

FOTOGRAFÍAS URBANAS. LA FOTOGRAFÍA EN LA CULTURA VISUAL CONTEMPORÁNEA

Karina Perdomo
IENBA, Uruguay
perdomarte@gmail.com

RESUMEN

El eje temático de la presente ponencia tiene como objeto el desarrollo de una reflexión teórica acerca de los procesos de investigación realizados en oportunidad de llevar a cabo diferentes proyectos fotográficos a gran escala interviniendo el espacio urbano¹. Asimismo intenta una reflexión teórica acerca de la situación actual de la fotografía y de las imágenes en la cultura visual de hoy.

En virtud de cambios en la comunicación, en los sistemas visuales y en el lenguaje fotográfico se instala la necesidad de profundizar en un análisis reflexivo que contemple la incorporación y la adecuación de los avances técnicos que ha experimentado la imagen fotográfica, especialmente la fotografía digital, y aquellos soportes tecnológicos que facilitan su distribución y difusión.

De ese análisis se procura extraer las potencialidades creativas y de investigación que ofrece la fotografía en la coyuntura de una vertiginosa y tecnológica sociedad contemporánea en la que estamos insertos.

Palabras claves: Imagen; Fotografía, Cultura; Ciudad, Urbano

1. ARTE CONTEXTUAL

La actividad artística de referencia se inscribe en lo que Paul Ardenne (2006) denominada el "Arte Contextual". Siendo éste aquél que se define como un arte inmediato que establece una relación más corta entre el artista y el público.

La primera cualidad de un arte "contextual" es su relación evidente con la realidad, de un modo de co-presencia, con una lógica de implicación, siendo la obra de arte directamente vinculada a un sujeto perteneciente a la historia inmediata.

El universo de la galería, del museo, se convirtió en un mundo estrecho, por lo que muchos artistas ven un impedimento a la creatividad, optándose por un arte llamado circunstancial que reposa en el deseo de tirar abajo barreras espacio-temporales entre la creación y la percepción de las obras.

Marilda Oliveira de Oliveira (2007) se aproxima al conocimiento de un nuevo sujeto "degustador" del arte contemporáneo en una contemporaneidad donde se desacraliza la obra de arte que antes era mediada por museos y galerías, sostiene:

"... ´descentrado´ y dependiente del sistema lingüístico, un sujeto discursivamente constituido y posicionado en la intersección entre las fuerzas libidinales y las prácticas socioculturales. Un sujeto apoderado en términos concretos ´corporificado´ y ´generificado´; un ser ´temporal´, que llega fisiológicamente hablando a la vida y enfrenta la muerte y a una extinción como cuerpo, pero es infinitamente maleable y flexible, estando sometido a las prácticas y a las estrategias de normalización e individualización que caracterizan a las instituciones modernas". (Peters Michael) (Oliveira de Oliveira, Marilda, 2007, p. 44-45)

Por intermedio del desplazamiento el arte del contexto desmitifica y pone en evidencia los contenidos de los sistemas de conocimiento: museos, espacios e instituciones, y de la tradición histórica.

... el artista, ..., se transforma en actor, personalidad cuya acción es a la vez activista y crítica- personalidad incidente, sostiene un artista británico- Jhon Latham- cuya posición más social, que retraída en el estudio, se quiere a la vez comprometida, perturbadora, y vigilante: el que "vigila los hechos y escucha los ruidos." (Latham, 1981) (Ardenne, P, 2006, p16).

Fernando Miranda, Luis Oreggioni y Mariana Percovich (2016) plantean el hecho de que existe un quiebre con la idea del creador individual (actor, artista, realizador, o proyectista) de la Modernidad y se da la característica que la creación contemporánea posee aspectos grupales, fronterizos e híbridos. Concluyen que se ha multiplicado la complejidad y densidad en la hiperproducción visual, la trascendencia de lo escénico a lo performático. Y la transformación de la condición espacial; todo esto impulsado por el desarrollo de las nuevas tecnologías; sostienen:

"...todas estas maneras de construcción simbólicas se realizan, cada vez más, en situaciones de producción colectiva donde la condición autoral ya no puede ser concebida de manera singular." (Miranda, Oreggioni, Percovich, 2016, p. 23)

1. Proyectos de intervención urbana mediante la instalación de gigantografías en muros y fachadas en barrios de la ciudad de Montevideo (2010- 2011-2013), y en Rosario, Colonia (2010).

El hecho de que la exposición se apodere de la calle, implica que el artista ya no pueda considerar que esté expresamente concebida para él y pueda consolidarse con el mundo, siendo que es para los espectadores una experiencia sensible original.

El arte contextual posee como regla artística la experiencia que se traduce en un deseo social que consiste en intensificar la presencia del artista en el contexto de la realidad colectiva; apropiándose, estetizando, politizando la realidad.

En la concepción de Reinaldo Laddaga -"Sobre la reorientación actual de las artes" citado por Mancini (2006), se sostiene: "(...) en la actualidad existen proyectos artísticos que son iniciados por artistas que, en lugar de consagrar sus energías a realizar obras (es decir, imágenes más o menos estables, de límites más o menos bien definidos) se plantean la construcción de plataformas y programas de acción que permitieran a numerosas personas (artistas y no artistas) asociarse en procesos que combinan la producción de imágenes y discursos, la realización de experiencias de índole colectivo, el despliegue de formas de activismo social o político, e incluso la práctica del diseño urbano (...)" (Laddaga, Reinaldo, 2006)

La autenticidad de la obra lo da "lo obrado" y su tiempo real, no el carácter eterno que le puede dar la exposición, sino el momento mismo de la elaboración.

El arte contextual exige al artista la inmediatez y que se asiente en el espacio y en el tiempo local, implicando esto actividades como la observación, la agrimensura o la punción.

El tiempo efectivo que dura la obra, por su parte, y cuya presencia es una contradicción con la naturaleza del espacio que ocupa, es limitado, transitorio, fugaz, y esto constituye una característica de su sentido. Lo efímero del arte en espacios públicos define a la obra de arte como perecedera y transitoria, imposible de conservación.

En cuanto a la naturaleza procesual la obra producida en contexto real se diferencia de la obra realizada en estudio en que ésta última puede corregirse, la producida en contexto real depende de la realidad dada, donde el accidente es de propiedad.

No se trata solamente de ocupar espacios, sino una reivindicación, una crítica a la sociedad liberal, consumista, como por ejemplo las fotografías en ciudad vieja cuyo objetivo era la de una alternativa a la publicidad instalada, apoderándose de recorridos de intercambio y comercio, etcétera.

El reposicionamiento de lo creativo se sustenta en la idea de que otra experiencia del espacio público es posible, como la "experiencia emocional del espacio", citando a Pierre Kaufmann (Ardenne, P, 2006, p.53); y también existe una característica de esencia política. El artista no tiene ninguna directriz, él elige el lugar donde instala su obra, confrontándose con el poder público, quien detenta el poder cultural y quien decide los lugares donde exponer las obras de arte; donde un estado de convergencia entre el artista y el poder político es poco frecuente aún en los sistemas democráticos, donde el deseo del artista es dispuesto del tal manera que pretende impugnar las normas establecidas por el poder.

El espacio público es un espacio que es disputado, siempre a riesgo de pérdida que no se puede controlar por siempre. Es ahí donde radica la importancia de lo efímero en el arte contextual, que pasa por encima del estilo.

2. LA CIUDAD, LO URBANO

La ciudad es el terreno de lo transitorio por excelencia, por ende el arte urbano tiene que amoldarse a esta característica, a esa dinámica de los espacios de una ciudad en continua transformación.

El territorio urbano es expresión de esa pluralidad de identidades individuales y colectivas que construyen imágenes y a su vez aquéllas son construidas por éstas.

"La ciudad es un espacio de intervenciones y manifestaciones visuales que van desde lo comunicacional a lo estético, desde lo mercantil a lo social, desde lo publicitario a lo político." (Vicci, Gonzalo, 2010)

La ciudad como espacio a privilegiar se nos muestra clave para la modificación de entornos susceptibles de ser transformados, desde la intención artística en el logro de una ciudadanía crítica.

Se conceptualiza el espacio público como un lugar de representación, de encuentro colectivo, y de consumo; la ciudad como un lugar de uso social donde la utilización de la misma permite experimentar el sentido de pertenencia; siendo la experiencia urbana provista por los diferentes modos en que cada ciudadano habita y recorre el espacio, dando lugar, de esta manera, a la subjetividad.

La territorialidad asumida como: "... un espacio de prácticas culturales, en las cuales se crean mecanismos identitarios de representación a partir de la memoria colectiva, de las singularidades culturales y de los paisajes; demarcación de los contornos o fronteras del territorio (Greenberg, 2001). La territorialidad sería entonces resultante de la unidad ficticia en detrimento de las diferencias internas, sin embargo evocando siempre la distinción en relación a las otras territorialidades. Territorio como lugar de producción y reproducción de memorias, de imaginarios y sociabilidades; soporte físico de toda la vivencia social; área geográfica en que un individuo o grupo desenvuelve su existencia". (Oliveira de Oliveira, Matilda, 2007, p. 40)

“El lugar requiere que lo abordemos especialmente, individualmente. Lleguemos al individuo que lo habita, a su experiencia subjetiva” (Alonso, Sebastián, 2007, p.55).

“...con relación a la intervención generadora de la experiencia estética que permita modificar el entorno urbano como forma educativa directa de creación de ciudadanía. ¿Cuáles son los mecanismos que permiten la construcción de recorridos visuales por nuestras ciudades? ¿Cuáles son las imágenes a las que prestamos atención? ¿Cuáles son los imaginarios relacionados con los espacios públicos que atravesamos a diario? ¿Cómo se determinan las escalas de valor de esas imágenes? ¿Quién las jerarquiza?, ¿Cómo nos posicionamos frente a ellas?. En este abordaje intentamos recolectar, sistematizar y analizar, los relatos de habitantes de la ciudad de Montevideo, transeúntes de diversos barrios. Para ello, generamos algunas acciones que sustentaran una metodología de relevamiento visual, que propuso articular el discurso verbal con el registro de imágenes”. (Vicci, Gonzalo, 2010)

Las imágenes pueden funcionar como un alternativo de esos paisajes y un modo de evidenciar la posibilidad de modificar determinada situación visual dado por la contaminación o el ruido de una oferta constante, omnipresente de mensajes visuales que se convierte en rutina impensada e irreflexiva, acrítica. O por el contrario la escasa presencia de ellas que tornan un espacio carente de individuación, salvo por sus habitantes o por su tarea laboral predominante.

Figura 1. Registro fotográfico. “Murales”, IENBA, Fotograma 09. Montevideo 2009. M. Imhof y K. Perdomo. Fotografías instaladas en muro. J. Torres, IENBA.



3. CULTURA VISUAL, IMAGEN Y FOTOGRAFÍA

Hoy día estamos en una civilización de la imagen. Todos somos consumidores de imágenes. Todos somos productores de imágenes.

Vivimos insertos en una cultura visual donde la esencia, el ente, el ser de la imagen supera la realidad a la que antes aquella se constituía como referente o medio. En esta postmodernidad “lo visual se ha convertido en pensamiento, y ya no es su resultado, medio o lenguaje” (Prada, Juan Martín, 2005, p.131).

“En efecto, la utilización de imágenes se generaliza y, ya sea que las miremos o las fabriquemos, a diario nos vemos llevados a utilizarlas, a descifrarlas, a interpretarlas...” (Joly, Martine, 2009, p.13-14)

El espectador tiene una impresión de pasividad, de bombardeo, al parecerle la lectura de esas imágenes, por un lado, totalmente natural, espontáneas, sin ningún esfuerzo o aprendizaje previo, pero al mismo tiempo siente que puede llegar a manipularse a través de imágenes secretamente codificadas, dado que estamos en una generación de imágenes virtuales que a menudo ofrecen mundos ilusorios.

Lo visual se convierte en el producto de una irreflexión que pertenece a la plenitud de lo ilusorio, plenitud simulada, con un exceso de sentido en un sistema que se auto produce. La imagen ya no es el reflejo, ni desnaturaliza, ni enmascara la ausencia de una realidad profunda, sino que nada tiene que ver con la realidad, siendo su simulacro.

Estamos viviendo el fenómeno de una cultura visual extremadamente compleja, sin estructuras fijas, que lleva a una autosuficiencia de la imagen, y esto sumado al hecho de que el arte sea un terreno complejo donde se han implantado circunstancias que significan rupturas en cuanto a sus prácticas, nos empuja, ineludiblemente, a reclamar herramientas conceptuales y creativas para insertar los lenguajes del arte en los sistemas de la imagen contemporánea, para su adecuación, su mejor aprovechamiento, interpretación y para una óptima actitud crítica.

La dimensión ontológica de la imagen reclama una relocalización de las prácticas artísticas por la cual se cree un marco interdisciplinar de los fenómenos visuales y de la interrelación entre el lenguaje (inminentemente visual) y las prácticas culturales.

Es necesario considerar esos acontecimientos que vive el espectador a propósito del intercambio permanente que vive con la tecnología, y que a través de la misma pretende hallar o descubrir, además de la información, aquello que le es placentero, y más aún pretende que se le brinde un significado.

En virtud de nociones como dislocamiento o desterritorialización, este fenómeno contemporáneo puede ser conceptualizado como: "la fragilización de la vida cotidiana, individualismo y masificación; hibridez de valores identitarios y culturales; una multiterritorialidad configurada por dos factores: situarse en una sola ubicación física y dislocarse por todos los lugares vía red internet; y, múltiples territorios/ territorialidades visitados por dislocamientos físico-geográficos por medio de transportes rápidos que incrementan el multiculturalismo de las grandes metrópolis. (Oliveira de Oliveira, Matilda, 2007 p. 41)

"Cuando hablamos de cultura visual, debemos trascender la noción de arte (y de lo artístico) para hacer referencia a manifestaciones que tienen que ver con eventos en que la información, el significado, o el placer, son buscados o descubiertos por un espectador en la interface con la tecnología visual en cualquiera de sus formas o soportes". (Miranda, Fernando, 2007, p.5)

Lo visual se nos presenta como la libertad necesaria de optar personalmente por aquellas posibilidades, aquellas relaciones, y condiciones complejas y subjetivas, a través de las cuales afloran fenómenos tales como deseos, valores, significaciones, etcétera, y que nos brindan opciones de discursos sustentados por una experiencia estética, pero que no constituye un develamiento de la verdad, sino que obliga a una aproximación a esa experiencia propia e individual. Y ya es nuestra verdad. Y esa verdad, que se nos muestra fragmentada y no única, dependerá de la capacidad interrogatoria que cada uno posea y de la cualidad sensible que tengamos en relación con las imágenes, los soportes visuales tecnológicos y la comunicación con otras subjetividades que aportaran diversos significados. Esto nos evidencia la multiplicación de la interpretación personal acerca de aquella idea de verdad, y obliga a la construcción de un posicionamiento crítico que nos lleve a una comprensión de la imagen visual, que puede ser desde la composición, el soporte tecnológico, y desde los vínculos sociales, económicos, políticos que permiten su observación y su uso. Esto lleva a planteamientos tales como considerar cómo se mira, los contextos, las condiciones y el /los público/s partiendo de la idea de identidades sociales.

Citando a Irene Tourinho y Raimundo Martins (2015): "...la cultura visual no debe ser definida o caracterizada como un repertorio imagético, sino como una manera de pensar y abordar imágenes y artefactos que instituyen sentidos y significados para y con ese mundo cultural-electrónico-digital.

La comprensión crítica demanda una mirada creativa que sorprende al proponer y visualizar desvíos, atajos, alternativas, aún no pertenecientes al repertorio de formas visuales vigentes. La imaginación es la principal aliada de la mirada creativa, pues provoca modos de pensar/visualizar/representar objetos, acontecimientos, personas y espacios que no son- o aún no fueron-comúnmente experimentados". (p. 27)

Zygmunt Bauman (2000) señala a la era moderna actual como un cambio permanente. La vida tiene diversas formas y todas son frágiles, vulnerables, temporales y cambiantes todo el tiempo. Lo único certero es la incertidumbre. Usamos los avances tecnológicos para centrarnos aún más en nuestra individualidad, escuchando el eco de nuestras propias voces y viviendo en un hall de espejos donde lo único que se refleja es nuestra propia imagen.

Las selfies- las que se instituyen como una moda social que se fundamenta en que todo lo que existe es a través de los medios y van más allá del concepto de autorretratos pues necesitan de la publicación y el ser compartidos como una obsesión - son un producto del auge de las redes sociales y su uso excesivo pone en evidencia nuestra vanidad y nuestro narcisismo. Psicólogos, sociólogos y psiquiatras argumentan que este fenómeno puede responder a una baja autoestima, a una construcción de una identidad para ser aprobada, validada por el otro. Es decir, necesidad evidente de construir una identidad y de autoafirmarse solo con la aprobación del otro. Esta aprobación se implementa con un "me gusta" o un "retwees", además de los comentarios que pueda llegar a tener. Y esto se traduce en popularidad, que a su vez, pretende menguar la soledad, la baja autoestima, la inseguridad y fortalecer nuestro ego mediante la vanidad. Además, de tener la potencialidad de soslayar problemas como la depresión, trastornos obsesivo-compulsivos, etcétera.

La moda selfie modifica conceptos como intimidad, amistad, que hasta ahora se sustentaban en la proximidad física.

Vivimos en imágenes y entendemos el mundo en imágenes.

Parecería que vivimos en una incongruencia al concebir la lectura de la imagen como algo absolutamente natural, familiar, y por otro lado al sentir inconscientemente la sensación de que sufrimos la manipulación de aquéllos que cuentan con conocimientos y crean imágenes codificadas y con las cuales abusan de nuestra ingenuidad.

Existe una tendencia, de la que Walter Benjamín ya indicara, como una estrategia que consiste en un acostumbramiento de la sociedad a determinadas imágenes anticipando a que ésta desarrolle una apropiada reflexión sobre las mismas.

"la cultura visual se interesa por los acontecimientos visuales en los que el consumidor busca la información, el significado o el placer es visto conectados con la tecnología visual. Entiendo por tecnología visual cualquier forma de aparato diseñado ya sea para ser observado o para aumentar la visión natural, desde la pintura al óleo hasta la televisión e Internet" (Mirzoeff 2003, p. 19), (Hernández, 2005, p. 15)

Duncum (2001, p. 105) considera esta definición problemática por la limitación que supone depender sólo de las tecnologías, pues excluye observar la vida cotidiana de manera directa. Incluso en la sociedad de consumo no se puede reducir a la gente sólo a consumidores. Y en la educación artística también es relevante el significado y el placer y no sólo la información visual per se. (Hernández, 2005, p. 17).

Es importante hacer referencia a dos conceptos diferenciables que son lo visual y la visualidad. Hernández (2005) cita a Foster y sostiene: "Hablar de visión (...) hace referencia a la vista, a ver (sight) en cuanto una operación física, mientras que visualidad, se refiere a la vista, a ver, con un acto social"

Esto no quiere decir que estemos hablando de realidades opuestas, dado que la visión también es social e histórica, y la visualidad implica el cuerpo y la psique. Pero tampoco son idénticas.

Toda persona tiene experiencias estéticas más allá de lo que entienda de la técnica, de la historia, etcétera. Y esas experiencias tienen un espacio favorecido en expresiones, manifestaciones, intervenciones de orden visual que dan un reconocimiento de lo comercial, lo estético, lo político, lo publicitario, etcétera, que es la ciudad que se presenta como un espacio propicio para impulsar la experiencia estética en pos de modificar el entorno urbano como creación de ciudadanía.

Considerando esta importancia que tienen las visualidades en la época contemporánea, como lo sostiene F. Miranda (Proyecto de investigación I+D Las Artes Visuales en sus límites: Prácticas, Lugares, Pedagogías) las imágenes constituyen medios o soportes que hacen referencia a la significación, representación y narración que las personas hacen a nivel estético, ético y social. Se vuelven importantes los conceptos de identidad y pertenencia que van a influir en los procesos de producción, circulación y en el interés y en la inquietud de las imágenes visuales.

En una visión socializada hay imágenes que son creadas para ser miradas y ese acontecimiento nos posiciona en una visión mediatizada y es por esto que resulta interesante el estudio de cómo las personas ven esas imágenes. Ver cómo se relacionan con esas creaciones comunicacionales, intencionadas, codificadas, las cuales tienen una misión de producción y de circulación estrechamente vinculada a procesos de comercialización en un marco de globalización, creando nuestras experiencias de realidad que influyen directamente en nuestro conocimiento del mundo. En este aspecto es que toma relevancia el proceso de interpretación de lo que se ve, esto es, el proceso de visualización.

Resulta imprescindible comprender, como sostiene Nicholas Mirzoeff (2003, p. 52 y ss) el modo de asociación de esas imágenes que no son creadas en un lugar o un medio estructurado y formal como el cine, la televisión, el museo, y que nos obliga a enfocarnos en la experiencia visual de la vida cotidiana.

La proliferación de imágenes enuncia una crisis de información por la sobrecarga de lo visual en lo cotidiano.

Baliño (2014) sostiene: "...La construcción de identidades grupales han pasado a tener lugar en torno a fragmentos de subjetividad, en torno a intereses diversos y fragmentadas visiones del mundo que se alejan cada vez más del proyecto moderno y de su pretendida realidad unidimensionalidad identitaria.

Redes sociales on-line, blogs, páginas de intercambio de contenidos escritos y audiovisuales emergen y desaparecen como nuevos lugares desde los que tender vínculos.

La amistad, el trabajo, el consumo cultural e incluso el sexo son experiencias posibles, deseadas, y plausibles de ser vividas desde la red". (p.93)

Las producciones artísticas de orden visual construyen narrativas. Estas narrativas son definidas por una multiplicidad de condiciones de pertenencias de orden identitario, social, y cultural.

Las artes visuales, el diseño y la arquitectura contemporánea generan formas de creación y lenguajes múltiples influyendo en la comunicación, la publicidad, la tecnología y en la relación cotidiana con las imágenes.

La tecnología, por su parte, proporciona una proliferación global de las imágenes que ha cambiado absolutamente el paisaje cultural.

La amplia infraestructura tecnológica aporta un escenario omnipresente donde residimos a diario; resultando de dicho escenario esa proliferación de imágenes que está motivada por la demanda económica y las necesidades humanas basadas en nuevos acuerdos sociales.

Las imágenes tienen la capacidad de ser concebidas como tácticas de poder, utilizadas por grupos sociales en la búsqueda de elementos legitimantes de sus valores y creencias. "... al apelar a los sentidos y las emociones, las imágenes ejercen una profunda influencia. Al mismo tiempo, los espectadores detentan el poder de negociar y o de resistir los significados dominantes, tanto como de crear sus propios significados". (Duncum, 2015, p. 12)

"La época contemporánea presenta numerosos repertorios de cultura visual contruidos desde los espacios del arte, la comunicación corporativa, y la publicidad, entre otros. Repertorios que son mediados por tecnologías cada vez más sofisticadas y a la vez de mayor facilidad de acceso, utilización y penetración cotidiana". (Miranda, Fernando, 2015, p.39)

Es fundamental comprender las maneras de producción, representación e interpretación visual como nuevas formas de construcción de narración y significación; y lo es también la reflexión sobre las nuevas conformaciones territoriales y lo visual, relacionando las trayectorias biográficas de las personas que dan a las imágenes el sentido representativo, comunicacional, y significativo.

Fernando Miranda (2014) sostiene: “Los límites entre actividad y pasividad, entre acción y contemplación, se inhabilitan porque ya no tienen importancia alguna..., si las imágenes tienen algo que ver con nosotros, estamos entonces en condición de actividad, de creación de sentido, de producción de nuevas posibilidades, más allá del rol contingente... en que nos ubiquemos”. (p. 144)

Joan Fontcuberta (2010) plantea que estamos inmersos en una cultura visual y es dominada por la televisión, el cine y por internet. Y también refiere a que todos estos medios proporcionaban imágenes que se basaban en la imagen fotográfica. Dándose de esta manera lo trascendental a lo que es meramente documental en las fotografías, aquello que funciona para verificar, y asume, en cambio, un valor simbólico.

Para Fontcuberta: “cada sociedad necesita una imagen a su semejanza”. (Fontcuberta, 2010, p 12).

La fotografía digital es consecuencia, y responde, a un mundo de inmediatez, globalizado. Se inscribe en una realidad de ficción y en una cultura de distracción; siendo su soporte la pantalla, prescindiendo de la materialización en un soporte físico, dándose que la imagen existe aun careciendo de lugar y origen y a su vez tiene la característica de ser omnipresente, porque está en todas partes.

Ha colonizado la vida de los medios como la vida cotidiana y propicia una nueva categoría de imágenes que obligan a cuestionarse si estamos frente todavía a una fotografía; sí, sabemos y aceptamos que es una visualidad que se constituye de manera diferente a la fotografía fotoquímica, pasando a hablar de una fotografía electrónica de píxeles y códigos gráficos.

Recientemente Fontcuberta publica un ensayo titulado ‘La furia de las imágenes’, sobre la fotografía después de la fotografía, en él se analiza la pérdida de la soberanía sobre nuestras fotos, cómo ha pasado eso y por qué se pretende recuperar.

Según el autor padecemos “una inflación de imágenes sin precedentes...”. “No son un desecho de la sociedad hiper-tecnificada, ..., sino el síntoma de una patología cultural y política...”. “Las imágenes han sustituido a la realidad”.

“Por eso la política hoy es el control de las imágenes. Lo que mueve a la política son las imágenes...”. “Las imágenes son “activas, furiosas, peligrosas...”. “Son capaces de acabar con la desidia de los dirigentes políticos, porque siguen impactando en nuestra conciencia...“Las imágenes también son más difíciles de controlar”. “Es el capitalismo de las imágenes...”. “En la era de la post-fotografía la autoría es nada. Tampoco importa la noción de originalidad. Se comparte, no se posee”.

Fontcuberta sostiene que la fotografía tradicional ha quedado reducida y resiste la invasión: “Sólo queda ya para usos simbólicos y artísticos, algo testimonial”; y sostiene “...no hay hoy buenas o malas fotografías. Hay buenas o malas maneras de dar sentido a las imágenes. (...) lo importante en toda tarea creativa no es tanto la “praxis”, la artesanía... sino esa construcción de significado.”

Fred Ritchin (2010, p. 22) sostiene sobre los medios digitales y la fotografía digital en particular: “... la fotografía en el entorno digital constituye la reconfiguración de la imagen en un mosaico de millones de píxeles intercambiables y no la impresión de la realidad visible en tonos continuos... sirve como registro inicial, el guion preliminar que antecede a un reacomodo fácil y rápido. El fotógrafo digital..., son en potencia disc jockeys visuales posmodernos”; “... el acto fotográfico – que alguna vez requirió de la presencia de un observador y un observado, de la destilación y la creación del aura, del enfoque no solo de la lente, sino de nuestra mente intuitiva- evoluciona hacia una estrategia comunicativa más pronta y omnipresente, casualmente representada en el uso de teléfonos y asistentes personales digitales, Web cams y satélites, “Los medios digitales potencian la abstracción, la no linealidad, la asincronía, el código por encima de la textura, autores múltiples, pero por sobre todo potencian el poder sortear a la naturaleza tal como la conocemos al mismo tiempo que redefinen el espacio y el tiempo. Estimulan otras lógicas, ..., otras filosofías de vida...”; “...las fotografías pueden convertirse en música, y la música en texto...”; “...una fotografía puede considerarse como un menú, que puede ser tocado o clickeado o simulado...”; “Lo digital implica significantes codificados, datos que fácilmente pueden ser manipulados...”

Respecto a la originalidad en la fotografía digital Ritchin dice: “en el mundo análogo, la fotografía de la fotografía siempre es una generación menor, más borrosa, no es la misma, en cambio la copia digital de la fotografía es indistinta, por lo que “lo original” pierde su significado”. (Fred Ritchin, 2010, p 20)

Para Pedro Meyer: “...la fotografía tiene un lugar central en la cultura contemporánea, y por esa razón debemos enseñar a leer imágenes.”

En esta era de analfabetismo visual, enseñaremos que así como con el abecedario unes las letras para formar palabras y después palabras para formar oraciones, de la misma manera se puede hacer con secuencias fotográficas para contar una historia. (Villareal, Rogelio, JUN 01, 2014)

Lo que podríamos denominar como el catálogo del arte contemporáneo, en particular, ha multiplicado su complejidad y su densidad, ya no solamente por la hiperproducción visual, sino por la acción de nuevas tecnologías, a la vez, que por la sensación extendida de confusión acerca de la validez, la calidad y hasta la identificación de la obra artística como tal. (Miranda, Fernando, 2015, p. 39)

En el supuesto desconcierto de ésta cultura instantánea, del momento efímero, extremadamente visual, el arte se vuelve, otra vez, el protagonista que nos obliga a reflexionar, a discriminar, a reconocernos en lo más íntimo de nuestras intuiciones, sensaciones, ideas y nos exige volver a mirar.

En este contexto actual la fotografía debe rescatar, al decir de Fontcuberta, todos los atributos del arte, por lo tanto debemos encararla desde la plenitud de su potencial creador.

Aquello que llamaban "aura" "se pierde en la transformación de esa obra y su circulación por mecanismos masivos que superponen alusiones y modos del espectáculo, publicidad y hasta manipulación propagandística" (Miranda, F, 2007p. 7-8).

Debemos ser capaces de advertir que la mera circulación de imágenes no cumple con el rol capital que debe tener el artista en su cuestionamiento de la realidad. La circulación no garantiza la crítica.

Y, como sostiene Aurora Fernández Polanco en "Formas de mirar en el arte actual" (2004), citada por Miranda (2007)

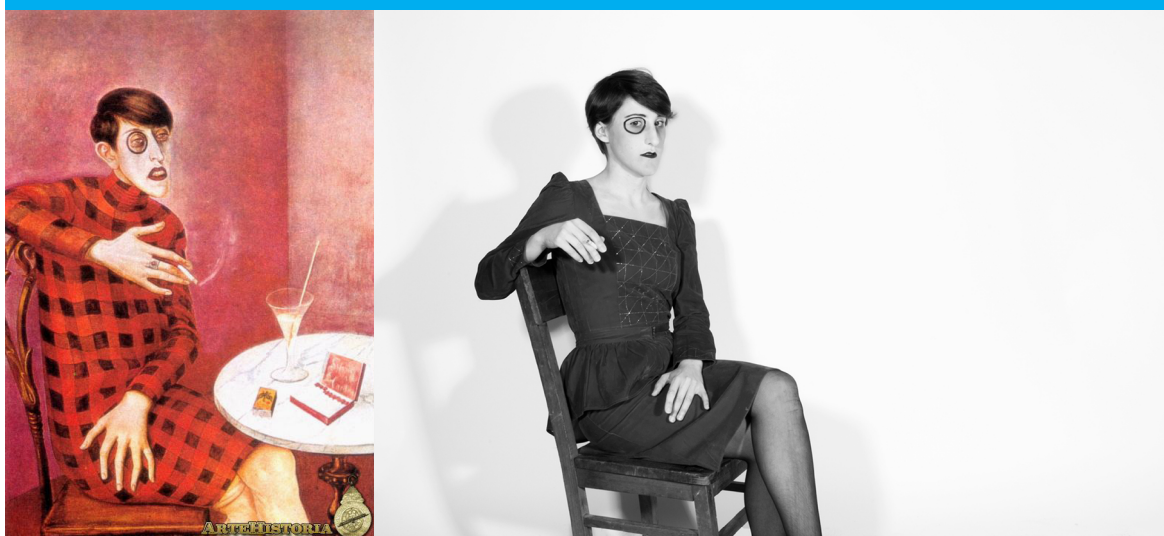
Vemos las palabras y hemos de descifrar las imágenes. Los lenguajes se invaden, se hibridan, se contaminan. El espectador de arte no tiene que visitar obligatoriamente la galería ni el museo. Comienzan a interrogarlo desde la calle y los medios. (p. 12)

4. TEMPORALIDAD DE LA IMAGEN ARTÍSTICA

Las imágenes artísticas se contextualizan a través de temporalidades que le dan sentido y significado. Por un lado tenemos los "tiempos de producción" y por otro lado los "tiempos de recepción". Esas temporalidades "favorecen o facilitan contaminaciones teóricas, conceptuales, perceptivas y prácticas que acontecen entre diferentes sistemas y períodos. Esas contaminaciones generan diálogos como la diversidad a través de apropiaciones, interferencias, marginalizaciones e incluso silencios, produciendo nuevos objetos e imágenes que pueden influenciar imaginarios sociales y subjetividades individuales." (Martins, 2013, p.p. 35, 36 y 37)

En el proyecto fotográfico de 2011 las fotografías se apropian de la pintura de Otto Dix, por ej.; se instalan en el espacio urbano, en las calles: lugar exento de solemnidades propias de un museo con la informalidad y la rusticidad propia de la vertiginosa urbanidad.

Figura 2. Retrato de la periodista Silvy von Harden, 1926. Otto Dix.
Figura 3. Sin Título, 2010. Elaboración propia.



5. CONCLUSIÓN

La imagen es omnipresente, sublime e inestable.

Experimentamos momento a momento, acontecimientos visuales soportados por medios tecnológicos que cada vez más se familiarizan al punto de crearnos la necesidad constante de estar conectados y de comunicarnos a través de las imágenes.

Éstas se nos presentan fáciles de entender pero complejas de comprender, teniendo una llegada a nivel subconsciente y con mensajes subliminales y a las cuales consciente e inconscientemente nos enfrentamos, negociamos y consumimos.

Los nuevos medios son la gran idea y se nos presentan como la gran posibilidad de comunicación. Es la gran revolución digital que no es televisada sino que tiene la peculiaridad de implantarse casi invisible, imperceptible pero altamente eficaz ya que está en nosotros y nos ha cambiado. Hoy todos somos fotógrafos y reporteros visuales, proveedores, usuarios; también somos usados. Hay una multiplicidad de roles en un mismo sujeto. Toda persona con acceso a la tecnología arroja el derecho de la producción de contenidos y de su publicación, y a su vez de la opinión acerca de esas producciones. Enriqueciendo el narcisismo y la vanidad. Somos observadores indirectos de la realidad observada, la cual puede ser potencialmente alterada y manipulada, así como alteramos y manipulamos las imágenes por computadoras, siendo la base para cambios personales y sociales esenciales.

La fotografía ha pasado a ser un paso previo a la creación de la imagen última, como un esquema que nos sirve de investigación para crear esa imagen que se obtendrá en la etapa de post producción. Lo verídico y lo espontáneo, valores adjudicados a la fotografía documental -que tal vez nunca los tuvo- han sido sustituidos por el proceso y la manipulación. Las imágenes están en todas partes. Son interrogantes y depende de nuestra capacidad crítica y reflexiva poder ver esas preguntas y hacernos responsables de sus respuestas.

REFERENCIAS

- Ardenne, P. (2006). *Un Arte Contextual. Creación Artística en Medio Urbano, en Situación, de Intervención, de Participación*. Murcia, España: Editorial Cendeac.
- Baliño, N. (2004). *El Arte habitado. Una perspectiva existencial de los procesos de subjetivación en Arte*. En Arianna Fasanello (comp.). *Cultura Visual, Investigación y Educación Artística*. Montevideo, Uruguay: Editorial Universidad de la República. Instituto Escuela Nacional de Bellas Artes.
- Bauman, Z. (2000). *Modernidad Líquida*. Recuperado de <https://catedraepistemologia.files.wordpress.com/2009/05/modernidad-liquida.pdf>
- Belting, H. (2007). *Antropología de la imagen. La enseñanza del Arte en el campo interdisciplinar de los Estudios Visuales*. Juan Martín Prada. Kats, 2007
- Benjamin, W. (1989). *Discursos Interrumpidos I*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Taurus.
- Brea, J.L. (1991). *Las Auras Frías* (1991). Barcelona, España: Anagrama.
- Duncum, P. (2015). *¿Por Qué la Educación Artística Necesita Cambiar y Qué Podemos Hacer?*. En Raimundo Martins, Fernando Miranda, Marilda Oliveira de Oliveira, Itene Tourinho y Gonzalo Vicci (Orgs). Colección: Educación de la Cultura Visual. Tomo I. Montevideo, Uruguay: Universidad de la República, Instituto Escuela Nacional de Bellas Artes, Centro Universitario de Paysandú, Universidad Federal de Santa María, Universidad Federal de Goias.
- Fontcuberta, J (2010). *La Cámara de Pandora. La Fotografía después de la Fotografía*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili
- Hernández, F. (2005). Recuperado de https://www.researchgate.net/profile/Fernando_Hernandez6/publication/228347113_De_que_hablamos_cuando_hablamos_de_Cultura_Visual/links/0f317537481bf58eb7000000/De-que-hablamos-cuando-hablamos-de-Cultura-Visual.pdf
- Joly, M. (2009). *Introducción al Análisis de la imagen*. Buenos Aires, Argentina: Editorial La Marca Editora.
- Mancini, P. (2006). El Portal Educativo del Estado Argentino. Recuperado de <http://portal.educ.ar/noticias/entrevistas/reinaldo-laddaga-sobre-la-reor.php>
- Martins, R. y Tourinho, I. (2015). *Circunstancias e Injerencias de la Cultura Visual*. En Martins, Raimundo; Miranda, Fernando; Oliveira de Oliveira, Marilda; Tourinho, Irene; Vicci, Gonzalo (orgs). Colección: Educación de la Cultura Visual. Tomo 1. Montevideo, Uruguay: Universidad de la República, Instituto Escuela Nacional de Bellas Artes
- Miranda, F. (2007). *Cultura Visual y Educación: Imágenes y públicos*. En Fernando Miranda y Gonzalo Vicci (Comps). *Cultura visual: educación y construcción de identidad*. Montevideo, Uruguay. Editorial Universidad de la República. Instituto Escuela Nacional de Bellas Artes.
- Miranda, F.; Oreggioni, L. y Percovich, M. (2016). *Prácticas Colectivas en Áreas Creativas y Proyectuales: Más Allá de lo Disciplinar*. En Miranda, Fernando; Oreggioni, Luis; Percovich, Mariana. *Prácticas de Intervención Interdisciplinaria en el Espacio Urbano: Fragmentos, Espacios Invisibles y Cuerpos Contemporáneos*. Universidad de la República, Comisión Sectorial de Enseñanza, Comisión Sectorial de Investigación Científica, Instituto Escuela Nacional de Bellas Artes.
- Miranda, F. (2015). *Posproducción Educativa: La posibilidad de las imágenes*. En Raimundo Martins, Fernando Miranda, Marilda Oliveira de Oliveira, Irene Tourinho, Gonzalo Vicci (Orgs). Colección: Educación de la Cultura Visual. Tomo 1. Educación de la Cultura Visual: conceptos y contextos. Montevideo, Uruguay: Editorial: Universidad de la República.
- Miranda, F. (2014). *Pedagogía, imágenes visuales y lugares educativos*. En Arianna Fasanello (comp.). *Cultura Visual, Investigación y Educación Artística*. Montevideo, Uruguay. Editorial: Universidad de la República. Instituto Escuela Nacional de Bellas Artes.
- Mirzoeff, N. (2003). Una Introducción a la Cultura Visual. Recuperado de <https://bibliodiarq.files.wordpress.com/2013/11/4c-mirzoeff-n-una-introduccion-a-la-cultura-visual-primer-parte.pdf>
- Oliveira de Oliveira, M. (2007). *Território e deslocamento na obra de Guillermo Gómez-Peña*. En Visualidades. Revista do Programa de Mestrado em Cultura Visual. V.5, n.1., pp. 44-45. Goiania-GO: Universidad Federal de Goiás, Facultad de Artes Visuales.
- Prada, J. M. (2005). *La enseñanza del arte en el campo interdisciplinar de los estudios visuales*. En José Luis Brea (Ed.). *Estudios Visuales, La Epistemología de la Visualidad en la Era de la Globalización*. Madrid, España: Editorial Akal.
- Ritchin, F. (2010). Después de la Fotografía. Recuperado de file:///G:/Despues_de_la_fotografia_-_Fred_Ritchin_.pdf

- Vicci, G. (2010) *Cultura Visual y Espacio Público. Construcción de Repertorios Visuales en la Ciudad de Montevideo*. Recuperado de <https://montevideovisual.wordpress.com/tres-cruces/>. Recuperado de: <https://montevideovisual.files.wordpress.com/2009/11/ponencia-seminario-cultura-visual-goias-2010.pdf>
- Villarreal, R. (1 de junio de 2014). *Hoy Todos Somos Fotógrafos, Pero con Una Cultura Visual Escasa*: Pedro Meyer. Magis. Recuperado de <http://www.magis.iteso.mx/content/hoy-todos-somos-fot%C3%B3grafos-pero-con-una-cultura-visual-escasa%E2%80%9D-pedro-meyer>

CURRÍCULO

Karina Perdomo

Licenciada en Artes Plásticas y Visuales. Ienba. Udelar, Uruguay. Integra el Núcleo de Investigación en Cultura Visual, Educación y Construcción de Identidad. Ienba. Udelar, Uruguay. Docente, Grado 1. Tareas de investigación en el Grupo de Investigación "Las Artes visuales en sus límites: Prácticas, lugares, y pedagogías". Ienba. Udelar, Uruguay. Asistente Docente del "Seminario de Educación Artística", Paysandú- Rocha. Ienba. Udelar, Uruguay. Escribana Pública. Fac. de Derecho. Udelar, Uruguay.