

EL VALOR DE LA FOTOGRAFÍA

THE VALUE OF THE PHOTOGRAPHY

Por **Mydalis Mayline Lugo Marrero**
mydalis.lugo@gmail.com

Recinto universitario de Mayagüez
Universidad de Puerto Rico
Puerto Rico

RESUMEN

Este ensayo aborda el valor y los significados que se le han conferido, en la sociedad occidental, a la fotografía. Para ello, examina el contrato de lectura que se establece mediante la estructuración de la percepción y de la lectura realista del objeto-fotográfico; aborda la representación de la realidad que se le atribuye, y por la cual realidad y copia se equiparan; y ofrece una mirada sobre la educación sentimentalista que recibimos hacia el objeto-fotográfico, una afectividad que cultivamos social y culturalmente y que remarca su valor de uso. Por último, se analiza el proceso de alfabetización visual que comenzó a generarse en la Modernidad mediante la estructuración de la percepción.

PALABRAS CLAVE

valor
fotografía
realidad
copia

ABSTRACT

This essay discusses the value and the meanings conferred, in Western society, to photography. I examine the reading contract established through the structuring of perception and realistic understanding of the photographic object. It also addresses the underlying logic about photography, the representation of reality attached to it and the link that have been established between reality and copy. It also looks at the sentimental education that we get about the photo. The affection that people have given, socially and culturally, to the object-photographic highlights its value of use. In the Modernity, structuring of perception has begun to generate some visual literacy.

KEYWORDS

value
photographs
reality
copy

Recibido: 25 | 08 | 2014 Aceptado: 02 | 10 | 2014



EL VALOR DE LA FOTOGRAFÍA

Por Mydalis Mayline Lugo Marrero

Escena I: Un estudiante extranjero se encuentra realizando estudios graduados en *x* país. Como parte del trámite de residencia, se le requiere visitar su embajada para gestionar una carta que confirme una disparidad nominal en los documentos de identidad presentados ante el oficial de migraciones. El estudiante visita la embajada, explica su caso y procede a esperar el documento que confirme su identidad. El embajador del país y lo llama. Con gestos que parecen incriminarlo en algo, lo mira una y otra vez, al tiempo que cambia su mirada y la detiene en el pasaporte del estudiante. Lo increpa directamente, preguntándole si tiene otro documento de identidad, con foto, que pueda suministrar para corroborar que, en efecto, es la persona que dice ser el documento que proporcionó. Más allá del detalle estético que pudo incomodar al estudiante, este caso muestra cómo el objeto fotográfico se asume como registro bruto o como representación mimética de la realidad. La imagen del estudiante alteraba y desestructuraba, en el plano real, su propia representación en la imagen de la foto carnet.

La imagen del objeto fotográfico tiende a anclar social y políticamente la identidad de la persona. Lo que parece ser una mirada escrutadora sobre la apariencia física del individuo, evidencia que la copia no es más copia, sino prueba irreductible que no admite modificaciones sin su consecuente actualización. En otras palabras, el valor de la copia, de la representación, suplanta al objeto de su referencia, a la realidad, al original. Es esta simulación, esta miniaturización genética (expresión que usa Jean Baudrillard), la que reduce la realidad a su representación infinita.

La emergencia de la técnica fotográfica se encuentra asociada a la reestructuración administrativa de lo social y de lo político, y al interés por el control del sujeto y por la constatación de hechos. Según plantea John Tagg:

La combinación de evidencia y de fotografía en la segunda mitad del siglo XIX estaba estrechamente ligada a la aparición de nuevas instituciones y de nuevas prácticas de observación y de archivo: es decir, esas nuevas técnicas de representación y de regulación que tan esenciales fueron para la reestructuración del Estado local y nacional en las sociedades industrializadas de aquella época y para el desarrollo de una red de instituciones disciplinarias –policía, prisiones, manicomios, hospitales, departamentos de salud pública, escuelas e incluso el propio sistema fabril moderno– (2005: 12).

Esta práctica generó una nueva economía discursiva sobre las personas y sobre la realidad representadas. Como consecuencia, se comenzaron a avalar ciertas categorías de percepción, de representación y, en torno a estas, se empezó a producir sentido, significado y, con ello, un poder sobre el conocimiento y un conocimiento sobre el poder o, en el planteamiento foucaultiano de Tagg, una microfísica del poder, un régimen de verdad y de sentido. La fotografía como prueba, como evidencia y como registro fáctico creó una retórica cuyo interés se potenciaba en la documentación de lo verídico. Lo real encontraba, así, una fidedigna transcripción visual mecánica: el lenguaje fotográfico.

Escena II: Elijah es un niño de cinco años de edad que fue diagnosticado con autismo. Su padre, Timothy Archibald, quien es fotógrafo, se encontraba «desconcertado» ante el comportamiento de su pequeño. Esta incompreensión hacia ciertos comportamientos rituales del niño lo llevaron a retratarlo hasta sus ocho años. De esta labor nació *Echolilia*,¹ un álbum que registra ese comportamiento «anómalo» que causaba tanto estupor al padre. Cuarenta y tres clics conforman el libro sobre el pequeño Elijah.

Archibald se dirige al objeto fotográfico, a la copia, para entender el referente, el original, que es su hijo Elijah. En lugar de lidiar con el plano real, una mente alfabéticamente visual encuentra respaldo en la fotografía. Por medio del clic, del desdoblamiento de la imagen de su hijo, Archibald pudo comprender: «Me convertí en su amigo y eso era lo que necesitaba en ese momento», indicó en una entrevista a *BBC Mundo*. Este libro de instantáneas se convirtió en un puente entre él y su hijo.² Archibald señaló, incluso, que el cambio puede percibirse en el color que va tomando la muestra fotográfica. En las fotografías iniciales predominan el negro y lo oscuro, no así en las finales, donde ya había comprendido todo. El puente estaba construido.

La metáfora del puente es importante porque permite subrayar la conexión que le posibilita al padre el objeto fotográfico. ¿Qué ve el padre en la foto-objeto que no ve en el plano real? ¿Qué, en la instantánea, le hace comprender la enfermedad de su hijo? ¿Elijah existe en tanto encuentra validación, reconocimiento y entendimiento en su calidad de copia o de representación? ¿Por qué es la imagen fotográfica de Elijah la que produce el acercamiento ontológico y no el referente mismo? ¿El ritual del comportamiento de Elijah tiene que exhibirse fotográficamente para cobrar visibilidad y entendimiento? ¿Es una manera de capitalizar (el libro se vende a 125 dólares) sobre la enfermedad? ¿Ve Archibald en la manera en que otros pueden ver lo mismo que él a través del objeto fotográfico? ¿Es necesaria la *objetualización* de Elijah para su comprensión?

¿Hiperrealismo? ¿Foto-realismo? Ambas escenas permiten entender el papel que juega la simulación de la realidad, mediante la técnica fotográfica, en nuestra comprensión de la realidad. Parece ser que la realidad se ha desplazado a un segundo plano, en el que tiene que parecerse al objeto fotográfico y no al revés. La representación, en estos términos, se convierte en el referente real mismo. Tagg, quien ha estudiado en profundidad el peso de la fotografía como prueba real, indica que en la sociedad burguesa el modo de significación privilegiado es el realista:

El realismo ofrece una fijeza en la que el significante es tratado como si fuera idéntico a un significado preexistente y en la que el papel del lector es meramente el de consumidor. Nos encontramos ante este modo realista cuando observamos las fotografías como elemento de prueba. En el realismo, el proceso de producción de un significado a través de la acción de una cadena significativa no se ve. Es el producto lo que se resalta y la producción lo que se reprime. La complejidad de códigos o de uso del lenguaje mediante la cual se constituye el realismo parece no tener importancia. Lo único que importa es la ilusión; del mismo modo que en la economía mercantil capitalista lo único que importa es el valor de la mercancía en relación con el medio general de intercambio: el dinero. La producción se elude por completo (Tagg, 2005: 129).

Este modo de representación burguesa realista generó todo un discurso sobre la imagen fotográfica que, más allá de perdurar, en la época actual se ha hegemonizado.

LA IMAGEN DE LA FOTO, LA FOTO COMO OBJETO, EL OBJETO COMO REALIDAD

El imaginario contemporáneo sobre la imagen se sustenta en la forma como factor neurálgico en el devenir ontológico de las personas. Sin embargo, esta forma, que se fija por medio de la reiteración, se desvanece continuamente, volviéndose ritualmente inaprensible e invisible para las mismas personas. El cuerpo del ser humano se posiciona, discursiva y visualmente, como acicate en el camino paradójico de un progreso y de una autonomía que lo disuelven en el juego de la repetición de ciertos esquemas visuales validados. Algunas preguntas sobre el análisis de la imagen que sirven para pensar la lógica que media en la representación son: ¿qué repite una imagen?, ¿cómo, en la repetición, desaparecen los esquemas?, ¿a favor de qué desaparecen las representaciones?, ¿qué asegura la representación de la imagen visual?, ¿cómo entender la significancia de la imagen en su evanescencia?

Al hablar de la imagen hay que remitirnos a un conjunto de signos,³ inscritos socialmente y validados mediante las interacciones simbólicas. La imagen constituye una representación simbólica de la realidad y no la realidad en sí. En otras palabras, es una realidad comprimida, miniaturizada (Sontag, 2006), reducida de su tridimensionalidad a un plano bidimensional, que comunica y que expresa. La fotografía está constituida por imágenes que, a su vez, se encuentran conformadas por una gama de signos-objetos. A decir de Pierre Bourdieu, la fotografía fabrica imágenes (2003). Los signos-objetos entran en significancia con el entorno social, espacial y temporal del que emerge la imagen. Susan Sontag, en su libro *Sobre la fotografía* (2006), sostiene que la foto nos enseña un nuevo código y una ética visual. Al mismo tiempo, nos va educando en una nueva forma de mirar, de consumir visualmente. Si bien la imagen de la foto tiene la virtud de ser una representación, la foto se constituye como objeto y, como bien afirma Abraham Moles, «todo objeto es un vector de comunicación» (1971: 10).

En este sentido, la foto se involucra en un intercambio simbólico que deviene en valores de uso. En otras palabras, es un bien material que adquiere significancia en su uso y en su consumo. Baudrillard plantea que el consumo no responde únicamente a una economía individual de las necesidades, sino a «una distribución jerárquica, a una función de prestigio y a una exigencia cultural» (1971: 38). La foto se produce y se reproduce, se intercambia y se consume simbólicamente. Dentro de su renovación, la foto encuentra su convalidación

práctica; es decir, la foto se encuentra avalada, técnica, social y culturalmente en su funcionalidad práctica. A su vez, el motivo de su funcionalidad no es otro que la representación, la imagen de la imagen (Sontag, 2006) o la copia de la realidad, pero nunca la realidad misma.

En la sociedad occidental contemporánea, la imagen más manifiesta en el objeto fotográfico es la del cuerpo del individuo. Pero este es un cuerpo inscrito en los esquemas de la Modernidad, muy bien promovidos por la publicidad. Belleza, juventud, delgadez, vigorosidad, son algunos de los elementos que, pese a su cariz abstracto, se presentan como modelo de lo ideal y de lo aceptado y engalanan la moral moderna. Dentro de esta lógica, los esquemas modernos se sirven de los signos. La moda,⁴ por ejemplo, traduce materialmente todo lo que, pese a su imprecisión, implica belleza, juventud, delgadez y vigorosidad, mientras que la publicidad se encarga de promover dichos valores y de generarlos como aspiración y como ambición personal, como reconocimiento de clase. La aspiración a una legitimidad, en palabras de Baudrillard, «es asegurada mediante signos» (1971: 49) y los signos, hijos de la moda, le hablan a la cultura de masas. En un circuito bastante cambiante, pero no por ello ordenado y coherente, el cuerpo es el texto que teje y que desteje, mediante el uso y el consumo de los signos-objetos, este juego perenne de significancia.

La imagen del cuerpo del individuo, su representación en el objeto fotográfico, pasa así a inventariarse. Sin embargo, este inventario –que puede constatarse en el álbum fotográfico– tiene el efecto paradójico de registrar el paso del tiempo. Si bien los valores de la ética moderna apelan al futuro, a su realización, y a su consecuente progreso, con la imagen fotográfica siempre volvemos al pasado, pero es una vuelta al pasado mirando al futuro, a su reactualización. Este deseo obsesivo, en palabras de Fredrick Jameson, «reestructura la adicción a la imagen fotográfica» (1991: 47).

La imagen de la foto-objeto remite siempre, en este juego, al individuo. Un individuo corpóreo, con rostro; un individuo que se apropia de los signos, que los consume y que los muestra para su posterior reconocimiento; un individuo que posa ante la cámara para tratar de fijar su fragmentaria representación. Discursivamente, también en su plano utilitario, el objeto fotográfico se inscribe en una infinita cantidad de significancias y de consumos. La cantidad de significados es proporcional al número de representaciones que puede registrar el *clic*. Productor y consumidor se confunden, en un mismo plano mercantil, con el objeto fotográfico mediante el cual van estructurando las representaciones. Tanto el reconocimiento como el prestigio de la imagen de la foto remiten al valor de uso del objeto fotográfico. Tal como afirma Baudrillard, los objetos no son lugares de satisfacción de necesidades, sino un trabajo simbólico, una producción, cuyo objetivo no es otro «que hacer la prueba tangible del valor social» (1971: 42). Este carácter incriminatorio de la foto-objeto como prueba legítima su valor de uso:

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 (Sontag, 2006: 19).

La imagen del objeto fotográfico documenta, certifica (Sontag, 2006). Este es el contrato de lectura realista que genera.

La imagen de la foto-objeto, aún en su interpretación como representación de lo «real», debe entenderse en su función de copia, de representación. Este acercamiento permite la comprensión de su dimensión. La realidad no se encuadra en un 4x6, sino la copia de la realidad registrada. Del mismo modo, la representación de la persona no es nunca la persona, sino una proyección de la misma en un corte temporal y espacial determinado. Sin embargo, este punto, fundamental en el análisis del objeto fotográfico, es borrado en el tratamiento social del tema, lo que sostiene a la foto-objeto como prueba indiscutible de una existencia. En términos generales, esta incompreensión del objeto fotográfico ha sido bien utilizada. En primer lugar, la fotografía-objeto sostiene un *standing* que recusa toda posibilidad de construcción y de ser una copia; en segundo lugar, la reiteración de la realidad, que subraya, resalta la representación como lugar de validación de la existencia. De ahí la saturación en la superposición del objeto fotográfico. La redundancia de la representación se sustenta en la fragmentación de la experiencia como prueba de la existencia. La fotografía no es otra cosa que «experiencia capturada» (Sontag, 2006: 16). Podemos afirmar que una característica central del objeto fotográfico reside en su simulación, la cual se plantea tan orgánica como la propia existencia del usuario de la cámara fotográfica. La imagen de la foto, en este sentido, puede leerse como simulación de la realidad.⁵ El simulacro, en esencia, es la idea de la copia, «cuyo original resulta inexistente» (Jameson, 1991: 45). Hay que resaltar que es la imagen de la representación la que va a ir configurando las normas de la apariencia, alterando así la idea de la realidad (Sontag, 2006).

Es importante destacar el valor que tiene la experiencia dentro del análisis de la foto-objeto. En primer lugar, porque a partir de su captura se construye el acontecimiento; en segundo lugar, porque el acontecimiento dará paso al relato. Fotografíar, sostiene Sontag, «es conferir importancia» (2006: 50). Recortamos, a través del visor, la experiencia por ser un acontecimiento de significancia. No obstante, el acontecimiento remite, a diferencia de lo que se piensa, a lo cotidiano, a lo ordinario o, en palabras de George Perec (2008), a lo infraordinario y a lo trivial. Aquello que, debido a su continua visibilidad queda ritualmente borrado, busca reivindicarse en el discurso contrario: la exhibición. Como consecuencia, lo ordinario cobra importancia y asciende a la categoría de acontecimiento. Se produce una especie de igualación en el encuadre de la experiencia. Si bien el objeto fotográfico pretende estructurar orgánicamente la existencia y la experiencia, mediante la representación de la imagen registrada, la saturación y la redundancia hablan de todo lo contrario: de lo inorgánico (Baudrillard, 1971). La sobreexposición del individuo en la imagen fotográfica remite a su carácter fragmentario y a su imposibilidad en la aprehensión de la realidad. Su reactualización es el objetivo que cataliza esta circulación y la restaura. Los signos-objetos de la imagen tienen que reactualizarse, pues están empotrados en los valores efímeros que impone la moda. El desgaste perceptivo, tal cual afirma Sontag, corresponde al moral (2006: 145).

LA IMAGEN EN LOS MEDIOS Y EN LAS REDES SOCIALES

Los medios han integrado muy bien esta lógica técnica, social y cultural del objeto fotográfico. Para comprender cómo el espacio virtual se apropia de este valor de uso (objeto fotográfico), hay que repasar la lógica del marketing a la luz de la lógica del simulacro.⁶ Para Moles, esta se distingue por «la transformación de los deseos en necesidades, por la satisfacción de esas necesidades y, finalmente, cuando la colección es suficientemente rica, por la creación artificial

mediante la motivación publicitaria de nuevas necesidades a partir de nuevos deseos, etc.» (1971: 18). El mercado, entonces, no es sólo el generador y el satisfactor de las necesidades y de las satisfacciones de los consumidores, sino el artífice de la creación de nuevas necesidades o de viejos deseos. Con gran artificiosidad, se presenta la foto-objeto bajo la égida democratizadora de la experiencia en la traducción de imágenes (Sontag, 2006). De tal manera, el acceso a la producción de la imagen proporciona, en el sentido del marketing, un poder sobre la representación y sobre el conocimiento de la misma. El consumidor visual de la imagen fotográfica parece «participar», en cierta medida, de la experiencia captada. Sontag compara la dinámica del objeto fotográfico con la del consumo:

La razón última de la necesidad de fotografiarlo todo reside en la lógica misma de consumo. Consumir implica quemar, agotar; y por lo tanto, la necesidad de reabastecimiento. A medida que hacemos imágenes y las consumimos, necesitamos aún más imágenes; y más todavía. Pero las imágenes no son un tesoro por el cual se necesite saquear el mundo; son precisamente lo que está a mano dondequiera que se pose la mirada. La posesión de una cámara puede inspirar algo semejante a la lujuria. Y como todas las variantes creíbles de la lujuria, nunca se puede satisfacer: primero, porque las posibilidades de la fotografía son infinitas, y segundo, porque el proyecto termina por devorarse a sí mismo. Las tentativas de los fotógrafos de animar la sensación de una realidad mermada contribuyen a su merma. Nuestra opresiva percepción de la transitoriedad de todo es más aguda desde que las cámaras nos dieron los medios para «fijar» el momento fugitivo. Consumimos imágenes a un ritmo aún más acelerado y, así como Balzac sospechaba que las cámaras consumían capas del cuerpo, las imágenes consumen la realidad. Las cámaras son el antídoto y la enfermedad, un medio de apropiarse de la realidad y un medio de volverla obsoleta (2006: 250).

El mercado, en efecto, programa la obsolescencia de la propia representación, de la copia misma.

El caso de las redes sociales en Internet nos ofrece un ejemplo. Una de las prácticas más desarrolladas y más explotadas es, precisamente, la de compartir las imágenes de los usuarios por medio de sus perfiles. Es a partir del objeto fotográfico que el usuario debe construirse. El objeto construye, así, en la red social virtual, al usuario, pasa a significarlo y, en buena medida, contribuye a delimitar su identidad y su yo virtual. A un nivel mayor, el uso de la imagen visual se prolonga del espacio *offline* al espacio *online*. El objeto fotográfico, como modo de conocimiento, como comprobación de la existencia, de la representación del usuario, se transforma en rito en la red social. Es la prueba material de su existencia, su carnet *identitario* virtual.

El uso en la representación de la imagen fotográfica ha devenido en cierto narcisismo del individuo. Sontag lo destaca con gran agudeza:

La fotografía, que tiene tantos usos narcisistas, también es un instrumento poderoso para despersonalizar nuestra relación con el mundo; y ambos usos son complementarios. Como unos binoculares cuyos extremos pueden confundirse, la cámara vuelve íntimas y cercanas las cosas exóticas, y pequeñas, abstractas, extrañas y lejanas las cosas familiares. En una sencilla actividad única, formadora de hábitos, ofrece tanto

participación como alienación en nuestras propias vidas y en las de otros; nos permite participar, a la vez que confirma la alienación (2006: 234).

En el juego de la simulación, el individuo se convierte en objeto mismo de su deseo y guía, a través del primer plano, la focalización de la mirada; de este modo, valida y estructura los esquemas de la percepción.

NUESTRA EDUCACIÓN SENTIMENTAL HACIA EL OBJETO FOTOGRÁFICO

Podemos afirmar, sin temor a equivocarnos, que hemos sido educados sentimentalmente⁷ frente al objeto fotográfico. Frente a la imagen fotográfica, muchas veces sentimos añoranza por un pasado que ya fue. Evocamos, en la representación, la imagen de algún ser querido y lo cargamos como amuleto en carteras, bolsos, collares, llaveros, bultos, libretas, paredes, mesas y hasta en el cristal del auto que manejamos. El sentimentalismo que le otorgamos a la foto-objeto remarca su valor de uso práctico y borra su valor de copia o de simulación: «La fotografía es la realidad, y el objeto real a menudo se considera una decepción. Las fotografías vuelven normativa una experiencia del arte mediatizada, de segunda mano, intensa de un modo diferente» (Sontag, 2006: 207). En el momento en el que la realidad debe parecerse a la copia (Sontag, 2006) comienza a operar el juego de la seducción. El mundo pasa a convertirse en mera imagen de sí (Jameson, 1991). Deseo, nostalgia, añoranza, recuerdo, amor y hasta odio; el objeto fotográfico se transmuta en la representación de la imagen que proyecta. Lo abstracto (el sentimiento, las emociones) encuentra su correspondencia frente a la foto-objeto, desvaneciéndose en la superficialidad y en la apariencia de la imagen.

Social y culturalmente, somos interpelados a condensar nuestra experiencia en el objeto fotográfico y a atribuirle la misma emotividad. En cierta medida, se trata de humanizarlo. Se ha dicho que la cámara ha educado nuestra manera de mirar y de consumir la fotografía. Es muchas veces impensable, en el mundo contemporáneo, que una familia no tenga fotografías de sus hijos o de sus miembros, pues es el objeto fotográfico el que permite diagnosticar la realidad vivida, fijarla en la memoria familiar. La accesibilidad, producto del abaratamiento del precio del objeto o del instrumento, ha promovido su uso masivo. Hemos sido educados sentimentalmente para observar el objeto fotográfico, pero este sentimiento se hace cada vez más volátil, más pasajero, más insatisfecho. Para Sontag, la fotografía ejerce algún tipo de poder perverso sobre el observador. Ante su consumo, se exige nuevamente su producción: «Una vez que se han visto tales imágenes, se recorre la pendiente de ver más. Y más. Las imágenes pasan. Las imágenes anestesian» (2006: 38). Las imágenes parecen idiotizarnos. Es probable que la exigencia de la reactualización, junto con el desvanecimiento de la fascinación, con la obsolescencia de la representación, tenga mucho que ver con una comprensión inconsciente de su capacidad limitada para reproducir totalmente la realidad: «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» (Sontag, 2006: 38).

Si es el sentimiento, el gusto, el placer, la pulsión, lo que guía nuestra mirada a la foto-objeto, este se presenta como inabarcable y existe en virtud de la acumulación material que se pueda percibir. De ahí el valor del álbum familiar como relato que unifica y que armoniza la

saga familiar. Su valor es en tanto y en cuanto pueda, mediante la acumulación de objetos fotográficos, otorgarle coherencia, continuidad y orden a una historia. El álbum confirma la existencia, incluso de parientes y de una realidad, dada la distancia temporal y hasta espacial, desconocidas. El álbum tiene una doble significancia: confirmar y validar la existencia como real (prueba) y ratificar su veracidad, en tanto y en cuanto pueda ser capturada. El sentimentalismo ante la imagen de la foto resulta tan nómádico como la misma experiencia fragmentada que consumimos.

LA PRÁCTICA DE LA SOBREENPOSICIÓN Y DEL AUTORELATARSE

Para entender el fenómeno de la sobreexposición y de la *ficcionalización* sobre la autoimagen, en el consumo de la foto-objeto, se hace necesaria la contextualización de la práctica corporal individual dentro del escenario de la Modernidad. La comprensión occidental de lo corporal, según plantea David Le Breton ([1992] 2010), se inscribe bajo un dualismo⁸ que vuelve dicotómico el concepto de cuerpo/sujeto y que fragmenta la unidad de la persona. Lo importante de este dualismo o de esta partición cuerpo-sujeto es que comienza a estructurar al cuerpo como factor de individuación. Es la frontera, el *display* o la pantalla del ser humano en su relación con los otros y con el mundo. En el mundo occidental, el cuerpo individualiza, dota a la persona de un punto de partida para su construcción y para la construcción del mundo. El cuerpo existe en tanto y en cuanto puede ser construido y mirado culturalmente (Le Breton, [1992] 2010). El cuerpo-texto o el cuerpo-máquina constituyen lecturas acertadas de una multiplicidad de significaciones que permiten entender la exhibición en el mundo occidental.

Anatómicamente, el cuerpo se convierte en objeto de una exhibición finita. La muerte acechante, una preocupación profundamente moderna, actúa sobre el fin de la exhibición y de la existencia corporal del individuo. Ante la finitud corporal, la Modernidad ha ritualizado un sinnúmero de significaciones (juventud, belleza, vigorosidad, etc.) de esta pantalla humana. A su vez, los medios de comunicación masiva (televisión, Internet, videoclip, cine, revistas de moda) han contribuido a potenciar la autonomía del cuerpo del individuo. Pero esta potenciación de la autonomía corporal es paradójica. Aunque se parte de la propia individuación del cuerpo-sujeto para la distinción con el otro, las formas de su representación igualan y familiarizan en lugar de diferenciar. La igualación y la familiarización funcionan como una intención de reconocimiento. Dicho de otro modo, las representaciones del cuerpo tienden, en la actualidad, a reordenar más allá de individualizar. Lo particular de la representación del cuerpo con los medios es que lo atomizan, haciendo su proyección inaprensible e inacabable. Esta lógica social, cultural y técnica del cuerpo se completa en la *ritualización* de su representación, pero una representación cuyo relieve cobra relevancia en su recurrencia. Le Breton afirma que «la repetición de las acciones lleva a una erosión del sentimiento de espesor y de la singularidad de las cosas» ([1992] 2010: 93). La familiaridad de la sobreexposición trabaja sobre el reconocimiento. Lo erosiona, lo difumina, en virtud del extrañamiento en su próxima presentación. El circuito de sobreexposición se garantiza mediante la obsolescencia de la representación.

La masividad, o el amplio rango de receptores que tienen los medios, fomenta la sobreexposición corporal y el culto de esa pantalla humana. La sobreexposición funciona,

paradójicamente, sobre el *borramiento* de la individualización. Lo recurrente a los ojos se *invisibiliza* por su habitualidad. En palabras de Le Breton, «la evidencia de la exposición eclipsa el dato» ([1992] 2010: 100). La recurrencia sirve no tan solo para eclipsar, sino, por su capacidad de difuminar, para garantizar y para validar su regreso y su permanencia. La sobreexposición del cuerpo del individuo opera en la cotidianeidad, la que implica una estructuración o un ordenamiento diario sobre lo perceptivo, sobre lo visual. Ante esta lógica, la apariencia del individuo, su fachada, tiene que ensayarse para insertarse en el imaginario y en el juego de significaciones social y culturalmente admitidas sobre la imagen del cuerpo.

Desde lo sensorial, la vista se entroniza en la Modernidad, en la ciudad y en los suburbios, como el sentido más desarrollado (Le Breton, [1992] 2010). Según Jameson (1991), el ojo, lo visual, la vista, constituye el sentido supremo. Para el individuo moderno lo único que importa es la mirada; su propio cuerpo constituye un obstáculo para avanzar (Le Breton, [1992] 2010). La mirada hegemoniza y vigila, en medio de las imponentes paredes de asfaltos y de la contaminación auditiva propias de la ciudad moderna. Irónicamente, frente al apabullante mundo citadino, el cuerpo, lejos de amoldarse al entorno, se vuelve pesado obstáculo. Esta obstaculización, sin embargo, ha servido para legitimar la circularidad de la sobreexposición de la representación. El cuerpo, dispositivo inadaptado y pasivo, desvinculado socialmente (obstaculización), se resignifica, socializando el escenario por el que discurre y por el que se representa mediáticamente. En las pantallas de los medios, la imagen discurre, a diferencia del entorno geográfico de los individuos, con naturalidad y con movilidad. En una suerte de intercambio, la pantalla técnica prima, la pantalla humana: el cuerpo. El cuerpo representado mediáticamente se inserta en un doble juego, en su desvinculación social y en la socialización de su proyección. La cartografía de la imagen del cuerpo inscribe los valores que aseguran su movilidad, su actualización y, como consecuencia, su validación y su reconocimiento. Lo importante dentro de la dinámica de la representación del individuo es que pueda reconocerse en el acto de simularse, de representarse, o en su duplicación. De tal manera, la forma alimenta el contenido del imaginario sobre la imagen.

La representación del cuerpo del individuo se nutre de los valores de la Modernidad, a saber: salud, juventud, seducción, suavidad e higiene (Le Breton, [1992] 2010). Estos valores cohesionan el autorelato o la autoficción del individuo. Mientras más se integren estos valores en la *ficcionalización* y en la representación del cuerpo, más se cristalizan en el imaginario y en la interacción de los individuos, lo que permite cohesionar y legitimar el relato de la representación. En cambio, a menor integración de estos valores, ya sea en la ausencia de la sobreexposición o en la pobre interiorización en la representación, se produce un grado mayor de estigmatización.⁹

«La fotografía tiene una característica que no comparte con ningún otro arte visual: la credibilidad» (Dondis, 1976: 195). Con estas palabras, Donis Dondis subraya la manera en la que funciona en nuestro imaginario el objeto fotográfico. La experiencia visual es parte constitutiva del aprendizaje del ser humano sobre el mundo que lo rodea. Esto nos lleva a comprender, al menos inicialmente, el éxito de la fotografía en la sociedad moderna. La enorme cantidad de *inputs* visuales que recibimos apelan a la imagen como un lenguaje no lingüístico o, en palabras

de Dondis, a una inteligencia no verbal que poseemos. Por medio de esa inteligencia no verbal, de los códigos sociales y culturales que nos rodean, comenzamos a ver, a interpretar y a entender el mundo. Comenzamos a percibir y nos alfabetizamos visualmente. Según Dondis, la alfabetización visual «implica comprensión, el medio de ver y de compartir el significado a cierto nivel de universalidad previsible» (1976: 205). Apoyado en esa capacidad humana para comprender mediante el ver, el valor de la fotografía y de la representación legitiman la imagen visual como medio de vivir la experiencia. ■■■

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BOURDIEU, Pierre (2003). *Un arte medio. Ensayo sobre los usos sociales de la fotografía*. Barcelona: Gustavo Gili.

BAUDRILLARD, Jean (1971). La moral de los objetos. Función-signo y lógica de clase». En AA.VV. *Los objetos* (pp. 37-75). Buenos Aires: Tiempo Contemporáneo.

DONDIS, Donis (1976). *La sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual*. Barcelona: Gustavo Gili.

JAMESON, Fredrick (1991). *El posmodernismo o la lógica cultural del capitalismo avanzado*. Buenos Aires: Paidós.

LE BRETON, David ([1992] 2010). *Antropología del cuerpo y modernidad*. Buenos Aires: Nueva Visión.

MOLES, Abraham (1971). «Objeto y comunicación». En AA.VV. *Los objetos* (pp. 9-35). Buenos Aires: Tiempo Contemporáneo.

PEREC, Georges (2008). *Lo infraordinario*. Madrid: Impedimenta.

SONTAG, Susan (2006). *Sobre la fotografía*. México: Alfaguara.

TAGG, John (2005). *El peso de la representación*. Barcelona: Gustavo Gili.

REFERENCIA ELECTRÓNICA

«El autismo retratado por un padre». *BBC Mundo* [en línea]. Consultado el 2 de abril de 2014 en <<http://goo.gl/iyJcQp>>.

NOTAS

¹ El título del libro, indica Archibald, alude al término ecolalia, con el que se designa la perturbación del lenguaje en la que el sujeto repite involuntariamente una palabra o una frase que acaba de pronunciar otra persona en su presencia, a modo de eco. Este trastorno del lenguaje es muy frecuente en los niños autistas.

² Archibald posee un blog en el que muestra su trabajo fotográfico. Disponible en <http://www.bbc.co.uk/mundo/video_fotos/2013/05/130520_galeria_timothy_archibald_echolilia_en.shtml>.

³ Utilizo el término signo en calidad de objetos materiales, producidos y consumidos, e inscritos social y culturalmente como prestaciones de prestigio.

⁴ Pese a su errónea creencia, Baudrillard (1971) afirma que la rapidez acelerada bajo el signo de la moda plantea la ilusión de una movilidad social que nunca ocurre. Sin embargo, esta rapidez destaca la aspiración decepcionada de un progreso social y cultural.

⁵ Baudrillard apunta cuatro fases de la imagen: «Es el reflejo de una realidad profunda, enmascara y desnaturaliza una realidad profunda, enmascara la ausencia de realidad profunda, no tiene nada que ver con ningún tipo de realidad, es ya su propio y puro simulacro» (1971: 14).

⁶ Como bien acierta a señalar Jameson, «[...] la lógica del simulacro, al convertir las antiguas realidades en imágenes audiovisuales, hace algo más que replicar simplemente la lógica del capitalismo avanzado: la refuerza la intensifica» (1991: 102).

⁷ En lugar de sentimentalismo, Jameson prefiere hablar de intensidades para apuntar a esa «fluidez que los caracteriza y que los organiza en un tipo de euforia» (1991: 39).

⁸ El origen de ese dualismo es trazado por Le Breton a la luz del saber anatómico del cuerpo humano en la Italia del siglo xv y de la obra de Vesalio (1543). A partir de ese momento, se comienza a diferenciar, epistemológicamente, entre cuerpo y hombre, entre ser y poseer un cuerpo. El hombre de la Modernidad nace en los siglos xvi y xviii, cuando disocia cuerpo y hombre, su individuación con la de otros y con el cosmos. Cartesiana-mente, el cuerpo se concibe como simple accesorio, como simple poseer.

⁹ El cuerpo enfermo, envejecido, gordo, mutilado, feo, débil, inválido, incapacitado, entre otros, son ejemplos que ilustran su estigmatización (Le Breton, ([1992] 2010).