existencia del formato-imagen mental implica conocer cuál es el papel específico que éste juega en la vida cognitiva.

Así puede contemplarse la polémica abierta entre partidarios y detractores del formato imaginístico sobre si la imagen mental supone una forma de codificación previa a la

proposicional que no lleva consigo una interpretación, con lo que vuelve a plantearse en este nivel una distinción que fue durante algún tiempo fundamental en los análisis de la percepción (ver *infra*).

En resumen, se trata de dilucidar si la imagen es una forma estructuralmente diferenciada de representación interna, si posee un formato diferente de otras representaciones y si constituye o no una forma funcionalmente distinta de representación mental (véase Kosslyn y Pomeranz, en García-Albea, 1986)

En otro orden de cosas puede subrayarse que para autores como Jean-Paul Sartre (1964) las imágenes mentales presentan un contenido de naturaleza psíquica y no requieren para su aparición de una estimulación física, aunque continúan manteniendo buena parte de las características de las imágenes que podríamos denominar “materiales” (si bien su contenido carece de exterioridad, poseen un contenido sensorial, suponen modelos de la realidad, etc.)

“En la caverna de Platón” SONTANG, Susan (2006) *Sobre la fotografía*. Santillana. México pag 13-44

Todo empezó con un ensayo -sobre algunos problemas estéticos y morales que plantea la omnipresencia de imágenes fotografiadas-, pero cuanto más reflexionaba en lo que son las fotografías, se tornaban más complejas y sugestivas. De modo que uno generó otro, y éste (para mi desconcierto) otro más, y así sucesivamente- una progresión de ensayos sobre el significado y la trayectoria de las fotografías- hasta que llegué lo bastante lejos para que el argumento bosquejado en el primer ensayo, documentado y desarrollado en los siguientes, pudo recapitularse y prolongarse de un modo más teórico; y detenerse.

Los ensayos se publicaron por primera vez (con pocas diferencias) en *The New York Review of Books*, y quizás nunca los habría escrito sin el aliento que sus directores, mis amigos Roben Silvers y Barbara Epstein, dieron a mi obsesión por la fotografía.

A ellos, así como a mi amigo Don Eric Levine, agradezco los pacientes consejos y la pródiga ayuda.

S. S.

Mayo de 1977

En la caverna de Platón

La humanidad persiste irredimiblemente en la caverna platónica, aún deleitada, por costumbre ancestral, con meras imágenes de la verdad. Pero educarse mediante fotografías no es lo mismo que educarse mediante imágenes más antiguas, más artesanales. En primer lugar, son muchas más las imágenes del entorno que reclaman nuestra atención. El inventario comenzó en 1839 y desde entonces se ha fotografiado casi todo, o eso parece. Esta misma avidez de la mirada fotográfica cambia las condiciones del confinamiento en la caverna, nuestro mundo. Al enseñarnos un nuevo código visual, las fotografías alteran y amplían nuestras nociones de lo que merece la pena mirar y de lo que tenemos derecho a observar. Son una gramática y, sobre todo, una ética de la visión. Por último, el resultado más imponente del empeño fotográfico es darnos la impresión de que podemos contener el mundo entero en la cabeza, como una antología de imágenes.

Coleccionar fotografías es coleccionar el mundo. El cine y los programas de televisión iluminan las paredes, vacilan y se apagan; pero con las fotografías fijas la imagen es también un objeto, ligero, de producción barata, que se transporta, acumula y almacena fácilmente. En *Les Carabiniers* [«Los carabineros»] (1963), de Godard, dos perezosos lumpen campesinos se alistan en el ejército del rey tentados con la promesa de que podrán saquear, violar, matar o hacer lo que se les antoje con el enemigo, y enriquecerse. Pero la maleta del botín que Michel-Ange y Ulysse llevan triunfalmente a sus mujeres, años después, resulta que sólo contiene postales, cientos de postales, de Monumentos, Tiendas, Mamíferos, Maravillas de la

Naturaleza, Medios de Transpone, Obras de Arte y otros clasificados tesoros del mundo entero. La broma de Godard parodia con vivacidad el encanto equívoco de la imagen fotográfica. Las fotografías son quizás los objetos más misteriosos que constituyen, y densifican, el ambiente que reconocemos como moderno. Las fotografías son en efecto experiencia capturada y la cámara es el arma ideal de la conciencia en su talante codicioso.

Fotografiar es apropiarse de lo fotografiado. Significa establecer con el mundo una relación determinada que parece conocimiento, y por lo tanto poder. Una primera y hoy célebre caída en la alienación, la cual habituó a la gente a abstraer el mundo en palabras impresas, se supone que engendró ese excedente de energía fáustica y deterioro psíquico necesarios para construir las modernas sociedades inorgánicas. Pero lo impreso parece una forma mucho menos engañosa de lixiviar el mundo, de convertirlo en objeto mental, que las imágenes fotográficas, las cuales suministran hoy la mayoría de los conocimientos que la gente exhibe sobre la apariencia del pasado y el alcance del presente. Lo que se escribe de una persona o acontecimiento es llanamente una interpretación, al igual que los enunciados visuales hechos a mano, como las pinturas o dibujos. Las imágenes fotográficas menos parecen enunciados acerca del mundo que sus fragmentos, miniaturas de realidad que cualquiera puede hacer o adquirir.

Las fotografías, que manosean la escala del mundo, son a su vez reducidas, ampliadas, recortadas, retocadas, manipuladas, trucadas. Envejecen, atacadas por las consabidas dolencias de los objetos de papel; desaparecen; se hacen valiosas, y se compran y venden; se reproducen. Las fotografías, que almacenan el mundo, parecen incitar el almacenamiento. Se adhieren en álbumes, se enmarcan y se ponen sobre mesas, se clavan en paredes, se proyectan como diapositivas. Los diarios y revistas las destacan; los policías las catalogan; los museos las exhiben; las editoriales las compilan.

Durante muchos decenios el libro fue el modo más influyente de ordenar (y por lo común de reducir) fotografías, garantizando así su longevidad, si no su inmortalidad -las fotografías son objetos frágiles que se rompen o extravían con facilidad-, y un público más amplio. La fotografía en un libro es, obviamente, la imagen de una imagen. Pero ya que es, para empezar, un objeto impreso, liso, una fotografía pierde su carácter esencial mucho menos que un cuadro cuando se la reproduce en un libro. Con todo, el libro no es un arreglo enteramente satisfactorio para poner en circulación general conjuntos de fotografías. La sucesión en que han de mirarse las fotografías la propone el orden de las páginas, pero nada obliga a los lectores a seguir el orden recomendado ni indica cuánto tiempo han de dedicar a cada una. La *película Si j'aurais quatre dromadaires* [«Si tuviera cuatro dromedarios»] (1966) de Chris Marker, una meditación brillantemente orquestada sobre fotografías de todo género y asunto, propone un modo más sutil y riguroso de almacenar (y ampliar) fotografías fijas. Se imponen el orden y el tiempo exacto de contemplación, y se gana en legibilidad visual e impacto emocional. Pero las fotografías transcritas en una película dejan de ser objetos coleccionables, como lo son aún cuando se presentan en libros.

Las fotografías procuran pruebas. Algo que sabemos de oídas pero de lo cual dudamos, parece demostrado cuando nos muestran una fotografía. En una versión de su utilidad, el registro de la cámara incrimina. A partir del uso que les dio la policía de París en la sanguinaria redada de los *Communards* en junio de 1871, los estados modernos emplearon las fotografías como un instrumento útil para la vigilancia y control de poblaciones cada vez más inquietas. En otra versión de su utilidad, el registro de la cámara justifica. Una fotografía pasa por prueba incontrovertible de que sucedió algo determinado. La imagen quizás distorsiona, pero siempre queda la suposición de que existe, o existió algo semejante a lo que está en la imagen. Sean cuales fueren las limitaciones (por diletantismo) o pretensiones (por el arte) del propio fotógrafo, una fotografía -toda fotografía- parece entablar una relación más ingenua, y por lo tanto más precisa, con la realidad visible que otros objetos miméticos. Aun los virtuosos de la imagen noble como Alfred Stieglitz y Paul Strand, al componer fotografías vigorosas e inolvidables un decenio tras otro, buscan ante todo mostrar algo «allá fuera», al igual que el dueño de una Polaroid para quien las fotografías son un medio práctico y rápido de tomar apuntes o el entusiasta del obturador que con una Brownie hace instantáneas como recuerdos de su vida cotidiana.

Si bien una pintura o una descripción en prosa nunca pueden ser más que estrechas interpretaciones selectivas, una fotografía puede tratarse como una estrecha diapositiva selectiva. Pero a pesar de la supuesta veracidad que confiere autoridad, interés, fascinación a todas las fotografías, la labor de los fotógrafos no es una excepción genérica a las relaciones a menudo sospechosas entre el arte y la verdad. Aun cuando a los fotógrafos les interese sobre todo reflejar la realidad, siguen acechados por los tácitos imperativos del gusto y la conciencia. Los inmensamente talentosos integrantes del proyecto fotográfico de la *Farm Security Administration* [Dirección del Seguro Agrario], a fines de los años treinta (Walker Evans, Dorothea Lange, Ben Shahn, Russell Lee, entre otros) hacían docenas de fotografías frontales de uno de sus aparceros hasta que se sentían satisfechos de haber conseguido el aspecto adecuado en la película: la expresión precisa en el rostro del sujeto que respaldara sus propias nociones de la pobreza, la luz, la dignidad, la textura, la explotación y la geometría. Cuando deciden la apariencia de una imagen, cuando prefieren una exposición a otra, los fotógrafos siempre imponen pautas a sus modelos. Aunque en un sentido la cámara en efecto captura la realidad, y no sólo la interpreta, las fotografías son una interpretación del mundo tanto como las pinturas y los dibujos. Las ocasiones en que el acto de fotografiar es relativamente indiscriminado, promiscuo o modesto no merman el didactismo de todo el empeño. Esta misma pasividad-y ubicuidad- del registro fotográfico es el «mensaje» de la fotografía, su agresión.

Las imágenes que idealizan (como casi todas las fotografías de modas y animales) no son menos agresivas que la obra que hace de la llaneza una virtud (como las fotografías clasistas, las naturalezas muertas del tipo más desolado y los retratos de criminales). Todo uso de la cámara implica una agresión. Esto es tan patente en 1840 y 1850, los primeros dos gloriosos decenios de la fotografía, como en todos los sucesivos, cuando la tecnología posibilitó una difusión siempre creciente de esa mentalidad que mira el mundo como un conjunto de

fotografías en potencia. Aun en los primeros maestros como David Octavius Hill y Julia Margaret Cameron, que emplearon la cámara como medio de obtención de imágenes pictóricas, el propósito de hacer fotografías fue un inmenso alejamiento de la meta de los pintores. Desde sus inicios, la fotografía implicó la captura del mayor número posible de temas. La pintura jamás había tenido una ambición tan imperial. La ulterior industrialización de la tecnología de la cámara sólo cumplió con una promesa inherente a la fotografía desde su mismo origen: democratizar todas las experiencias traduciéndolas a imágenes.

Aquella época en que hacer fotografías requería de un artefacto incómodo y caro -el juguete de los ingeniosos, los ricos y los obsesos parece, en efecto, muy remota de la era de elegantes cámaras de bolsillo que induce a todos a hacer fotos. Las primeras cámaras, fabricadas en Francia e Inglaterra a principios de la década de 1840, sólo podían ser operadas por inventores y entusiastas. Como entonces no había fotógrafos profesionales, tampoco podía haber aficionados, y la fotografía no tenía un uso social claro; era una actividad gratuita, es decir artística, si bien con pocas pretensiones de serlo. Sólo con la industrialización la fotografía alcanzó la plenitud del arte. Así como la industrialización confirió utilidad social a las operaciones del fotógrafo, la reacción contra esos usos reforzó la inseguridad de la fotografía en cuanto arte.

Recientemente la fotografía se ha transformado en una diversión casi tan cultivada como el sexo y el baile, lo cual significa que la fotografía, como toda forma artística de masas, no es cultivada como tal por la mayoría. Es sobre todo un rito social, una protección contra la ansiedad y un instrumento de poder.

La conmemoración de los logros de los individuos en tanto miembros de una familia (así como de otros grupos) es el primer uso popular de la fotografía. Durante un siglo al menos, la fotografía de bodas ha formado parte de la ceremonia tanto como las fórmulas verbales prescritas. Las cámaras se integran en la vida familiar. Según un estudio sociológico realizado en Francia, casi todos los hogares tienen cámara, pero las probabilidades de que haya una cámara en un hogar con niños comparado con uno sin niños es del doble. No fotografiar a los propios hijos, sobre todo cuando son pequeños, es señal de indiferencia de los padres, así como no posar para la foto de graduación del bachillerato es un gesto de rebelión adolescente.

Mediante las fotografías cada familia construye una crónica-retrato de sí misma, un estuche de imágenes portátiles que rinde testimonio de la firmeza de sus lazos. Poco importa cuáles actividades se fotografían siempre que las fotos se hagan y aprecien. La fotografía se transforma en rito de la vida familiar justo cuando la institución misma de la familia, en los países industrializados de Europa y América, empieza a someterse a una operación quirúrgica radical. A medida que esa unidad claustrofóbica, el núcleo familiar, se extirpaba de un conjunto familiar mucho más vasto, la fotografía la acompañaba para conmemorar y restablecer simbólicamente la continuidad amenazada y el ocaso del carácter extendido de la vida familiar. Estas huellas espectrales, las fotografías, constituyen la presencia vicaria de los parientes dispersos. El álbum familiar se compone generalmente de la familia extendida, y a menudo es lo único que ha quedado de ella.

Si las fotografías permiten la posesión imaginaria de un pasado irreal también ayudan a tomar posesión de un espacio donde la gente está insegura. Así, la fotografía se desarrolla en conjunción con una de las actividades modernas más características: el turismo. Por primera vez en la historia, grupos numerosos de gente abandonan sus entornos habituales por breves períodos. Parece decididamente anormal viajar por placer sin llevar una cámara. Las fotografías son la prueba irrecusable de que se hizo la excursión, se cumplió el programa, se gozó del viaje. Las fotografías documentan secuencias de consumo realizadas en ausencia de la familia, los amigos, los vecinos. Pero la dependencia de la cámara, en cuanto aparato que da realidad a las experiencias, no disminuye cuando la gente viaja más. El acto de fotografiar satisface las mismas necesidades para los cosmopolitas que acumulan trofeos fotográficos de su excursión en barco por el Nilo o sus catorce días en China, que para los turistas de clase media que hacen instantáneas de la Torre Eiffel o las cataratas del Niágara.

El acto fotográfico, un modo de certificar la experiencia, es también un modo de rechazarla: cuando se confina a la búsqueda de lo fotogénico, cuando se convierte la experiencia en una imagen, un recuerdo. El viaje se transforma en una estrategia para acumular fotos. La propia actividad fotográfica es tranquilizadora, y mitiga esa desorientación general que se suele agudizar con los viajes. La mayoría de los turistas se sienten obligados a poner la cámara entre ellos y toda cosa destacable que les sale al paso. Al no saber cómo reaccionar, hacen una foto. Así la experiencia cobra forma: alto, una fotografía, adelante. El método seduce sobre todo a gente subyugada a una ética de trabajo implacable: alemanes, japoneses y estadounidenses. El empleo de una cámara atenúa su ansiedad provocada por la inactividad laboral cuando están en vacaciones y presuntamente divirtiéndose. Cuentan con una tarea que parece una simpática imitación del trabajo: pueden hacer fotos.

La gente despojada de su pasado parece la más ferviente entusiasta de las fotografías, en su país y en el exterior. Todos los integrantes de una sociedad industrializada son obligados poco a poco a renunciar al pasado, pero en algunos países, como Estados Unidos y Japón, la ruptura ha sido especialmente traumática. A principios de los años setenta, la fábula del impetuoso turista estadounidense de los cincuenta y sesenta, cargado de dólares y materialismo, fue reemplazada por el enigma del gregario turista japonés, nuevamente liberado de su isla y prisión por el milagro del yen sobrevaluado y casi siempre armado con dos cámaras, una en cada lado de la cadera.

La fotografía se ha transformado en uno de los medios principales para experimentar algo, para dar una apariencia de participación. Un anuncio a toda página muestra un pequeño grupo de apretujada gente de pie, atisbando fuera de la fotografía; todos salvo uno parecen aturdidos, animados, contrariados. El de la expresión diferente sujeta una cámara ante el ojo, parece tranquilo, casi sonríe. Mientras los demás son espectadores pasivos, obviamente alarmados, poseer una cámara ha transformado a la persona en algo activo, un *voyeur*: sólo él ha dominado la situación. ¿Qué ven esas personas? No lo sabemos. Y no importa. Es un acontecimiento: algo digno de verse, y por lo tanto digno de fotografiarse. El texto del anuncio, letras blancas sobre el oscuro tercio inferior de la imagen como el despacho noticioso de un

teletipo, consiste sólo en seis palabras: «... Praga... Woodstock... Vietnam... Sapporo... Londonderry... LEICA». Esperanzas frustradas, humoradas juveniles, guerras coloniales y deportes de invierno son semejantes: la cámara los iguala. Hacer fotografías ha implantado en la relación con el mundo un *voyeurismo* crónico que uniforma la significación de todos los acontecimientos.

Una fotografía no es el mero resultado del encuentro entre un acontecimiento y un fotógrafo; hacer imágenes es un acontecimiento en sí mismo, y uno que se arroga derechos cada vez más perentorios para interferir, invadir o ignorar lo que esté sucediendo. Nuestra percepción misma de la situación ahora se articula por las intervenciones de la cámara. La omnipresencia de las cámaras insinúa de modo persuasivo que el tiempo consiste en acontecimientos interesantes, dignos de fotografiarse. Esto a su vez permite sentir fácilmente que a cualquier acontecimiento, una vez en marcha, y sea cual fuera su carácter moral, debería permitírsele concluir para que algo más pueda añadirse al mundo, la fotografía. Una vez terminado el acontecimiento, la fotografía aún existirá, confiriéndole una especie de inmortalidad (e importancia) de la que jamás habría gozado de otra manera. Mientras personas reales están por ahí matándose entre sí o matando a otras personas reales, el fotógrafo permanece detrás de la cámara para crear un diminuto fragmento de otro mundo: el mundo de imágenes que procura sobrevivir a todos.

Fotografiar es esencialmente un acto de no intervención. Parte del horror de las proezas del fotoperiodismo contemporáneo tan memorables como las de un bonzo vietnamita que coge el bidón de gasolina y un guerrillero bengalí que atraviesa con la bayoneta a un colaboracionista maniatado proviene de advertir cómo se ha vuelto verosímil, en situaciones en las cuales el fotógrafo debe optar entre una fotografía y una vida, optar por la fotografía. La persona que interviene no puede registrar; la persona que registra no puede intervenir. La gran película de Dziga Vertov *Cieloviek's Kinoapparatom* [«El hombre de la cámara»] (1929) nos brinda la imagen ideal del fotógrafo como alguien en movimiento perpetuo, alguien que atraviesa un panorama de acontecimientos dispares con tal agilidad y celeridad que toda intervención es imposible. *Rear Window* [«La ventana indiscreta»] (1954) de Hitchcock nos brinda la imagen complementaria: el fotógrafo interpretado por James Stewart entabla una relación intensa con un suceso a través de la cámara precisamente porque tiene una pierna rota y está confinado a una silla de ruedas; la inmovilidad temporal le impide intervenir en lo que ve, y vuelve aún más importante hacer fotografías. Aunque sea incompatible con la intervención física, el empleo de la cámara sigue siendo un modo de participación. Aunque la cámara sea un puesto de observación, el acto de fotografiar es algo más que observación pasiva. Como el *voyeurismo* sexual, es una manera de alentar, al menos tácitamente, a menudo explícitamente, la continuación de lo que esté ocurriendo. Hacer una fotografía es tener interés en las cosas tal como están, en un *statu quo* inmutable (al menos por el tiempo que se tarda en conseguir una «buena» imagen), ser cómplice de todo lo que vuelva interesante algo, digno de fotografiarse, incluido, cuando ése es el interés, el dolor o el infortunio de otra persona.

«Siempre me pareció que la fotografía era una cosa traviesa; para mí fue uno de sus aspectos favoritos -escribió Diane Arbus-, y cuando lo hice por primera vez me sentí muy perversa». Ser fotógrafo profesional puede parecer «travieso», por usar la expresión *pop* de Arbus, si el fotógrafo busca temas considerados escandalosos, tabúes, marginales. Pero los temas traviosos son más difíciles de encontrar hoy día. ¿Y cuál es exactamente el aspecto perverso de la fotografía? Si los fotógrafos profesionales a menudo tienen fantasías sexuales cuando están detrás de la cámara, quizás la perversión reside en que estas fantasías son verosímiles y muy inapropiadas al mismo tiempo. En *Blow-up* (1966), Antonioni muestra al fotógrafo de modas rondando convulsivo el cuerpo de Verushka mientras suena la cámara. ¡Vaya travesura! En efecto, el empleo de una cámara no es buen modo de tentar a alguien sexualmente. Entre el fotógrafo y el tema tiene que mediar distancia. La cámara no viola, ni siquiera posee, aunque pueda atreverse, entrometerse, invadir, distorsionar, explotar y, en el extremo de la metáfora, asesinar: actividades que a diferencia de los empujes y tanteos sexuales pueden realizarse de lejos, y con alguna imparcialidad.

Hay una fantasía sexual mucho más intensa en la extraordinaria *Peeping Tom* [«El fotógrafo del pánico»] (1960) de Michael Powell, una película que no trata de un mirón sino de un psicópata que mata a las mujeres al fotografiarlas, con un arma escondida en la cámara. Nunca jamás las toca. No desea sus cuerpos; quiere la presencia de esas mujeres en forma de imágenes filmicas -las que las muestran en trance de muerte- que luego proyecta en su casa para su goce solitario. La película supone correspondencias entre la impotencia y la agresión, la mirada profesional y la crueldad, que señalan la fantasía central relacionada con la cámara. La cámara como falo es a lo sumo una tímida variante de la ineludible metáfora que todos emplean sin advertirlo. Por brumosa que sea nuestra conciencia de esta fantasía, se la nombra sin sutilezas cada vez que hablamos de «cargar, y «apuntar» una cámara, de «apretar el disparador»,

Era más complicado y difícil recargar una cámara antigua que un mosquete *Bess* marrón. La cámara moderna quiere ser una pistola de rayos. Se lee en un anuncio:

La Yashica Electro-35 es la cámara de la era espacial que encantará a su familia. Haga hermosas fotos de día o de noche. Automáticamente. Sin complicaciones. Sólo apunte, enfoque y dispare. El cerebro y obturador electrónicos de la GT harán el resto.

La cámara, como el automóvil, se vende como un arma depredadora, un arma tan automática cómo es posible, lista para saltar. El gusto popular espera una tecnología cómoda e invisible. Los fabricantes confirman a la clientela que fotografiar no requiere pericia ni habilidad, que la máquina es omnisapiente y responde a la más ligera presión de la voluntad. Es tan simple como encender el arranque o apretar el gatillo.

Como las armas y los automóviles, las cámaras son máquinas que cifran fantasías y crean adicción. Sin embargo, pese a las extravagancias de la lengua cotidiana y la publicidad, no son

letales. En la hipérbole que publicita los automóviles como armas hay al menos un asomo de verdad: salvo en tiempos de guerra, los automóviles matan a más personas que las armas. La cámara/arma no mata, así que la ominosa metáfora parece un mero alarde, como la fantasía masculina de tener un fusil, cuchillo o herramienta entre las piernas. No obstante, hay algo depredador en la acción de hacer una foto. Fotografíar personas es violarlas, pues se las ve como jamás se ven a sí mismas, se las conoce como nunca pueden conocerse; transforma a las personas en objetos que pueden ser poseídos simbólicamente. Así como la cámara es una sublimación del arma, fotografíar a alguien es cometer un asesinato sublimado, un asesinato blando, digno de una época triste, atemorizada.

Quizás con el tiempo la gente aprenda a descargar más agresiones con cámaras y menos con armas, y el precio será un mundo aún más atragantado de imágenes. Una situación donde la gente está sustituyendo balas por película es el safari fotográfico que está reemplazando los safaris armados en África oriental. Los cazadores empuñan *Hasselblads* en vez de *Winchesters*; en vez de mirar por la mirilla telescópica para apuntar un rifle, miran a través de un visor para encuadrar la imagen. En la Londres finisecular, Samuel Butler se lamentaba de que “hay un fotógrafo detrás de cada arbusto, merodeando como un león rugiente en busca de alguien al que devoran”. El fotógrafo ataca ahora a bestias reales, asediadas y demasiado escasas para matarlas. Las armas se han transformado en cámaras en esta comedia formal, el safari ecológico, porque la naturaleza ya no es lo que siempre había sido: algo de lo cual la gente necesitaba protegerse. Ahora la naturaleza -domesticada, amenazada, frágil- necesita ser protegida de la gente. Cuando sentimos miedo, disparamos. Pero cuando sentimos nostalgia, hacemos fotos.

Ésta es una época nostálgica, y las fotografías promueven la nostalgia activamente. La fotografía es un arte elegíaco, un arte crepuscular. Casi todo lo que se fotografía, por ese mero hecho, está impregnado de patetismo. Algo feo o grotesco puede ser conmovedor porque la atención del fotógrafo lo ha dignificado. Algo bello puede ser objeto de sentimientos tristes porque ha envejecido o decaído o ya no existe. Todas las fotografías son *memento morí*. Hacer una fotografía es participar de la mortalidad, vulnerabilidad, mutabilidad de otra persona o cosa. Precisamente porque seccionan un momento y lo congelan, todas las fotografías atestiguan la despiadada disolución del tiempo.

Las cámaras comenzaron a duplicar el mundo en momentos en que el paisaje humano empezaba a sufrir un vertiginoso ritmo de cambios: mientras se destruye un número incalculable de formas de vida biológica y social en un breve período, se obtiene un artefacto para registrar lo que está desapareciendo. El París melancólico e intrincado de Atget y Brassai ya casi no existe. Como los parientes y amigos muertos conservados en el álbum familiar, cuya presencia en fotografías exorciza algo de la ansiedad y el remordimiento provocados por su desaparición, las fotografías de barrios hoy demolidos, de zonas rurales desfiguradas y estériles, nos procuran una relación de bolsillo con el pasado.

Una fotografía es a la vez una pseudopresencia y un signo de ausencia. Como el fuego del hogar, las fotografías -sobre todo las de personas, de paisajes distantes y ciudades remotas,

de un pasado desaparecido- incitan a la ensoñación. La percepción de lo inalcanzable que pueden evocar las fotografías se suministra directamente a los sentimientos eróticos de quienes ven en la distancia un acicate del deseo. La foto del amante escondida en la billetera de una mujer casada, el cartel fotográfico de una estrella de rock fijado sobre la cama de una adolescente, el retrato de propaganda del político prendido a la solapa del votante, las instantáneas de los hijos del taxista en la visera: todos los usos talismánicos de las fotografías expresan una actitud sentimental e implícitamente mágica; son tentativas de alcanzar o apropiarse de otra realidad.

Las fotografías pueden incitar el deseo del modo más directo y utilitario, como cuando alguien colecciona imágenes de ejemplos anónimos de lo deseable como estímulo para la masturbación. El asunto es más complejo cuando se emplean fotografías para estimular el impulso moral. El deseo no tiene historia, o por lo menos se viven cada instancia como puro primer plano e inmediatez. Es suscitado por arquetipos y en ese sentido es abstracto. Pero los sentimientos morales están empotrados en la historia, cuyos personajes son concretos, cuyas situaciones son siempre específicas. Así, normas casi opuestas rigen el uso de fotografías para despertar el deseo y para despertar la conciencia. Las imágenes que movilizan la conciencia están siempre ligadas a una determinada situación histórica. Cuanto más generales sean, menos probable será su eficacia.

Una fotografía que trae noticias de una insospechada zona de la miseria no puede hacer mella en la opinión pública a menos que haya un contexto apropiado de disposición y actitud. Las fotografías de Mathew Brady y sus colegas sobre los horrores de los campos de batalla no disuadieron ni un poco a la gente de continuar la Guerra de Secesión. Las fotografías de los andrajosos y esqueléticos prisioneros de *Andersonville* inflamaron la opinión pública del Norte... contra el Sur. (El efecto de las fotografías de *Andersonville*, en parte, debió de producirse por la novedad misma, en esa época, de ver fotografías.) La comprensión política que muchos estadounidenses alcanzaron en los años sesenta les permitió, cuando miraban las fotografías que en 1942 Dorothea Lange hizo de los *nisei* de la Costa Oeste transportados a campos de internamiento, reconocer la índole del tema: un crimen del gobierno contra un grupo numeroso de ciudadanos estadounidenses. En los años cuarenta poca gente habría tenido una reacción tan inequívoca ante esas fotografías; las bases para un juicio semejante estaban cubiertas por el consenso belicista. Las fotografías no pueden crear una posición moral, pero sí consolidarla; y también contribuir a la construcción de una en ciernes.

Las fotografías pueden ser más memorables que las imágenes móviles, pues son fracciones de tiempo nítidas, que no fluyen. La televisión es un caudal de imágenes indiscriminadas, y cada cual anula a la precedente. Cada fotografía fija es un momento privilegiado convertido en un objeto delgado que se puede guardar y volver a mirar. Fotografías como la que cubrió la primera plana de casi todos los diarios del mundo en 1972 -una niña survietnamita desnuda recién rociada con napalm estadounidense que corre hacia la cámara por una carretera, chillando de dolor, con los brazos abiertos- probablemente contribuyeron más que cien horas de atrocidades televisadas a incrementar la repugnancia del público ante la guerra.

Nos gustaría imaginar que el público estadounidense no habría sido tan unánime en su aprobación de la guerra de Corea si se le hubiesen presentado pruebas fotográficas de su devastación, en algunos sentidos un ecocidio y genocidio aún más rotundos que los infligidos en Vietnam un decenio más tarde. Pero la suposición es trivial. El público no vio esas fotografías porque no había espacio ideológico para ellas. Nadie trajo fotografías de la vida cotidiana en Pyongyang para mostrar que el enemigo tenía un rostro humano, como las que Felix Greene y Marc Riboud trajeron de Hanoi. Los estadounidenses sí tuvieron acceso a fotografías del sufrimiento de los vietnamitas (muchas de ellas procedentes de fuentes militares y producidas con una intención muy diferente) porque los periodistas se sintieron respaldados en su esfuerzo por obtener aquellas imágenes, pues un conjunto importante de personas había definido el acontecimiento como una guerra colonialista salvaje. La guerra de Corea fue entendida de otro modo -como parte de la justa lucha del Mundo Libre contra la Unión Soviética y China- y, dada esa caracterización, fotografiar la crueldad de la desmedida potencia de fuego estadounidense habría sido irrelevante.

Aunque un acontecimiento ha llegado a significar, precisamente, algo digno de fotografiarse, aún es la ideología (en el sentido más amplio) lo que determina qué constituye un acontecimiento. No puede haber pruebas, fotográficas o cualesquiera, de un acontecimiento hasta que recibe nombre y se lo caracteriza. Y las pruebas fotográficas jamás los estructuran - más propiamente, identifican-; la contribución de la fotografía siempre sigue al nombre del acontecimiento. Lo que determina la posibilidad de ser afectado moralmente por fotografías es la existencia de una conciencia política relevante. Sin política, las fotografías del matadero de la historia simplemente se vivirán, con toda probabilidad, como irreales o como golpes emocionales desmoralizadores.

La índole de la emoción, incluido el agravio moral, que la gente puede acopiar ante las fotografías de los oprimidos, los explotados, los hambrientos y los masacrados también depende del grado de frecuentación de estas imágenes. Las fotografías de los biafreños demacrados que Don McCullin hizo a principios de los años setenta fueron para algunas personas menos impactantes que las de las víctimas de la hambruna en la India realizadas en los años cincuenta por Werner Bischof porque esas imágenes se habían vuelto triviales, y las fotografías de familias tuareg muriendo de inanición al sur del Sáhara difundidas en revistas del mundo entero en 1973 debieron parecer a muchos una insoportable repetición en una ya familiar exhibición de atrocidades. Las fotografías causan impacto en tanto que muestran algo novedoso. Infortunadamente el incremento del riesgo no cesa; en parte a causa de la proliferación misma de tales imágenes de horror. El primer encuentro con el inventario fotográfico del horror extremo es una suerte de revelación, la prototípica revelación moderna: una epifanía negativa. Para mí, fueron las fotografías de Bergen Belsen y Dachau que encontré por casualidad en una librería de Santa Mónica en julio de 1945. Nada de lo que he visto -en fotografías o en la vida real- me afectó jamás de un modo tan agudo, profundo, instantáneo. En efecto, me parece posible dividir mi vida en dos partes, antes de ver esas fotografías (yo tenía doce años de edad) y después, si bien transcurrieron algunos años antes de que comprendiera

cabalmente de qué trataban. ¿Qué mérito había en verlas? Eran meras fotografías: de un acontecimiento del que yo apenas sabía algo y que no podía afectar, de un sufrimiento que casi no podía imaginar y que no podía remediar. Cuando miré esas fotografías, algo cedió. Se había alcanzado algún límite, y no sólo el del horror; me sentí irrevocablemente desconsolada, herida, pero una parte de mis sentimientos empezó a atiesarse; algo murió; algo gime todavía.

Sufrir es una cosa; otra es convivir con las imágenes fotográficas del sufrimiento, que no necesariamente fortifican la conciencia ni la capacidad de compasión. También pueden corromperlas. Una vez que se han visto tales imágenes, se recorre la pendiente de ver más. Y más. Las imágenes pasman. Las imágenes anestesian. Un acontecimiento conocido mediante fotografías sin duda adquiere más realidad que si jamás se hubieran visto: piénsese en la guerra de Vietnam. (Como ejemplo inverso, piénsese en el archipiélago del Gulag, del cual no tenemos fotografías.) Pero después de una exposición repetida a las imágenes también el acontecimiento pierde realidad.

Para el mal rige la misma ley que para la pornografía. El impacto ante las atrocidades fotografiadas se desgasta con la repetición, tal como la sorpresa y el desconcierto ante una primera película pornográfica se desgastan cuando se han visto unas cuantas más. Ese tabú que nos provoca indignación y aflicción no es mucho más tenaz que el tabú que regula la definición de lo obscuro. Y ambos han sufrido rigurosísimas pruebas en los últimos años. El vasto catálogo fotográfico de la miseria y la injusticia en el mundo entero le ha dado a cada cual determinada familiaridad con lo atroz, volviendo más ordinario lo horrible, haciéndolo familiar, remoto ("es sólo una fotografía"), inevitable. En la época de las primeras fotografías de los campos de concentración nazis, esas imágenes no eran triviales en absoluto. Después de treinta años quizás se haya llegado a un punto de saturación. En estas últimas décadas, la fotografía «comprometida» ha contribuido a adormecer la conciencia tanto como a despertada.

El contenido ético de las fotografías es frágil. Con la posible excepción de imágenes de horrores como los campos nazis, que han alcanzado la categoría de puntos de referencia éticos, la mayor parte de las fotografías pierde su peso emocional. Una de 1900, que entonces conmovía a causa del tema, quizás hoy nos conmueva porque es una fotografía hecha en 1900. Las peculiares cualidades e intenciones de las fotografías tienden a ser engullidas en el *pathos* generalizado de la añoranza. La distancia estética parece incorporada a la experiencia misma de mirar fotografías, si no de inmediato, sin duda con el paso del tiempo. El tiempo termina por elevar casi todas las fotografías, aun las más inexpertas, a la altura del arte.

La industrialización de la fotografía permitió su rápida absorción en los usos racionales-o sea burocráticos- que rigen la sociedad. Las fotografías dejaron de ser imágenes de juguete para formar parte del decorado general del ambiente, hitos y confirmaciones de esa aproximación reduccionista a la realidad que se considera realismo. Las fotografías fueron puestas al servicio de importantes instituciones de control, sobre todo la familia y la policía, como objetos simbólicos e informativos. Así, en la catalogación burocrática del mundo, muchos documentos importantes no son válidos a menos que se les adjunte una muestra fotográfica del rostro del ciudadano.

La visión «realista» del mundo compatible con la burocracia redefine el conocimiento como técnicas e información. Las fotografías se valoran porque suministran información. Dicen qué hay, hacen un inventario. Para los espías, meteorólogos, jueces de instrucción, arqueólogos y otros profesionales de la información, tienen un valor inestimable. Pero en las situaciones en que la mayoría de la gente usa las fotografías, su valor informativo es del mismo orden que el de la ficción. La información que pueden suministrar las fotografías empieza a parecer muy importante en ese momento de la historia cultural cuando se piensa que todos tienen derecho a algo llamado noticia. Se tenía a las fotografías por un modo de suministrar información a gentes no muy habituadas a la lectura. El *Daily News* todavía se denomina a sí mismo el «diario ilustrado de Nueva York», una clave de su identidad populista. En el extremo opuesto de la escala, *Le Monde*, un diario diseñado para lectores sagaces, bien informados, no publica fotografía alguna. Se presume que, para tales lectores, una fotografía sólo podría ilustrar el análisis contenido en un artículo.

En torno de la imagen fotográfica se ha elaborado un nuevo sentido del concepto de información. La fotografía no es sólo una porción de tiempo, sino de espacio. En un mundo gobernado por imágenes fotográficas, todas las fronteras (el «encuadre») parecen arbitrarias. Todo puede volverse discontinuo, todo puede separarse de lo demás: sólo basta encuadrar el tema de otra manera. (Por el contrario, todo puede volverse adyacente de lo demás.) La fotografía refuerza una visión nominalista de la realidad social que consiste en unidades pequeñas en cantidad al parecer infinita, pues el número de fotografías que podría hacerse de cualquier cosa es ilimitado. Mediante las fotografías, el mundo se transforma en una serie de partículas inconexas e independientes; y la historia, pasada y presente, en un conjunto de anécdotas y *faits divers*. La cámara atomiza, controla y opaca la realidad. Es una visión del mundo que niega la interrelación, la continuidad, pero confiere a cada momento el carácter de un misterio. Toda fotografía tiene múltiples significados; en efecto, ver algo en forma de fotografía es estar ante un objeto de potencial fascinación. La sabiduría esencial de la imagen fotográfica afirma: «Ésa es la superficie. Ahora piensen -o más bien sientan, intuyan- qué hay más allá, cómo debe de ser la realidad si ésta es su apariencia». Las fotografías, que en sí mismas no explican nada, son inagotables invitaciones a la deducción, la especulación y la fantasía.

La fotografía implica que sabemos algo del mundo si lo aceptamos tal como la cámara lo registra. Pero esto es lo opuesto a la comprensión, que empieza cuando no se acepta el mundo por su apariencia. Toda posibilidad de comprensión está arraigada en la capacidad de decir no. En rigor, nunca se comprende nada gracias a una fotografía. Por supuesto, las fotografías colman los vacíos en nuestras imágenes mentales del presente y el pasado: por ejemplo, las imágenes de Jacob Riis sobre la sordidez de la Nueva York de 1880 son bruscamente instructivas para quienes ignoran que la pobreza urbana en los Estados Unidos decimonónicos era en verdad tan dickensiana. No obstante, la representación de la realidad de una cámara siempre debe ocultar más de lo que muestra. Como señala Brecht, una fotografía de las fábricas Krupp prácticamente no revela nada acerca de esa organización. Al contrario de la

relación amorosa, que se basa en la apariencia de algo, la comprensión se basa en su funcionamiento. Y el funcionamiento es temporal, y debe ser explicado temporalmente. Sólo aquello que narra puede permitirnos comprender.

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, sea cínico o humanista. Será un conocimiento a precios de liquidación: un simulacro de conocimiento, un simulacro de sabiduría, como el acto de fotografiar es un simulacro de posesión, un simulacro de violación. El silencio mismo de lo que, hipotéticamente, es comprensible en las fotografías constituye su atractivo y provocación. La omnipresencia de las fotografías ejerce un efecto incalculable en nuestra sensibilidad ética. Al poblar este mundo ya abarrotado con su duplicado en imágenes, la fotografía nos persuade de que el mundo está más disponible de lo que está en realidad.

La necesidad de confirmar la realidad y dilatar la experiencia mediante fotografías es un consumismo estético al que hoy todos son adictos. Las sociedades industriales transforman a sus ciudadanos en *yonquis* a las imágenes; es la forma más irresistible de contaminación mental. El anhelo profundo de belleza, de un término al sondeo bajo la superficie, de una redención y celebración del cuerpo del mundo, todos estos elementos eróticos se afirman en el placer que nos brindan las fotografías. Pero también se expresan otros sentimientos menos liberadores. No sería erróneo hablar de una compulsión a fotografiar: a transformar la experiencia misma en una manera de ver. En lo fundamental, tener una experiencia se transforma en algo idéntico a fotografiarla, y la participación en un acontecimiento público equivale cada vez más a mirarlo en forma de fotografía. El más lógico de los estetas del siglo XIX, Mallarmé, afirmó que en el mundo todo existe para culminar en un libro. Hoy todo existe para culminar en una fotografía.