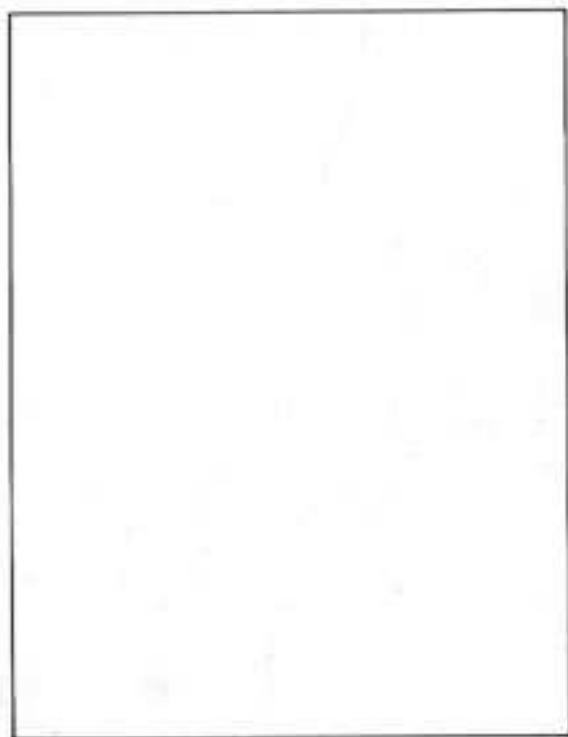


La fotografía como documento social



Gisèle Freund

FOTOGRAFIA

Título original
Photographie et Société

Versión castellana de Josep Elias
Revisión técnica por Joaquim Romaguera i Ramió

- 1.ª edición 1976 (Col. «Punto y Línea»)
- 2.ª edición 1977 (Col. «Punto y Línea»)
- 3.ª edición 1983 (Col. «GG Fotografía»)

Ninguna parte de esta publicación, incluido el diseño de la cubierta, puede reproducirse, almacenarse o transmitirse de ninguna forma, ni por ningún medio, sea éste eléctrico, químico, mecánico, óptico, de grabación o de fotocopia, sin la previa autorización escrita por parte de la editorial.

© Éditions du Seuil, París, 1974
y para la edición castellana,
Editorial Gustavo Gili, S. A., Barcelona, 1983

Printed in Spain
ISBN: 84-252-1145-X
Depósito Legal: B-785-1983
Impresión: Grafos, S. A. Arte sobre papel
P.º Carlos I, 157, Barcelona - 13

Las relaciones entre las formas artísticas y la sociedad	7
Precursores de la fotografía	13
La fotografía bajo la Monarquía de Julio (1830-1848)	23
Los primeros fotógrafos	35
La fotografía bajo el Segundo Imperio (1851-1870)	55
Los movimientos y la actitud de los artistas de la época con respecto a la fotografía	67
Expansión y decadencia del oficio de fotógrafo (1870-1914)	79
La fotografía, medio de reproducción de la obra de arte	87
La fotografía de prensa	95
Nacimiento del fotoperiodismo en Alemania	99
Mass - media magazines en Estados Unidos	123
La fotografía, instrumento político	141
La fotografía y la ley	157
La prensa del escándalo	163
La fotografía, expresión artística	171
Los fotoaficionados	177
Conclusión	185
Notas	191
Bibliografía	200
Fuentes de las ilustraciones	207

Cada momento histórico presencia el nacimiento de unos particulares modos de expresión artística, que corresponden al carácter político, a las maneras de pensar y a los gustos de la época. El gusto no es una manifestación inexplicable de la naturaleza humana, sino que se forma en función de unas condiciones de vida muy definidas que caracterizan la estructura social en cada etapa de su evolución. Cuando, bajo Luis XVI, la burguesía se volvió próspera, se recreó en dar a sus retratos, al máximo de sus posibilidades, un carácter suntuoso, pues los gustos de la época se hallaban determinados por la clase en el poder, es decir, por la nobleza.

A medida que subía la burguesía, y que se consolidaba su poder político, cambiaba la clientela y el gusto se transformaba. El tipo ideal deja de ser suntuoso: en su lugar aparece el rostro burgués. Levita y sombrero de copa reemplazan el traje de encajes y la peluca, el bastón sustituye a la espada. La civilización cortesana, que había encontrado su mayor expresión artística en los cuadros y pasteles de La Tour y de Watteau característicos por su ligereza y alborozo, cede el sitio a la cultura burguesa y a los colores grises, macizos y pesados de un David. El dibujo de Ingres con sus contornos precisos responde a las tendencias realistas de la época y al gusto de una burguesía convencional, ajustada a su dignidad y consciente de sus deberes. Así ocurre que cada sociedad produce unas formas definidas de expresión artística que, en gran medida, nacen de sus exigencias y de sus tradiciones, reflejándolas a su vez.

Toda variación en la estructura social influye tanto sobre el tema como sobre las modalidades de la expresión artística. En el siglo XIX, en la era de la máquina y del capitalismo moderno, se vio cómo se modificaba no sólo el carácter de los rostros en los

retratos, sino también la técnica de la obra de arte. Esta comenzó a transformar los modos de expresión de una manera desconocida hasta entonces. Así se produce la aparición, con el progreso mecánico, de una serie de procedimientos que alcanzarían una considerable influencia sobre la ulterior evolución del arte. Con la litografía, inventada en 1798 por Alois Senefelder, e importada a Francia años más tarde por Philippe de Lasteyrie, que abrió taller en París, se había dado un gran paso hacia la democratización del arte. La invención de la fotografía fue decisiva en esa evolución.

En la vida contemporánea, la fotografía desempeña un papel capital. Apenas existe actividad humana que no la utilice de uno u otro modo. Se ha vuelto indispensable tanto para la ciencia como para la industria. Es punto de arranque de mass media tales como el cine, la televisión y las video-cassettes. Se desarrolla diariamente en los miles de periódicos y revistas.

Desde su nacimiento la fotografía forma parte de la vida cotidiana. Tan incorporada está a la vida social que, a fuerza de verla, nadie lo advierte. Uno de sus rasgos más característicos es la idéntica aceptación que recibe de todas las capas sociales. Penetra por igual en casa del obrero y del artesano como en la del tendero, del funcionario y del industrial. Ahí reside su gran importancia política. Es el típico medio de expresión de una sociedad, establecida sobre la civilización tecnológica, consciente de los objetivos que se asigna, de mentalidad racionalista y basada en una jerarquía de profesiones. Al mismo tiempo, se ha vuelto para dicha sociedad un instrumento de primer orden. Su poder de reproducir exactamente la realidad externa —poder inherente a su técnica— le presta un carácter documental y la presenta como el procedimiento de reproducir más fiel y más imparcial de la vida social.

Por eso, más que cualquier otro medio, la fotografía posee la aptitud de expresar los deseos y las necesidades de las capas sociales dominantes, y de interpretar a su manera los acontecimientos de la vida social. Pues la fotografía, aunque estrictamente unida a la naturaleza, sólo tiene una objetividad facticia. El lente, ese ojo supuestamente imparcial, permite todas las deformaciones posibles de la realidad, dado que el carácter de la imagen se halla determinado cada vez por la manera de ver del operador y las exigencias de sus comanditarios. Por lo tanto, la importancia de la fotografía no sólo reside en el hecho de que es una creación sino sobre todo en el hecho de que es uno de los medios más eficaces de moldear nuestras ideas y de influir en nuestro comportamiento.

En la actualidad, dominada por la tecnoestructura cuyo objetivo persigue la creación incesante de nuevas necesidades, el desarrollo de la industria fotográfica es uno de los más rápidos entre el de todas las industrias. La imagen responde a la necesidad cada vez más urgente en el hombre de dar una expresión a su individualidad. Hoy, y a pesar de los crecientes e incesantes perfeccio-

namientos de la vida material, el hombre se siente cada vez menos aludido por el juego de los acontecimientos y relegado a un papel cada vez más pasivo. Hacer fotos se le antoja como una exteriorización de sus sentimientos, una especie de cración. Así se explica el creciente número de fotógrafos aficionados que hoy se cifra por cientos de millones y que tiende a incrementarse cada vez más.

El presente estudio expone la inmensa importancia de la fotografía en tanto que procedimiento de reproducción y el papel que desempeñó en sus orígenes dentro de la evolución del retrato individual, y luego dentro de la del retrato colectivo, es decir la prensa. Se extiende desde la época de la publicación de la invención de la fotografía, es decir, del tercer decenio del siglo XIX hasta nuestros días. Ciento treinta y cinco años de su historia.

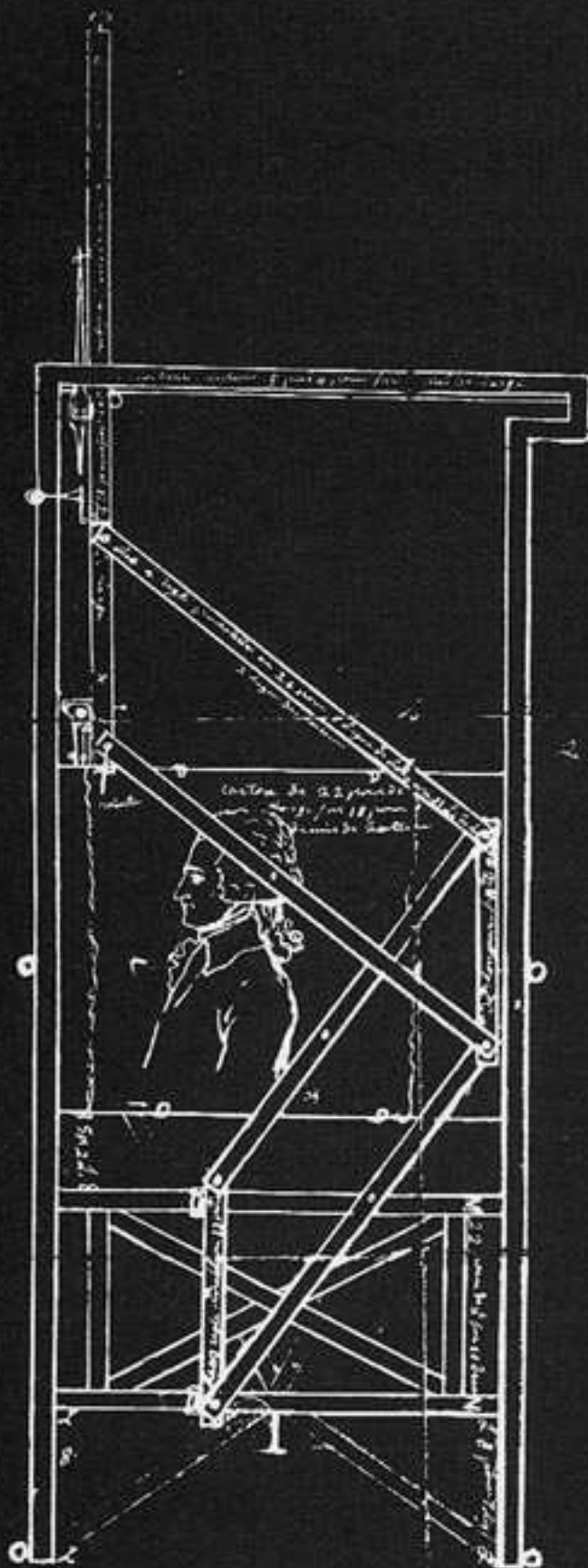
Hoy, los usos de la fotografía están tan diversificados que he debido hacer una selección entre sus innumerables aplicaciones. Por ejemplo, no he tratado en esta obra del papel de la fotografía en la prensa femenina, ni de la publicidad. No obstante, salvo raras excepciones, todas las fotos publicadas en la prensa y revistas de todo tipo secunda un objetivo publicitario, aun suponiendo que éste no sea inmediatamente discernible. En este libro procuro aclarar dicho papel mediante ejemplos concretos, sacados en su mayor parte de mis propias experiencias.

Al estudiar algunos aspectos de la historia de la fotografía, intentamos dilucidar la historia de la sociedad contemporánea, a fin de demostrar, mediante un ejemplo concreto, las relaciones que provocan una mutua dependencia entre las expresiones artísticas y la sociedad, y de qué modo las técnicas de la imagen fotográfica han transformado nuestra visión del mundo.



1





Le plan de la table d'essai



Visier 9 pouces de long sur un
pouce de large sans le mobile

El retrato fotográfico corresponde a una fase particular de la evolución social: el ascenso de amplias capas de la sociedad hacia un mayor significado político y social. Los precursores del retrato fotográfico surgieron en estrecha relación con esa evolución.

El ascenso de esas capas sociales ha provocado la necesidad de producirlo todo en grandes cantidades, y particularmente el retrato. Pues «mandarse hacer el retrato» era uno de esos actos simbólicos mediante los cuales los individuos de la clase social ascendiente manifestaban su ascenso, tanto de cara a sí mismos como ante los demás, y se situaban entre aquellos que gozaban de la consideración social. Esa evolución transformaba al mismo tiempo la producción artesana del retrato en una forma cada vez más mecanizada de la reproducción de los rasgos humanos. El retrato fotográfico es el grado final de esa evolución.

Hacia 1750 comienza a esbozarse, por impulsos sucesivos, la subida de las clases medias en el mismo interior del aparato social que hasta ahora reposaba sobre una base aristocrática. Con el ascenso de las capas burguesas y el incremento de su bienestar material, aumenta la necesidad de hacerse valer. Honda necesidad que encuentra su manifestación característica en el retrato y que se halla en función directa del esfuerzo de la personalidad por afirmarse y tomar conciencia de sí misma. El retrato, que en Francia era, desde hacía siglos, privilegio de algunos círculos, se somete, con el desplazamiento social, a una democratización. Ya desde antes de la Revolución francesa, la moda del retrato comienza a extenderse en los medios burgueses. A medida que se afirmaba la necesidad de representarse a sí mismo, esa moda creaba nuevas formas y nuevas técnicas con objeto de satisfacerla. La fotografía

El fisionotrazo, inventado en 1786 por Gilles-Louis Chrétien

que, en Francia, fue del dominio público en 1839, le debió, en una ancha medida, su desarrollo técnico y su expansión.

Aun así, durante ese período de transición, mientras se iba consumando la descomposición del mundo feudal bajo el efecto de nuevos modos de producción y de la serie de trastornos políticos, las clases ascendentes seguían sin encontrar su propio medio de expresión artística. Se adecuaban todavía a la aristocracia que ya no desempeñaba papel alguno ni en política ni en economía pero que aún marcaba el tono de la buena sociedad. Adaptaron los conceptos artísticos de la nobleza y sus formas de representación en general, modificándolos según sus necesidades.

En presencia de la clientela burguesa, el pintor retratista se veía enfrentado a una doble tarea: por un lado, imitar en sus retratos el estilo a la moda de los pintores cortesanos, por el otro suministrar retratos a precios que se ajustaran a los recursos económicos de esa clase. «La búsqueda de un parecido en el retrato del cliente francés bajo Luis XV y Luis XVI puede definirse por la tendencia general a falsear, y hasta a idealizar cada rostro, incluso el del paqueño burgués, para que se pareciera al tipo humano dominante: al Príncipe.»¹

La nobleza era una clientela difícil. Exigía un oficio perfecto. Con objeto de satisfacer el gusto de la época, el pintor intentaba evitar los colores francos y los sustituía por tonos más delicados. La tela no podía bastar por sí sola a esa pretensión; hacían falta materiales más apropiados para los efectos de terciopelo y seda.

Una forma de retrato correspondía particularmente a tales exigencias: *el retrato miniatura*. Bajo la forma de tapas de polveras, de dijes, cabía siempre la posibilidad de llevar consigo los retratos de los ausentes, de la familia, del amigo, del amante. Los retratos miniatura, de moda en los medios aristocráticos y más por acentuar el encanto de la personalidad, fueron una de las primeras formas de retrato adoptadas por la capa ascendente de la burguesía; significaron para ésta una manera de expresar su culto de la individualidad. Fácilmente adaptable a la nueva clientela, el retrato miniatura, a medida que se extendía, se fue convirtiendo en el arte menor más en boga. Buen número de miniaturistas se ganaban la vida tras haber ejecutado en un año de treinta a cincuenta retratos, que cobraban a precios módicos. Aunque las clases medias lo hubiesen adaptado a sus propias condiciones, el retrato miniatura conservaba aún elementos aristocráticos. Eso explica que muriera hacia 1850, a raíz del definitivo asentamiento del orden de la sociedad burguesa y después que la fotografía privara a esa artesanía de toda posibilidad de supervivencia. Por dar una idea de la rapidez de su desaparición, basta el siguiente ejemplo:

Había en Marsella, hacia 1850, un máximo de cuatro o

cinco pintores miniaturistas, de los que sólo dos apenas gozaban de cierta reputación al ejecutar más o menos unos cincuenta retratos por año. Tales artistas ganaban lo justo para subvenir a su existencia y a la de los suyos. Unos años más tarde, habría en esa ciudad de cuarenta a cincuenta fotógrafos que en su mayoría se dedicaban a la industria del retrato fotográfico, obteniendo beneficios más remuneradores que los alcanzados por los pintores miniaturistas de fama. Cada uno producía anualmente un promedio de mil a mil doscientos chichés que vendían a 15 francos la pieza, o sea unos ingresos de 18.000 francos que en su conjunto constituían un movimiento negociable de casi un millón. E igual desarrollo podemos comprobar en todas las grandes ciudades de Francia y en el mundo.² El fotógrafo podía, a un precio diez veces menor, suministrar retratos que no sólo se ajustaban a los medios de la vida burguesa por su baratura, sino que además respondían a los gustos de la burguesía.

En su origen y su evolución, todas las formas de arte revelan un proceso idéntico al desarrollo interno de las formas sociales. En los esfuerzos artísticos de la época que nos ocupa, encontramos las tendencias democráticas de la Revolución francesa de 1789 que habían reivindicado «los derechos del hombre y del ciudadano». El ciudadano revolucionario que había tomado la Bastilla y que, en la Asamblea Nacional, defendía los derechos de su clase, era el mismo que posaba como modelo para los *fisionotricistas* de París.

Ya en tiempos de Luis XIV se había inventado un nuevo procedimiento para hacer retratos. Constituía una diversión recortar en papel de charol negro el perfil de los amigos. Este procedimiento dio origen a un oficio que muchas personas hábiles ejercieron en todas las fiestas de cierta importancia, desde los bailes cortesanos hasta las ferias populares. Recibió el nombre de *silhouette*, inspirándose en el Ministro de Finanzas de esa época, y bajo dicha denominación alcanzó una gran popularidad, no sólo en Francia sino en el extranjero.

El señor De Silhouette no tuvo nada que ver con la creación de los recortes que luego incluirían su apellido en el lenguaje corriente, tal como se suele creer, hasta el punto de escribirlo como nombre común. Su inventor verdadero nos es desconocido. La palabra silueta, que sirve para designar por extensión toda figura colocada claramente de perfil, nació a mediados del siglo XVIII. La historia de su nacimiento es bastante curiosa.

Nombrado, en 1750, Interventor General, dicho de otro modo, Ministro de Finanzas, en un momento en que éstas se hallaban tan deterioradas que Francia corría a la quiebra, el señor De Silhouette impuso, no sin dificultades, determinadas tasas públicas que ingresaron algún dinero en las arcas del Estado y al instante se volvió muy popular. La gente le consideraba el salvador. Sin

embargo el déficit era tan enorme que se vio obligado a retrasar ciertos pagos, e incluso a suspender otros. La opinión, de inmediato, se alteró. Le llamaron «El Bancarrota»; su popularidad se esfumó. Cundió entonces la malignidad del público. Acababa de surgir una nueva moda, la de los gabanes estrechos sin pliegues y de los calzones sin bolsillos: ¿de qué servían las faltriqueras si ya nadie tenía dinero para guardar dentro? Esas prendas recibieron el sobrenombre de ropa a la Silhouette. Asimismo, de una fantasía, imaginada no se sabe por quién, convertida en capricho de multitudes y que sólo era la imagen de una sombra, se dijo —y se sigue diciendo— que es una *silhouette*. El brillante Interventor General de otrora, valiente e instruido, ya no era en efecto más que una sombra de sí mismo.³

El *découper de silhouette* se mantuvo en boga hasta los años de Bonaparte. En los bailes públicos del Directorio y del Consulado había mercachifles que, como los de nuestras actuales ferias, se ganaban la vida practicando ese arte. Los propios artistas comenzaron a ejercer ese nuevo género de retratos. Se les ingeniaron para perfeccionar las formas recortadas retocándolas y grabándolas con una aguja.

La silueta es una forma abstracta de representación. El retrato-silueta no exige ningún estudio especial de dibujo. El público lo apreció sobremanera en razón de su rapidez de ejecución y de sus módicos precios.

La invención de la silueta que, por su mismo procedimiento no podía originar ninguna industria de gran envergadura, provocó el nacimiento de una nueva técnica, popular en Francia entre 1786 y 1830, conocida bajo el nombre de *fisionotrazo*.

Su inventor fue Gilles-Louis Chrétien, nacido en Versalles en 1754. Su padre era músico de la corte real. El hijo había empezado siguiendo las huellas del padre, pero no tardó en preferir el oficio de grabador, con la esperanza de ganarse mejor la vida. Tal elección no le llevó muy lejos, pues abundaba la competencia y la ruda tarea de grabador al buril exigía mucho tiempo y afán. Los escasos retratos que lograba grabar no le procuraban gran cosa, en razón del tiempo que consumía. Pocos eran los encargos con relación a los gastos que ocasionaban. Su situación económica le forzó a imaginar un medio capaz de aumentar el rendimiento de su técnica. Había que ganar en rapidez. En 1786, consiguió inventar un aparato que mecanizaba la técnica del grabado y permitía ganar bastante tiempo. La invención combinaba dos modos distintos del retrato: el de la silueta y el del grabado, creando así un arte nuevo. Calificó su aparato de *fisionotrazo*.

El fisionotrazo se basaba en el principio tan conocido del pantógrafo. Se trataba de un sistema de paralelógramos articulados susceptibles de desplazarse por un plano horizontal. Con ayuda de un estilete seco, el operador seguía los contornos de

un dibujo. Un estilete entintado seguía los desplazamientos del primer estilete y reproducía el dibujo a una escala determinada por su posición relativa. Dos puntos principales distinguían al fisionotrazo. Aparte de su valor poco común, se desplazaba por un plano vertical y se hallaba provisto de un visor que, al reemplazar la punta seca, permitía reproducir las líneas de un objeto ya no a partir de un plano sino del espacio. Tras haber situado el modelo, el operador, subido a un taburete detrás del aparato, maniobraba visando, y de ahí el nombre de *visor*, los rasgos que había que reproducir. La distancia del modelo al aparato, al igual que la posición del estilete trazador, permitían la obtención de una imagen tanto a tamaño natural como a cualquier escala.⁴

Si, en el retrato miniatura, el valor artístico y la personalidad del pintor desempeñaban una función importante, las mismas cualidades se reducían en el cortador de siluetas a una simple habilidad manual; como máximo su talento podía evidenciarse en los retoques de los rasgos de un perfil. El fisionotrazo ni siquiera exigía esa habilidad. Bastaba con dibujar los contornos de la sombra y trasladarlos a una placa de metal para grabarlos. Una sola sesión era más que suficiente. Así se obtenían retratos a un módico precio que se vendían por series. En 1788, Chrétien fue a París para explotar su invento en la capital. Se asoció con un pintor de miniaturas llamado Quenedey; éste no tardó en abandonar al ver el éxito alcanzado por el nuevo oficio, y se pasó a la competencia montando un negocio similar.

Exgrabadores y expintores de miniaturas adoptaron la nueva técnica, pues su agonizante profesión ya no les ofrecía ningún medio de existencia. Entre ellos, Quenedey, Gonord y Chrétien eran los más conocidos. Los dos primeros se establecieron en las galerías del Palais-Royal, que por esos tiempos era el centro del París mundano. Chrétien se instaló en la rue Saint-Honoré.

Poco después el todo París corría a visitar a los fisionotracistas. Las más célebres personalidades de la Revolución, del Imperio y de la Restauración, al igual que muchos desconocidos, posaron delante del fisionotrazo que les copiaba el perfil con una exactitud matemática. En las obras de Chrétien aparecen los semblantes de Bailly, de Marat, de Pétion, decorados con el lazo tricolor, de Robespierre y de muchos más. Quenedey realizó los perfiles de Madame de Staël, de Luis XVIII, de Saint-Just, de Elisa Bonaparte y de numerosas personalidades políticas y mundanas.⁵

Los fisionotracistas no tardaron en perfeccionar su técnica y realizaron pequeños retratos sobre madera, medallones, retratos sobre marfil, por la cantidad de tres libras, que sólo vendían a un mínimo de dos por persona, con la obligación de pagar la mitad por adelantado.⁶ Eran buenos negociantes.

Por seis libras vendían retratos que denominaban *siluetas a la inglesa*, añadiéndoles peinados e indumentaria. La pose sólo

duraba un minuto. Gonord también hizo camafeos y retratos en miniatura inspirándose en las siluetas; esas *siluetas coloreadas*, como él las llamaba, se vendían a doce libras y sólo exigían una pose de tres minutos.⁷

Las imágenes obtenidas mediante fisionotrazo reducían cada vez más las posibilidades de éxito del pintor de miniaturas y del grabador. En el Salón de 1793 fueron expuestos cien retratos hechos por el fisionotrazo, y en el año IV fueron reservadas para dicho arte doce salas que contenían cada una cincuenta retratos presentados al público por fisionotracistas notorios.⁸

Los fisionotracistas, particularmente los tres más conocidos, Quenedey, Gonord y Chrétien, practicaban entre sí una competencia encarnizada. Cada uno le reprochaba al otro el haberle hurtado sus últimos perfeccionamientos, y hacían públicas sus disputas en los periódicos de París.⁹ Mediante anuncios en donde cada uno se proclamaba el inventor exclusivo de esos diversos procedimientos técnicos, intentaban ganarse el favor del público. Gonord amplió su taller con un negocio de aparatos que vendía a los aficionados. Todos se enriquecieron gracias a esa invención pues mucha gente, deseosa de que le hicieran el retrato, prefería visitar a un fisionotracista que pidiera un precio moderado, que sólo hiciera posar durante breves instantes y que ofreciera casi una auténtica miniatura. De este modo los retratos de los fisionotracistas se convirtieron en un sucedáneo de la miniatura.

Parecida tendencia se reflejaba en otros dominios de la vida social. El género y la calidad de las mercancías en curso variaban con el aumento del número de compradores. La mercancía de imitación, más barata, sustituía la mercancía de calidad superior, más cara. El lujo, aunque el lujo barato, era para el comerciante la garantía más segura de un buen negocio.

Hemos tratado hasta aquí el aspecto social y técnico de esa evolución. No obstante, desde el punto de vista estético, ¿qué diferencia entre el arte delicado y precioso de la miniatura, que exige que el artista se pase días y semanas reproduciendo un rostro minuciosamente, y esa técnica nueva, ya casi mecanizada, de la reproducción! El único valor del retrato mediante fisionotrazo reside en su carácter documental. Al examinar la obra bastante extensa del fisionotrazo, comprobamos que todos los retratos poseen una expresión similar: rígida, esquemática y chata. Aunque las obras de un miniaturista sólo fueran trabajos de artesano, siempre reflejan un nexo entre el modelo y la copia. El artista podía expresar en su obra lo que se le antojaba como rasgo más característico de su personaje y dar así, a la vez que el parecido externo, un cierto parecido moral. La técnica del fisionotracista figura exactamente en el lado opuesto. Por más que el aparato reproduzca los contornos del rostro con una exactitud matemática, ese parecido quedaba desprovisto de expresión, pues no venía

traducida por un artista que tuviera la intuición de un carácter, y asimismo la ejecución y la minuciosa coloración del retrato se limitaban simplemente a un buen trabajo artesanal.

El fisionotrazo puede considerarse como símbolo de un período de transición entre el antiguo y el nuevo régimen. Constituye el precursor inmediato del aparato fotográfico en una línea evolutiva cuyo logro más reciente es, hoy en día, el procedimiento conocido comercialmente bajo el nombre de *photomaton* y, para el color, el *polaroid*. Del mismo modo que el fisionotracista de 1790 era un fabricante de retratos, el fotomatonista de nuestra época corresponde a la gran industria automatizada. Desde el punto de partida, el desarrollo prosigue en línea continua, hasta la última fase, forma poderosamente mecanizada del arte del retrato.

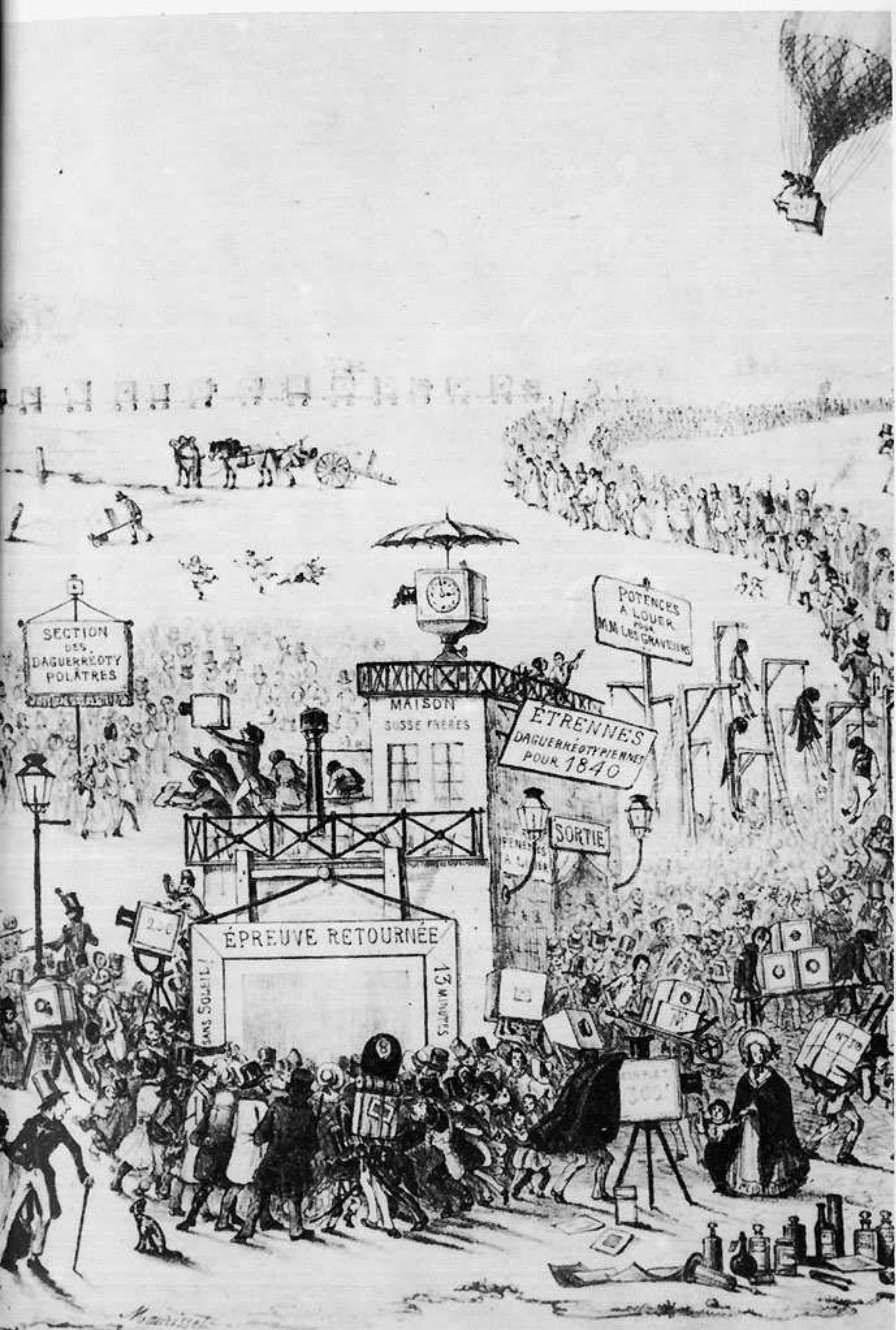
Gracias al fisionotrazo, una gran porción de la burguesía pudo tener acceso al retrato; pero el procedimiento no respondía aún lo suficiente a los deseos de las amplias capas de la burguesía media, y menos aún de la masa del pueblo; no parece que se llegara a practicar en provincias. El trabajo manual individual dominaba todavía en exceso ese nuevo género de ejecución. Hubo que esperar a que la técnica impersonal se volviera preponderante —es decir, con la llegada de la fotografía— para que el retrato alcanzara una democratización definitiva.

El fisionotrazo no tiene nada que ver con el descubrimiento técnico de la fotografía. Sin embargo, se le puede considerar como su precursor ideológico.



Retratos con fisionotrazo

Caricatura (T.-H. Maurisset, 1840) ►



LA DAGUERRÉOTYPOMANIE

El 15 de junio de 1839, un grupo de diputados propuso a la Cámara que el Estado adquiriera el invento de la fotografía y lo hiciese público.¹⁰ De este modo, la fotografía ingresaba en la vida pública. No es indiferente saber qué partidos y grupos sociales fueron los que se preocuparon por tomar causa y partido en favor de la fotografía. Veremos entonces, desde un nuevo ángulo, las relaciones que unen la evolución de la fotografía a la de la sociedad.

Las revoluciones del siglo XIX surgieron de la transformación social que provoca en Francia el crecimiento del capitalismo. La revolución liberal de 1830, que destronó la rama primogénita de la dinastía *legítima* y la privó de toda esperanza de restauración, contribuyó a los esfuerzos de la sociedad burguesa por establecer su poder *natural*. Francia se encontraba en esa fase económica y social en donde la manufactura va cediendo paulatinamente su sitio a la empresa industrial. Esas dos formas económicas coexistían aún durante los primeros decenios del siglo XIX; sin embargo, una se hallaba en regresión y la otra en aumento. Las máquinas sustituían gradualmente el trabajo manual. La huelga de los impresores de París, en 1830, provocada por la instalación de máquinas perfeccionadas que dejaron sin empleo a un gran número de impresores o redujeron su salario a la mitad, no fue más que uno de los signos del nuevo desarrollo.¹¹ El número de hiladoras mecánicas creció de 446 000 en 1828 a 819 000 en 1851; el número de tejedoras mecánicas que en 1825 sólo era de 250, alcanzaba ya 12 128 en 1851.¹² Estos no son más que algunos ejemplos de una racionalización que, instalándose poco a poco, suscitó cambios profundos en la constitución de la sociedad.

Una parte del artesanado cayó en el proletariado cuyas

condiciones de vida se caracterizaban por una miseria extrema y que además, a principios de la industrialización, no desempeñaba aún más que un insignificante papel político. Por el contrario, bastó que comenzaran a prosperar la industria y el comercio para que la pequeña burguesía ganase terreno y amplias capas de la burguesía media se convirtieran en pilares del orden social.

El 28 de julio de 1831, un parisino expuso su retrato al mismo tiempo que el de Luis Felipe, acompañándolos de la siguiente inscripción: «Ya no existe distancia alguna entre Felipe y yo; él es rey-ciudadano, yo soy ciudadano-rey.» Esta anécdota pone de manifiesto la nueva conciencia que de sí misma había adquirido la pequeña burguesía cuyas ideas y sentimientos se habían vuelto hondamente democráticos.¹³

Tenderos, merceros, relojeros, sombrereros, drogueros y toda clase de gentes que no disponían, en su mayor parte, más que de un pequeño capital y sólo poseían una instrucción primaria suficiente para llevar su contabilidad, gentes «encerradas en el estrecho horizonte de una tienda», pequeños funcionarios en fin, tales fueron los elementos de esas capas de la burguesía media que encontraron en la fotografía el nuevo medio de autorrepresentación conforme a sus condiciones económicas e ideológicas. Su situación social determinaría, años más tarde, el cariz y la evolución de la fotografía. Fueron ellos quienes crearon por vez primera una base económica sobre la que podía desarrollarse el arte del retrato accesible a las masas.

No obstante, de igual forma que la moda arranca en su planteamiento de las capas superiores de la sociedad, siendo adoptada por ellas antes de bajar poco a poco a las capas inferiores, igual ocurrió con la fotografía; en un principio se vio adoptada por la clase social dominante, la que tenía en sus manos el poder verdadero: industriales, propietarios de fábricas y banqueros, hombres de Estado, literatos y sabios y todo aquel que pertenecía a los medios intelectuales de París. Y poco a poco, fue descendiendo a las capas más profundas de la media y pequeña burguesía, a medida que se incrementaba la importancia de esas formaciones sociales.

La población global de Francia se elevaba por entonces a unos treinta y cinco millones de habitantes, de los que solamente trescientos mil tenían derecho a voto.¹⁴

Bajo Luis Felipe, que gustaba pasearse de civil, empuñando el paraguas, la forma de gobierno era una monarquía constitucional. En la Cámara se sentaban los representantes de un reducido número de electores, compuesto principalmente de industriales y comerciantes.

Aparte del partido gubernamental, existía en las Cámaras una oposición legitimista y una oposición republicana. La primera, que representaba los intereses de los nobles y de los grandes pro-

pietarios, había dejado de ser predominante. En cambio, la oposición republicana era un elemento importante de la vida política. Disponía de gran influencia en la prensa. Su órgano parisino, *Le National*, pasaba por ser tan respetable, a su manera, como el *Journal des Débats*. Sus representantes procedían de la élite intelectual burguesa: burgueses de tendencias republicanas, escritores, abogados, oficiales, funcionarios y otros. Su actitud política se basaba sobre todo en el sentimiento nacional; se alzaban en contra del tratado de Viena y vivían del recuerdo de la vieja República.¹⁵

En toda época, toca a los intelectuales desempeñar un papel en la historia y cumplir unas particulares funciones en la sociedad. Distinguidos de la masa y calificados por el saber y la cultura, pueden llegar a la noción de su propia relatividad y elegir su camino. Por tal motivo, pueden hacerse del mundo una visión más libre, a la que no accederán los representantes de otras capas sociales, más estrechamente unidas por su situación económica y política a unos hechos determinados.¹⁶ Así ocurrió que, en el Parlamento, dichos intelectuales fueron los representantes por excelencia de la tendencia humanitaria y liberal de la burguesía. El carácter del grupo que constituían concordaba con la postura por ellos manifestada bajo la Monarquía constitucional. No formaban un grupo netamente delimitado de la burguesía. Sólo eran sus representantes más avanzados. Frente al régimen político existente, «que, consciente de su endebles, debía ocultar aún su poder a la corona», no oponían más que las reivindicaciones del republicanismo burgués. Por su actitud de oposición, ese grupo de intelectuales no se hallaba directamente unido a la política reinante del *término medio* y se mantenía sin cesar alerta.¹⁷

La fe en la posibilidad de desarrollo intelectual y moral del ser humano es lo que define el espíritu liberal. La fe en el progreso encierra un esfuerzo por asimilar y profundizar lo concreto, por conocer el *hic et nunc* de la época.¹⁸ Por su posición política, aún mal cristalizada, esa porción de la burguesía intelectual, a la que se adhirió la élite artística con motivo de la revolución de 1848, resultó ser la más receptiva, la más dispuesta a emprender cualquier reforma, cualquier búsqueda que favoreciera los objetivos espirituales y científicos de esa época, la más apta también para medir las posibilidades de futuro de las nuevas empresas. Por consiguiente, no debe asombrarnos en exceso que nazca precisamente en ese medio la idea de proponer al Estado que alquiera el invento de la fotografía y que la dé a conocer al público de manera oficial.

La oposición democrática era el ala izquierda de la oposición republicana.¹⁹ Su jefe era François Arago, notable a la vez como sabio y como hombre político. «Este sabio que Europa entera nos envidia, es al mismo tiempo uno de los más enérgicos defensores de las libertades públicas y de los intereses populares», escribe un periodista de su tiempo. «Desde que está en la Cámara, ha prac-

ticado la oposición a todos los gabinetes y ha combatido en la tribuna todas las medidas violentas y reaccionarias.»²⁰ Arago era uno de los ejemplos más típicos de intelectual burgués, impregnado de esa convicción liberal, empeñado en estimular todo lo que pueda servir al progreso. Por tanto, fue el primero en reconocer la extraordinaria importancia que con el tiempo habría de cobrar la fotografía en las ciencias, en las artes y aún en otros dominios. Eso le llevó a proponer, en la Cámara de Diputados, la adquisición por el Estado de la fotografía. Conviene subrayar que, si Arago estimulaba la fotografía, lo hacía sobre todo en consideración de su utilidad científica.

Toda invención está condicionada, en parte por una serie de experiencias y conocimientos anteriores y en parte por las necesidades de la sociedad. Añadamos la parte de genialidad personal y, a menudo, de acierto fortuito. Así fue como, en 1824, Nicéphore Niépce²¹ inventó la fotografía. El inventor había nacido en 1769, en Chalon-sur-Saône. Su familia, a causa de su fortuna y de sus contactos con la nobleza, pertenecía a los medios más encopetados de Borgoña. Su padre era abogado. Niépce procedía por consiguiente de la mejor burguesía, la burguesía intelectual. Gracias a su situación social, podía disfrutar de todo el tiempo libre que necesita el inventor en sus búsquedas. Las tradiciones culturales de su familia y las posibilidades de instrucción que se le ofrecieron durante su juventud eran primicias suficientes para permitir que prosiguiera sus trabajos científicos. Niépce era esa clase de *semi-sabio* que por esa época abundaba en los castillos y casas solariegas de la burguesía acomodada. En tales ambientes era de buen tono dedicarse a experiencias científicas. Entre las ciencias exactas, la Química estaba particularmente de moda. Una diversión muy frecuente, entre otras, mitad experimento científico, mitad juego de sociedad, consistía en colocar sobre papeles ya preparados mediante sales de plata objetos tales como hojas, flores, etc., y exponer el conjunto a la luz solar. Así se obtenían sobre el papel los contornos de esos objetos, marcados por los contrastes de negro y blanco; empero, no tardaba en desaparecer la imagen, pues aún se desconocía el secreto de la fijación. Era aquella una época en que las tradiciones más sólidamente apuntaladas comenzaban a flojear. El período de transición hacia una vida nueva por completo, tras la revolución de 1789, había conferido a la vida misma el carácter de una experiencia. Sin embargo los nobles y las personas de tendencias monárquicas, como Niépce, que preferían retirarse a sus tierras y que, por lo demás, se hallaban cada vez más excluidos de la vida política, disfrutaban de una holganza suficiente para dedicarse a experimentos científicos. Tales investigaciones presagiaban ya la aparición de la fotografía. La invención de la litografía, importada a Francia en 1814, sugirió a Niépce los pasos que quedaban por hacer. Si quería realizar pruebas litográficas, Niépce que

vivía en el campo, tropezaba con las mayores dificultades para procurarse las piedras indispensables. Así fue como se le ocurrió reemplazar las piedras por una placa de metal y el lápiz por la luz solar.²²

Tras múltiples e infructuosas tentativas, obtuvo por vez primera, en 1824, un resultado decisivo.²³ No obstante, el procedimiento inventado por Niépce era aún muy primario. Corresponde al pintor Daguerre, quien por su invento del *diorama* había llegado al estudio de los efectos luminosos, el mérito de haber perfeccionado el procedimiento descubierto por Niépce hasta el punto de volverlo accesible a todos.²⁴ Niépce murió el 5 de julio de 1833 en plena miseria y su obra, a la que había consagrado, durante su vida entera, toda su fortuna y todos sus esfuerzos, sufrió un desconocimiento total.²⁵ Daguerre, que había conocido a Niépce, estipuló, a la muerte de este último, un contrato con su hijo, Isidore, quien, por toda herencia, no había recibido de su padre más que la propiedad del invento. En virtud de ese contrato, explotarían juntos el descubrimiento.²⁶

Niépce se había pasado años en vano buscando socios que aportaran fondos. Al principio, las tentativas de Daguerre tampoco resultaron muy afortunadas. Una suscripción pública quedó sin efecto. No había manera de interesar a los comerciantes. Los posibles socios no querían arriesgar su fortuna por un invento que aún les parecía poco digno de confianza, pues las primeras pruebas fotográficas no permitían apreciar su valor. Había que sostener la placa metálica a contraluz para poder distinguir en ella alguna imagen. La falta de iniciativa en los comerciantes, tan poco dispuestos a estimular la fotografía, es un signo característico de esa época. Sucede que su mentalidad aún no estaba acostumbrada a la especulación. El vasto florecimiento de la industria sólo se efectuó a partir de los diez primeros años de la segunda mitad del siglo. El comerciante de 1830 se limitaba a negocios cuyos resultados pudiera prever con plena seguridad y los cursos de la Bolsa no eran todavía el barómetro de la riqueza.

Daguerre, hombre de negocios, capaz y ambicioso, había pedido que su nombre apareciera con grandes titulares en la publicidad dada al descubrimiento y, como exdirector de un diorama, sabía lo que se llevaba entre manos. En los ambientes de la buena sociedad, en los salones, logró que su invento fuera el tema favorito de las conversaciones.²⁷ No fue seguramente ninguna casualidad que, a finales del primer tercio de siglo, cuando las ciencias exactas empezaban a coger un amplio impulso, varios sabios se interesaran por la fotografía. Y tuvieron que pasar quince años desde su nacimiento, para que el gran público se enterara de aquel invento.

Todo lo que ocurre al progreso de la civilización, al bienestar físico y moral del hombre, debe ser objeto constante de la so-

licitud de un gobierno ilustrado, a la altura de los destinos que se le han confiado; y quienes, tras afortunados esfuerzos, secundan esa noble tarea, deben encontrar honrosas recompensas por su éxito.»²⁸ Nada caracteriza mejor la orientación moral de los liberales y su adhesión a la idea de progreso que estas palabras pronunciadas por el sabio Gay-Lussac, cuando presentó a la Cámara de los Pares el mismo proyecto de ley que, seis semanas antes, Arago había propuesto a la Cámara de Diputados. El proyecto de ley concedía al inventor del *daguerrotipo*, el pintor Daguerre, una renta vitalicia de seis mil francos y al hijo de su excolaborador, Niépce, otra de cuatro mil francos.²⁹ El proyecto recibió la aceptación de las Cámaras por unanimidad. De esta forma el Estado francés adquiriría el invento; dio publicidad al procedimiento en el transcurso de una sesión de la Academia de Ciencias, el 19 de agosto de 1839.³⁰ Hecho frecuente en esa época: cuando se realizaban inventos, el Estado renunciaba a toda monopolización y abandonaba el descubrimiento a la libre iniciativa de quien quisiera explotarlo.³¹ Por eso la actitud del Estado con respecto a la fotografía no tiene nada de asombroso. Ese invento, además, chocaba con dificultades jurídicas relativas a la patente, pues el procedimiento, en sí, era tan simple, que resultaba muy difícil protegerlo.

La élite intelectual de París, compuesta por los sabios y artistas más conocidos de la época, había acudido en su totalidad a la Academia de Ciencias. «A las once de la mañana, la afluencia ya era considerable. A las tres, un verdadero alboroto obstruía las puertas del Instituto... Todo París se estrujaba en los bancos reservados al público.»³² La presencia de sabios extranjeros demostró el considerable interés que el invento había suscitado en tan poco tiempo, más allá de las fronteras francesas.³³ El propio Arago expuso detalladamente la técnica del procedimiento. Hizo notar a su atento auditorio qué extraordinarios servicios podía prestar la fotografía en el campo científico. «¡Cómo se iba a enriquecer la arqueología gracias a la nueva técnica! Para copiar los millones y millones de jeroglíficos que cubren, en el exterior incluso, los grandes monumentos de Tebas, de Memfis, de Karnak, etc., se necesitarían veintenas de años y legiones de dibujantes. Con el daguerrotipo, un solo hombre podría llevar a buen fin ese trabajo inmenso.»³⁴ El artista ha de encontrar en el nuevo procedimiento un precioso auxiliar, y el propio arte se verá democratizado gracias al daguerrotipo.³⁵ Arago dio lectura a un comunicado del pintor Delaroche. La ciencia astronómica quedaría enriquecida a su vez por esa invención: «...cabe esperar, decía Arago, que se podrán hacer mapas fotográficos de nuestro satélite. Es decir, que en pocos minutos se ejecutará uno de los trabajos más largos y más delicados de la astronomía».³⁶ El panorama de esas múltiples consecuencias esbozado por Arago en su discurso, permite medir todo el alcance del invento. La grandeza de Arago se manifestó cuando, con mirada pro-

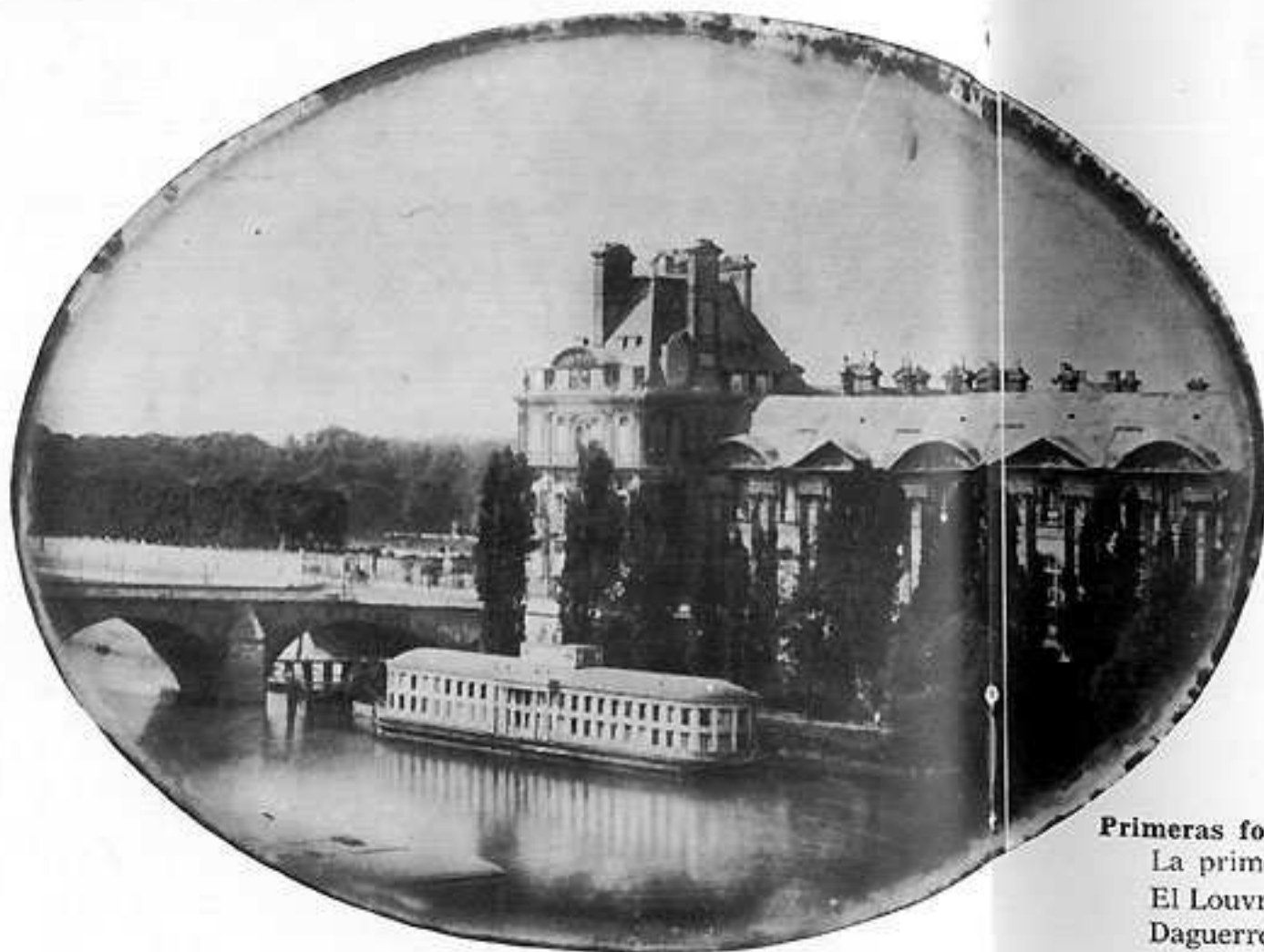
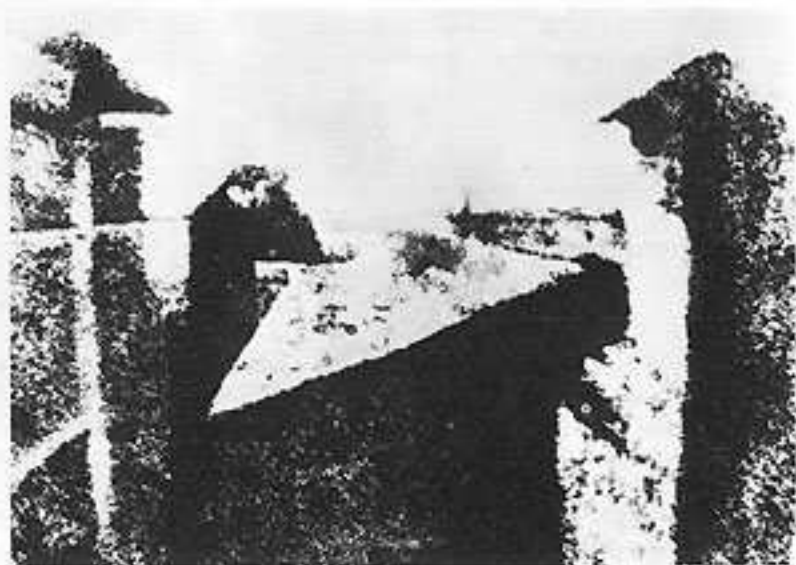
fética, declaró: «Por lo demás, cuando los observadores aplican un nuevo instrumento al estudio de la naturaleza, lo que han esperado siempre es poca cosa con relación a la serie de descubrimientos que va proporcionando ese instrumento. En ese aspecto, lo que particularmente debe contar es lo *imprevisto*».³⁷

El informe de Arago fue un acontecimiento de la vida parisina y todos los periódicos lo comentaron con vivo interés.³⁸ Durante las semanas que siguieron, París, según la prensa, ofreció el espectáculo, desconocido hasta entonces, de una ciudad víctima de la enfermedad de la «experimentación». Cargados de aparatos que casi pesaban cien kilos, de instrumentos y accesorios, los parisinos se iban a la búsqueda de temas. Unos y otros observaban cariacontecidos cómo se ponía en el sol en el horizonte, llevándose consigo la materia prima de la experiencia. Pero tan pronto volvía a hacerse de día, las ventanas se llenaban de experimentadores que intentaban, con toda clase de precauciones aprensivas, captar, sobre una placa ya preparada, la imagen de la claraboya vecina o la perspectiva de una población de chimeneas. A los pocos días, en las plazas de París, la gente no hacía más que ver aparatos apuntando monumentos. Los físicos y sabios de la capital ponían en práctica, con un éxito total, las indicaciones del inventor.³⁹ Ya había quien predecía la ruina de los grabadores, mientras la gente asediaba las tiendas de óptica donde se hallaban expuestos los primeros aparatos. El daguerrotipo constituía el tema inagotable de los salones. París vivía enriquecido por una nueva sensación.

Tan pronto la fotografía fue del dominio público, surgieron inventores que reclamaban el mérito de la invención. En Francia, el funcionario Bayard, y en Inglaterra, el sabio Talbot, ya habían encontrado ambos un procedimiento de fotografía sobre papel, el primero a base de yoduro de plata, el segundo a base de cloruro. Eso prueba que la fotografía respondía a las necesidades de la época.

El nuevo invento había despertado la atención y el interés de casi todos los medios sociales; sin embargo, su imperfección técnica y los extraordinarios gastos que requería en sus principios sólo la hacían accesible, de momento, a la burguesía acomodada. Únicamente unos cuantos aficionados ricos y algunos sabios podían permitirse ese lujo. El procedimiento Daguerre resultaba bastante incómodo. En primer lugar la placa metálica, sensibilizada a la luz, no podía utilizarse sin una previa exposición a vapores de yodo.⁴⁰ La dificultad principal consistía en que no se podía preparar la placa más que poco antes de usarla y había que revelarla en seguida después de su exposición a la luz solar. El mismo período de pose solía durar más de media hora. Arago indicaba en su informe de treinta minutos a tres cuartos de hora sólo en preparativos.⁴¹ Si se trataba de paisajes, había que llevar grandes tiendas y laboratorios ambulantes, pues todos los preparativos químicos tenían que

Desde entonces, la fotografía adquirió una importancia lo bastante grande para que los problemas que de ella dependían cobrasen un cariz de urgencia a principios de la segunda mitad del siglo XIX.



Félix Tournachon (llamado Nadar)
en la barquilla de su globo
«Le Géant» (1863)

Primeras fotografías

La primera foto del mundo, por Joseph-Nicéphore Niépce en 1826
El Louvre (Louis-Jacques-Mandé Daguerre, 1839)
Daguerrotipo (hacia 1840)



Todo gran descubrimiento técnico origina siempre crisis y catástrofes. Desaparecen los viejos oficios y surgen otros nuevos. Su nacimiento, en todo caso, significa progreso, aunque las actividades amenazadas por ellos se vean condenadas al naufragio.

En el momento de la invención de la fotografía, comenzó una evolución durante la cual el arte del retrato, bajo las formas de la pintura al óleo, de la miniatura y del grabado, tal como se ejercía en fin para responder a la demanda de la burguesía media, quedó casi totalmente desbancado. Esa evolución se realizó con una rapidez tan extraordinaria, que los artistas que operaban en esos últimos géneros perdieron casi todos sus medios de existencia. Por ende, de entre ellos salieron los primeros que se dedicaron a la nueva profesión. Y los artistas que, aun la misma víspera, atacaban la fotografía como instrumento de un oficio «sin alma ni intención» que nada tenía que ver con el arte, fueron los mismos que, al ver rota su oposición por necesidades de índole económica, cayeron en la cuenta de someterse a la nueva profesión para ir utilizándola paulatinamente como medio de expresión. La experiencia de los oficios que acababan de abandonar les sirvió de mucho. En efecto, no sólo a sus cualidades de artistas, sino también a su capacidad de artesanos debemos la elevada calidad de su producción fotográfica.⁴⁶ El descubrimiento técnico de la fotografía les inspiró la idea de una nueva forma artística que, a su vez, suscitaba una técnica, le daba una orientación y le imponía unos deberes.

En los primeros tiempos del retrato fotográfico, se pone de manifiesto un hecho de extraordinario interés. La fotografía, en el mismo umbral de su desarrollo, cuando aún poseía una técnica muy primitiva, goza de un acabado artístico excepcional. A medida que se va produciendo ese desarrollo, asistimos a un deterioro

que se agrava cada diez años. «Seguramente encierra un profundo sentido el hecho de que la actividad de los primeros *artistas fotógrafos* se ejerce durante los diez primeros años que preceden a su industrialización». ⁴⁷

Esos primeros fotógrafos no tenían ninguna pretensión de hacer arte, trabajaban con la mayor frecuencia para sí mismos y sólo un restringido círculo de amigos conocían sus obras. Quienes en realidad manifestaban esa pretensión de hacer arte eran los comerciantes de la fotografía, pues a medida que disminuía la calidad de sus trabajos hasta perder todo carácter artístico, esperaban, adornando su mercancía con la etiqueta de arte, atraerse aún más al público.

Muchos de esos primeros fotógrafos salían de un ambiente que suele conocerse bajo el nombre de bohemia; pintores que no habían conseguido crearse una reputación, literatos que más o menos sobrevivían escribiendo artículos de ocasión, miniaturistas y grabadores arruinados por la nueva invención, en suma, todo tipo de talentos regulares y mediocres que, en su mayoría, no habían podido abrirse paso, se inclinaron hacia el nuevo oficio que les prometía una subsistencia mejor. ⁴⁸

A principios de la segunda mitad del siglo, la técnica de la fotografía se había completado lo bastante como para no exigir ya de sus profesionales unos conocimientos especializados. La fotografía había salido de los dominios de la experimentación científica. Industrias especializadas fabricaban ya los utensilios necesarios. La preparación de baños de revelado y fijado ya no reclamaba unos particulares conocimientos de química. Cualquier persona podía procurarse aparatos de formato diverso en las muchas ópticas que existían. Se publicó toda una serie de manuales de fotografía, accesibles a todos los profanos, que suministraban una descripción exacta de los procedimientos. Se podía instalar un taller fotográfico por unos cientos de francos.

Al mismo tiempo, como ya hemos señalado, el retrato fotográfico seguía desarrollándose según dos direcciones opuestas que, examinadas desde el punto de vista estético, representaban una un ascenso y la otra un declive. Este capítulo tiene por objeto la primera fase del retrato fotográfico: *el artista fotógrafo*.

Uno de los fotógrafos más distinguidos de esa época fue el dibujante, caricaturista, escritor y aeronauta Félix Tournachon Nadar que abrió en 1853 un taller fotográfico en la rue Saint-Lazare. Su destino es un ejemplo típico de la aparición de ese primer equipo de artistas fotógrafos. Nació en París en 1820 ⁴⁹ y pasó su primera juventud en Lyon, donde vivía su familia desde varias generaciones atrás. Su padre, por tradición familiar, era librero, editor e impresor. La familia Tournachon pertenecía a la burguesía intelectual de provincias. Vivía holgadamente, era monárquica y tenía influencia en los ambientes de la buena sociedad. Estaba claro

que sus hijos debían dedicarse al estudio. Mandaron a Félix Tournachon a París donde estudió, en el colegio Bourbon, con objeto de preparar su ingreso en la Universidad. Alejado de la familia, sin la presión de la autoridad paterna, siguió sus estudios con gran irregularidad. Cuando más tarde, sometiéndose a la voluntad de sus padres, estudió medicina en la Escuela secundaria de Lyon —pues un médico estaba bien visto por la buena sociedad—, se interesó más por la literatura que por la anatomía. Pero de golpe esa existencia tocó a su fin. El padre quebró a raíz de los grandes gastos ocasionados por la publicación de una edición de lujo de Buffon y de un léxico en siete lenguas.⁵⁰ Esa circunstancia supuso la interrupción de los estudios. Lo más seguro es que Félix Tournachon no se sintiera muy apenado. Aun así, se veía obligado a encontrar una manera de ganar dinero. Se inclinó hacia el terreno que, ya en el colegio, era el de sus preocupaciones, la literatura. A los dieciocho años, bajo el pseudónimo de Nadar, comenzó escribiendo breves artículos. Colaboró en el *Journal et Fanal de Commerce* y en el *Entr'acte Lyonnais*.⁵¹ A los veintidós años regresó a París, centro de la vida social e intelectual. Su número de habitantes, que era de 600 000 en 1776, había aumentado hasta superar el millón en 1840.⁵² A la corriente de población que, salida de provincias, irrumpía en la ciudad, pertenecían varios intelectuales, atraídos por la vida más aventurera de la gran ciudad y dispuestos a encontrar estímulos y posibilidades de encumbramiento. Nadar era de éstos. Acaso confiaba en poder crearse relaciones en los ambientes de artistas, gracias a su pariente, el caricaturista Gavarni, colaborador titular de un periódico humorístico, famoso por entonces, *Le Charivari* (que sirvió para consolidar los mayores triunfos de Daumier). Gavarni le incitó seguramente a que se ejercitara, también él, en la caricatura. Nadar, que no tenía dinero para asistir a una escuela de dibujo, se formó por su propio trabajo y no tardaron en aparecer sus primeras caricaturas. Al mismo tiempo escribía artículos para las revistas *Vogue*, *Le Négociateur*, *L'Audience*, y empezaba a estudiar pintura. Todo lo que se refería al arte le interesaba. Poco después aparecieron sus primeros cuentos en *Le Corsaire*.⁵³ No tardó en unirse a un grupo de compañeros de su edad que, como él, «sin o con pocos ingresos» vivían en hoteles baratos o en buhardillas del Quartier latin «despreocupados del mañana», seducidos por la vida *libre* del artista y por su marco romántico.

No había aún luz eléctrica; únicamente unos escasos faroles despedían avaros fulgores en esas calles del Quartier latin, estrechas, mal adoquinadas. Hacia 1836, el único medio de comunicación en París era el coche ómnibus; y ni siquiera había más de un centenar de vehículos de ese estilo. En los cafés y lecherías de la *rive gauche*, en un ambiente de pequeños funcionarios, obreros, artesanos y estudiantes, Nadar traba amistad con algunos miembros de la bohemia y se incorpora a su grupo.⁵⁴ Murger, Champfleury, Delveau y

otros son los mejores amigos de Nadar. En 1843, fundan el «Club des Buveurs d'Eau» (Club de los Bebedores de Agua), donde discuten de literatura y de otros temas de arte.⁵⁵ Junto a ellos, y convertido en uno de ellos, Nadar lleva «la vida muy irregular de la bohemia».⁵⁶

La existencia de la bohemia en medio de la sociedad era, por esa época, un fenómeno característico. La industrialización también se dejaba sentir en las esferas del arte. Imprimía su huella en manifestaciones que parecían lo más ajeno al desarrollo económico, como la literatura. La transformación de que fue objeto la literatura, se hizo notar primero en la prensa. El incremento de la publicidad, desde entonces principal recurso del periódico, y la introducción del folletín en 1836, fueron los cambios fundamentales a partir de los cuales se desarrolló una nueva literatura industrial.

La organización de algunos periódicos, cuyo ejemplo no tardaron en seguir los demás, de acuerdo con los principios de la libre competencia en la economía capitalista, tiene como resultado inicial la reducción a casi la mitad de los precios de suscripción y, en consecuencia, el triplicar el número de lectores, permitiendo al mismo tiempo un aumento del formato. De ese modo, la literatura, sobre todo la de los periódicos, comienza a adquirir un cariz diferente.⁵⁷ Se vio obligada a plegarse al gusto del público y de la masa de abonados, con objeto de que no disminuyera la afluencia de lectores. Para el escritor, el valor dinero se convertía a menudo en la medida de la mercancía literaria, y ésta era la que determinaba su producción literaria.⁵⁸

A partir de ahí, la misma posición de los artistas en medio de la sociedad burguesa planteaba un nuevo problema. Hasta en la corte de los monarcas absolutos, el artista se hallaba en relación personal con su cliente; por consiguiente su posición correspondía más bien a la de un artesano. Esas relaciones directas entre patrón y empleado desaparecieron con el régimen capitalista. En su lugar apareció, unido a la despersonalización de las relaciones humanas, el artista *libre* en un ambiente *libre* de clientes que, si el artista no procuraba adaptarse al gusto imperante, le mandaban sin remilgos al hospital o al depósito de cadáveres.⁵⁹

Gracias a la instrucción, democratizada por la revolución burguesa, el arte dejó de ser el privilegio de algunos nobles o grandes burgueses cultivados. La práctica del arte se había vuelto accesible a todas las clases de la sociedad. De tal circunstancia se derivó, en el seno de la estructura social de los medios intelectuales franceses, una transformación decisiva. Alrededor del año 1843, cuatro años después que la fotografía pasara al dominio público, apareció por vez primera en París una clase de proletarios intelectuales: la bohemia.

Lo que en 1840 se entendía bajo la denominación de *bo-*

hemia, no constituía en sí, desde el punto de vista social, un todo homogéneo. Los individuos más favorecidos de la bohemia, que casi todos formaban parte de la *Jeune France*, rozaban los cuarenta, mientras que Nadar y sus amigos sólo tenían veinte años más o menos.⁶⁰ El primer grupo estaba compuesto de gente de los medios artísticos que ya habían llegado y que gozaban de cierto prestigio y de cierta reputación. Casi todos pesaban en la opinión pública y ejercían, en tanto que artistas y escritores, una influencia considerable. Por sus orígenes, pertenecían en elevada proporción a la gran burguesía, y desempeñaban un papel importante en determinados salones. Por el contrario, cuando se trata de la capa inferior de la bohemia, la que llevaba una vida verdaderamente proletaria, muy pocos de sus miembros conseguían afirmarse; venían todos de la pequeña burguesía pobre de provincias, del campo, del artesanado de las grandes ciudades o, como Nadar, de la burguesía arruinada.⁶¹

Al igual que sus amigos, Nadar intentó salir adelante vendiendo artículos y dibujos. Las cosas no tardaron en empeorar tanto para él como para la mayoría. No había encargos suficientes que bastaran a su subsistencia. Tampoco había muchos periódicos para los que pudieran trabajar. El buen burgués no quería saber nada de ese grupo tan mal considerado, y entre los miembros de la bohemia la palabra *burgués* era el peor insulto.⁶² Se sentían al margen de la sociedad, y realmente lo estaban en razón de su miseria social. Representaban además una joven generación que, en razón de su actitud intelectual debida a su existencia al margen de la sociedad y a sus orígenes sociales, se hallaba en oposición con la clase burguesa reinante y con sus ideas artísticas. La política artística del *término medio* les cortaba toda posibilidad de manifestar sus ideas, pues la mayoría de periódicos y gacetas tenían por lectores a ese público que despreciaban.

Con el pincel y la pluma, Nadar parte primero en campaña contra esos burgueses;⁶³ y en 1848, forma parte de esos intelectuales que exhiben sus simpatías por la Revolución, y que participan en ella activamente. Uno de sus amigos más íntimos, en esa época, es Louis Blanc.⁶⁴ Durante los años que precedieron a la Revolución, aceptó situaciones que le procuraban unos ingresos seguros. Fue secretario permanente de Charles de Lesseps y, más tarde, del diputado V. Grandin, ambos, como él, de mentalidad republicana. Cuando estalló la Revolución, abandonó su situación de la noche al día y decidió irse a Posnania con su amigo Fauchery, para participar en el levantamiento polaco. Durante su viaje a través de Alemania, tuvo la mala suerte de que le detuvieran, quizá por hacerse notar como revolucionario, y pasó todo el conflicto internado en Eisleben.⁶⁵

De regreso a París, vuelve a entregarse en cuerpo y alma a la literatura. Escribe artículos, cuentos, publica dibujos y cari-

caturas. En 1849, funda *La Revue Comique* y hace caricaturas humorísticas para el *Journal pour rire* y para *Le Charivari*. Se casa muy joven. Como gasta y despilfarra muchísimo, anda siempre metido en dificultades materiales. Y para colmo ahora debe alimentar también a su familia. Un día, que recibe la visita de un amigo, el escritor Chavette, Nadar se queja de sus problemas materiales. Chavette le indica que uno de sus amigos quiere desprenderse, por unos cientos de francos, de un equipo completo de fotografía, y le propone que se establezca como fotógrafo.⁶⁶ Debe, le dice, al menos intentarlo, pues es una profesión que está de moda y promete excelentes rendimientos. Nadar, algo perplejo ante semejante propuesta, se resiste de buenas a primeras. Siente, como todos los artistas de su tiempo, ciertas prevenciones contra la fotografía. Demasiados elementos sospechosos, a ojos de los artistas, se han introducido ya en el oficio de fotógrafo y lo desprestigian. ¿Dejar el arte? ¿Buscar únicamente la forma de ganarse el sustento? Nadar vacila. Pero poco después, impulsado por la necesidad, se decide a adoptar la nueva profesión. En 1853, cuando ya han pasado catorce años desde que la fotografía ingresara en el dominio público, a sus treinta y tres años de edad, abre un estudio de fotografía en el 113 de la rue Saint - Lazare.

Nadar, que conoce a todo el mundo en París y cuyas fotografías no tardan en hacerse célebres, recibe en su estudio, con objeto de fotografiarse, una afluencia de público, el más selecto que pueda darse en el campo del arte, de la literatura y de la política. En pocos años, llega a ser una de las celebridades parisinas. Su estudio se ha convertido en el lugar de reunión de la élite intelectual de París. El pintor Eugène Delacroix, el dibujante Gustave Doré, el compositor Giacomo Meyerbeer, el escritor Champfleury, el crítico Sainte - Beuve, el poeta Baudelaire, el revolucionario Bakunin y otros muchos grandes personajes de la época acuden a su casa para posar.⁶⁷ El aparato reproduce con una perfección magistral la genialidad de todos los rostros. Por otra parte, le unen a la mayoría de sus modelos relaciones de amistad e intereses artísticos comunes. Nadar, en efecto, no ha abandonado ni la literatura ni la caricatura, y sigue colaborando con asiduidad en diversos periódicos.

La primera clientela del retratista fotógrafo se recluta en la burguesía, y sobre todo entre los artistas y los intelectuales. La actriz que, cada noche, ha de aparecer en público, tampoco duda en exponerse a la exacta reproducción de la placa sensible. Los artistas consienten gustosos en admitir la novedad, pues se sienten mucho menos apegados a prejuicios y tradiciones de lo que suelen estar las masas de la pequeña burguesía que, en cambio, siempre empieza mirando con desconfianza los progresos de la técnica.

Ante las primeras fotografías que Nadar fija sobre sus placas, la gente se queda fascinada. Son rostros que miran, que

casi hablan, con una viveza impresionante. La superioridad estética de esas imágenes reside en la importancia preponderante de la fisonomía; las actitudes del cuerpo sólo sirven para acentuar la expresión. Nadar fue el primero en descubrir el rostro humano a través del aparato fotográfico. El objetivo se sumerge en la misma intimidad de la fisonomía. La búsqueda de Nadar no tiende a la belleza externa del rostro; aspira sobre todo a que resalte la expresión característica de un hombre. El retoque, que priva al rostro de toda expresión interna y lo convierte en una imagen vulgar, re-lamida y sin vida, pertenece a una época más reciente de la fotografía. Para Nadar, por entonces, el retoque no tenía más utilidad que la de lograr la desaparición, por ejemplo, de alguna manchita accidental. Ya insistiremos más adelante sobre esa práctica del retoque y sobre el papel que desempeñó en la evolución del gusto y en el cambio de clientela.

Hoy, al contemplar con admiración esas primeras fotografías, se nos plantea una cuestión: ¿por qué los fotógrafos de entonces consiguieron hacer de su aparato un instrumento artístico? Por lo que se refiere a Nadar, hay que buscar el motivo únicamente en el hecho de que, artista hasta la médula, poseía una sensibilidad del gusto que le ayudaba a utilizar en su justa medida los procedimientos fotográficos. Pero lo que importa, ante todo, es que se hallaba unido a sus modelos por relaciones personales y amistosas. Un interés muy personal le ligaba al destino y al desarrollo artístico de cada uno de ellos. Las relaciones entre el fotógrafo y el modelo no se veían aún turbadas por el problema de los precios. La fotografía aún no era una mercancía; el valor de sus obras no se establecía en función de la cantidad de billetes de banco. Los artistas que se dejaban fotografiar habían acudido a verle llenos de buena voluntad. Teniendo en cuenta el nivel en que se hallaba la técnica, el éxito del retrato aún dependía en gran parte del esfuerzo del propio modelo. «El poder sintético de la expresión arrancada al modelo por la pose prolongada, es el motivo principal que convierte esas imágenes, luminosas dentro de su modestia, en obras de un encanto profundo y duradero, como el de un retrato bien dibujado o bien pintado, y que no poseen las fotografías recientes».⁶⁸

Los retratos de Nadar son representativos del estilo de la primera época. Sus obras, junto con las de cierto número de otros fotógrafos que trabajaban al mismo tiempo que él y en las mismas condiciones, como Carjat, Robinson, Le Gray, etc., pueden reivindicar para sí un valor artístico, pues —como todo arte verdadero— son desinteresadas. Lo que caracteriza esencialmente esa primera época es la conciencia profesional, la ausencia de falsas pretensiones, la cultura intelectual de quienes ejercían el oficio. Cuando vemos lo que representan para nosotros los retratos de Baudelaire que nos han dejado Nadar y Carjat, es difícil no experimentar, por

los fotógrafos, la admiración y la gratitud que se deben a un artista.

Sin embargo, esa clase de trabajo presenta un grave inconveniente para Nadar. La mayoría de sus amigos dispone de una fortuna tan reducida como la de él mismo. Nadar, que realizaba la mayor parte de esos retratos por amistad, no obtenía a cambio unos resultados económicos muy apreciables. Se dedica por entero al periodismo, cediéndole a su hermano el taller que ahora se encuentra junto al Panthéon. No obstante, al cabo de un periodo bastante breve, reincide en la fotografía que al menos le prometía unos ingresos seguros si consentía a plegarse al gusto de una nueva clientela llegada de ambientes distintos.

Comienza entonces una segunda época del estilo fotográfico. Los fotógrafos se vieron obligados a adaptar su oficio al gusto de un público nuevo constituido por la burguesía rica.

El retorno de Nadar a la fotografía le arrastra a un proceso con su hermano Adrien, a causa del apellido Nadar bajo el que uno y otro pretendían ejercer su profesión. Los tribunales le reconocieron a él solo el derecho a llevar ese apellido. El nombre de Nadar alcanzó tal celebridad en los medios burgueses que sus ganancias comenzaron a ser considerables. Por cada retrato le pagaban un promedio de cien francos el ejemplar, circunstancia que le permitía emplear toda una nómina de colaboradores.

Hacia la misma época, los hermanos Godard, que se ocupaban del gran problema de la aeronáutica, daban mucho que hablar de sí. Dejaban a todo París boquiabierto cuando subían en un globo de su propia fabricación. Nadar, que se entusiasmaba fácilmente y con una mente fértil en hallazgos, quedó vivamente atraído por esas tentativas. Se le ocurrió tomar fotografías en globo.⁶⁹ Se entregó con entusiasmo a la realización de esa nueva idea. Los primeros intentos fracasaron en razón de la primaria técnica del aparato —no se había superado aún el procedimiento húmedo del colodión— y Nadar tuvo que adecuar una cámara oscura en la barquilla para poder preparar las placas antes de la exposición. A tales dificultades se añadía la larga duración de los momentos de pose, hasta el punto que sólo en primavera de 1856 pudo realizar sus primeras tomas de vistas.⁷⁰

Esa experiencia produjo un gran revuelo. Se ponían de manifiesto todas las nuevas posibilidades que abría, particularmente en el arte militar. Nadar, que había sacado una patente de invención, recibió más tarde, durante el asedio de París por el ejército alemán, el nombramiento de comandante de una compañía de aerostatos. Le encomendaron la misión de seguir los movimientos del enemigo desde la barquilla de un globo que flotaba sobre la place Saint-Pierre, con el encargo de que a ser posible tomara fotografías.⁷¹ No tardó en interesarse por la aerostación hasta el punto de ponerse en contacto con los hermanos Godard para recibir lec-

ciones del nuevo arte. Firmó con ellos un contrato según el cual trabajarían juntos a fin de ampliar y mejorar el invento. Tras algunas subidas en globos ordinarios, se hizo construir un inmenso aerostato provisto de hélice al que bautizó con el nombre de «Le Géant». Suponía que gracias a esa construcción había realizado un invento destinado a crear época. Todo el problema aeronáutico se reducía por esas fechas a la dirección; no costaba nada subir unos cientos de metros en globo, lo malo era hallarse entonces a merced de todas las corrientes atmosféricas. Nadar estaba convencido de haber resuelto el problema de la dirección. Todo París se congregó el 4 de octubre de 1863, para presenciar la subida de su globo «Le Géant».

El intento fracasó. El globo acabó aterrizando en Meaux. El 18 de octubre repitió su tentativa, llevando consigo a su mujer y a varios amigos. Esta vez, el globo llegó hasta Hannover donde aterrizó con tan mala suerte que a punto estuvieron él, su familia y sus amigos de perecer. Otra vez había fracasado su intento. Sin embargo, volvió a probar fortuna en Bruselas, el próximo mes de septiembre, y en Lyon un año después. El único resultado claro de la aventura fue que todas sus tentativas habían consumido una fortuna inmensa. «Le Géant» le había costado sumas increíbles. Tras un largo proceso, consiguió que sus asociados, los hermanos Godard, aceptaran para sí la mitad de las pérdidas.⁷² Pero de nada le sirvió ese dictamen a la hora de reavivar sus negocios. Después de tantos desafortunados intentos, volvía a caer en la pobreza, abrumado de deudas, sin más recurso para mejorar su situación que volver a la fotografía y dedicarse a ella.

Si el destino de Nadar resume la evolución de los artistas fotógrafos de su tiempo, la vida del pintor Le Gray ilustra asimismo el final. Gustave Le Gray, nacido en París, era alumno del tío Picot, cuyo taller gozaba de cierta fama bajo la monarquía de julio. El tío Picot continuaba la tradición de David, de Gérard y de Girodet; ocupa un sitio en la pintura de esa época donde brillan los nombres de Alaux, de Steuben, de Vernet y de varias de aquellas celebridades que colaboraron en la terminación del palacio de Versalles. Le Gray no encontró en esos círculos artísticos los estímulos que buscaba, lo cual no ha de sorprendernos pues esos artistas pertenecían por definición al *término medio*. Joven aún, aunque ya padre de familia, andaba siempre metido en dificultades materiales y ya no sabía qué hacer para ganar lo necesario. Atrapado entre los conflictos artísticos y las dificultades pecuniarias, su único placer consistía en retirarse a un pequeño laboratorio que se había montado junto a su taller, en el camino de ronda de la entrada de Clichy. Al igual que muchos pintores de su tiempo, se dedicaba a operaciones de química, y sobre todo a la búsqueda de los colores fundamentales. La invención de la fotografía le interesó muy particularmente por su aspecto químico. No tardó en consa-

grar todo su tiempo al nuevo procedimiento. Tras muchos años de búsqueda, logró inventar el procedimiento seco del colodión que desempeñó un papel decisivo en la historia de la fotografía. Y para terminar, también él, como muchos otros artistas de su tiempo, pensó en hacerse fotógrafo, con la esperanza de aumentar sus ingresos mediante el ejercicio de esa profesión floreciente. La familia le animó en ese proyecto, los amigos le incitaron. Y Le Gray abandonó la pintura para convertirse en fotógrafo. Encontró un prestamista, un socio acaudalado, el conde de Briges, que le alquiló, en las lindes de París donde hoy se extiende el rico barrio de la Madeleine, una casa donde instalarse. Por aquellos tiempos el barrio aún daba escasas señales de vida. Como máximo corrían por él algunos solitarios paseantes que deambulaban ante las raras tiendas. Los terrenos estaban a la venta por un bocado de pan. Era poco antes de que París comenzara a extenderse hacia el oeste. El lugar estaba bastante bien elegido, como se demostró a continuación. Casi al mismo tiempo, en la misma casa, se establecieron otros dos talleres fotográficos. En la planta baja los hermanos Bisson abrieron una elegante tienda ante la que no tardó en detenerse el público para admirar sus hermosas fotografías y sus vistas de la biblioteca del Louvre y de Suiza. Los hermanos Bisson, nacidos en París, el uno en 1814 y el otro en 1826, eran hijos de un pintor heráldico. El mayor que, al principio ejercía la profesión de arquitecto, ingresó en 1838 en el servicio municipal y por esa misma época comenzó a ocuparse de Química. Llegó a ser alumno de Dumas y de Becquerel y, aparte de sus pruebas fotográficas, inventó el bronceado y el latonado de la fundición de hierro y de cinc, que más tarde se convirtieron en objeto de una explotación industrial remuneradora. El segundo dibujaba y pintaba escudos de armas, instruido en eso por su padre. Ambos hermanos se asociaron después para ejercer la deguerrotopia. Al igual que el pintor Le Gray, también encontraron, hacia 1848, un prestamista que les facilitó la apertura de un hermoso taller. Se establecieron en la misma casa que Le Gray, que tenía su estudio en el piso de arriba. Su tienda causó sensación. No era sólo el lujo y el buen gusto con que la habían decorado lo que atraía al público, sino también el acabado de las obras que exponían en el escaparate. No tardó en figurar esa tienda como lugar de reunión de mentes preclaras, como cita de artistas famosos. Sentados en un gran diván, los visitantes se pasaban las fotografías de mano en mano. Discutían, hablaban de nuevos progresos de la fotografía. Théophile Gautier, el escritor Louis Cormentin, Saint-Victor, el crítico de arte Janin, Gozlan, Méry, Préault, el pintor Delacroix, Penguilly, los Leleux y muchos más se apiñaban en la tienda de los Bisson. Antes de despedirse de los hermanos Bisson, los visitantes siempre subían a casa del retratista Le Gray para que les enseñara sus trabajos más recientes.

Por el contrario, la capacidad de adquisición de ese público era tan endeble como grande era su comprensión del nuevo arte. Casi todos carecían de dinero. Le Gray, en su estudio, regalaba liberalmente sus fotografías; y no conviene olvidar cuántos esfuerzos y cuánto trabajo representaba una sola prueba, en esos primeros tiempos de la fotografía. En la planta baja los Bisson hacían lo mismo. El elevado precio que se pedía entonces por cada retrato asustaba al público burgués cuya afluencia hubiese debido asegurar la existencia de los fotógrafos. Cuando el prestamista y el socio acaudalado de Le Gray y de los hermanos Bisson vieron que el nuevo invento no prometía gran cosa, se retiraron. En consecuencia Le Gray y los hermanos Bisson, por falta de espíritu comercial, no tardaron en verse obligados a cerrar estudio y tienda. El golpe decisivo que acabaría arruinándoles del todo fue la aparición de Disderi quien, gracias a un nuevo formato de su invención, pudo vender sus retratos a un precio cinco veces más barato que el que había regido hasta entonces. Había que elegir entre dos actitudes: o frente a la nueva competencia producir como Disderi retratos en masa y entonces el sello y el aspecto artístico quedaban relegados a un segundo plano, o ceder el sitio a una nueva tendencia. Le Gray, para quien la cuestión artística desempeñaba una función capital, no quiso abandonarse a esa «fabricación al por mayor»; de modo que no le quedó más remedio que liquidar su estudio cuanto antes. Desanimado y defraudado, se fue a Egipto donde logró obtener una plaza de profesor de dibujo. Agriado, pasó sus últimos años en dicho país hasta que le sobrevino la muerte en 1868. De sus imágenes perduran algunas docenas que demuestran las cualidades artísticas que desarrolló en la fotografía. Como artista auténtico desdeñó por igual la pose y el retoque. Su fotografía de Napoleón III es un documento típico del carácter del emperador, y nos ilustra sobre su persona mucho más que el sinfín de retratos pintados por esa época.

La suerte de Le Gray debía ser la de todos aquellos primeros fotógrafos para quienes el lado comercial del oficio no desempeñaba un papel importante. Casi todos cayeron aplastados por una industria que progresaba sin pausas, al tiempo que crecían nuevas capas sociales. Por lo demás, muchos otros oficios sufrieron su destrucción o su transformación a manos de esa pujanza industrial.

Entre las raras excepciones que no se dejaron desbancar, hay que situar a Nadar. Cuando Disderi hubo logrado aumentar así a ojos vistas el número de sus clientes, Nadar aceptó el nuevo formato y los nuevos precios. Introdujo en sus obras el retoque para el que usaba ayudantes suplementarios. El mismo ya sólo se limitaba a dirigir las sesiones de pose y a recibir las visitas. Nadar se convirtió en un hombre rico que podía comprarse casas y terrenos. Pero desde el punto de vista estético, sus imágenes per-

dieron cada vez mayor interés pues había que seguir el gusto del público si se pretendía evitar que disminuyera la afluencia de clientes; ese gusto fue el que le llevó a introducir en su arte la pose exagerada. Sólo en muy contadas ocasiones traslucen sus imágenes algo de esa calidad que antaño hiciera de Nadar uno de los mejores artistas fotógrafos de Francia.

En esa primera época de la fotografía hay que añadir el nombre de David Octavius Hill. Sólo cuatro años después de la solemne proclamación en Francia del invento de la fotografía —que aún se hallaba en su fase primitiva de la daguerrotipia— en 1843, el pintor Hill consiguió obtener en Inglaterra unas imágenes fotográficas de una belleza tal que, en varios aspectos, todavía no se ha visto superada.

Hill nació en Perth, Escocia, en 1802. Era hijo de librero. Murió en Edimburgo en 1870. Casi toda su vida transcurrió en la tranquilidad de esa hermosa ciudad. Fue un pintor de mediocre valor, muy apreciado no obstante por sus compatriotas. Su obra se compone sobre todo de paisajes románticos al gusto de la época. Sólo una vez, aunque buena, se vio llevado a realizar una tarea de excepcional amplitud. En mayo de 1843, participó en la fundación de la Iglesia libre de Escocia. Dicho cisma dio pie a una inmensa manifestación que tuvo lugar en el gran hall de Tanfield, en Edimburgo. Más de doscientos eclesiásticos se reunieron para proclamar su retirada de la iglesia presbiteriana y para fundar una comunidad autónoma. Hill recibió el encargo de plasmar para siempre ese primer sínodo; por desgracia, era muy mal retratista, de modo que se decidió a usar la fotografía.

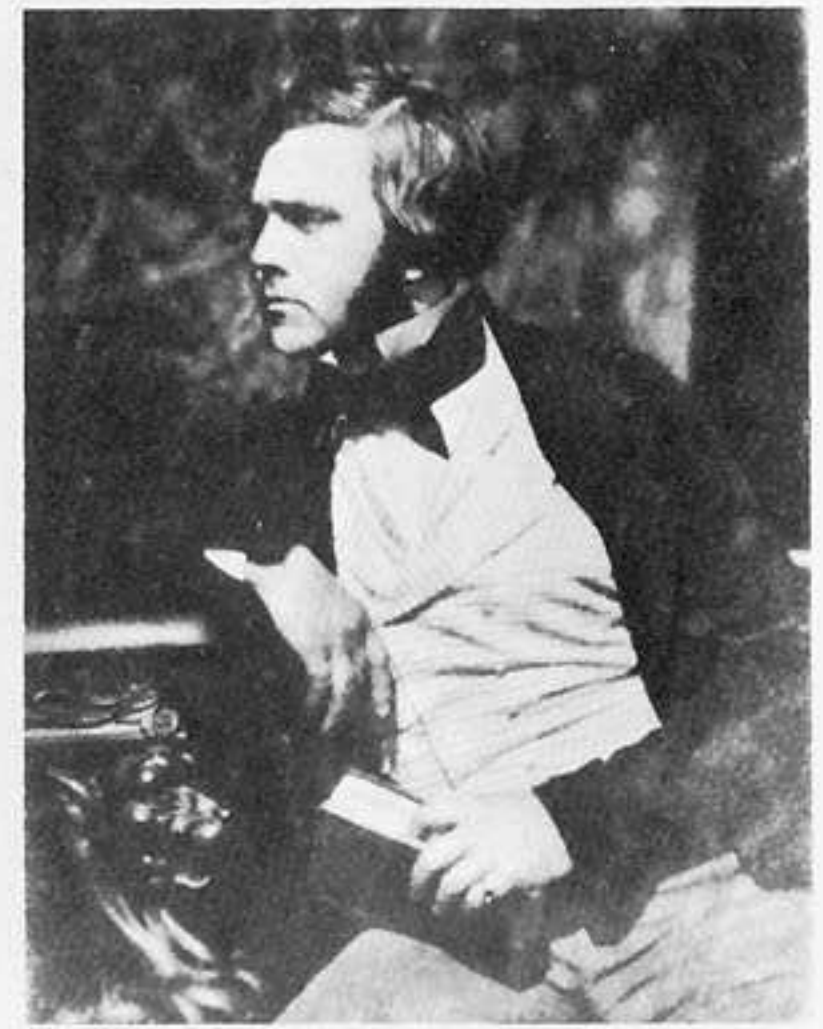
El procedimiento fotográfico que se conocía en Inglaterra era la *calotipia*, inventada por el sabio Fox Talbot hacia la misma época que la daguerrotipia. Durante un viaje a Italia, Fox Talbot había utilizado la cámara oscura para facilitarse el dibujo de los paisajes, y así fue como cayó en la investigación y luego en el descubrimiento de un procedimiento de negativo en papel vuelto transparente a base de cera. Esos negativos tenían la ventaja de permitir múltiples pruebas, cosa que no podía obtenerse con la daguerrotipia.

Ese fue el procedimiento que empleó Hill. El aparato que utilizó era de modelo similar al construido por Daguerre; su objetivo era tan débil que los modelos tenían que posar de tres a seis minutos a pleno sol. Conviene observar que Hill siempre se mantuvo fiel a su primer objetivo, a pesar de ulteriores perfeccionamientos; sin duda le pareció que la suavidad así obtenida permitía un resultado más artístico. Durante los años que siguieron a 1843, se consagró por entero a la fotografía. Sus retratos son admirables, no sólo por el sentido artístico que encierra sino además por la ardiente aplicación de sus modelos; aplicación que jamás da la impresión de artificiosidad, sino de intensa naturalidad,

como si cada uno, en una especie de tensión religiosa, procurara dar lo mejor de sí mismo. Todo eso desemboca en un cuadro monstruo de al menos cinco metros cuadrados donde se apiñan casi unas quinientas personas. Ese cuadro, que le ocupó unos veinte años, ha caído hoy en el olvido mientras que, en cambio, las fotografías que sirvieron de bocetos figurarán siempre entre los documentos más conmovedores de los primeros tiempos de la fotografía.⁷³

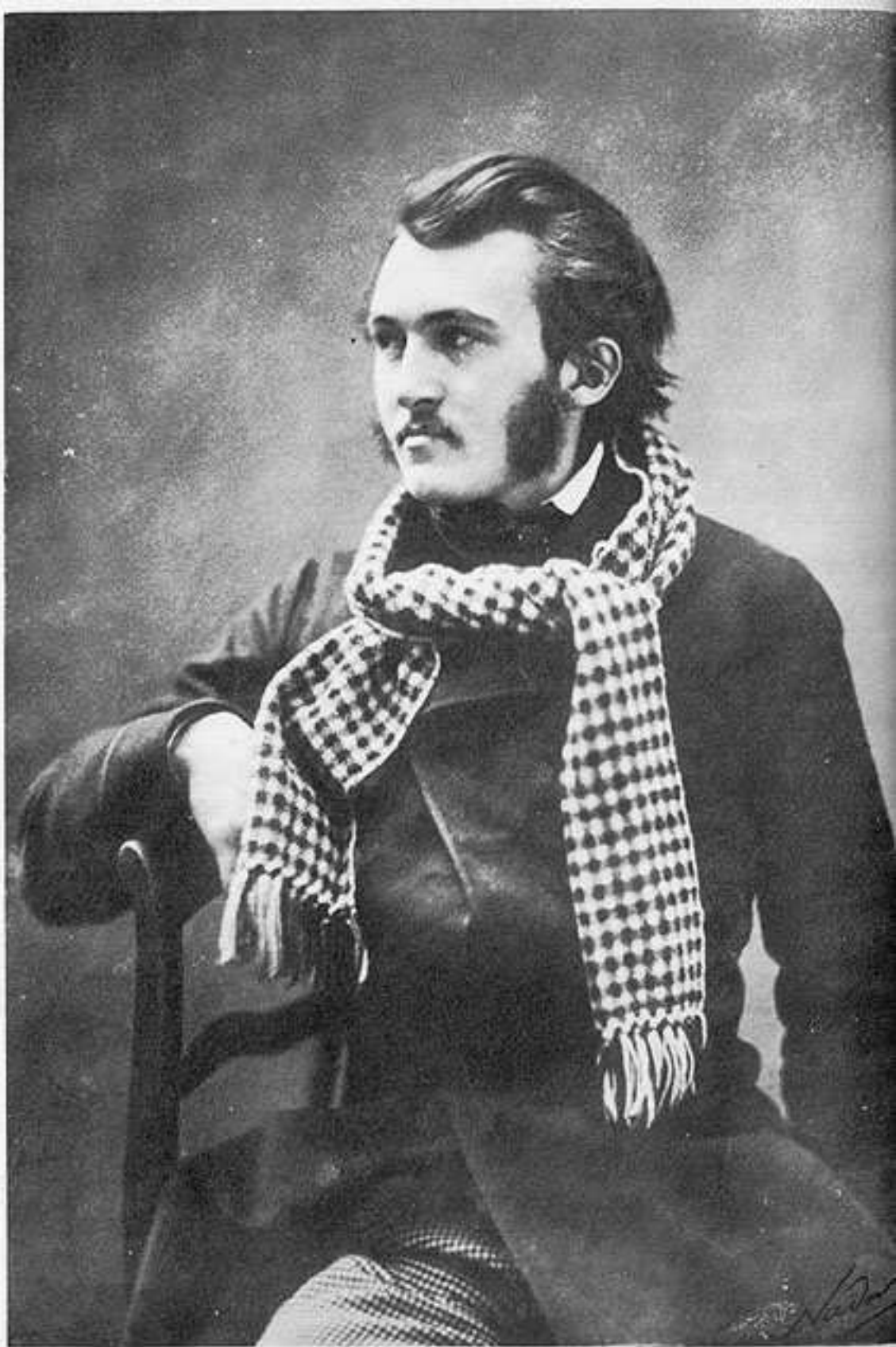
El interesante periodo de la primera fase de la fotografía tocó a su fin quince años después que se publicara la invención de Niépce. Los artistas fotógrafos cedieron su sitio a los fotógrafos de oficio o se convirtieron ellos mismos en profesionales para quienes el tema de las ganancias prevalecía por encima del de la calidad. Pese a sus esfuerzos por disimular las preocupaciones de índole económica bajo pretensiones artísticas, la controversia planteada desde el nacimiento de la fotografía se mantenía abierta: ¿es o no un arte la fotografía? Se acentuó más que nunca el debate sobre dicha cuestión, pero tales discusiones no ayudaron en absoluto a mejorar el nivel del gusto entre la nueva generación de fotógrafos.

El progreso técnico no es de ningún modo, en sí mismo, un enemigo del arte; al revés, podría secundarlo. Pero dadas las circunstancias, privó al retrato fotográfico de todo valor artístico durante medio siglo. En virtud de las leyes de la economía racionalizada, el mismo ser humano, con su trabajo, debía vivir cada vez más sometido a la máquina, fenómeno que también comprobamos en la historia de la fotografía. Esta entra entonces en una nueva fase que la llevará a adquirir los mismos rasgos de la sociedad.



Algunos retratos

Hiperrealismo en 1843, por David Octavius Hill; cuadro ejecutado entre 1843 y 1866 a partir de retratos fotográficos



Dos artistas fotógrafos: Nadar, retrato de Gustave Doré (1859)



Carjat, retrato de Charles Baudelaire (1859)



Un fotógrafo comercial: Disderi (autorretrato, 1860)



El actor Gueymard



El pintor Descamps



El sabio Ortolan



El escritor Paul d'Ivoi



Hacia 1850, la evolución social y económica de Francia sufrió una alteración que repercutió en la manifestación de las nuevas necesidades de las capas ascendientes. La política de Napoleón, en sus inicios, trajo a Francia un período de prosperidad; el emperador se había propuesto poner a salvo el orden burgués. Industria y comercio tenían que prosperar. Se otorgaron numerosas concesiones a los ferrocarriles, el Estado dio subvenciones, el crédito se organizó. Nuevas empresas nacían en todas partes; crecían la riqueza y el lujo de la burguesía. A esos años corresponde el nacimiento de los grandes almacenes: «Le Bon Marché», «Le Louvre», «La Belle Jardinière». En 1852, la recaudación del «Bon Marché» no pasaba de 450 000 francos; en 1869, ascendía a 21 millones.⁷⁴

Los efectos de esa política económica también repercutieron en la pequeña burguesía. Además, la sociedad moderna había creado por entonces un gigantesco aparato de funcionarios. Esas capas burguesas proporcionaron al retrato fotográfico una nueva clientela. Tras alcanzar la seguridad material, pretendían afirmarse mediante signos externos. La tarea principal de la fotografía consistía en satisfacer ese afán de representación.

En 1855, la gran Exposición del Palacio de la Industria incluía una sección especial de Fotografía, exhibiéndola así y por vez primera ante un público muy amplio. Dicha exposición suponía el aviso de su desarrollo industrial. Hasta entonces, la fotografía no había trascendido más que a un círculo limitado y únicamente a la élite de sabios y artistas. El público que escuchara el informe de Arago en la Academia de Ciencias en 1839 procedía sobre todo del mundo artístico y científico. La primera sociedad fotográfica fue la «Société Héliographique», fundada en 1851. La asociación

La emperatriz Eugenia (Le Gray, hacia 1860)

se componía sobre todo de sabios y artistas.⁷⁵ La fotografía comenzó a penetrar en un vasto público. Si hasta entonces los miembros de la élite intelectual eran casi los únicos en confiar al aparato la reproducción de sus rasgos, los revelados reflejan poco después un cambio de fisonomías.

En las exposiciones, el público se apretujaba ante las innúmeras fotografías de gente eminente y de celebridades. Debemos comprender lo que para esa época significaba el hecho de tener súbitamente ante la vista la efigie de personalidades que hasta entonces sólo podían admirarse de lejos. La exposición revelaba la existencia de todo un grupo de fotógrafos que sabían manejar con gusto el nuevo instrumento. La mayoría habían aportado de sus anteriores oficios aptitudes particularmente propicias, pues en su mayor parte procedían de carreras artísticas. La gente se apiñaba ante las fotografías del escultor Adam Salomon que exponía personalidades de la política, las finanzas y el mundo elegante; ante las de los pintores Adolphe, de Berne-Bellecourt y Louis de Lucy, de los caricaturistas Nadar, Bertall, Carjat y tantos más. Las preferencias recaían sobre los grandes formatos; las fotografías solían alcanzar casi medio metro de altura, y su realización evidenciaba una extraordinaria preocupación por el acabado. Su calidad artística residía en general en su integridad de todo retoque.⁷⁶

A la vez que se desplazaba la clientela, también los fotógrafos surgían de ambientes distintos. La repentina llegada de Napoleón que, el 2 de diciembre de 1852 se hacía proclamar emperador de los franceses, sirvió de ejemplo para muchos. Tal o cual que, aún la víspera, llevaban una existencia carente de toda seguridad, hoy se veían enriquecidos por los juegos de la Bolsa y las especulaciones. Los primeros tiempos del Imperio fueron una edad de oro para todos aquellos que, dotados de instinto comercial, tras olfatear la situación y sin nada que perder, supieron sacar provecho de ese cambio de fortuna. La época era extraordinariamente propicia para todas las iniciativas que respondieran a los deseos de la clase media.

Cuando se abre una nueva carrera, ofreciendo posibilidades de convertirse en una fuente fecunda de ingresos, es normal ver, en la oleada de competidores que irrumpen hacia ella, la existencia de elementos ajenos por su origen al nuevo oficio y sin relaciones directas con él. Más abundarán cuanto menor sea la competencia exigida. El oficio de fotógrafo atraía sobre todo, por los escasos conocimientos que reclamaba, a toda clase de individuos privados de bases seguras de subsistencia, salidos de la indefinida masa de los frustrados, e incapaces, por falta de cultura, de llegar a carreras más elevadas. No obstante, para convertirse en una empresa próspera, la fotografía debía seguir unas vías de desarrollo muy distintas.

Hacia 1852-1853 hizo su aparición en París un hombre que imprimió al desarrollo de la fotografía un cambio decisivo de orientación. En el boulevard des Italiens, centro de París, un nuevo estudio fotográfico abre sus puertas, dirigido por un tal Disderi. Hasta entonces, nadie había oído ese nombre en París. Apenas se sabía de dónde venía. Seguramente procedía de ambientes modestos. No cabía duda de que sus padres pertenecían a las clases pobres pues, al decir de sus contemporáneos, poseía una instrucción muy escasa.⁷⁷ Sin embargo estaba dotado de una inteligencia práctica y del sentido de la realidad. Con semejantes facultades, en esa época de prosperidad, hubiese podido, con igual éxito, «fabricar» en lugar de fotografías, cualquier otro artículo. La fotografía le pareció un medio excelente de ganar dinero. Trabajó amistad con el dibujante Chandellier que precisamente acababa de heredar una gran fortuna de un anciano tío, cura de aldea. Disderi obtuvo así el dinero necesario para establecer un taller de vasta envergadura.

Comienza entonces por imponer una nueva dirección a la evolución de la fotografía. En realidad, si Disderi fue quien provocó ese cambio radical dentro del oficio fotográfico, se debe al azar. Los adelantos fundamentales que inventó ya estaban en el aire. Fue el primero en captar, con un instinto muy acertado, las exigencias del momento y los medios de satisfacerlas.

Vio que la fotografía, dado su exceso de coste, sólo resultaba accesible a la pequeña clase de los ricos. Los altos precios se debían en parte al empleo de grandes formatos y en parte al hecho de que la placa metálica no se prestaba a la reproducción. Las particulares dificultades del tratamiento de las placas y el uso de grandes formatos exigían demasiado tiempo y esfuerzos. El fotógrafo se veía obligado en consecuencia a elevar sus precios; como en general trabajaba sin ayuda, le resultaba imposible suministrar sus productos en gran cantidad. Disderi comprendió estas deficiencias y comprendió asimismo que el oficio sólo daría resultados a condición de ampliar la clientela y de aumentar los encargos de retratos. Pero para eso había que plegarse a las condiciones económicas de las masas. Tuvo una idea genial. Reduciendo el formato, creó el retrato *tarjeta de visita* que correspondía aproximadamente a nuestro actual formato de 6 a 9 cm. Reemplazó la placa metálica por el negativo de vidrio, ya inventado desde hacía tiempo, y de ese modo pudo, por la quinta parte del precio habitual, hacer un cliché y entregar una docena de copias. Disderi pedía veinte francos por doce fotografías cuando hasta entonces la gente había pagado de cincuenta a cien francos por una sola prueba. Gracias a ese cambio radical de formatos y precios, Disderi logró la popularidad definitiva de la fotografía. Esos retratos que hasta ahora quedaban reservados a la nobleza y la burguesía rica, se volvieron accesibles para quienes vivían con menos holgura. Por una suma

que no sobrepasaba sus recursos, el pequeño burgués ahorrador podía satisfacer su necesidad de medirse con los ricos.

Disderi comenzaba a crear una auténtica moda del retrato fotográfico. Una circunstancia singular e inesperada vino a dar el supremo impulso a esa moda ya extraordinaria. Napoleón III, al salir hacia Italia a la cabeza de su ejército, el 10 de mayo de 1859, se detuvo ante el establecimiento de Disderi para hacerse una fotografía mientras el ejército entero, en apretadas filas, arma al hombro, le esperaba. De inmediato, el entusiasmo por Disderi no conoció límites. El mundo entero se enteró de su nombre y empezó a visitarle.⁷⁸

Las interminables colas de clientes que posaban delante de su objetivo le aportaron millones. El aparato fotográfico había democratizado el retrato de manera definitiva. Ante la cámara, artistas, sabios, hombres de Estado, funcionarios y modestos empleados son todos iguales. El deseo de igualdad y el deseo de representación de las diversas capas de la burguesía se veían satisfechas al mismo tiempo.

En 1854 Disderi, buen negociante, hizo patentar su invento de la tarjeta de visita.⁷⁹ Su establecimiento llegó a ser el más importante de su género, no sólo en París sino en toda Europa. Empleaba todo un ejército de colaboradores. Aparte de sus dos talleres, uno de los cuales ocupaba dos pisos, instaló además, aprovechando las circunstancias, una imprenta fotográfica. De este modo, podía entregar en cuarenta y ocho horas miles de copias a precios relativamente mínimos. Tomando por regla la fabricación de mercancías en serie a precios módicos, inauguraba un comercio con colecciones de contemporáneos célebres. El interés le inspiró toda clase de hallazgos. Entre otros, propuso la organización de un servicio fotográfico en el ejército. El 19 de febrero de 1861, recibió del Ministerio de la Guerra la autorización de ejecutar su proyecto. Desde entonces, cada regimiento tendría su fotógrafo.⁸⁰

Sin embargo en esa fase de la organización capitalista, lo que favorece el interés particular, también converge en favor de la comunidad. El arte se ve, en la medida de lo posible, popularizado por la fotografía. Ya comentaremos ese problema más adelante. El teatro, gracias a la publicación de los retratos de sus actores, se vuelve aún más popular. A partir de 1855, Disderi entrevé el enorme interés que ha de suponer la fotografía para el mundo económico y para toda la vida pública. Presiente el importante papel que años más tarde desempeñará en la industria de telas estampadas y pintadas y en la porcelana, y el valor que cerrará para arquitectos, médicos, ingenieros, constructores, etc.⁸¹

Sería difícil calcular el número de millones que pasaron entre sus manos durante esos años de triunfo. Disderi pertenecía a esa clase de nuevo rico que, a medida que aflúan las riquezas, las disipaba a manos llenas. El lujo de su apartamento, la cantidad

de sus casas de campo y sus costosas cuadras alimentaban los chismorreos de París.

Su caída fue tan rápida como su ascenso. Disderi arruinaba a los artistas fotógrafos que no querían adaptarse disminuyendo precios. Sin embargo fue víctima de su propia invención.

En todas las ciudades francesas, y sobre todo en París, los talleres fotográficos se multiplicaban velozmente. La gente abandonaba los más diversos oficios para adoptar el de fotógrafo que prometía un éxito sin precedentes. La nueva profesión suponía una salida para individuos de todo género. Ese, Fortier, es extintorero; aquél, Tripier, es hijo de un leguleyo, y fulano, en fin, es pasante, probablemente despedido.⁸² Bastaba con disponer de suficiente dinero para abrir un taller y comprar el aparato y demás utensilios; en aquellos tiempos de prosperidad de la fotografía, no era difícil encontrar la suma necesaria.

La competencia, además, inducía a refinamientos técnicos cada vez mayores; había que atraerse al público por todos los medios. Disderi disfruta de su fama. Al igual que tantos otros que llegaron de repente a la fortuna, juega al hombre rico, ocupándose más de la especulación de terrenos que de sus negocios. Su reputación va disminuyendo gradualmente al tiempo que aumenta el descontento de sus clientes. Estos, poco a poco, le abandonan por otros fotógrafos más concienzudos que, a pesar de la patente sacada por Disderi, también comienzan a hacer retratos llamados de tarjeta de visita. La fortuna se derrite entre sus manos y de pronto se encuentra tan pobre como cuando inició su carrera. No le queda más remedio que abandonar sus talleres y vender sus bienes. Renuncia a París y se va a la Riviera. En Biarritz, en Mónaco, intenta, con su nombre antaño famoso, crearse una nueva clientela y lleva la vida de un pobre e insignificante fotógrafo de playas. Finalmente se encalla en Niza y ahí, ese hombre que tantos millones había ganado, lleva una vida miserable, auxiliado por algunos amigos. Se ha esfumado su gloria, se ha frustrado su carrera. Durante sus agitados años de celebridad, arruinó su salud. Muere sordo y casi ciego en un asilo público de Niza.

La necesidad económica de una difusión lo mayor posible determinaba el carácter y la importancia social de la fotografía. Esta se había vuelto una gran industria en base a una vasta clientela. No bastaba, sin embargo, con que la fotografía se adaptara a las exigencias económicas de la clase burguesa ascendente también debía adaptarse a su gusto.

El gusto artístico del público se había cristalizado a través de las exposiciones anuales fundadas por Luis Felipe. El jurado se componía de directores de museos, miembros de la academia y aficionados cuyas decisiones se orientaban en el sentido del gobierno. Dicho jurado rechazaba todo lo que amenazara con romper los marcos del catecismo artístico del momento: así fue como apartó

las obras de los románticos, con Eugène Delacroix a la cabeza, y las de los paisajistas de toda tendencia. El gusto de Luis Felipe abarcaba todo aquello que pudiera fortalecer el sentimiento nacional, el patriotismo y la veneración de la casa reinante. El fue quien hizo adoptar el palacio de Versalles como galería de los fastos históricos de la nación francesa. En materia de arte, sus gustos y su conducta se hallaban dirigidos por la misma política del *término medio*, atemperada, alejada de cualquier extremo, que le guiaba en los asuntos de Estado. Era enemigo de cualquier innovación.⁸³

En la pintura histórica, los más brillantes representantes eran Paul Delaroche a la cabeza, el pintor de batallas Horace Vernet, Léon Cogniet y Robert Fleury. Sus obras llenaban las exposiciones. Eran los puntos de mira del público y el objeto principal de la crítica. Sus cuadros se distinguen por la falta de todo rasgo individual. Al contemplar una de sus telas, sea cual sea el tema, impresiona ante todo su inmediata inteligibilidad. La obra se da por entero, y en sus mínimos detalles, al espectador. En las composiciones de Léon Cogniet, de Delaroche o de Vernet, el dibujo se plega a unas medidas ya fijadas de antemano. El trato del color encierra parecida intención. Tanto si la pincelada es gruesa o ligera, la intención dominante del pintor consiste en ser verídica. Esos principios excluyen todos los semitonos. Cuando el pintor del *término medio* quiere ser *serio*, llena el cuadro de accesorios diversos. Si quiere ser *alegre* o *brillante*, multiplica los colores. Aun así, un exceso de exactitud o de veracidad hubiesen podido alejar al público, pues naturalmente no todos los personajes de la historia poseen una belleza. Por tal razón, hay que suavizar los gestos demasiado groseros y embellecer los rostros desagradables. La preocupación del pintor consiste en darle al cuadro una especie de mediana verosimilitud. Esa manera de pintar, en su principio, tiende a adoptar como tipo humano favorito el que predomine entre la clientela. A semejanza del *francés medio* que, por su atuendo, sus modales y sus reglas de buen tono, procura imitar a la capa dominante, también el pintor intenta evitar en sus telas todo lo que pudiera chocar con las reglas de decencia de esa clase.

Ese principio también impera entre los pintores de retratos. Su concepción estética no es ni realista ni idealista; no aceptan la fealdad; no buscan tampoco la expresión de un tipo de belleza ideal. El pintor reconocido de esa época se halla justo a mitad de camino de ambas concepciones: Para él, no hay más problemas que dar una visión *agradable*, mediante ciertos artificios, de cualquier persona por fea que sea.

Así pues, el pintor debe saber elegir el vestuario y dirigir los gestos con destreza. Una técnica gobernada por un desco moderado de exactitud, que tienda a efectos agradables, y lo bastante flexible como para adaptarse al gusto de la clientela, es una garantía de éxito. Un retrato cuidadosamente terminado según esos

principios ha de complacer a un cliente de clase media. El público se siente fascinado por lo que cree acabado con esmero, por la nitidez de la pincelada, por el *trompe-l'oeil*. En general, se interesa sobre todo por el tema.

Forzosamente la necesidad de gustar rebajaría la calidad de la expresión en los pintores cuyo arte constituía la base material de la existencia, obligados a halagar el gusto burgués. «Lo que de verdad le gusta, es lo bonito, lo trivial, lo pulcro. La miniatura de contornos precisos, la pintura anodina y relamida de tonos rosados y verdes, la escultura lisa, la fiel imitación de los detalles diminutos...»⁸⁴

La gran masa de público que se extasía ante la pintura moderna y exacta del *término medio* carece de educación. Es cierto que el desarrollo económico trae consigo posibilidades de instrucción para las clases inferiores. Sin embargo, la emancipación intelectual no anda tan aprisa como la emancipación económica, y el francés medio que también quiera poseer obras de arte, debe guiarse, si se trata de un retrato, busto, medallón, cuadro de iglesia o sepulcro, de acuerdo con la moda dirigente. Acepta mansamente a los pintores oficialmente reconocidos y consagrados. Por lo tanto, la misma existencia de los pintores depende de su sumisión a la Academia. De ese modo, la masa vive influida en sus gustos por una institución de Estado que, a su vez, es la expresión de sus tendencias.

Será precisamente ese público el que forme la clientela más nutrida del fotógrafo. Este, cuyo ascenso responde al mismo proceso que el de su clientela, carece igualmente de educación. De modo que no puede hacer más que lo que ya han hecho sus antecesores. Remeda los géneros aceptados. Su única fuerza consiste en trasladar al arte fotográfico los hábitos estéticos que imperan en la masa.

El valor del fotógrafo Disderi como hombre de negocios residía en el hecho de que adaptaba su producción, no sólo a la situación económica de la clientela, sino también a sus condiciones intelectuales. Si observamos las innumerables fotografías *fabricadas* por Disderi en el transcurso de su actividad, lo que más nos impresionará de esas imágenes, es la absoluta falta de expresión individual, esa expresión por el contrario tan característica en las obras del artista fotógrafo Nadar. Ante los ojos del espectador desfilan, en interminables hileras, los representantes de todos los niveles y de todas las profesiones de la burguesía y, detrás de esas estereotipadas imágenes, las personalidades han desaparecido casi por entero. El arquetipo de una capa social borra al ser individual. Mientras que los artistas fotógrafos solían situar el rostro como centro de la imagen, ahora el valor recae sobre toda la estatura. Los accesorios que aderezan el retrato distraen al espectador de la persona representada.

Gruesos infolios solícitamente amontonados sobre un velador, cuya grácil silueta evoca cualquier cosa, excepto una mesa de trabajo, y cuadernos abiertos o cerrados en ingenioso desorden, tal es la ambientación requerida para presentar a un escritor o a un sabio. El mismo individuo se ve constreñido a una pose: el brazo izquierdo apoyado en la mesa (esa actitud es el resultado de poses interminables), los ojos sumidos en la meditación, una pluma de oca en la mano derecha, gestos todos ellos que le convierten a él mismo en un accesorio del taller. El gesto patético de un señor gordo y disfrazado que se tuerce los brazos, con un puñal a sus pies, basta para que reconozcamos a un primer tenor de la Opera. El nombre, aun célebre, es lo de menos. Lo que salta a la vista es el arquetipo de *cantante de ópera*, tal como lo ven Disderi y, tras él, el público. Por lo que hace al pintor, basta con un caballete y un pincel. Los pliegues de una larga cortina forman un fondo pintoresco. El *hombre de Estado* sostiene en su mano izquierda un rollo de pergamino. Su brazo derecho se apoya en una balaustrada cuyas macizas curvas figuran sus pensamientos cargados de responsabilidades. El taller del fotógrafo se convierte así en el almacén de accesorios de un teatro que guarda preparadas, para todo el repertorio social, las máscaras de sus personajes.

Los accesorios característicos de un taller fotográfico de 1865 son la *columna*, la *cortina* y el *velador*. En medio de tal disposición se coloca apoyado, sentado o erguido, el protagonista de la fotografía, *de pie*, *de medio cuerpo* o *en busto*. El fondo queda ampliado, de acuerdo con el rango social del modelo, mediante accesorios simbólicos y pintorescos. Pero antes de llegar a eso, la disposición del taller es incompleta. En 1840 todavía, los primeros pacientes de la fotografía tenían que sentarse justo al lado de la ventana, expuestos a un sol ardiente que les empapaba de sudor, y debían soportar durante varios minutos los sufrimientos de la inmovilidad. Después, sin embargo, se inventó un aparato llamado *apoya-cabezas*, que se adaptaba al cráneo, y una especie de sillón de operaciones, invisible al objetivo, que fijaba por detrás el cuerpo de los pacientes. Así se evitaban, en el largo rato de la pose, los movimientos que hubiesen alterado la imagen. A la mágica orden del fotógrafo: «Sonría, por favor», el rostro ya crispado, exhibía una rígida sonrisa. Con esa sonrisa desaparecía, en casi todas las fotografías, el último contenido individual. Esas imágenes resultaban parodias de rostros humanos.

Las manos desempeñaban una función muy importante. Unos se hacen representar con la mano derecha en el pecho; otros la apoyan con indolencia en la cintura o la dejan colgando a lo largo del muslo. Tal señor juega con la cadena del reloj, tal otro sumerge la mano derecha en el interior del chaleco con ademán pensativo, imitación de los grandes oradores parlamentarios. En las poses, hasta las más sencillas y más naturales, en apariencia,

se nota un henchimiento interno, una importancia ingenua y cómica; ni siquiera la manera que tienen esos burgueses de llevar los lentes escapa a un énfasis y a una dignidad.⁸⁵

Nuevas técnicas, de modo general, se desarrollan según las necesidades sociales de la época. El burgués, sumamente empeñado en ofrecer un aspecto *agradable*, suscita el nacimiento de una técnica capaz de eliminar de su imagen todos los detalles molestos que la simple pose no lograba disimular, como eran las pecas, una nariz ridícula, las arrugas, etc. Esa técnica es el *retoque*. A la vuelta de 1860 aparecen los primeros objetivos anastigmáticos (concretamente en 1884), que se distinguen por una nitidez desconocida hasta entonces y que favorecían así el desarrollo del retoque. Mientras que el pintor, en el transcurso de su labor, podía, si lo juzgaba oportuno, borrar todos los accidentes del rostro, el aparato fotográfico en cambio reflejaba con minuciosidad y exactitud todos los detalles. Gracias al retoque, el fotógrafo tenía la facultad de eliminar lo que pudiera desagradar a la clientela.

El retoque del negativo fue un invento del fotógrafo muniqués Hampfstängl. En la Exposición de 1855, en Francia, se exhibieron por vez primera pruebas retocadas. Hampfstängl exponía el mismo retrato sin retocar y retocado, causando sensación. El retoque fue un factor decisivo en el desarrollo ulterior de la fotografía. Supuso asimismo el principio de su decadencia, pues su empleo desmedido y abusivo eliminaba todas las cualidades características de una reproducción fiel, despojando a la fotografía de su valor esencial.

La anécdota siguiente ilustra de qué modo muchos fotógrafos aplicaban el retoque: «Si alguien trae su fotografía y le hace notar al fotógrafo que tiene sesenta y no treinta años, que tiene arrugas en la frente y pliegues en el mentón, las mejillas chupadas y una nariz chata que nada tiene que ver con la nariz griega que le han fabricado, seguro que recibirá la siguiente respuesta: ¡Ah! ¡Pero usted quería un retrato que se pareciera! Haberlo dicho. ¡Cómo íbamos a adivinarlo!».⁸⁶

El fotógrafo que juzgaba la estética de su arte con relación a la de la pintura, creía ser pintoresco cuando, a base de retoques, creaba figuras lisas y sin sombras.⁸⁷ De ese modo iba al encuentro del gusto del momento, del gusto del gran público que prefería los cuadros lisos y de contornos bien perfilados del pintor Delaroche, en lugar de las armonías tumultuosas de colores de un Delacroix.

Los principales colaboradores del fotógrafo son en ese instante los retocadores y los pintores especializados. Estos últimos están encargados de dar color a las fotografías, pues las fotografías coloreadas se han puesto de moda. Mientras el operador cuidaba de la pose de su modelo, iba tomando someros apuntes como los de un pasaporte: tez ordinaria, ojos azules o marrones, cabellos castaños o negros. Días después, el cliente recibía la fotografía colo-

reada, enmarcada y pegada sobre una cartulina. Y así, la fotografía se convertía en realidad en un sucedáneo de la miniatura y del retrato al óleo. Disderi, el primero que adaptó la fotografía a la mentalidad de esa nueva clientela, fue también el primer teórico de esa clase de fotografía. En 1862, publicaba una *Esthétique de la Photographie*. En efecto, escribía Disderi, el fotógrafo podrá expresar, igual que el pintor, el espectáculo natural con sus formas, sus accidentes de perspectiva, de luz y de sombra. Definía las cualidades de una buena fotografía con ayuda del siguiente programa:

1. Fisonomía agradable (!).
2. Nitidez general.
3. Las sombras, las medias tintas y los claros bien pronunciados, estos últimos brillantes.
4. Proporciones naturales.
5. Detalles en los oscuros.
6. ¡Belleza!⁸⁸

Esta enumeración ya demuestra por sí sola hasta qué punto Disderi adoptaba las ideas estéticas vigentes entre los pintores del *término medio* y cómo trasplantaba sus conceptos estéticos a la fotografía.

La verdad en la representación de los acontecimientos externos, de muebles y accesorios, resultaba la condición fundamental de un retrato fotográfico. Ese principio no era otro que el de la pintura histórica de entonces. Delaroche que, durante unos veinte años, fue el pintor más celebrado de su época, preparaba cada composición con un extremo afán de exactitud. Su primer boceto iba seguido de un dibujo detallado, coloreado a la acuarela. Con ayuda de muñecos de yeso o de cera, estudiaba el agrupamiento de los personajes, la distribución de luz y sombras. Conocidos actores figuraban como los personajes principales y cada detalle del traje, de la disposición del lugar, quedaba fijado con una voluntad de exactitud histórica.

Esos mismos principios guiaban al fotógrafo. Así es como Disderi impone la condición de que «la actitud esté en armonía con la edad, la estatura, los hábitos, las costumbres del individuo...».⁸⁹ El pintor procuraba hacer de su pintura una descripción de la historia. El fotógrafo creía en la obligación de seguir al pintor por esa vía. En la Exposición del Palacio de la Industria, en 1855, se podían admirar algunas de esas *fotografías de género* ejecutadas en Inglaterra. Por eso Disderi proponía: «En un inmenso taller perfectamente arreglado, el fotógrafo, dueño de todos los efectos luminosos, mediante velos y reflectores, provistos de fondos de tipo, de decorados, accesorios, trajes, ¿no podría acaso, con modelos inteligentes y bien adiestrados, componer cuadros de género, escenas históricas? ¿No podría buscar el sentimiento como Scheffer, el

estilo como Ingres? ¿No podría tratar la historia como Paul Delaroche en su cuadro de la *Muerte del Duque de Guisa*?».⁹⁰

Esta aplicación de la fotografía no se vio coronada por el éxito. Las tentativas no dejan de evidenciar, sin embargo, hasta qué punto, por esa época, se prescindió del carácter de la fotografía. Sucede que la exigencia primordial del cliente cuando visita al fotógrafo consiste en que le halaguen. Por eso Disderi propone: «Hay que obtener la mayor belleza que pueda sugerir el cliente... Que se trate de arte y que el arte busque la belleza». La satisfacción de tal exigencia es la causa de que el fotógrafo se convierta en un hombre popular y de que se vayan enriqueciendo los álbumes familiares. De ahora en adelante, en las repisas de las chimeneas, en los veladores, en las consolas, en las paredes de los apartamentos, sonríe bonachón el burgués y, a su lado, sus hombres de Estado preferidos, sus sabios, sus actrices, etc. La fotografía ya no se limita a un valor de documento: se ha vuelto símbolo de la democracia. Será verdaderamente un buen fotógrafo quien, con su aparato, al igual que el pintor con su pincel, sepa reflejar la grandeza del burgués vestido de oscuro.



Monsieur Thiers (Disderi, hacia 1860)



Coubert, *El reposo*; el desnudo en la pintura y en la fotografía a mediados del siglo XIX

Los movimientos y la actitud de los artistas de la época con respecto a la fotografía

La fotografía, nacida de la cooperación de la ciencia y de nuevas necesidades de expresiones artísticas, fue objeto de violentos litigios en el momento de su aparición. Saber si el aparato fotográfico no era más que un instrumento técnico, capaz de reproducir las apariencias de manera puramente mecánica, o si había que considerarlo como un auténtico medio de expresar una sensación artística individual, caldeaba las mentes de los artistas, críticos y fotógrafos. Esa querella, que engendraba artículos y polémicas personales, se dirimió tanto en los talleres como ante los tribunales. La Iglesia también tomó posición; muy hostil al principio, inspiró a un periódico alemán el siguiente párrafo: «Querer fijar reflejos fugaces no sólo es una imposibilidad, tal como ya han demostrado experiencias muy serias realizadas en Alemania, sino que ese querer linda con el sacrilegio. Dios creó al hombre a su imagen y ninguna máquina humana puede fijar la imagen de Dios; debería traicionar de golpe sus propios principios eternos para permitir que un francés, en París, lanzara al mundo invención tan diabólica».⁹¹

La transformación social y económica que se operó en el seno de la burguesía del siglo XIX, tuvo por consecuencia un desplazamiento de los estados de conciencia. El desarrollo de la industria, paralelo al desarrollo de la técnica, el progreso de las ciencias que crecía al mismo tiempo que la necesidad de industrialización, exigían formas económicas racionales. El resultado fue una transformación de la representación que la gente se hacía de la naturaleza y de sus relaciones recíprocas. Se iban descubriendo una nueva conciencia de la realidad y una apreciación desconocida de la naturaleza; su consecuencia en el arte fue un impulso hacia la objetividad, impulso que corresponde a la esencia de la fotografía.

Esa época encuentra su mejor expresión en la filosofía positiva. Se exige una exactitud científica, una reproducción fiel de la realidad en la obra de arte. La expresión de Taine: «Quiero reproducir las cosas como son o como serían, aunque yo no existiera», se convierte en el leitmotiv de una nueva estética.

Esa nueva actitud espiritual despertó una viva atención por la fotografía. ¿Acaso no se podía, con ayuda de esa nueva técnica, realizar de manera inmediata la objetividad de la naturaleza que exigía el artista? ¿No era la fotografía una nueva forma del arte? Los celosos partidarios de esa teoría, que situaban a igual nivel el aparato fotográfico y la paleta, declaraban que, aun admitiendo que fuera el aparato el que efectuara la fotografía, el gusto artístico del operador intervenía con fuerza similar en la originalidad, en la composición y en la iluminación del tema.

La opinión adversa pretendía que la fotografía apenas era capaz como máximo de proporcionar una labor mecánica que no tenía ninguna afinidad con el arte.

Es evidente que la fotografía, durante el siglo XIX, no hubiese llamado tanto la atención en los medios artísticos si la influencia de las transformaciones sociales no hubiese revelado nuevas tendencias en el arte. El movimiento social, salido de la revolución de 1848, tuvo asimismo una influencia en la producción artística.

Con los inicios de la conciencia de clase de los trabajadores y el ascenso de las capas pequeñoburguesas, se formaba una generación de artistas que figura en los inicios de una crítica social consciente. Ya en 1835, Henry Monnier intentaba, en las *Scènes populaires*, la descripción de una exactitud en cierto modo fotográfica y taquigráfica de la vida burguesa. Por esa misma época, en *Madame Bovary*, que suscitó un escándalo social, Flaubert, con una franqueza implacable, exponía la falsedad de la existencia llevada por la pequeña burguesía de provincias.

Hacia 1855, ya se discutía públicamente acerca de una nueva tendencia artística, cuyo nombre era realismo. Mientras la fotografía celebraba su advenimiento en el marco de la exposición mundial de 1855, mientras el público admiraba esas copias tan exactas de la naturaleza, ese mismo público boicoteaba la pintura de los primeros realistas, a pesar de que parecieran manifestar un orden de tendencias idénticas.

En el Salón, no había sitio para un Courbet cuyos cuadros llevaban como firma: Courbet sin religión y sin ideal. Pagando de su bolsillo, organizó una exposición en la avenue Montaigne, con el siguiente rótulo en la entrada: Realismo.

El manifiesto de las tendencias realistas fue la revista *Le Réalisme*, cuyo primer número apareció en 1856.⁹²

La teoría de esos primeros realistas es inseparable de la estética positivista. Sus exigencias podían derivar de la aparición

del aparato fotográfico. «Sólo se puede pintar lo que se ve», declaran. Censuran la imaginación como algo no objetivo, como una tendencia subjetiva a la falsificación. Según ellos, la actitud con respecto a la naturaleza ha de ser absolutamente impersonal hasta el punto de que el artista debe ser capaz de pintar diez veces seguidas el mismo cuadro, sin vacilar y sin que las copias ulteriores difieran en lo que sea de la copia precedente. La admiración que el artista profesa por la naturaleza no tiene límites. Para ellos Courbet es el maestro que pinta los objetos con formas y colores tal como los presenta la realidad.⁹³ La obra de arte ha de mostrar un contenido objetivo, obtenido directamente de la naturaleza que nos rodea.

Se extiende la consigna: formar al joven artista en contacto inmediato con la naturaleza, alejarlo de los oscuros museos, de las obras de arte sin vida. Al mismo tiempo que la fotografía, nace la pintura al aire libre. Los pintores naturalistas rechazan el calificativo de artistas. Son pintores y nada más. Se consideran como artesanos diestros. En sus planteamientos estéticos, la realidad óptica se identifica con la realidad de la naturaleza. El punto de partida es el mismo que en fotografía, pues para el fotógrafo, precisamente, la realidad de la naturaleza es exactamente la realidad óptica de la imagen. El punto visible es *su único dominio*. Su cliché no puede ofrecerle más de lo que ve; la imaginación queda para él totalmente desterrada; su tarea consiste en determinar el tema, en valorarlo dentro del mejor marco, en dosificar las relaciones de sombra y luz, y ahí se termina su trabajo. Trabajo terminado aun antes de que haya funcionado el aparato.

Los realistas exigían del pintor que se eclipsara modestamente detrás de su caballete. Esa exigencia encuentra su realización en el taller del fotógrafo. Una vez conseguida la imagen, se desprende de su realizador. El fotógrafo se halla ligado a una realidad muy definida pudiéndola corregir pero no transformar. Gracias a la técnica de la fotografía se descubrió precisamente un mundo que, hasta entonces, había pasado desapercibido. El aparato se aproximaba a las realidades cotidianas del mundo visible que de golpe cobraban importancia.

No cabe duda de que el dogma de los realistas cae en la exageración, pero la hostilidad con que la crítica y el público acogieron sus obras contribuía a esa exageración. Al principio, sufrieron ataques virulentos, pero luego todo el mundo reconoció y aceptó la nueva tendencia de la que fueron pioneros.

Los realistas, a pesar de su programa, se negaban a considerar la fotografía como un arte. Champfleury, en un artículo que apareció en la *Revue de Paris*, declara: «Lo que veo entra en mi cabeza, baja por mi pluma y se convierte en lo que he visto... Como el hombre no es una máquina, no puede captar los objetos maqui-

nalmente. El novelista elige, agrupa, distribuye, el daguerrotipo, en cambio, ¿realiza el mismo esfuerzo?».

Por su relación con el movimiento realista o naturalista, el valor y la influencia de la fotografía en el arte sufrieron violentas discusiones. Los que, hacia 1850, representaban la crítica de arte oficial, atacaron intensamente a los naturalistas. «El gusto por el naturalismo es pernicioso para el arte elevado», declara el crítico Delécluze en su artículo sobre la exposición de 1850. La moda del retrato que gozaba cada vez de mayor favor entre el público, fue pretexto para esa opinión. «Esa moda artística es hoy en día la prueba del mayor adelanto y la máxima regularidad cultural.» Pero entonces, según Delécluze, ¿a quién le debe el arte la regularidad de sus progresos? «Conviene decirlo, a la presión cada vez más intensa que desde hace diez años ejercen, sobre la imitación en las artes, dos potencias científicas que actúan *fatalmente*, me refiero al daguerrotipo y a la fotografía, con las que los artistas ya no tienen más remedio que contar».⁹⁴

Pese a esa importante confesión, Delécluze se veía obligado, por su posición, a combatir el naturalismo. Pertenecía a una honorable y conservadora familia burguesa; su padre era arquitecto y él mismo había estudiado pintura con David. Sus planteamientos se emparentaban con los de la Academia, tan querida por los medios burgueses conservadores y respetuosos de las tradiciones.

Delécluze, en sus críticas del Salón publicadas por el *Journal des Débats*, se deslizaba del *bello ideal* al *término medio*. Rechazaba la escuela naturalista moderna y siempre que le era posible asimilaba la fotografía a la decadencia que veía en el arte. Esa actitud del septuagenario Delécluze quien, por el hecho de su edad y de la misma naturaleza de sus estudios, no podía simpatizar con la teoría radical de los naturalistas, encontró la oposición de un hombre de treinta y tres años, el crítico Francis Wey. La diferencia de las dos posturas asumidas era expresión directa de unas generaciones diferentes.

En una réplica aparecida bajo el título *Du Naturalisme dans l'art*, Francis Wey procuraba, tomando partido a favor de los fotógrafos, demostrar la diferencia entre los verdaderos realistas y los simples aprovechados de la moda que Delécluze, convencido de la perniciosa influencia de la fotografía, confundía con los realistas. En el sitio concedido a la naturaleza, Francis Wey veía ante todo un rejuvenecimiento de la pintura que se había estancado en un punto fijo. «Ese violento retorno a la naturaleza reinserta en el arte unos principios de vida... Por otra parte el abuso de la naturaleza resulta mucho menos peligroso que el exceso de lo contrario.» Irónicamente decía: «¿Quién es a ojos de los pintores y críticos de la Academia, el primer, el auténtico, el gran culpable? ¿Quién es ese revolucionario, ese implacable nivelador del arte

moderno? Es la fotografía». Bien entendida, puede ayudar a que el artista se alce por encima de una copia puramente mecánica de los objetos; puede servir para borrar los defectos vulgares del arte moderno. «Lo que define al artista, no es exclusivamente el dibujo, ni el color, ni la fidelidad de una copia: es la inspiración divina, de origen inmaterial. El cerebro, y no la mano, es lo que constituye el pintor; el instrumento se limita a obedecer. Reduciendo a la nada lo que le es inferior, la fotografía predestina el arte a nuevos progresos, y conectando de nuevo al artista con la naturaleza, lo aproxima a una fuente de inspiración cuya fecundidad es infinita».⁹⁵

En las actitudes que enfrentaban a Delécluze y Wey, no conviene ver únicamente divergencias personales; indicaban asimismo que la estética general se enriquecía de nuevos conceptos, inseparables de las grandes corrientes intelectuales de la época. Taine, en la *Philosophie de l'art* y en el ensayo sobre *La Fontaine et ses fables*, había dado a la estética una dirección totalmente nueva. «Para comprender una obra de arte, un artista, un grupo de artistas, hay que representarse con exactitud el estado general de pensamiento y costumbres a que pertenecían».⁹⁶ Las producciones de la mente humana, al igual que las de la naturaleza viva, sólo se explican a través de su ambiente».⁹⁷

Sin embargo, incluso para la estética positivista, el arte no consistía únicamente en una imitación absoluta de la naturaleza. Así lo demostró la posición adquirida con respecto a la fotografía. «¿Es algo cierto desde todos los puntos de vista, y debemos concluir que la imitación absolutamente exacta es la meta del arte?... Por otro lado y a otro nivel, la fotografía es el arte que, sobre un fondo llano, con líneas y tintes, reproduce de forma más completa, y sin error posible, el contorno y el modelo del objeto que se ha propuesto imitar. No cabe duda de que la fotografía es para la pintura un auxiliar útil; a veces se ve manejada con gusto por personas cultivadas e inteligentes; pero al fin y al cabo, no tiene la intención de compararse con la pintura... Tenemos en el Louvre un cuadro de Denner. Trabajaba con lupa y tardaba cuatro años en hacer un retrato; nada falta en sus caras, ni las estrías de la piel ni el jaspeado de los pómulos, ni los puntitos negros diseminados por la nariz, ni el afloramiento azulado de esas venillas microscópicas que serpentean bajo la epidermis, ni los destellos del ojo que recogen los objetos vecinos. Uno se queda estupefacto: la cabeza produce un efecto ilusorio, parece que se vaya a salir del marco; nunca habíamos visto semejante acierto ni semejante paciencia. Pero, en suma, un ancho boceto de Van Dyck posee una fuerza cien veces superior, y ni en pintura ni en cualquier otro arte se conceden premios al *trompe-l'oeil*».⁹⁸

La gran boga del retrato fotográfico explotado en su mayoría por gentes que sólo buscan enriquecerse lo antes posible, consolidaba grandemente la mala reputación de la fotografía en el

mundo artístico. No siempre era fácil distinguir entre el grupito de fotógrafos conscientes y los demás. Por tal motivo, el juicio de los artistas de esa época solía ser contradictorio. Así, el poeta Lamartine que, en 1858, condenaba la fotografía, «ese invento del azar que jamás será un arte, sino plagio de la naturaleza a través de la óptica», mudó de opinión tras haber visto las hermosas pruebas de Adam Salomon que había sido escultor. Instruido por las experiencias que le había proporcionado la escultura, obtenía unos efectos de luz, una plástica y cierta morbidez que prestaban a sus fotografías un particular atractivo. Hasta entonces, existía la costumbre de situar el tema casi siempre a pleno sol, produciéndose así unos contrastes de extrema dureza. Adam Salomon demostraba en sus retratos la importancia capital de una justa aplicación de la luz. El efecto artístico conseguido provocó en Lamartine una verdadera conversión:

«La fotografía, contra la que lancé un anatema, inspirado por el charlatanismo que la deshonra multiplicando las copias, la fotografía es el fotógrafo. Tras haber admirado los maravillosos retratos captados de un rayo de sol por Adam Salomon, ya no afirmamos que se trata de un oficio: se trata de un arte; más que un arte, es el fenómeno solar mediante el cual el artista colabora con el sol».⁹⁹

Los argumentos que en su polémica invocaban los artistas del siglo XIX se hallaban muy motivados por la divergencia de tendencias artísticas en el mismo seno de la élite intelectual. Por ejemplo, el clasicista Ingres condenaba el naturalismo moderno, porque sólo contaba «el divino arte de los romanos». Para Ingres, académico, la fotografía era despreciable, al igual que esos artistas modernos, profanadores del «sagrado templo del arte». La fotografía era a sus ojos una manifestación de ese progreso: «Ahora quieren mezclar la industria al arte. ¡La industria! ¡No nos interesa! Que se quede en su sitio y que no venga a establecerse en las gradas de nuestra escuela de Apolo, consagrada únicamente a las artes de Grecia y Roma».¹⁰⁰

No ha de asombrarnos, por consiguiente, que la firma de Ingres figure en una protesta de artistas que se alzaron contra la fotografía afirmando que nada tenía que ver con el arte.

El área de penetración de la fotografía, limitada en principio a la élite intelectual, se extendió hacia 1860 a las amplias masas de la burguesía y de la pequeña burguesía. Los primeros partidarios de la fotografía se convirtieron en sus más furibundos enemigos. El gusto del público, que ahora constituía el grueso de la clientela de la fotografía, la había reducido a un nivel inferior.

Baudelaire opinaba que la fotografía se había vuelto pretexto para un cáustico desafío dirigido a «esa clase de mentes no instruidas y obtusas que juzgan las cosas únicamente por sus contornos». Veía la fotografía como un procedimiento apto para hala-

gar la vanidad de un público que no entiende nada de arte y que prefiere el *trompe-l'oeil*. «La inmunda sociedad se abalanzó, como un solo Narciso, a contemplar su trivial imagen sobre el metal... El amor de la obscenidad, tan agudo en el corazón natural del hombre como pueda serlo el amor de sí mismo, no dejó escapar esa inmejorable ocasión de satisfacerse».¹⁰¹ La fotografía le procuraba a Baudelaire un modo de criticar a un tiempo la decadencia del gusto y las masas, «que se plantan delante de un Ticiano o un Rafael, uno de esos ya popularizados por el grabado; salen luego satisfechos, diciéndose más de uno: conozco mi museo».¹⁰²

Baudelaire era un *outsider*, un burgués al margen de la burguesía. Se pasó toda la vida huyendo de esa burguesía que le perseguía bajo el aspecto del prestamista. Odiaba esa sociedad burguesa que demostraba incapacidad de entenderle, la misma incapacidad que él tenía en adaptarse. Considerándose un aristócrata, se oponía a las tendencias democráticas de su tiempo, tendencias que pretendían poner el arte al alcance de todos. Le parecía que la fotografía favorecía esa evolución. «Algún escritor demócrata habrá visto en eso la manera barata de propagar entre el pueblo el asco por la historia y por la pintura, cometiendo así un doble sacrilegio e insultando a la vez la divina pintura, y el sublime arte de la comedia.» La industria —y para él la fotografía era una industria— no tenía ningún punto común con el arte. La fotografía sólo representaba a ojos de Baudelaire una «invención debida a la mediocridad de los artistas modernos y el refugio de todos los pintores fracasados». A su juicio el movimiento naturalista era el signo de una decadencia de la pintura. «En aquellos días deplorables, se produjo una nueva industria, que contribuyó no poco a confirmar la necedad en su fe y a arruinar lo que de divino podía quedar aún en el espíritu francés... Creo en la naturaleza y sólo creo en la naturaleza... Creo que el arte es y no puede ser más que la reproducción exacta de la naturaleza... De este modo, la industria que nos diera un resultado idéntico a la naturaleza sería el arte absoluto. Un Dios vengador acogió los deseos de aquella multitud. Daguerre fue su mesías. Y entonces, dicha multitud se dijo: Puesto que la fotografía nos da todas las garantías deseables de exactitud (¡eso es lo que se creen los muy insensatos!), el arte es la fotografía».¹⁰³

Según él la fotografía ha de regresar a su sitio verdadero que es el de sirvienta de las artes y de los artistas, una simple herramienta; ni la imprenta, ni la taquigrafía, por ejemplo, crearon o produjeron la literatura.

Delacroix consideró la fotografía como un auxiliar muy precioso que podría completar la enseñanza del dibujo; constataba que el daguerrotipo debía, en cierta medida, equipararse a un traductor capaz de hacernos penetrar más hondamente en los misterios de la naturaleza. A pesar de su asombrosa realidad, la fotografía, en cierto sentido, no es más que un reflejo de la realidad,

una copia servil a fuerza de exactitud. Declaró a propósito de una crítica del libro de Madame Cavé sobre *Le Dessin sans Maître*, que «en pintura, el espíritu es quien habla al espíritu, y no la ciencia quien habla a la ciencia». Esa reflexión de Madame Cavé reaviva la vieja querella de la letra y del espíritu: es una crítica contra esos artistas que, en lugar de coger el daguerrotipo como un consejo, como una especie de diccionario, lo convierten en el mismo cuadro. Creen estar mucho más cerca de la naturaleza cuando, a fuerza de trabajos, no han estropeado mucho en su pintura el resultado obtenido primero mecánicamente. Quedan aplastados por la desesperante perfección de ciertos efectos que hallan en la placa de metal. Cuanto más procuran imitarla, más descubren su debilidad. Su obra, por lo tanto, no es más que la copia necesariamente fría de esa copia imperfecta a otros niveles. El artista, en una palabra, se vuelve una máquina uncida a otra máquina». ¹⁰⁴

Delacroix rechaza la fotografía en tanto que obra de arte, lo esencial, desde su punto de vista, no era el parecido exterior, sino la intención. El retratista ha de reflejarnos más de lo que estamos acostumbrados a ver. «Examinad los retratos hechos al daguerrotipo: de cada cien, no hay ni uno que sea soportable, pues, más que la regularidad de los rasgos, concluía, nos sorprende y nos encanta la fisonomía que percibimos al primer vistazo, y que jamás percibirá ningún aparato mecánico». ¹⁰⁵ El artista, ante todo, debe comprender y reproducir la intencionalidad del hombre u objeto que dibuje.

La crítica de la fotografía por ese artista era la consecuencia lógica de su actitud y de sus planteamientos artístico generales. No obstante, intentaba hacer justicia a las cualidades de la fotografía en la que veía algo más que un simple procedimiento nuevo. Hasta se interesó particularmente por su evolución y se hizo miembro de la primera sociedad fotográfica. Por otra parte Nadar era uno de sus amigos, de igual modo que también lo era de Baudelaire sobre quien publicó un libro.

Mientras que la mayor parte de artistas le negaban a la fotografía un valor artístico, esa nueva técnica encantaba a los pintores del *término medio*. Considerando su manera de pintar, se entiende porque, precisamente para ellos, la fotografía es un arte nuevo, o al menos un inapreciable auxiliar. Delaroche exclamaba, al ver las primeras fotografías: «A partir de hoy la pintura ha muerto», y fue el primero que, en 1839, cuando aún no había modo de juzgar la calidad artística de la fotografía dado lo poco que había, redactó una nota, insistiendo acerca de esa calidad. Declaró en una carta a Arago, que éste leyó en la Cámara, «que (en la fotografía) la naturaleza queda reproducida no sólo con veracidad, sino además con arte... La corrección de las líneas, la precisión de las formas alcanza el nivel más completo posible, y al mismo tiempo observamos un modelado amplio, enérgico, y un conjunto tan

rico de tono como de efecto... Cuando conozcamos bien ese medio, será muy fácil entonces obtener en breves instantes la imagen más precisa de cualquier lugar».¹⁰⁶

El pintor histórico, para quien lo esencial era ante todo la reproducción exacta, debía encontrar en la fotografía el auxiliar ideal. Los pintores del *término medio* fueron los primeros en poner prácticamente en valor la fotografía. El pintor Yvon, por ejemplo, alumno de Delaroche, desempeñó bajo el Segundo Imperio un cierto papel. Debía su reputación al hecho de que cogía las victorias francesas como temas de sus cuadros. Su estilo exacto y convencional, típico de los pintores batallistas de su época, era muy apreciado por Napoleón III.

Un día Yvon decidió reproducir la batalla de Solferino; quería representar al Emperador a caballo en medio de su estado mayor. Le parecía imposible pedirle al jefe del Estado el número de sesiones necesarias. Acompañado del fotógrafo Bisson, fue a las Tullerías, colocó al Emperador en la pose deseada, le ladeó la cabeza e iluminó el conjunto con la luz que quería reproducir. La pintura resultante se volvió célebre bajo el nombre de *El Emperador del quepis*. Ese acontecimiento tuvo un curioso epílogo. El fotógrafo Bisson, al comercializar el imperial cliché, alcanzó una gran tirada. Yvon se enfadó y la historia tuvo secuelas judiciales. El pintor pretendía que la fotografía se debía a su sola iniciativa, que él la había montado y que era obra suya desde el punto de vista de reproducción artística; además había pagado al fotógrafo por su trabajo, y protestaba contra la publicación de la prueba. Su móvil verdadero era sin duda el temor a ver su propia obra depreciada; ¿sería tan fácil, cuando la fotografía se vendiera en serie, advertir que el pintor la había copiado al dedillo! El tribunal dictó una sentencia favorable al pintor y prohibió la venta de la fotografía.¹⁰⁷

Los gritos de protesta que por esa época alzaban muchos artistas contra la fotografía respondían, muy a menudo, a causas interesadas. La placa, en un tiempo sorprendentemente breve, había conquistado el dominio del retrato. Su competencia, que dejaba inermes al grabador y al miniaturista, también resultaba peligrosa para el pintor retratista. Y eso en una época en que la moda del retrato se introducía en todos los ambientes burgueses. El encargo de retratos constituía la base principal de los beneficios del pintor. En las exposiciones anuales, la proporción de retratos, en aumento en un año para otro, con relación a paisajes y bodegones, revelaba la tendencia de la época.¹⁰⁸

A medida que se multiplicaba el retrato, empequeñecían sus dimensiones; ya no debía adornar la vasta galería de los antepasados sino encontrar sitio en las paredes de los apartamentos burgueses. Pero el burgués era ahorrador y, cada vez más, se contentaba con la fotografía que, entre otras ventajas, tenía la de una gran exactitud. Por unos cuantos francos suplementarios, ingenio-

Los operadores coloreaban la prueba a base de rosas y azules irresistibles y *completamente naturales*. El artista que vivía del retrato, veía cómo disminuían sus encargos de día en día; el gran culpable era la fotografía y no ha de extrañarnos que la mayoría de artistas, en especial aquellos de mediano talento, manifestaran una profunda hostilidad por esa moda que no cesaba de ganar terreno.



Expansión y decadencia del oficio de fotógrafo (1870-1914)

Casi todos los artistas le negaron a la fotografía la dignidad de obra de arte. Diversas consideraciones estéticas al igual que cierta aprensión por la competencia contribuyeron en mucho a ese juicio.

Un rasgo esencial de la economía capitalista construida sobre la idea de competencia, consiste en un esfuerzo de destrucción recíproca y eso por todos los medios. Los fotógrafos, en oposición a los artistas, se mostraban unánimes: la fotografía se relacionaba con el arte y no con la industria; esa manera de ver las cosas les concedía un mayor crédito entre el público. Pero desde el momento en que tuvieron que enfrentarse con la competencia en su propio campo, su posición se modificó y se orientó según las ventajas que esperaban obtener de las circunstancias. Esas diversas actitudes dieron pie a múltiples procesos que al debatir si se trataba de arte o de industria camuflaban en realidad una competencia encarnizada.

Esta competencia empieza con la extensión del oficio de fotógrafo. En 1864, veinticinco años después de que se divulgara la fotografía, veinticinco revistas especializadas aparecen en seis países distintos.¹⁰⁹ Se fundan casi otras tantas sociedades fotográficas que se proponen organizar exposiciones, defender los intereses de sus miembros, crear empresas y vender clichés. Tales hechos demuestran el impulso que va adquiriendo la fotografía. Se funda una Oficina Internacional cuyo objetivo principal es el comercio; todo lo que afecta a la fotografía entra en el cuadro de actividades de esa Oficina: fabricación de aparatos, de accesorios, de productos químicos y otros, y especialmente fundación de ediciones y revistas dedicadas a la fotografía. La Oficina, con sede en París, intenta convertirse en intermediario entre el fabricante

veía juiciosamente sancionado mediante graves penas de cárcel. Ya hacia 1850 se promulgó una ley que castigaba la venta de fotografías obscenas en la plaza pública como delito de ultraje a la moral y las buenas costumbres. Esas primeras fotografías de *desnudo* que, por orden judicial, quedaron relegadas a la categoría de escándalo público y contra las que la voz muy respetada del fiscal pronunció reprensiones vituperantes, harán sonreír a nuestros contemporáneos.¹¹¹ En cuántos *sex-shops* no encontramos hoy fotografías mucho más atrevidas que no turban la mirada de ningún fiscal.

El retrato de retratista fotógrafo cobró un gran impulso en las últimas décadas del siglo XIX. En 1891, existen en Francia más de mil talleres y la fotografía ocupa a más de medio millón de personas. El valor global de la producción se eleva aproximadamente a treinta millones de francos oro. En otros países de Europa y sobre todo en América, esa evolución se intensifica aún más. Pero los progresos técnicos que hicieron posible el éxito del retrato fotográfico son los mismos que lentamente lo condenan a hundirse. De hecho, la fotografía se caracteriza esencialmente por su técnica de reproducción mecánica. En la medida en que la máquina iba ocupando un sitio preponderante entre los medios de producción de la sociedad burguesa, el trabajo manual y el espíritu individual de los inicios de la fotografía desaparecían paulatinamente para dejar paso a un oficio cada vez más impersonal.

A finales de siglo aparecen aparatos de manipulación más fácil. «Apriete el botón, nos encargamos de lo demás», fue la célebre divisa de Kodak que revolucionaría de arriba abajo el mercado de la foto. Cientos de miles de gentes que otrora visitaban al fotógrafo profesional para retratarse, comenzaron a fotografiarse ellos mismos. La fotografía aficionada adquiere un gran impulso. El comercio obtiene por tal causa enormes ingresos. En todos los barrios urbanos surgen tiendas fotográficas. La mayor parte de sus propietarios son retratistas fotógrafos que ya no pueden vivir únicamente de los encargos de retratos. Continúan ejerciendo su profesión, pero el público no recurre a ellos más que en circunstancias especiales, tales como fotos de recién nacidos, bautizos, bodas, etc. Sus únicos ingresos seguros son los trabajos de aficionados, unidos a la venta de aparatos y accesorios.

Si el artista fotógrafo aún obtenía en 1855 cien francos oro por prueba, unas décadas más tarde esa tarifa se limita a unos veinte francos. A finales de siglo, los grandes almacenes comienzan a producir fotografías aún más baratas y se convierten en una peligrosa competencia para el fotógrafo de oficio. Por si fuera poco, el *photomaton*, máquina totalmente automática que, en pocos minutos, fotografía, revela y realiza varias pruebas sobre papel, priva al fotógrafo profesional de los considerables recursos de las fotos de identidad.

y el fotógrafo y entre este último y el público. Una de sus ramas consistía en organizar la importación y la exportación. 1862 asiste a la creación de la Cámara Sindical de Fotografía.

Aparte del encargo directo del retrato, un importante recurso del taller consiste en la venta de reproducciones de retratos de personas o vedettes de la vida pública: se imprimían en formato *tarjeta de visita*, muy al uso por entonces. Las revistas ilustradas aún no existían, la gran prensa desconocía el cliché sensacionalista que luego divulgaría la fisonomía de los importantes del momento. Ese público de 1860 sentía aún un particular interés en poseer la fotografía de cualquier celebridad.

Pero no todo el mundo puede enorgullecerse de buenas relaciones con las élites intelectuales y políticas, que son condición esencial de semejante comercio, ni tampoco todo el mundo se enriquece con la simple fabricación del retrato burgués. Por consiguiente hubo fotógrafos que se limitaron a copiar los retratos con éxito de sus competidores y a obtener beneficios. Dicha práctica dio pie a diversas diligencias judiciales en las que se debatió la famosa cuestión de principio: ¿a qué dominio pertenece la fotografía?

En 1860 no existía en Francia ninguna ley especial sobre la fotografía. En esa discusión sobre la fotografía considerada o no como obra de arte, discusión que enfrentaba violentamente a artista, artesanos y literatos, debían terciar al fin los tribunales. La postura de los fotógrafos era clara: mientras la defensa, cada vez, hacía valer la no asimilación de la fotografía a la obra de arte, la acusación con igual encono afirmaba lo contrario. Las decisiones de los tribunales suponían un intento de mitigación. En uno de esos procesos que llegó a ser célebre, el de los fotógrafos Mayer y Pierson contra los fotógrafos Bethéder y Schwabbe, que pasó por varias instancias, finalmente se decidió que había que reconocer la fotografía como obra de arte.¹¹⁰

A lo largo del siglo XIX, los tribunales no sólo tuvieron ocasión de estatuir sobre el valor artístico de la fotografía; un cierto tipo de fotografía comenzaba a preocupar al Estado en tanto que guardián de la moral. El formato tarjeta de visita servía particularmente para poner en circulación ciertas imágenes que no siempre parecían coincidir con las reglas de la decencia burguesa. Algunos fotógrafos de tercer orden, que no ganaban lo suficiente con el retrato y más dispuestos a respetar las exigencias del comercio que las de la virtud, descubrieron la manera, en poco tiempo, de amasar una fortuna satisfactoria. Era fácil, asimismo, encontrar bastantes aficionados a esa clase de productos del objetivo. Así sucedía que algunos burgueses, y más aún sus retoños, no hacían ascos a la idea de llevar sobre el corazón las bellezas de la academia femenina. No obstante, ese género de industria no carecía de riesgos y el descubrimiento de tentativas de ventas de ese estilo se

En los diez primeros años de la fotografía, cuando sólo ejercía un restringido número de especialistas y las dificultades de los procedimientos requerían conocimientos muy particulares, la fotografía parecía, como las artes, envuelta por el misterio de la creación. Más tarde, con la simplificación de los procedimientos que permitía que cada individuo se ejerciera fácilmente en ese terreno, la fotografía acabaría perdiendo su prestigio.



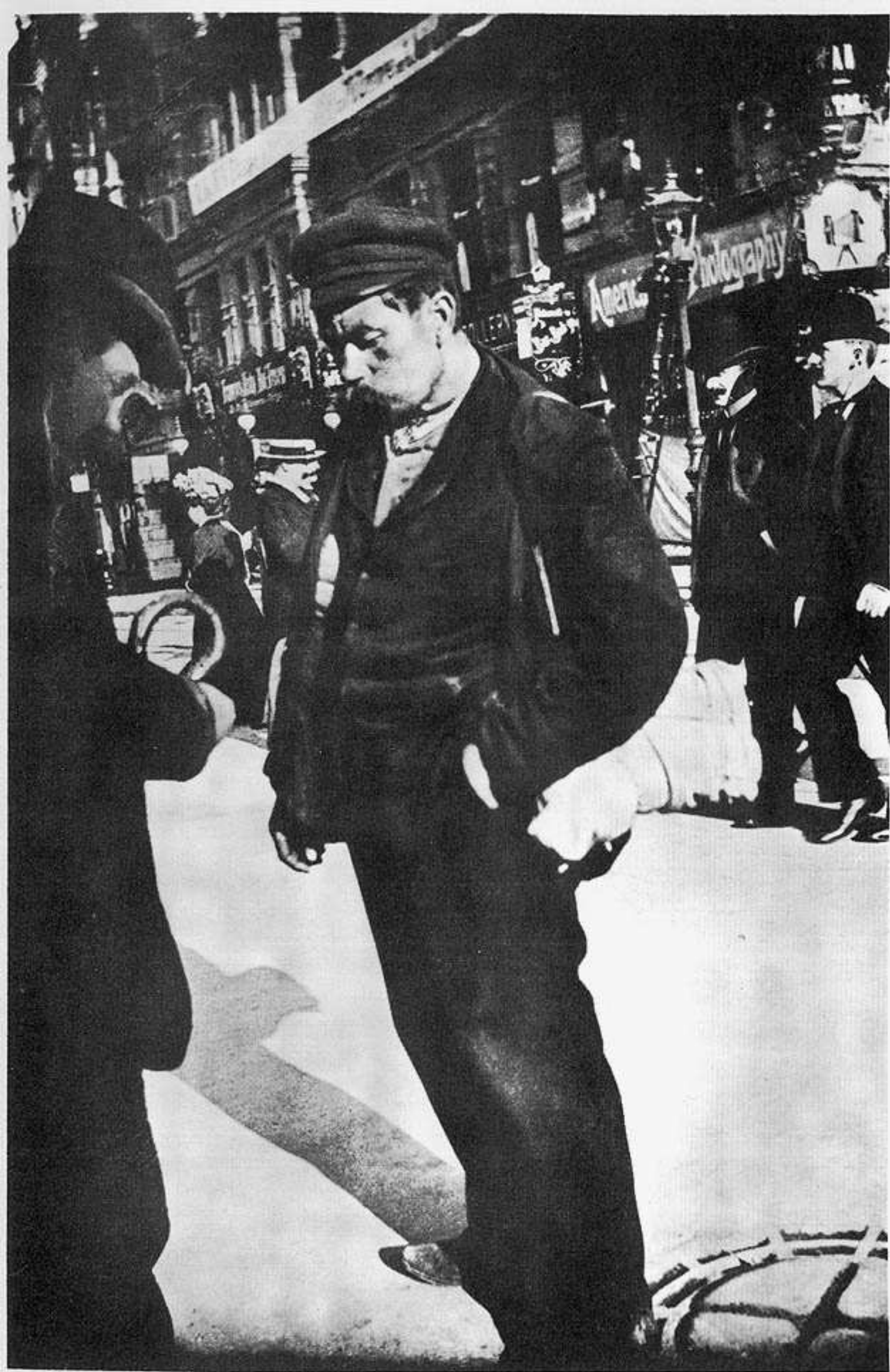
La influencia del impresionismo en la fotografía (Puyo, hacia 1900)

Paralelamente a esa evolución se consumó la decadencia artística del retrato fotográfico. Hacia 1900 su decadencia resultaba cada vez más evidente. Se vio motivada sobre todo por el hecho de que el fotógrafo dependía más que nunca del gusto de su clientela y que estaba obligado a trabajar a bajo precio. Por esa época se inventaron nuevos procedimientos como papeles al carbón, a la goma, al óleo, al bromo, etc... con ayuda de los cuales se pretendía que la fotografía se pareciera cada vez más a la pintura al óleo, al dibujo, a los aguafuertes, litografías y demás técnicas del dominio de la pintura. Su principal efecto consiste en reemplazar la nitidez del objetivo por el difuminado. Los fotógrafos creían

dar una nota artística a sus pruebas si borraban lo que justamente es característico de la imagen fotográfica, su nitidez. El estilo impresionista en la pintura desempeñó un importante papel dentro de esa evolución. Cuanto mayor impresión daba la fotografía de ser un sustituto de la pintura, más dispuesto estaba el gran público poco cultivado a encontrarla «artística». A fin de acentuar aún más esos efectos de difuminación, se utilizaba toda clase de retoques y productos químicos con objeto de lograr distintas tonalidades en esas pruebas que hoy llamaríamos no-fotografías. Para postre presentaban dichas fotografías en macizos marcos de bronce o de plata, adornados mediante dibujos tortuosos que pretendían acentuar aún más su ficticio valor.



Dos fotografías: Atget (París, 1900)

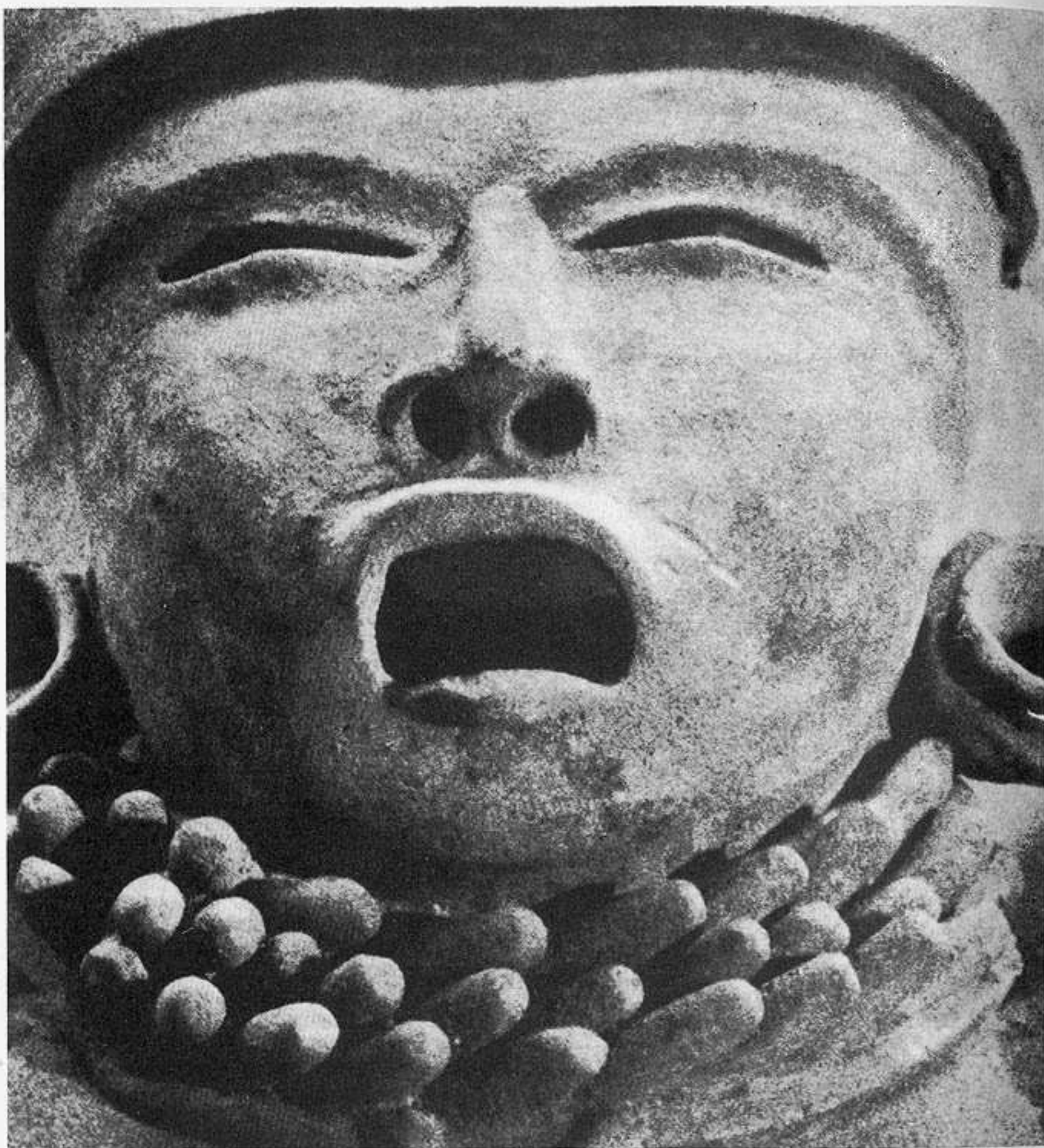


Zille (Berlín, 1900)

La polémica suscitada a partir del invento de la fotografía para decidir si derivaba o no del arte, sólo afectaba a un problema limitado. Los trastornos que en cambio acarrearía como medio de reproducción de la obra de arte alcanzarían una repercusión inmensa. Hasta entonces, la obra de arte no resultaba visible más que para contempladores aislados; reproducida en millones de ejemplares, se volvía accesible a las masas. Esa evolución había comenzado con el grabado, para luego extenderse a la litografía, pero sólo con la invención de las técnicas fotográficas perderá el arte el aura de una creación única.

Si la fotografía ejerció una profunda influencia en la visión del artista, también cambió además la visión que el hombre tenía del arte. La manera de fotografiar una escultura o una pintura depende de quién sea el que está detrás del aparato. El encuadre y el enfoque, el acento que da el fotógrafo a los detalles de un objeto pueden modificar totalmente su apariencia. Las reproducciones que contemplamos en un libro de arte varían según a qué escala estén reproducidas. Un detalle desmesuradamente aumentado falsea la imagen que podemos hacernos del conjunto de una escultura o una pintura. Una miniatura puede parecer tan grande como la inmensa escultura del David de Miguel Angel en Florencia. «La reproducción ha creado artes ficticias falseando sistemáticamente la escala de los objetos, presentando cuños de sellos orientales y de monedas como estampas de columnas, amuletos como estatuas», constata Malraux en *Le Musée imaginaire de la sculpture mondiale*.

Pese a falsificar una obra de arte en la medida en que sus dimensiones ya no son claramente reconocibles, la fotografía le ha prestado el servicio inmenso de sacarla de su aislamiento. Hoy ya podemos contemplar la reproducción de una obra de arte a domi-



El aumento de un detalle altera la obra de arte
(Divinidad zapoteca, México)

cilio bajo una lámpara, en el interior de una casa privada, mientras el original se halla en un museo a miles de kilómetros.¹¹²

Ya en 1860, Disderi, con su olfato del negocio, había propuesto al gobierno francés la idea de fotografiar los cuadros del Louvre. Procuró incluso asegurarse el derecho de reproducción, pero la fabricación en serie de retratos no le dio tiempo a poner en práctica la idea.

Uno de los primeros que en Francia se dedicaría enteramente a la reproducción de obras de arte fue Adolphe Braun.¹¹³ Nació en 1811 en el pueblecito alsaciano de Dornach, cerca de Mulhouse. Braun era dibujante y su oficio consistía en hacer dibujos de flores y frutas para las fábricas de tejidos alsacianas. Cuando se publicó el invento de la fotografía, se puso en contacto con Daguerre, pues en seguida comprendió que ese nuevo procedimiento técnico podía ser de gran utilidad para la reproducción de dibujos. Dos invenciones le ayudarían en sus iniciativas: el descubrimiento en 1851 de las placas al colodión húmedo con emulsiones cada vez más sensibles y el descubrimiento en 1860 del papel carbón, que aseguraba la inalterabilidad de las pruebas positivas. Hacia 1862, comenzó la reproducción metódica de los dibujos de los muscos: los de Holbein en Basilea, luego los dibujos del Louvre, de Viena, de Florencia, de Milán, de Venecia, de Dresde, etc. Gracias a la variedad de pigmentos de los papeles al carbón, obtuvo resultados de mucha calidad. Empezó a editar los *Autographes des Maîtres*.

Hacia 1867 su taller ya empleaba a más de cien obreros y el oficio de la reproducción, artesanal hasta entonces, comenzaba a entrar en su fase industrial. Adolphe Braun formó operadores con objeto de que fotografiaran las pinturas de los museos. Entre sus colaboradores se hallaba un exgendarme. En 1868 lo mandó a Roma para que fotografiara el techo de la Sixtina. Seis meses de preparativos, dos años de trabajos. El exgendarme, entusiasta, curioso, abnegado, conquistó el Vaticano, atrayéndose incluso al Santo Padre que, interesado, iba —según cuentan— a pasearse varias veces por semana en torno a los andamios y a charlar con el alsaciano.¹¹⁴ Después de la Sixtina, le llegó el turno a la Farnesina y a los frescos de las iglesias de Roma, a las esculturas de Miguel Angel, las pinturas de Rafael, y luego vinieron los museos de Londres, de Madrid, de Amsterdam, etc. Braun mandó fotografiar todos los maestros, grandes y pequeños: constituyó así una colección de quinientos mil clichés.

Adolphe Braun, el primer francés que comprendiera las posibilidades de la fotografía como medio de reproducción artística, muere en 1877. Le sucede su hijo, y luego el hijo de éste. Esa empresa familiar no cesará de crecer y extenderse a todos los dominios. La invención de las placas al gelatino-bromuro de plata, en 1880, favorece su impulso. La fabricación de papel carbón al-

canza aproximadamente los cincuenta mil metros cuadrados por año. El catálogo de 1887, de quinientas cincuenta páginas, presentaba miles de reproducciones. La empresa Braun se asegura la venta en exclusiva de las reproducciones sacadas del museo del Louvre.

El procedimiento del heliograbado, el más antiguo, ejecutado a mano, sólo permitía una tirada de aproximadamente sesenta pruebas por día. Poco después el grabado en hueco o roto-grabado a base de tinte y tirada mecánicos proporciona de mil quinientos a dos mil impresiones por hora. En 1920, con ciento ochenta obreros, Braun y Cía. produce centenares de álbumes y guías y millones de postales en negro y en color, pues a la vulgarización de las pinturas por imágenes monocromas se superponen las reproducciones en color. A partir de 1930 (viviendo ya la cuarta generación que sucede a Adolphe Braun) comienzan las publicaciones de *Les Maîtres*, llamadas *Musée de Poche*, con el texto en tres idiomas, en donde los pintores contemporáneos, Van Gogh, Gauguin, Bonnard, Matisse, Braque, Picasso, etc. aparecen revelados exclusivamente mediante planchas en color. A esas obras de iniciación y de biblioteca, hay que añadir la edición y difusión de facsímiles que poseen una gran calidad y que ponen al alcance de todo el mundo los maestros de la pintura, desde sus orígenes hasta nuestros días. Así nace *Le Musée chez soi*, que permite que todos dispongan de una galería particular. Los que no pueden adquirir obras originales, y son millones, pueden poseer ahora a buen precio reproducciones de una calidad perfecta.

Una enorme industria, basada en la reproducción, cobra impulso en toda Europa y Norteamérica. Hay impresores de buen gusto que sólo reproducen verdaderas obras de arte, pero también hay un sinfín de editores que se limitan a reproducir obras mediocres que halagan a las masas. La cifra de negocios de esa nueva industria se eleva a miles de millones de francos.

Otra industria, directamente derivada de la técnica de la reproducción fotográfica, es la tarjeta postal. Cogió su impulso con una ley, promulgada en Alemania en 1865, cuando el ministro de Correos propuso el uso de postales oficiales. Una ley similar se promulgó en Francia en 1872. Pero la edad de oro de la tarjeta postal empieza de verdad a partir de 1900. Hasta entonces el precio de una postal era bastante alto, pues los únicos procedimientos de reproducción que se conocían eran la punta seca, el buril y la litografía. Con la invención de la fotocología que subdivide en heliotipia, fotolitografía y fototipia, la postal llega a ser auténticamente popular y su precio de compra estaba al alcance de todos.

Uno de los primeros en lanzar la tarjeta postal turística con vistas fotográficas se llamaba François Borich. Consiguió una fortuna con vistas de su país, Suiza. Hacia 1900 las estadísticas de la producción arrojaban los siguientes resultados:

Alemania: 50 millones de habitantes, 88 millones de postales.

Inglaterra: 38,5 millones de habitantes, 14 millones de postales.

Bélgica: 6,5 millones de habitantes, 12 millones de postales.

Francia: 38 millones de habitantes, 8 millones de postales.

Once años después, en 1910, se calcula en 123 millones el número de postales impresas sólo en Francia, y en unos treinta y tres mil el de obreros empleados en esa industria. Hoy se puede cifrar por miles de millones el número de tarjetas postales vendidas cada año en el mundo entero.¹¹⁵

Esa afición colectiva por las tarjetas postales que invadieron el mundo en pocos años tiene sin duda unos orígenes psicológicos. Ado Kyrou da, en su muy hermoso libro *L'Age d'Or de la carte postale*, una serie de razones que resultan divertidas y perspicaces. Le cito: «Al elegir una postal, el comprador se identifica un poco con el artista que la ha concebido. Mandar una postal que represente la vista de un paisaje donde uno está, es una afirmación de las propias posibilidades de poder viajar, y por lo tanto un símbolo de su estatuto social. Al escribir cosas personales, sabiendo consciente o inconscientemente que cualquiera puede leerlas, uno se da importancia saliendo del anonimato; de algún modo es como si nos publicaran. Hasta podríamos añadir un cierto exhibicionismo: el que ama, el que odia, necesita gritar su pasión a la cara del mundo entero. Desde hace siglos, los hombres vivían esperando el momento de poder decir abiertamente "te quiero" o "mierda." El éxito de la tarjeta postal se basa también en el recuerdo que se desea perpetuar, el sueño que se puede adquirir a buen precio, el voyeurismo y todos sus sucedáneos, y finalmente en la pereza, dado que una postal se escribe antes que una carta, y la manía del coleccionismo». En efecto, la tarjeta postal llega a ser, desde su aparición, un tema de colección. Hacia 1900 hubo en Francia 33 revistas postalofílicas. También encontramos revistas en Alemania, Italia, Estados Unidos, Japón, etc., que se dirigen a los coleccionistas.

La influencia del turismo que se propaga cada vez más, fue inmensa en el impulso de la tarjeta postal; la publicidad ya se apoderaba de ella desde buen principio. En los años sesenta se ha impreso sólo en Francia casi mil millones de postales. Hoy la mayor parte se imprimen en color.

La angustia de una madre (Ernst Haas, 1945) ►

1968 (Gilles Caron) ►

La juventud contra los fusiles (Marc Riboud, Washington, 1967) ►



Las últimas décadas del siglo XIX marcan el comienzo de una nueva era. La industrialización ya muy mecanizada avanza a pasos gigantescos con la introducción del motor eléctrico. Se amplían mercados. La base de la expansión reposa sobre la facilidad de comunicaciones. Graham Bell inventa el teléfono en 1876. En 1880, la red mundial de ferrocarriles se extiende a lo largo de 371 000 kilómetros. Ese mismo año aparece por vez primera en un periódico una fotografía reproducida con medios puramente mecánicos. Esa invención posee un alcance revolucionario en la transmisión de acontecimientos.

Hasta entonces, rara vez salían reproducciones en la prensa, dado su carácter enteramente artesanal; reposaban sobre la técnica del grabado en madera; hasta las fotos se vieron reproducidas por ese medio con la mención «sacado de una fotografía». El nuevo procedimiento de llama *halftone* en Norteamérica y la foto aparece el 4 de marzo de 1880 en el *Daily Herald* de Nueva York bajo el título: *Shantytown* (barracas). Esa técnica consiste en reproducir una fotografía a través de una pantalla tramada que la divide en una multitud de puntos. Se pasa luego el cliché así obtenido a partir de una fotografía bajo una prensa, al mismo tiempo que un texto compuesto. Ese procedimiento, considerablemente mejorado hoy en día, es la tipografía.

La mecanización de la reproducción, el invento de la placa seca al gelatino-bromuro que permite el uso de placas preparadas de antemano (1871), el perfeccionamiento de los objetivos (los primeros anastigmáticos se construyen en 1884), la película en rollos (1884), el perfeccionamiento de la transmisión de una imagen por telegrafía (1872) y más tarde por belinografía, abrieron el camino a la fotografía de prensa.

La fotografía entra en la prensa (Una de las primeras fotografías publicadas por *L'Illustration*)

Cuando surge un invento, suele pasar un tiempo considerable antes de que se comprendan todas sus implicaciones. Hubo de transcurrir un cuarto de siglo antes de que este nuevo procedimiento de reproducción mecánica resultara algo corriente. Hubo que esperar a 1904 para que el *Daily Mirror* de Inglaterra ilustrara sus páginas únicamente con fotografías y a 1919 para que solamente el *Illustrated Daily News* de Nueva York siguiera su ejemplo. Por el contrario, los semanarios y revistas mensuales que tienen más tiempo para preparar sus ediciones, publican fotografías desde 1885. Esa tardía utilización de la foto en la prensa se debe al hecho de que los clichés se siguen haciendo al margen del periódico. La prensa, cuyo éxito se basa en la actualidad inmediata, no puede esperar y los propietarios de periódicos dudan en invertir grandes sumas de dinero para nuevas máquinas. En la actualidad, comprobamos un hecho similar con la foto en color. Mientras que las revistas publican muchas páginas en color, son raros aún los periódicos que hacen lo mismo, pues la mayor parte de clichés en color se realizan en imprentas especializadas.

La introducción de la foto en la prensa es un fenómeno de capital importancia. Cambia la visión de las masas. Hasta entonces, el hombre común sólo podía visualizar los acontecimientos que ocurrían a su vera, en su calle, en su pueblo. Con la fotografía, se abre una ventana al mundo. Los rostros de los personajes públicos, los acontecimientos que tienen lugar en el mismo país y allende las fronteras se vuelven familiares. Al abarcar más la mirada, el mundo se encoge. La palabra escrita es abstracta, pero la imagen es el reflejo concreto del mundo donde cada uno vive. La fotografía inaugura los mass media visuales cuando el retrato individual se ve substituido por el retrato colectivo. Al mismo tiempo se convierte en un poderoso medio de propaganda y manipulación. El mundo en imágenes funciona de acuerdo con los intereses de quienes son los propietarios de la prensa: la industria, la finanza, los gobiernos.

Ya a principios de la fotografía, se había intentado fijar acontecimientos públicos en la placa, pero la técnica aún rudimentaria sólo permitía imágenes aisladas y a condición de que hubiera una luz favorable. Baste recordar las aventuras del fotógrafo inglés Roger Fenton, ex-abogado y uno de los primeros en haber intentado fotografiar una guerra, para darnos cuenta del gigantesco paso que luego recorrió la fotografía.

En febrero de 1855, Fenton se embarca para fotografiar la guerra de Crimea (pág. 150). Le acompañan cuatro asistentes y lleva consigo un gran carruaje tirado por tres caballos. Ese pesado vehículo, que había pertenecido a un bodeguero, le servía de dormitorio y de laboratorio a la vez. El material que embarca es enorme: ¡treinta y seis cajones, más los arneses de los caballos y su pienso! Tras llegar a destino, Fenton comprueba que tendrá muchas difi-

cultades por culpa del calor. La atmósfera en su laboratorio ambulante es asfixiante. Cuando prepara sus placas —pues por esa época aún trabaja con el colodión húmedo y hay que prepararlo justo antes de su utilización—, suele ocurrir que se le sequen aun antes de poder insertarlas en su cámara. El tiempo de pose es de 3 a 20 segundos, y todas las fotos deben tirarse bajo un sol tórrido. Después de tres meses de labor encarnizada, vuelve a Londres con unas 360 placas. Dichas imágenes se limitan a dar una idea muy falsa de la guerra, pues sólo representan soldados bien instalados detrás de la línea de fuego. La expedición de Fenton había estado financiada a condición de que no fotografiara nunca los horrores de la guerra, para no asustar a las familias de los soldados.¹¹⁶

De la guerra americana que comenzó en 1861, el célebre fotógrafo Matthew B. Brady se trajo miles de daguerrotipos. No obstante, su iniciativa no estaba financiada como la de Fenton; se había lanzado a esa aventura como si se tratara de una empresa comercial para la que, además de invertir todo su dinero, había tenido que pedir capitales prestados. Su intención era la de vender tales fotos después de la guerra. Realizó su proyecto con ayuda de unos veinte fotógrafos, empleados por él mismo.

Las imágenes de Fenton, censuradas de antemano, dan una visión de la guerra como si se tratara de una jira campestre; en cambio las de Brady y sus colaboradores, entre quienes figuran Timothy O'Sullivan (pág. 151) y Alexander Gardner, dan por vez primera una idea muy concreta de su horror. Las fotografías que obtienen de tierras quemadas, casas incendiadas, familias hundidas y abundancia de muertos responden a un afán de objetividad que confiere a esos documentos un valor excepcional, sobre todo si recordamos que la técnica rudimentaria de la daguerrotipia (los aparatos aún pesan kilos, la preparación de las placas y el período de pose son largos) no facilitaba su trabajo.

Sin embargo, la venta de las fotografías no respondió en absoluto a las esperanzas de Brady, que perdió toda su fortuna en esa aventura. Finalmente tuvo que ceder esas fotos a su principal acreedor, la firma de productos fotográficos que le había suministrado el material. Esta imprimió y publicó esas fotos durante varios años, pero Brady se había arruinado.¹¹⁷

Durante la guerra franco-prusiana de 1870, se tomaron cientos de fotografías y, mientras duró la breve existencia de la Comuna (pág. 11), sus defensores gustaban dejarse fotografiar en las barricadas.¹¹⁸ Los que fueron identificados a través de esas imágenes por los policías de Thiers, murieron casi todos fusilados. Fue la primera vez en la historia que la fotografía sirvió como confidente de la policía.

El mismo año (1870) desembarcó en Norteamérica un danés de 21 años, Jacob A. Riis (pág. 10). Años más tarde llegó a ser periodista del *New York Tribune*. Fue el primero en recurrir a la

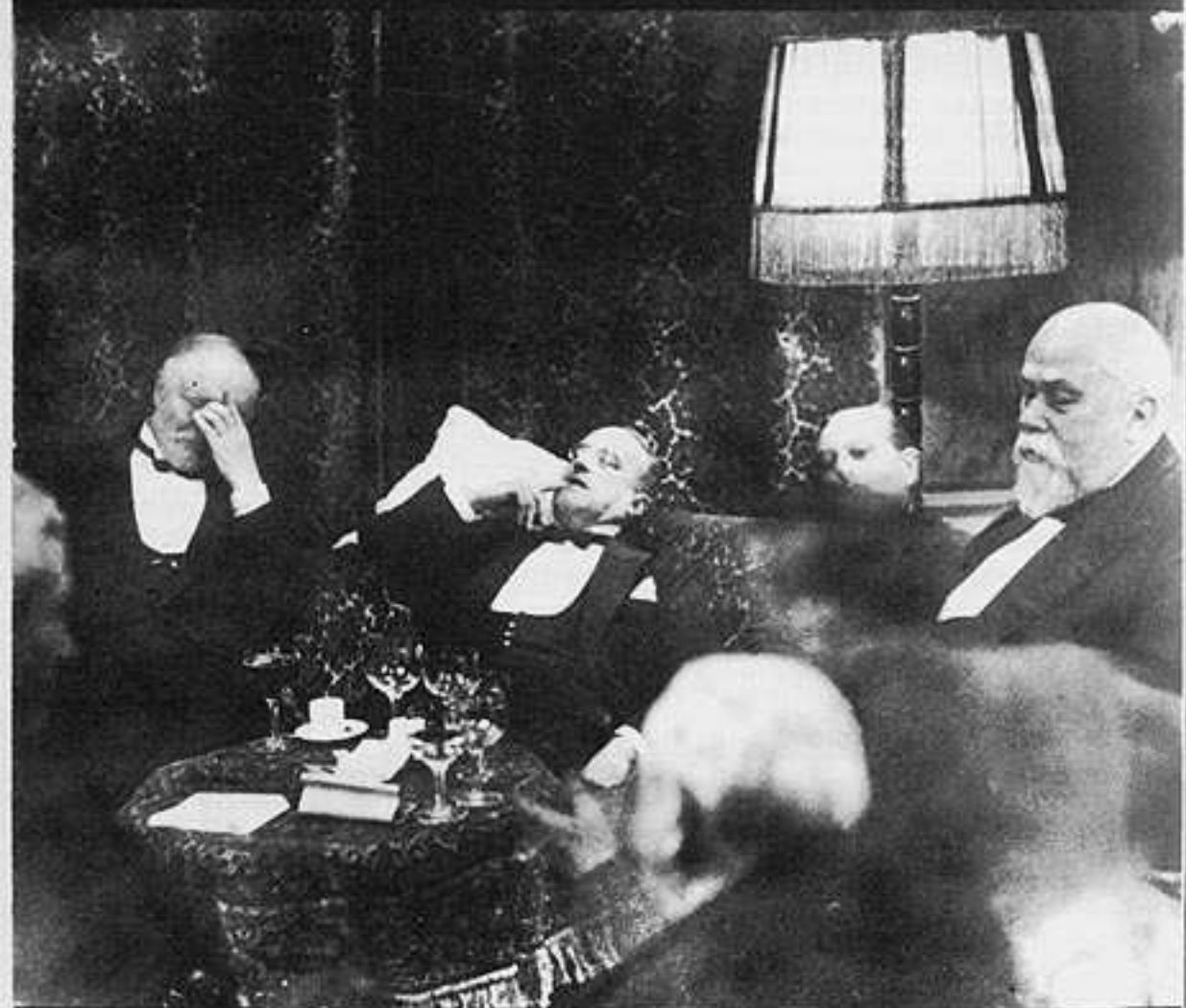
fotografía como instrumento de crítica social para ilustrar sus artículos sobre las miserables condiciones de vida de los inmigrantes en los barrios bajos de Nueva York. Su primer libro, *Cómo vive la otra mitad*, aparece publicado por Scribner, de Nueva York, en 1890, y conmueve hondamente a la opinión pública. Más adelante, se verá secundado por Lewis W. Hine (pág. 137), un sociólogo que entre 1908 y 1914 fotografiará niños, tanto durante su trabajo de doce horas por día en campos y fábricas como en las insalubres viviendas de los *slums*. Esas fotos despiertan la conciencia de los norteamericanos y suscitan un cambio en la legislatura sobre el trabajo de los niños. Por vez primera, la fotografía actúa como un arma en la lucha por el mejoramiento de las condiciones de vida de las capas pobres de la sociedad.

Jacob A. Riis y Lewis W. Hine son aficionados que usan la foto para dar mayor credibilidad a sus artículos, pero a partir del momento en que la foto es objeto de un uso frecuente en la prensa, aparecen los primeros reporteros fotógrafos profesionales. No tardan en adquirir una reputación deplorable. Para hacer fotos en el interior, utilizan magnesio en polvo. Produce una luz cegadora y al mismo tiempo propaga una humareda ácida y un olor nauseabundo. Por esa época los aparatos fotográficos eran aún muy pesados. La elección de fotógrafos reposaba más en su fuerza física que en su talento. Sorprendidos por la luz repentina y cegadora, los personajes solían quedar con la boca abierta o guiñando un ojo y aparecían en posturas ridículas. El objetivo de tales fotógrafos buscaba ante todo *conseguir una foto*, cosa que entonces quería decir que la imagen tenía que ser clara y fácil de reproducir. El aspecto de la persona retratada preocupaba mucho menos a fotógrafos y redactores. Las gentes del mundo y de la política que fueron sus primeras víctimas no tardaron en coger manía a esos fotógrafos y los despreciaron. Los periodistas, encargados de redactar el artículo, tropezaban con dificultades cuando trataban de imponer al fotógrafo. Ninguna de esas fotos iba firmada por sus autores y el estatuto del fotógrafo de prensa recibió durante casi medio siglo una consideración inferior, comparable al de un simple criado a quien le dan órdenes, sin poder de iniciativa. Hizo falta una nueva raza de reporteros fotógrafos para que la profesión alcanzara un prestigio. Pero aún hoy, ese oficio está mal considerado por mucha gente y sus representantes son objeto de desconfianza y desdén. Al igual que en los primeros días de su invención, la fotografía atrae a muchas personas sin cultura que creen haber encontrado en ese oficio fácil de aprender, un medio de ganarse la vida, sin que nada les haya preparado para ejercerlo. A estas últimas se añade una nueva raza de reporteros, nacida en Italia en los años cincuenta, los *paparazzi*. Sus éxitos no hacen más que aumentar la depreciación del oficio. Ya volveremos sobre el tema.

La tarea de los primeros reporteros fotógrafos de la imagen consistía en hacer fotos aisladas para ilustrar una historia. Habrá que esperar a que la propia imagen se convierta en historia que relata un acontecimiento en una serie de fotos, acompañada de un texto limitado con frecuencia a meras frases, para que comience la fotografía.

La historia del retrato fotográfico se inicia primero en Francia y luego se extiende al mundo entero. La historia del fotoperiodismo, por el contrario, cobra su impulso en Alemania. Alemania fue el país donde trabajaron los primeros grandes reporteros fotográficos dignos de ese nombre, que dieron prestigio al oficio.

Tras la primera guerra mundial, provocada y perdida por Alemania, ésta atraviesa una grave crisis política y económica. La I República substituye a la Monarquía del Kaiser, proclamándose en Weimar en noviembre de 1918. La mayoría del pueblo alemán a quien le habían inculcado durante siglos la obediencia a la autoridad, no comprende el sistema pluralista de partidos sobre el que descansa una democracia republicana. Ven ese sistema como un signo de debilidad que perjudica la autoridad del Gobierno. Los socialdemócratas que dirigen la nueva república se ven acusados desde un principio de traicionar al país, pues ellos son quienes han de firmar el tratado de Versalles. La joven democracia carece de fuerza al estar divididos sus jefes. El ala izquierda del partido socialdemócrata se escinde y funda el «Spartakusbund», que fomenta una revolución en Berlín. El Gobierno la sofoca con ayuda de la Reichwehr, que no es otra que el viejo ejército del Kaiser, al mando de oficiales reaccionarios. Los jefes espartaquistas, Karl Liebknecht y Rosa Luxemburgo, mueren cobardemente asesinados. La alianza con el ejército, hostil a los socialistas, es un error fatal del Gobierno y más tarde provocará su caída. En 1920 el ejército se niega a combatir un *putsch* de derechas en Berlín; el Gobierno lo domina con dificultades. Hitler y el general Ludendorff fomen-



tan un *putsch* en Munich en 1923. Hitler sufre detención y condena a varios años de presidio, aunque unos meses después recibe el indulto. Aprovecha ese período para escribir su libro *Mein Kampf*, que llegará a ser la biblia de los alemanes. La situación económica es desastrosa. El tratado de Versalles exige unas reparaciones de tal amplitud que Alemania no puede cumplirlas. En 1923, las tropas francesas ocupan Renania, donde se halla la industria pesada, con intención de dismantelar las fábricas. Esa medida supone la ruina financiera y la inflación; los precios no tardan a contarse por billones. Es frecuente el espectáculo en esa época de cruzarse con personas por la calle que llevan un maletín para guardar los abundantes billetes de banco que ya no caben en un billetero ordinario.¹¹⁹ En 1923, se devalúa el marco. Un billón de reichsmark equivale a un rentenmark. El gran capital y los terratenientes se ven menos afectados por dicha medida que la media y pequeña burguesías. Para éstas la devaluación significa la ruina. Diez años después estas clases son las que votarán en masa a favor de Hitler. Gracias a la hábil política del Ministro de Asuntos Exteriores, Gustav Stresemann, Alemania ingresa por fin en el seno de la Sociedad de Naciones y participa en conferencias internacionales que revisan el importe de las reparaciones.

La República de Weimar apenas dura quince años. No obstante, el espíritu liberal que arraiga en Alemania durante ese breve período, permite un florecimiento extraordinario de las artes y las letras. En los años veinte, toda una pléyade de grandes escritores se impone en Alemania. *La montaña mágica*, de Thomas Mann, aparece en 1924. Franz Kafka, el escritor más importante en lengua alemana de esa época, muere el mismo año en Berlín. Un año después se publica su obra póstuma, la novela inacabada *El proceso*, en donde ya se describe proféticamente el régimen de terror de los años treinta. Los nuevos músicos son Alban Berg y Paul Hindemith; los directores de orquesta más célebres, Wilhelm Furtwängler y Bruno Walter. Albert Einstein recibe el premio Nobel en 1921. Las investigaciones psicoanalíticas de Sigmund Freud y su terapia se vuelven mundialmente célebres. Entre los pintores, Franz Marc, Wassily Kandinsky, Paul Klee, Emil Nolde, Käthe Kollwitz y George Grosz dominan las nuevas tendencias del arte. Kurt Schwitters y Richard Huelsenbeck son los representantes más notables de Dadá en Alemania. En 1919, el arquitecto Walter Gropius funda la *Bauhaus*, cuya influencia crece de año en año y rebasa las fronteras alemanas. Laszlo Moholy-Nagy que llegará a ser uno de los maestros de la *Bauhaus* tendrá una influencia decisiva en la fotografía. Ya hablaremos de ello más adelante. Berlín, capital de la joven república, se afirma como el centro de los movi-

Nacimiento de la fotografía cándida (Erich Salomon, conferencia de La Haya, 1930, 1 h de la madrugada)

mientos artísticos e intelectuales. Su teatro alcanza la fama gracias a los directores Max Reinhardt y Erwin Piscator y a las obras de Bertolt Brecht, Ernst Toller y Karl Zuckmayer. Las películas mudas de la UFA, dirigidas por Fritz Lang, Ernst Lubitsch y otros talentos, conocen una reputación universal. La prensa, que se había visto severamente censurada durante los años de la guerra, cobra un nuevo impulso bajo la república liberal.

En todas las grandes ciudades alemanas aparecen revistas ilustradas. Las dos más importantes son el *Berliner Illustrierte* y el *Münchener Illustrierte Presse*, que tiran cada una en el momento de su mayor éxito casi dos millones de ejemplares y están al alcance de todo el mundo, pues cada ejemplar sólo cuesta 25 pfennig. Se inicia la edad de oro del periodismo fotográfico y de su fórmula moderna. De sus páginas desaparecen cada vez más los dibujos para dejar sitio a las fotografías que reflejan la actualidad.

Los fotógrafos que trabajan para esa prensa ya no tienen nada en común con los de la generación precedente. Son unos *gentlemen* que por su educación, su manera de vestirse y de comportarse, no se distinguen de aquellos a quienes deben fotografiar. Cuando se trata de hacer fotos en una noche de ópera, o durante un baile importante, o en cualquier otra manifestación donde hay que ir de etiqueta, también ellos visten de etiqueta.¹²⁰ Poseen buenos modales, hablan lenguas extranjeras y no se diferencian de los demás asistentes. El fotógrafo no pertenece ya a la clase de empleados subalternos, sino que él mismo procede de la sociedad burguesa o de la aristocracia que ha visto menguar su fortuna o su posición política, pero que conserva su estatuto social.

El más célebre de entre esos fotógrafos es el doctor Erich Salomon. Tal como ya indica su título, había recibido una educación clásica. Salomon exige que le llamen «Herr Doktor», pues conoce la psicología de sus conciudadanos.

Nacido en Berlín en 1886, procede de un medio acomodado de banqueros. Morirá en 1944 en las cámaras de gas de Auschwitz. Toda su actividad de fotógrafo se desarrolla en cinco años: 1928-1933. La gran cantidad de fotografías que realizó y los múltiples temas que cubrió en ese reducido período, demuestran su incansable energía y su gran talento. Salomon cursó estudios de derecho, luego fue movilizado en 1914. Durante varios años vivió prisionero de los franceses. Regresó a Berlín en 1918. La situación económica de la posguerra no era muy propicia para establecerse de abogado. Su familia, al igual que tantas otras de la clase media, había perdido gran parte de su fortuna. Intentó ganarse la vida en los negocios y luego entró en el departamento de publicidad de la casa Ullstein. Una de sus tareas consistía en vigilar que se respetaran los contratos, establecidos por campesinos que alquilaban las paredes de sus casas para carteles publicitarios. Se suscitaron varios procesos y Salomon conseguía que le prestaran una máquina

fotográfica para sacar fotos que luego le servían como prueba delante de los tribunales. Era la primera vez en su vida que utilizaba una cámara.

¿Cómo se le ocurrió convertirse en profesional de la fotografía? Así cuenta sus inicios: «Un domingo, estando yo sentado en la terraza de un restaurante a orillas del Spree, estalló una furiosa tormenta. Minutos después llegó un vendedor de periódicos y contó que el ciclón había derribado árboles y que una mujer había muerto. Entonces cogí un taxi y avisé a un fotógrafo. Luego ofrecí esos documentos exclusivos a la casa Ullstein. Me dieron 100 marcos a cambio. Entregué 90 marcos al fotógrafo y pensé que mejor hubiera sido que yo mismo hiciera las fotografías. Al día siguiente me compré una cámara».¹²¹

Desde 1925 aparecen en los periódicos anuncios que elogian un nuevo aparato fotográfico:

FOTOGRAFIAS DE NOCHE Y DE INTERIOR SIN FLASH

Saque fotos usted mismo en el teatro durante la representación. Exposiciones de corta duración o instantáneas. Con la cámara ERMANOX, pequeña, de fácil manejo y poco visible.¹²²

El anuncio va ilustrado con una fotografía nocturna de la ciudad de Dresde.

Una cámara de ese tipo era una gran novedad. La «Ermadox» era pequeña y ligera e iba provista de un objetivo F : 2 de luminosidad excepcional para su época. No obstante, para conseguir fotos tomadas en el interior aún había que recurrir a placas de vidrio, pues eran mucho más sensibles que las películas existentes. A fin de obtener un resultado satisfactorio, había que proceder además al revelado de las placas en baños especiales. La profundidad del campo era tan limitada que había que calcular las distancias casi al centímetro. Pero pese a todas esas dificultades, ya se podían hacer fotografías sin flash. Salomon será el primero en tentar la experiencia de fotografiar a gente sin que ésta se dé cuenta. Tales imágenes serán vivas porque carecerán de pose. Así inventa la fotografía «cándida», la foto desapercibida, sacada a lo vivo. De ese modo comienza el fotoperiodismo moderno. Ya no será la nitidez de la imagen la que marque su valor, sino su tema y la emoción que suscite.

Para pasar desapercibido, el fotógrafo ha de evitar que le vean y que le oigan. Por consiguiente prescindirá del flash, lo cual ahora ya es posible. Pero Salomon advierte que el disparador es demasiado ruidoso y que su chasquido delatará inmediatamente la presencia del fotógrafo, con que se hace construir un disparador

especial que opera sin ruido. La publicidad de la «Ermanox» pretendía que se podían hacer fotos en el interior, pero para conseguirlo seguía siendo indispensable exponer las placas entre medio y un segundo. Por lo tanto hacía falta un trípode, cosa engorrosa y difícil de ocultar. Además, para vender fotos a la prensa, éstas debían ser únicas y de gran actualidad. Hacia 1928, estaba estrictamente prohibido en Alemania sacar fotos de los tribunales; sin embargo la primera imagen que Salomon publica el 9 de febrero de 1928 en el *Berliner Illustrierte* está tomada precisamente en un tribunal. Aparece con el siguiente texto: «Un caso criminal que ha dado mucho que hablar estos últimos tiempos. El colegio Krantz ante sus jueces». La fotografía aparece casi difuminada pero es la única foto sacada durante ese proceso sobre el que la prensa publica un sinfín de artículos, utilizando ese caso para atacar el sistema educativo y para estigmatizar a la juventud de posguerra. Al día siguiente de una *surprise-party* en la que habían participado tres chicos de menos de veinte años y una chica de dieciséis, se descubrieron los cadáveres de dos de los chicos. Se supo que uno de esos muchachos hallados muertos había tenido relaciones íntimas con la chica. Acusaron al superviviente, un colegial de 17 años, de haber asesinado por celos. Fue absuelto.¹²³ Años después alcanzó una reputación en el mundo de las letras gracias a sus novelas que publicó bajo el seudónimo de Ernest Erich Noth.

Esa foto «única» le reportó a Salomon una cantidad de dinero similar a la que ganaba en Ullstein cada mes. Abandona entonces su empleo para dedicarse exclusivamente a la fotografía. A raíz de otro proceso, el caso de un criminal, oculta su cámara en una caja y el trípode en un chal. Cuatro de sus fotos aparecen en la misma revista y causan sensación.

A partir de ese momento aprovecha cualquier suceso para hacer fotos. Se convierte en el fotógrafo titular de las grandes conferencias internacionales. Asiste a sesiones del Reichstag, fotografía a todas las personalidades importantes de la política y de las artes. Se introduce en todas partes. Con ocasión de la firma del pacto Kellogg en La Haya, comenta: «Ocupé el sitio reservado para un ministro polaco que no había venido». En seguida comprende que es más difícil que le expulsen de un sitio que no que le admitan. Para ser un buen reportero fotográfico, hay que tener una paciencia infinita. Aprovechando una sesión nocturna de los ministros alemanes y franceses, en la segunda conferencia de La Haya, hace fotos a las once de la noche y otras de la misma sesión a la una de la madrugada, cuando algunos de los participantes descabezan un sueño. No carecía de humor y esas fotos obtuvieron un éxito enorme. Fotografía a Lloyd George y a Chamberlain en sus despachos de Londres, saca las primeras fotos de la High Court of Justice de Inglaterra. No desdeña el público, y algunas de esas imágenes recuerdan las caricaturas de Daumier. Fotografía todo lo que

tenga renombre en las artes: Richard Strauss, Toscanini, Pau Casals... En Norteamérica toma fotos de Randolph Hearst, el rey de los periódicos norteamericanos, en su propiedad de California. Luego, de nuevo en Berlín, fotografía a Albert Einstein o a literatos como Thomas Mann. En 1931, pasados apenas tres años desde su debut, publica un álbum de 102 fotografías bajo el título: *Contemporáneos célebres fotografiados en momentos inesperados*.¹²⁴ En un largo prólogo explica sus ideas y su método, válidos aún hoy para un reportero fotógrafo, con excepción de ciertos problemas técnicos ya resueltos desde entonces.

«La actividad de un fotógrafo de prensa que quiera ser más que un artesano, es una lucha continua por su imagen. Del mismo modo que el cazador vive obsesionado por su pasión de cazar, igual vive el fotógrafo con la obsesión por la foto *única* que aspira a obtener. Es una batalla continua. Hay que luchar contra los prejuicios que existen a causa de los fotógrafos que aún trabajan con flashes, pelear contra la administración, los empleados, la policía, los guardianes; contra la luz deficiente y las grandes dificultades que surgen a la hora de hacer fotos de gente que no para de moverse. Hay que captarla en el momento preciso, cuando no se mueve. También hay que pelear contra el tiempo, pues cada periódico tiene un *deadline* al que hay que anticiparse. Ante todo, un reportero fotógrafo debe tener una paciencia infinita, no ponerse nunca nervioso; debe estar al corriente de los acontecimientos y enterarse a tiempo de dónde se desarrollan. Si hace falta, hay que recurrir a todo tipo de argucias, aunque no siempre salgan bien.»

Cuenta Salomon: «Cuando en verano de 1929 llegué a la primera conferencia de La Haya, me enteré de que los ministros Henderson, Stresemann, Briand y Wirth y el Ministro de Asuntos Exteriores belga Hymans se reunían cada tarde a las cuatro en el balcón del Gran Hotel Scheveningen. Como no pude obtener el permiso de hacer fotos de ese balcón desde el interior, no me quedaba más remedio que fotografiar esas conversaciones desde el exterior. El balcón se hallaba a dieciséis metros por encima de un garaje, y luego ya venían la playa y el mar. Ninguna casa enfrente. Decidí alquilar una escalera de incendios, de diecinueve metros de alto. Me las arreglé para que los cuatro encargados de la escalera me consiguieran una blusa blanca, un balde y una brocha, con objeto de que la policía holandesa creyera que se trataba de volver a pintar una publicidad. Mi intención era subir hasta la punta de la escalera y, a una distancia de 12 metros, sacar con la mayor rapidez una foto de los diplomáticos en aquel balcón histórico. Para mi mayor decepción, el jefe del grupo me dijo que primero había que montar la escalera y fijarla con cuerdas antes de que yo pudiera encaramarme. Cuando al fin estuvo armada, su posición era tan tiesa que me hubiese caído de haber tenido que usar mis dos manos para hacer la foto. De modo que mandé que inclinaran, pero eso resul-

taba tan arriesgado que Henderson lo advirtió desde la ventana. Justo cuando ya estaba subiendo, apareció el jefe de prensa inglés, acompañado de un agente secreto, y me pidieron categóricamente que retirara en seguida la escalera. Para evitar un escándalo, me vi obligado a consentir. No me quedaba otra solución que fotografiar la escalera». ¹²⁵

Cuando no hay argucia que le sirva para penetrar en una sala de conferencia, fotografía la antecámara, creando divertidas imágenes a base de sombreros y paraguas, o de algún ujier dormido. Logra sorprender otra vez a los «Seis Grandes» de esa época: Briand, Lord Cushendun, Herman Muller, Scialoja, Hymans y Von Schubert, desayunando juntos en el Hotel Beaurivage de Ginebra. La foto aparece en septiembre de 1929 en el *Berliner Illustrierte* bajo el título: «¡Un documento único!». Y en efecto, por esa época era una novedad fotografiar a los grandes, o a los que se tienen por tales, en su vida privada.

Aristide Briand califica a Salomon de «Doctor Mefistófeles» a causa de los dos mechones de cabellos ya grisáceos que le adornan el cráneo. Todas sus fotografías llevan su firma. Es célebre. El fotógrafo deja de ser una persona anónima, se convierte, por el contrario, en una especie de *star*. Las revistas de Alemania y de Europa se arrebatan sus fotos y las pagan a buen precio.

Publicar fotos de las llamadas «secretas» se vuelve uno de los atractivos de la prensa ilustrada. No obstante, cuando resulta verdaderamente imposible hacerlas, se publican fotos «ultrasecretas» que responden a un cuidadoso montaje. Bajo el título de «las primeras fotografías jamás realizadas en las salas de juego del Casino de Montecarlo», Salomon publica en abril de 1929 una serie de imágenes, ninguna de las cuales se había visto precedida de pose. La dirección del Casino no quería permitir en ningún caso que se sacaran fotografías de las celebridades que jugaban, aunque permitió que posaran sus empleados en un momentos en que las salas de juego aún estaban cerradas. La habilidad de Salomon consistía en dar tanta vida a sus fotos que parecían cogidas a lo vivo. El público no podía distinguir entre lo verdadero y lo falso, y el interés de la revista consistía en imprimir fotos sensacionalistas. Se fabricaban si hacía falta.

El redactor jefe del *Berliner Illustrierter*, que pertenece al grupo de periódicos de la casa Ullstein, era Kurt Korff. Había empezado su carrera como botones y debía su ascenso a su infalible memoria y a su instinto de periodista. Un día, uno de los hermanos Ullstein le pidió que le trajera a toda prisa todos los detalles referentes a un desastre marítimo, pero Korff pudo citarles de inmediato todos los pormenores con cifras y medidas exactas del barco naufragado. Ullstein se quedó tan impresionado que le facilitó un rápido ascenso en su empresa editorial.

Stefan Lorant, primero director de la oficina berlinesa

de la *Münchener Illustrierte Presse*, llegó a ser en 1930 su redactor jefe. Kurt Korff había inventado la foto «ultrasecreta» y «única», aún en el caso de que a veces hubiera que recurrir a astucias que no siempre correspondían a la verdad. Stefan Lorant rechazó categóricamente todas las fotos montadas. Hasta entonces, la prensa ilustrada reproducía fotos aisladas. La nueva idea de Lorant tiende a estimular reportajes, es decir, a que se cuente una historia mediante una sucesión de imágenes. Bajo su influencia, los fotógrafos comienzan a hacer series de fotos sobre un solo tema que llenaban varias páginas de la revista. Fue el primero en concebir la idea de que el público no quiere que sólo le informen de los hechos y gestos de las grandes personalidades, sino que el hombre de la calle se preocupa por temas que se relacionan con su propia vida. Esa idea constituirá años más tarde el gran éxito de la revista LIFE. A partir de ahora, ya no serán únicamente los grandes del momento, los actores célebres u otras personalidades de la vida pública quienes aparezcan en las revistas, sino que también saldrán temas referentes a la vida cotidiana de las masas populares. La revista ilustrada llega a ser un símbolo de la mentalidad liberal de la época.

En torno al Dr. Erich Salomon, que ya tiene 44 años en 1930, se forma todo un grupo de jóvenes fotógrafos. Siguen siendo unos *free-lance*, es decir, fotógrafos independientes que conservan la iniciativa sobre sus temas. Cada una de sus fotos va firmada, lo que prueba la importancia que ya se concede a la individualidad del fotógrafo. Al igual que Salomon, no sólo son fotógrafos, también redactan sus textos y pies de ilustraciones.¹²⁶ En su mayor parte proceden de la burguesía y han realizado estudios. Se han inclinado por ese oficio a causa de las dificultades económicas y del paro que aqueja a la Alemania de la posguerra. Algunos de esos fotógrafos forman parte de la Agencia Dephot¹²⁷ (*Deutscher Photo-dienst*), que trabaja en estrecha relación con las revistas y sobre todo con Stefan Lorant. La agencia es una colmena de talentos. Casi todos sus fotógrafos alcanzarán más tarde la celebridad.

Uno de los reporteros fotógrafos que pertenece a la Agencia Dephot es Hans Baumann. Nacido en 1893 en Friburgo, Brisgau, hijo de un director de orquesta, comenzó estudiando arte. Movilizado en 1914, se encuentra al final de la guerra ante el mismo dilema que afecta a tantos jóvenes cuyas familias se arruinan con la inflación. Ha de abandonar sus estudios para ganarse la vida. En 1926, ingresa como dibujante en el periódico berlinés *B. Z. am Mittag*. Se especializa en dibujos de los grandes acontecimientos deportivos y suele recurrir a fotografías. Decide convertirse él mismo en fotógrafo cuando su periódico empieza, como los demás, a dar cada vez mayor importancia a las fotos. Ya de niño sentía cierta pasión por la fotografía; su padre le había regalado un aparato cuando sólo tenía 10 años.¹²⁸ Gracias a la Agencia Dephot, conoce a

Stefan Lorant y en 1929 comienza a trabajar para el *Münchener Illustrierte Presse* bajo el pseudónimo de Felix H. Man, a fin de distinguir su nuevo oficio de su anterior profesión de dibujante. Ese mismo año realiza el primer reportaje nocturno bajo el título: «Entre medianoche y la aurora en el Kurfürstendamm», la arteria principal de Berlín. La revista múniquesa le garantiza un mínimo de 1000 marcos por mes,¹²⁹ a condición de que él proponga los reportajes de antemano. Esa suma es muy elevada para su tiempo si consideramos que el sueldo de un funcionario medio se situaba alrededor de los 500 marcos. Entre 1929 y 1933, realiza casi 80 reportajes. Fotografía las piscinas populares, los obreros de las fábricas, escenas de restaurantes, combates de boxeo, el Lunapark y muchos otros temas que afectan a la gran multitud que reconoce en esas imágenes su propia vida, sus preocupaciones y sus diversiones. Es uno de los primeros reporteros fotógrafos que desarrollará, en estrecha colaboración con Stefan Lorant, la fórmula moderna del reportaje.¹³⁰ A comienzos de los años treinta, Lorant envía a Man a Roma para que haga un reportaje sobre Mussolini (pág. 116). Hasta entonces, sólo se le había visto en fotos con poses grandilocuentes. Man permanece junto al Duce un día entero, desde las siete de la mañana hasta las diez de la noche, y hace un reportaje que ha de inspirar a toda una generación por la espontaneidad de las imágenes tomadas a lo vivo. Man se acuerda y dice: «El despacho de Mussolini era inmenso, lleno de columnas de mármol y de pilares como la entrada de un museo. Trataba a sus ministros de forma más bien desagradable y con la mayor desenvoltura. Uno de ellos le trajo un correo voluminoso; algunas cartas llevaban la marca de "importante". Mussolini observó los sobres. Si los encontraba interesantes, leía las cartas, si pensaba lo contrario, echaba las cartas al aire y el ministro tenía que atraparlas».¹³¹ El reportaje causó sensación y le reportó a Man 3000 marcos.

Cuando hojeamos las revistas alemanas de finales de los años veinte, nos tropezamos con nombres hoy célebres, tales como Moholy-Nagy, de la *Bauhaus*, Alfred Eisenstaedt, por entonces fotógrafo principal de la Associated Press en Berlín, André Kertész, Martin Muncaszi, Germaine Krull y otros más, hoy no tan conocidos, como Wolfgang Weber, Umbo, exalumno de la *Bauhaus*, Marian Schwabik, los hermanos Gidal, y nombres como Helmut Muller Von Spolinski, Von Blücher, Freiherr Von Bechmann, que delatan su origen aristocrático. Cada uno tenía su especialidad en el reportaje: deportes, teatro, acontecimientos políticos, etc.

En 1929, la mayoría de esos reporteros fotógrafos utilizan aún una «Ermanox», pero a principios de los años treinta, Salomon, Man y otros comienzan a usar la Leica. La invención de esa nueva cámara será la que abra verdaderamente la vía del fotoperiodismo moderno.

La Leica fue inventada por Oskar Barnack, especialista en

mecanismos de precisión.¹³² Nació en 1879 y ya de joven se apasiona por la fotografía. A Barnack le gustaba dar largos paseos a pie. En cada ocasión se llevaba un aparato del formato 13×18 , aparato que sin embargo resulta agobiante, aparte de que las dobles cajas de madera aún pesan más. Para colmo ha de acarrear un trípode; Barnack, poco robusto, sueña con un aparato que pudiera llevarse en el bolsillo. Durante sus largos años de trabajar en la industria óptica, en Jena, anda obsesionado por esa idea. Pero sólo cuando, en 1911, llega a director del laboratorio de investigaciones de las fábricas Leitz, en Wetzlar, que fabrica microscopios y prismáticos, tiene al fin la posibilidad de realizar sus sueños. Construyó una cámara fotográfica de tamaño reducido para el que utiliza la película del cinematógrafo de reciente invención, siendo la superficie del negativo fotográfico doble que la de la cinta cinematográfica. Se trata del formato 24×36 mm. Para que la firma Leitz pueda empezar a construir sistemáticamente esa nueva cámara, habrá que esperar todavía varios años de investigaciones. Se presenta al público por vez primera en 1925 bajo el nombre de Leica, aprovechando la Feria Industrial de Leipzig, donde causa impacto. El aparato va provisto de un objetivo $1 : 3,5/50$ mm, pero en 1930 ya se vende con varios objetivos intercambiables, lo cual amplía considerablemente sus posibilidades. La cinta utilizada permite exponer 36 vistas sin recargarla. Es una revolución en el trabajo del profesional.

La mayor parte de redactores de la prensa ilustrada, acostumbrados a dirigirse a los operadores para conseguir fotografías aisladas, no les permiten el uso de la Leica. Entretanto, la técnica de los flashes había mejorado bastante y las cámaras de gran tamaño permitían sacar copias directas. Hasta una revista como *LIFE*, fundada en 1936, no quería, en sus comienzos, que sus fotógrafos se sirvieran de la Leica. Thomas Mc Avoy, que formaba parte del equipo de los primeros fotógrafos contratados por *LIFE*, me ha contado las dificultades que encontró para imponerla: «Me había traído una Leica a raíz de un viaje a Europa, pero el redactor jefe la consideraba como un juguete poco serio a causa de su reducido tamaño y me prohibió utilizarla. Aprovechando una recepción oficial en Washington, hice caso omiso y, bajo las miradas atónitas de mis colegas que operaban con grandes aparatos y provistos de flashes, saqué toda una serie de fotos. Comparando mis clichés con los de los demás, la dirección admitió que mis fotos tenían mucha mayor atmósfera y que eran más vivas, pues yo no había recurrido a flashes y había fotografiado a la gente sin que ésta se diera cuenta. A partir de ese momento, la Leica fue apreciada en todo su valor y todos los fotógrafos siguieron mi ejemplo».¹³³

Realicé una experiencia similar. En 1937, Julien Cain, por entonces Director de la Biblioteca Nacional, me pidió que foto-

grafiara todas las bibliotecas de París (mi primer encargo oficial) para la Exposición Universal de 1937. Cuando me presenté en la Nacional, el director me declaró al advertir la pequeña Leica: «Eso no es nada serio, vuelva con una cámara profesional de verdad». Me echó. Tuve una idea. Fui al *marché aux puces* y compré por unos cincuenta francos un viejo modelo de madera de formato 18 x 24. Esta vez, el director quedó satisfecho y coloqué el aparato sobre un trípode voluminoso. Con la cabeza oculta bajo un gran paño negro simulé ajustar el enfoque. El aparato ni siquiera llevaba placas. Cuando se hubo marchado la autoridad, saqué tranquilamente toda una serie de fotos con mi Leica, cogiendo como modelos a las viejas ratas de biblioteca sumidas en la lectura. Como no usaba flashes, pasé desapercibido. Un anciano distinguido de largos bigotes blancos, que dormía sobre sus libros roncando dulcemente, fue mi primera víctima. Un monje vestido de estameña, enfrascado en antiguos infolios, la segunda; y así siguieron otros. Gran parte de mis fotos sirvieron para el pabellón de la literatura, en la exposición universal. El reportaje sobre la Biblioteca Nacional apareció en la revista *Vu*, en su n.º 463 del 27 de enero de 1937 bajo el título: *Un grand reportage de Vu à la Bibliothèque Nationale: la première usine intellectuelle du Monde*.

La conquista del mercado por Leica se refleja en las cifras de su producción. En 1927, la firma había sacado 1000 aparatos; un año después, 10 000. En 1931, esa cifra asciende a 50 000 aparatos y dos años más tarde a 100 000. Hoy en día su producción rebasa ampliamente el millón. La Leica, constantemente mejorada, logra que el nombre de la firma Leitz sea célebre en el mundo entero. Pero las imitaciones del aparato se extienden más o menos por todas partes. Después de la última guerra, las firmas japonesas son las que sobre todo le hacen una feroz competencia.

La firma Leitz, fundada en la ciudad germana de Wetzlar, en 1849, es una empresa familiar. En 1972, la cuarta generación es la que se encarga de dirigir las fábricas, que producen más de 6000 objetos de mecanismos de alta precisión, compuestos de 70 000 piezas diferentes. Los técnicos están altamente especializados y sus sueldos son altos. La fabricación de la caja de la Leica, que comprendía más de 700 piezas por sí sola, ya no era rentable. Su precio de venta no sobrepasaba el precio de su fabricación. En 1972 la firma Leitz se asocia con el grupo Minolta. Gracias a los bajos salarios pagados en Asia y a la mecanización de la producción, Japón fabricará equipos menos caros. Leitz concluyó asimismo un acuerdo con la firma Advanced Metals Research de Burlington, Estados Unidos, y en el dominio de la microscopia electrónica firmó un tratado de cooperación y copropiedad con la firma suiza Wild / Heerbrugg.¹³⁴ Hoy las empresas familiares, por poderosas que sean, están condenadas al fracaso si no forman parte de trusts, basados en la interpenetración de los capitales internacionales.

La nueva mentalidad democrática que se manifestó en la prensa ilustrada alemana, se cerró brutalmente con la llegada de Hitler. Alemania apenas estaba empezando a recuperarse cuando estalla la crisis económica en Estados Unidos. El crack de la bolsa de Nueva York, ese famoso viernes negro de octubre de 1929, tiene graves consecuencias a causa de los múltiples capitales norteamericanos invertidos en Alemania. Durante los años que siguen, aumenta dramáticamente el paro, de modo que en 1932 se cuenta casi en seis millones la cifra de parados. Su miseria es uno de los factores decisivos del acceso de Hitler al poder. Con las dificultades de la vida económica, se radicaliza la vida política. Ahora los partidos, particularmente los nazis y los comunistas, hacen alarde de organizaciones paramilitares. El canciller Brüning ya sólo gobierna mediante decretos de excepción y prácticamente se desentiende del Parlamento que ya no tiene ningún poder. El 30 de enero de 1933, Hindenburg, Presidente del Reich, le encarga a Hitler, ascendido a Reichskanzler, que forme nuevo gobierno. La S.A. quema públicamente en Berlín los libros de los escritores más conocidos. Alemania se dispone a sumirse en las tinieblas y la bruma. Miles de personas, la élite intelectual y artística, van a exilarse. Los que no lleguen a escapar a tiempo, acabarán encerrados en campos de concentración. La prensa queda amordazada y estrechamente controlada. Todos los sospechosos de no admitir las ideas del Tercer Reich pierden sus puestos de trabajo. Igual suerte corren los que no pueden demostrar que son de pura sangre aria. Los redactores de las grandes revistas se ven substituidos. Kurt Korff huye a Austria y luego se va a Norteamérica, Stefan Lorant no puede evitar que lo encarcelen y sólo debe su libertad, unos meses más tarde, al hecho de que puede demostrar su origen húngaro. Huye a Inglaterra, donde fundará en 1938 el *Picture Post*, que —desde buen principio— conocerá un éxito enorme. El Dr. Erich Salomon huye con su mujer y sus dos hijos a Holanda, donde tiene familia. Como es judío, morirá exterminado con uno de sus hijos diez años más tarde. Casi todos los miembros de la Agencia Dephot se marchan. Felix H. Man, que en el momento de la subida de Hitler se encuentra en el extranjero y dado que es un demócrata convencido, decide no volver más a Alemania. Llegará a ser, con Kurt Hubschmann, que cambia su nombre por el de Hutton, el colaborador de Lorant en Inglaterra. Ina Bandy trabajará para la revista *Vu* de París. Alfred Einsenstaedt y Fritz Goro se instalan en Norteamérica, donde formarán parte del grupo de fotógrafos de *LIFE*. Andrei Friedmann, que había empezado como fotógrafo a la edad de 17 años en la Agencia Dephot, pasa a Francia donde usará el seudónimo de Capa, bajo el que no tardará en hacerse célebre. En 1947 fundará la Agencia Magnum.¹³⁵ Todos los que habían creado el fotoperiodismo moderno en Alemania propagarán sus ideas en el extranjero y ejercerán una influencia decisiva en la transforma-

ción de la prensa ilustrada en Francia, Inglaterra y Estados Unidos.

La elección de redactores de las revistas alemanas se basa ahora en criterios exclusivos de fidelidad al Tercer Reich. Sólo pueden publicar las fotografías que les mandan los organismos oficiales. El hombre todopoderoso de la prensa ilustrada de los nazis es Heinrich Hoffmann. Había nacido en 1885 en Furth, cerca de Darmstadt, donde su familia lleva una tienda de fotografía. En 1908, a la edad de 23 años, se establece por su cuenta en Munich como fotógrafo. A principios de 1919 estalla en Baviera un movimiento revolucionario que proclama una República de los Soviets. La Reichswehr liquida ese movimiento tras una batalla sangrienta. Uno de los jefes de la revuelta muere asesinado, los demás huyen. Durante cierto tiempo reina en Munich la guerra civil. Heinrich Hoffmann aprovecha esos meses tumultuosos para hacer un sinfín de fotos que vende a los periódicos del mundo entero y gana así mucho dinero. Cuando Hitler funda, a finales de 1919, su partido que, por esa época, sólo se compone de media docena de afiliados, el poderoso grupo de periódicos norteamericanos Hearst le ofrece 5000 dólares si logra conseguirle fotos de Hitler. Hoffmann no duda, por obtener esas fotos, en afiliarse al partido nazi. Acabará siendo uno de los amigos más íntimos de Hitler, que depositará en él su confianza absoluta y se hará fotografiar en toda clase de poses: así puede estudiar sus movimientos y sus gestos para retener los más ventajosos y usarlos durante sus discursos (pág. 115). Cuando coge el poder en 1933, será Hoffmann, compañero de primera hora, quien reciba el derecho exclusivo a publicar fotos sobre Hitler. Ese mismo año, Hoffmann es nombrado miembro del Reichstag y en 1938 se le confiere el título de «Herr Professor». Hoffmann es ante todo hombre de negocios y explota al máximo la exclusividad de sus derechos. Crea una agencia y una editorial, cuyo objetivo es la propaganda nazi y se rodea de todo un estado mayor de fotógrafos. Tales fotógrafos serán los únicos autorizados a hacer fotos de Hitler y de todos los acontecimientos oficiales. Todos los periódicos y revistas han de pasar por él, y también la prensa mundial. Gana una fortuna inmensa, adquiere propiedades y una colección de pintura. Casa su hija con el Führer de la juventud alemana, Baldur von Schirach.

Cuando estalla la guerra, Hoffmann organiza en Berlín una central fotográfica encargada de controlar todas las fotos hechas en el frente. El será quien elija las que le parezcan las más apropiadas para la propaganda alemana. Establece una verdadera fábrica; manda hacer contratipos para enviarlos a toda la prensa con la obligación de publicarlos. Pero sólo él percibirá los derechos de reproducción. Cuando los americanos ocupen Baviera, le confiscarán los archivos. No obstante, el ejército americano lo utilizará para reconocer entre sus miles y miles de fotos a los criminales de

guerra. Mientras la población alemana carecerá de alimentos, a él nunca le faltará nada. Pero, en el momento de los procesos contra los jefes nazis, le detendrán y le condenarán, en 1947, a la pena máxima de diez años de trabajos forzados y a la pérdida de toda su fortuna, como beneficiario típico del Tercer Reich. El 25 de junio de 1948, esa sentencia sufrirá revisión ante otra cámara de acusación y su pena se verá reducida a tres años de trabajos forzados. Dicha sentencia fue objeto de una nueva casación por vicio de forma, pero luego la cámara de acusación principal de Munich elevó otra vez su pena a cinco años de trabajos forzados, que le fueron conmutados por el tiempo pasado en la cárcel; le retiraron por un período de diez años todos los derechos de reproducción de sus archivos y le privaron del título de «Herr Professor». Le confiscaron toda la fortuna, exceptuando 5000 marcos dejados para que mantuviera a su familia. Finalmente otra cámara de acusación decidió borrarle de la lista de criminales de guerra; le consideraron únicamente como un simple ejecutor. En 1957 se anulan todos los procedimientos seguidos en contra suya. Muere a finales de ese año a la edad de 72 años.¹³⁶ Sin duda alguna Hoffmann fue uno de los nazis que más provecho material sacó del régimen hitleriano.

Sus archivos habían quedado confiscados y una parte fue transferida en 1947 a la Library of Congress de Washington. A comienzos de los años sesenta, su hijo y heredero que también se llama Heinrich y que recuerda haberse sentado en las rodillas de Hitler cuando tenía tres años, gana el proceso que había entablado para recuperar los derechos de reproducción de la colección de fotografías de su padre, cuyos negativos originales posee, pues las agencias del mundo entero se habían apoderado de las copias para venderlas en beneficio propio.

El relevo de las revistas alemanas de mentalidad liberal pasó primero a la revista francesa *Vu*, fundada en 1928 por Lucien Vogel (1886-1954), editor, periodista, pintor y dibujante de talento. Efectúa sus comienzos en el periodismo en 1906, encargándose de la dirección artística de la revista *Fémina*. Unos años después, dirige *Art et Décoration*. En 1912 funda la *Gazette du Bon Ton* y crea otra revista, *Le Jardin des Modes*.

Lucien Vogel tenía una gran personalidad e ideas muy originales. Era hombre afable, rubio, con unos ojos azules y luminosos que reflejaban un carácter determinado y una amplia generosidad. Sus revistas de modas se caracterizaban por un gusto refinado muy parisino y por sus ideas liberales. Ya a partir del primer número de *Vu*, Vogel rompe con la clásica fórmula de la foto aislada, tal como la practicaba *L'Illustration*, una de las revistas más antiguas de Francia. Vogel se rodea de colaboradores excelentes, escritores y periodistas capaces, como Philippe Soupault, al que enviará a Alemania, o Madeleine Jacob, que había

comenzado como secretaria de redacción y que luego fue enviada especial en Austria, o también la norteamericana Ida Treat, que va a Asia en representación de *Vu*. Emplea a los mejores fotógrafos de la época, entre ellos a Germaine Krull, André Kertész, Laure Albin-Guillot, Muncaszi y Capa cuya foto más célebre, representando a un español republicano que cae alcanzado por una bala, fue publicado en *Vu* por vez primera en 1936 (pág. 152).

El primer número aparece el 28 de marzo de 1928. Vogel lo anuncia así: «Concebido dentro de una nueva mentalidad y realizado con nuevos recursos, *Vu* aporta en Francia un nuevo método: el reportaje ilustrado mediante informaciones mundiales... Desde cualquier punto donde se produzcan acontecimientos notables, llegarán a *Vu* fotos, reseñas y artículos. *Vu*, de esta manera, pondrá al público en contacto con el mundo entero... y pondrá al alcance del *ojo* (subrayado por nosotros) la vida universal... páginas repletas de fotografías, que traduzcan por la imagen los acontecimientos políticos franceses y extranjeros... sensacionales reportajes ilustrados... los descubrimientos más recientes, fotos severamente seleccionadas...».

Ese primer número ya contiene más de 60 fotos. El precio de venta es de 1 franco 50. Ya en 1931, Vogel concibe grandes números especiales que incluyan análisis valientes y perspicaces de los acontecimientos mundiales. *Vu au pays des Soviets* aparece en 1931, igual que *L'Amérique lutte*, dedicado al New Deal de Roosevelt; *L'Enigme allemande*, en abril de 1932. Este número se compone de 125 páginas y de 438 fotografías. Por vez primera, el público francés recibe un aviso contra el nazismo. Un número especial sobre Italia: *L'An XI du Fascisme*, aparece en 1933; *Interrogatoire de la Chine*, en mayo de 1934. Pero el tono y los temas de *Vu* (simultáneamente Vogel también edita *Lu*, una especie de *digest* de la prensa) no agradan mucho a los accionistas suizos. La publicidad, que es el sostén material de una revista en la sociedad capitalista, es muy reducida, pues Vogel no oculta sus afinidades con la izquierda que, unida en el frente popular, gana las elecciones de 1936. La gran industria, suministradora de la publicidad, le es hostil. Cuando aparece, en otoño de 1936, un número especial sobre la guerra civil española, vista desde el lado republicano, el furor de los accionistas llega al colmo y obligan a que Vogel presente su dimisión. La revista continúa, sin embargo, hasta 1938, pero su interés disminuye y pierde gran parte de su clientela.

Cuando Lucien Vogel muere en 1954, de un ataque en su mesa de trabajo, Henry Luce, que en 1936 había fundado la revista norteamericana *LIFE*, cablegrafía a su familia: «Sin *Vu*, *LIFE* no hubiese visto la luz del día», rindiendo así un postrer homenaje al hombre que había creado la primera revista moderna en Francia, basada en la fotografía.



Hitler posa para Hoffmann a fin de estudiar sus poses más ventajosas

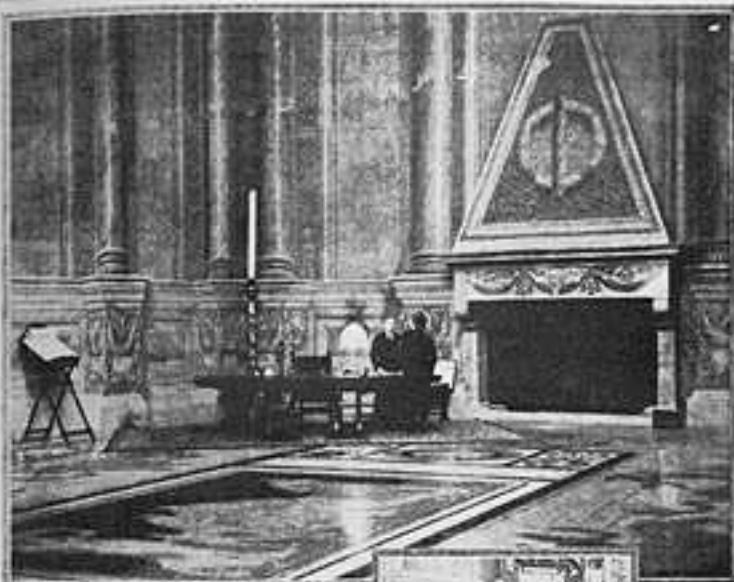


Benito Mussolini en un momento de su visita a la ciudad de Nueva York. A la izquierda se ve a su hijo, el príncipe Víctor Emmanuel, y a la derecha a su hijo, el príncipe Víctor Emmanuel.

MUSSOLINI

COMIENZO DEL REPORTAJE SOBRE EL REINO ITALIANO DE BENITO MUSSOLINI

Como es bien sabido, el mundo entero ha estado esperando con ansia el momento en que Benito Mussolini, el líder del fascismo italiano, visitara Nueva York. Este momento ha llegado, y el mundo entero ha estado esperando con ansia el momento en que Benito Mussolini, el líder del fascismo italiano, visitara Nueva York.



Benito Mussolini en un momento de su visita a la ciudad de Nueva York. A la izquierda se ve a su hijo, el príncipe Víctor Emmanuel, y a la derecha a su hijo, el príncipe Víctor Emmanuel.



Benito Mussolini en un momento de su visita a la ciudad de Nueva York. A la izquierda se ve a su hijo, el príncipe Víctor Emmanuel, y a la derecha a su hijo, el príncipe Víctor Emmanuel.

Comienzo del reportaje sobre Mussolini, obra de Felix H. Man que influyó en dos generaciones de reporteros fotógrafos



THE PROCESSION MARCHES THROUGH HISTORY HE HAD MADE

by ALAN MOOREHEAD

His body lies in state in the House of Commons, in the heart of London, and a procession of the world's great leaders will follow it to the funeral. The procession will start in the morning at 10.30 and will pass through the streets of London, past the Houses of Parliament, to the funeral at 11.30. The procession will be led by the Queen, followed by the Prime Minister, the Archbishop of Canterbury, and the Lord Mayor of London. The procession will be the largest in the history of London, and will be watched by millions of people. The procession will be a tribute to the man who has changed the world.



THEN TO BLADON

AT WATERLOO STATION From the West, the procession will pass through the streets of London, past the Houses of Parliament, to the funeral at 11.30. The procession will be the largest in the history of London, and will be watched by millions of people. The procession will be a tribute to the man who has changed the world.





LIFE BEGINS

The camera reveals the most vital moment in any life—its beginning. A few hours ago, the child lay restless in its mother's womb. A second ago, its foetal life was ruthlessly ended when the surgeon snipped its umbilical cord—through which the unborn child had drawn all existence from its mother. Then, for a second or two, the child hung limp and unbreathing between two lives. Its blood circulated and its heart beat only on the impetus given by its mother. Suddenly the baby's new and independent life begins. He jerks up his arms, bends his knees and, with his first short breath, gives out a rattled cry.

LIFE

«La vida empieza»: primera foto del primer número de *LIFE*

Tres años después de que Hitler tomara el poder en Alemania y después de «poner en cintura» a todas las revistas y al conjunto de la prensa, aparece en Norteamérica una nueva revista que llegará a ser el más importante de su género en el mundo. Se trata de *LIFE*. El primer número aparece el 23 de noviembre de 1936. Con una tirada inicial de 446 000 ejemplares, rebasa el millón un año más tarde para alcanzar más de ocho millones en 1972. Su éxito fue único y su fórmula se vio imitada más o menos por todo el mundo.

LIFE no era la primera revista norteamericana enteramente compuesta de fotografías. Ya en 1896, el *New York Times* había publicado un suplemento semanal fotográfico. Otros periódicos habían seguido su ejemplo. Se llamaban *Mid-Week Pictorial*, *Panorama*, *Parade*, etc., pero ninguno había logrado todavía el éxito de *LIFE*.

La idea hacía años que flotaba en el aire y su realización se consiguió bajo influencias diversas: primero la evolución del cine. A partir de las primeras décadas del siglo xx, había superado una fase vodevillesca y cada día atraía a millones de espectadores; la imagen se vuelve familiar y educa la mirada. El nuevo estilo del fotoperiodismo introducido por las revistas alemanas a principios de los años treinta, reanudado más tarde por la revista *Vu* en Francia, tuvo una profunda influencia en los creadores de *LIFE*. Dicho estilo les sirvió para contar historias a base enteramente de series de fotos. Las fotografías del Dr. Salomon y de Felix H. Man ya eran conocidas y habían aparecido en las revistas norteamericanas. *LIFE* se atrajo a los excelentes fotógrafos que habían huido del hitlerismo y buscó el consejo de los excolaboradores de la prensa ilustrada alemana, como Korff y Szafranski, ambos del *Berliner*

Ilustrierte. Finalmente los progresos de la fotografía, las nuevas técnicas de impresión, ante todo la del color, así como la transmisión de fotos por belino, desempeñaron un papel preponderante en la creación de la revista fotográfica moderna. Pero uno de los factores decisivos de su éxito fue el papel omnipotente de la publicidad.

En Norteamérica, las revistas se hallan enteramente financiadas por la publicidad y sus beneficios dependen de ella. El papel predominante de la publicidad va íntimamente ligado a la transformación de una Norteamérica agrícola en una nación industrial. Con la invención de nuevas industrias y de métodos de explotación rentables, varios bienes de consumo se estandarizaron y produjeron en gran cantidad. La multiplicación de carreteras y vías férreas creaban una aproximación entre productores y consumidores. Norteamérica, sin embargo, es un país inmenso y cada región posee sus periódicos que se especializan en las noticias locales. Por el contrario las revistas, que sólo aparecen cada semana o cada mes, se distribuyen a través de todo el país, haciéndose así accesibles a toda la población. Por consiguiente, los anunciantes tenían un interés muy particular en que su publicidad saliera en dichas revistas.

Entre 1939 y 1952, la cifra de anunciantes pasó de 936 a 2538, y la cifra de productos vendidos, gracias a la publicidad, de 1659 a 4472.¹³⁷ Semejantes hechos tuvieron una honda influencia en el planteamiento de las revistas. Hasta finales del siglo XIX, los editores eran los productores exclusivos de su contenido. Gradualmente, abriendo sus publicaciones a la publicidad y al desarrollo de la sociedad de consumo, sus funciones se fueron transformando. A partir del momento en que la publicidad se convertía en la única fuente de beneficios, dejaron de interesarse por el lector como lector, y comenzaron a pensar en el lector de los anuncios que publicaban sus revistas. Los editores ya no se limitaban a ser los productores de su propia mercancía, circunstancialmente textos e ilustraciones, sino que se volvían vendedores de mensajes publicitarios. Y de este modo, acabarían siendo parte integrante de todo el sistema de marketing en Estados Unidos.¹³⁸

Los anunciantes pagaban el espacio en las revistas en función de su tirada. La preocupación de los editores, para aumentar beneficios, era aumentar la tirada y a tal fin había que lograr una presentación atractiva de las revistas de cara a la multitud de compradores. Con la llegada de la televisión esas relaciones habrían de cambiar. Ya volveremos sobre el tema.

En los años sesenta, 14 dólares de cada 100 que ingresaban en el conjunto de revistas norteamericanas iban a parar a *LIFE* que fue leído por aproximadamente 40 millones de norteamericanos.

LIFE fue fundado por Henry R. Luce. Era hijo de un mi-

sionero presbiteriano que había ejercido sus funciones en China. Allí nació Luce en 1898. Su educación calvinista y puritana, la austeridad que rodeaba su educación y luego sus estudios en Yale, habían hecho de él un conservador cuyas ideas se reflejaban en el espíritu de todas sus publicaciones. Su vida, la de un joven pobre que en pocas décadas se convierte en uno de los mayores magnates de la prensa norteamericana, se sitúa dentro de la más pura tradición norteamericana liberal del primer tercio del siglo XIX.¹³⁹

En noviembre de 1929, funda con su amigo de estudios en Yale, Briton Hadden, una sociedad bajo el nombre de TIME Inc. Eligió el nombre *TIME* una noche leyendo un anuncio publicitario del «metro». Los jóvenes fundadores, que por entonces tendrían alrededor de veinte años, comprueban que no existe ninguna revista adaptada al ritmo acelerado del trabajo. La gente ocupada apenas dispone de tiempo para informarse. Por lo tanto se tratará de llenar esa insuficiencia y crear una revista semanal que informe sobre todos los acontecimientos de la semana transcurrida. Sus inicios son modestos; tienen dificultades para encontrar los 85 000 dólares que les permitan editar *TIME* cuyo primer número aparece en marzo de 1923. El contenido de los primeros números —como la revista aún no dispone de una vasta organización de información— está cogido por entero del *New York Times* y reescrito en un estilo muy particular. Eso por entonces se podía hacer, pues el Tribunal Supremo de Justicia había declarado, en un juicio, que las noticias que tienen más de veinticuatro horas, ya pertenecen al dominio público.¹⁴⁰

TIME alcanzó un éxito enorme y en 1936, cuando apareció *LIFE*, éste quedó organizado según normas parecidas: su redacción se dividía en diecisiete departamentos principales: asuntos domésticos, música, libros, naturaleza, deportes, ciencias, moda, artículos, editoriales, etc. Tales departamentos se hallaban agrupados en divisiones: cine y teatro, por ejemplo, se englobaban dentro de la rúbrica diversiones; arte y religión, dentro de la de cultura, etc. Cada división tenía a la cabeza un director y un documentalista de quienes dependían otros subdirectores y documentalistas. Todos los documentalistas (*researchers*) eran femeninos. Los redactores que escribían los textos, fueron elegidos preferentemente entre los jóvenes que salían de las universidades y sobre todo de Yale donde Luce había realizado sus estudios. Cada semana, cada departamento sometía al jefe de división un informe en el que enumeraba los «reportajes a mano» y los proyectos. El reportaje a mano ya estaba a punto en el «banco», es decir, que podía publicarse inmediatamente. Pero en la mayoría de casos, esos reportajes no se publicaban hasta pasados unos meses o incluso nunca. Otra lista también era objeto de estudio, la de los artículos *in the works*, es decir, los que se estaban realizando. Cada día el editor jefe elegía algunas páginas para la revista y las mandaba a la imprenta. Luego, los días siguien-

tes, de cara al reportaje ya elegido, seleccionaba el resto de material para la semana. Si el artículo principal resultaba un poco largo y pesado, como por ejemplo unas memorias o un artículo científico, buscaba temas más ligeros para darle al número un mayor equilibrio. Si el artículo referente a las actualidades era algo frío, los departamentos de ciencias, de educación o de religión tenían grandes posibilidades de sacar algo de la «nevera» de su «banco» y verlo publicado. Todo ello solía decidirse en pocas horas.

El departamento de actualidades estaba encargado de reunir recortes de periódicos que eventualmente pudieran ocasionar un reportaje y entonces los mandaba al departamento interesado. Los documentalistas tenían que enviar luego esos recortes de prensa al jefe de la oficina de actualidades nacionales o extranjeras quien, por su parte, si el tema le parecía interesante, los transmitía inmediatamente a los corresponsales de *LIFE* esparcidos por el mundo entero. Cuando había que buscar información sobre un tema definido, se imponía una visita a la «morgue» donde se guardaban todos los recortes de prensa y noticias, clasificados en múltiples temas.¹⁴¹

El director del departamento de fotografía se hallaba en contacto con todos los fotógrafos que trabajaban para *LIFE*. Constituía el nexo entre ellos y los departamentos editoriales. Distribuía los *assignments*, es decir, los reportajes que había que hacer. Su tarea consistía en guiarlos y en controlar sus trabajos y desplazamientos. Contrataba y despedía. Su posición en el interior de la revista dependía de su capacidad de obtener lo máximo de sus fotógrafos y tenía que ser un buen psicólogo, pues los fotógrafos suelen ser gente de temperamento susceptible que vive en continua tensión ya que su tarea no es fácil. Casi todos trabajan en circunstancias difíciles, a menudo muy penosas. Siempre andan limitados por el tiempo. Han de tener una salud de hierro, mucho valor, reacciones inmediatas y han de saber adaptarse a todas las situaciones. No cesan de correr riesgos y muchos han pagado con la vida su temeridad. Frecuentan gente de todo tipo y han de saber comportarse con holgura, tanto si visitan la corte de un rey como una tribu salvaje. Las relaciones entre director del departamento de fotografía y fotógrafos no suelen ser fáciles pues el uno da las órdenes desde su despacho mientras que los otros actúan sobre el terreno, luchando con dificultades que a menudo resultan insuperables.

Uno de los directores del departamento fotográfico que tuvo una gran influencia en el estilo particular de *LIFE* era Wilson Hicks. Durante trece años (1937-1950) desempeñó ese cargo y formó a toda una generación de fotógrafos, muchos de los cuales llegaron a ser célebres. Su popularidad se veía menoscabada por la frecuente rudeza con que los trataba. Tenía por principio el método de la

zanahoria y el látigo, pero los fotógrafos que trabajaron para él sintieron el mayor respeto por sus conocimientos del fotoperiodismo y por la fertilidad de sus ideas.¹⁴²

Cuando había que usar un reportaje, se mandaban las fotografías al director del departamento de arte que estaba encargado de compaginarlas y al redactor que debía escribir el texto en una cantidad de palabras precisada con exactitud. Lo redactaba en un papel amarillo especial que ya llevaba indicado el número de letras y líneas que tenían que coincidir exactamente con la longitud del texto. A continuación unos documentalistas se encargaban de verificar cada palabra. Encima de cada palabra verificada, si el sentido les parecía correcto, tenían que marcar un punto rojo. Luego se copiaban los artículos en un despacho especial. *LIFE* empleaba además a varios especialistas: historiadores, médicos, psicólogos, educadores, etc. para verificar el contenido de los artículos.

Aparte de los fotógrafos, empleados directamente por la revista, se recurría a los servicios de otros fotógrafos independientes y a algunas agencias. Lo que posibilitó el gran éxito de *LIFE* fue la enorme organización de TIME Inc., la sociedad que cubría todas las empresas de Luce. Conoció una nueva ampliación durante la última guerra cuando se fundó *TIME/LIFE International*, que dispuso de aproximadamente 360 oficinas en el mundo entero con 6700 empleados.

Henry R. Luce había empezado su carrera de periodista en 1921 como reportero del *Chicago News* con un sueldo de 16 dólares por semana. En 1967, podía desde su despacho del piso 34 del Rockefeller Center de Nueva York, controlar un vasto imperio de publicaciones y empresas que figuraba entre las quinientas mayores empresas industriales de Norteamérica. *TIME* tiraba ahora más de 3 millones de ejemplares por semana, *LIFE* más de 8 millones. Poseía además *Sports Illustrated* y *Fortune* revista esta última creada únicamente para los hombres de negocios, tirando en conjunto más de 13 millones. Aparte de esas publicaciones, poseía un departamento editorial que vendía aproximadamente 17 millones de libros por año, cinco emisoras de radio y seis de televisión, fábricas de papel, bosques, explotaciones de petróleo en Texas, etc. *TIME* Inc. ganaba cerca de 15 millones de dólares por año y los ingresos personales de Luce se elevaban a más de un millón y cuarto de dólares. Se hallaba en la cumbre de su éxito cuando murió súbitamente ese mismo año de 1967 a la edad de 69 años.¹⁴³

«Para ver la vida, para ver el mundo, ser testigo de los grandes acontecimientos, observar los rostros de los pobres y los gestos de los orgullosos; ver cosas extrañas: máquinas, ejércitos, multitudes, sombras en la jungla y en la luna; ver cosas lejanas a miles de kilómetros, cosas ocultas detrás de las paredes y en las habitaciones, cosas que llegarán a ser peligrosas, mujeres, amadas

por los hombres, y muchos niños; ver y tener el placer de ver, ver y asombrarse, ver y enterarse.» Con tales palabras, Henry R. Luce introducía el primer número de *LIFE*.¹⁴⁴ Se componía de noventa y seis páginas, con un tercio dedicado a la publicidad. La fotografía de la portada era de Margaret Bourke-White, cuyo nombre asociado a los de Alfred Eisenstaedt, Thomas Mc Avoy y Peter Stackpole designaba el *team* de reporteros fotógrafos empleados por la revista. La portada representaba una vista del Fort Peck Dam de Montana, en el Oeste, que daba paso al reportaje principal de ese número: nueve páginas sobre la ayuda a los parados, una de las facetas del New Deal, que Roosevelt, presidente entonces de Estados Unidos, había planeado para combatir la depresión económica. Poco tiempo después, Henry Luce se convertía en uno de sus más encarnizados adversarios y utilizaba sus páginas para luchar contra su política.

Una sola fotografía llenó la primera página: el nacimiento de un niño, con un tocólogo sosteniendo en sus brazos a un recién nacido y la frase siguiente: «La vida empieza» (p. 122). Era un juego de palabras para introducir ese primer número. El texto seguía así: «El aparato registra el momento más importante en cualquier vida: su principio.» Seguían dos páginas sobre los niños de un colegio chino de San Francisco; un álbum de fotos sobre el presidente Franklin Roosevelt; cuatro páginas, tres de ellas en colores, sobre un pintor de moda que se llamaba Curry; cuatro páginas de fotos sobre «la mejor actriz del presente»: Helen Hayes, una de ellas en color; dos páginas sobre el Rockefeller Center y su emisora de radio. Cinco páginas dedicadas al Brasil, cuatro a Robert Taylor, estrella de cine, una página sobre Sarah Bernhardt, dos sobre un nuevo mapa meteorológico mundial. En una página un hombre de una sola pierna escala la abrupta cresta de una montaña, dos páginas más sobre la vida en la Unión Soviética, dos páginas sobre un insecto: la viuda negra, y finalmente un reportaje que bajo el título, «*LIFE* asiste a una fiesta», exhibe fotos de una *garden-party* de aristócratas franceses.

Ese primer número ya da el tono de *LIFE*. Habían hecho falta varios meses de trabajo para definir la línea que agradara al mayor número de lectores tanto del Este como del Oeste de Estados Unidos; despertar su curiosidad, tocar los problemas que les afectaran, sus sueños de triunfo, sus preocupaciones sentimentales. Había que ser popular para hacerse comprender de todos, vulgarizar las ciencias y las artes. *LIFE* quería ser una revista destinada a todos los miembros de la familia. Más tarde se añadirían series como «El mundo en que vivimos», memorias de celebridades como las del rey Eduardo que había abdicado para poder casarse con Mrs. Simpson. Se publican obras de grandes escritores, como *El viejo y el mar*, de Hemingway, así como ensayos sobre las grandes religiones del mundo.

«Soy un presbiteriano y un capitalista. Estoy en favor de Dios, del partido republicano y de la libre empresa. Hemos inventado *TIME*, Hadden y yo, y por tal motivo tenemos derecho a decir lo que será. Contamos la verdad de la mejor manera que nos permiten nuestro saber y nuestras creencias.»¹⁴⁵ La verdad, el saber y las creencias de Henry R. Luce correspondían a las ideas de la pequeña capa del gran capital que dirige el destino de los Estados Unidos. *LIFE* debía primero aportar dinero; secundar luego la política que le pareciera buena. Luce no lo ocultaba. Por eso, al igual que sus antepasados presbiterianos, pretendía ser un educador de masas. El éxito de su revista se basaba en el desarrollo de unos planteamientos psicológicos. El hombre se interesa ante todo por sí mismo. Las condiciones humanas y sociales que afectan a la propia vida del lector le impresionarán. Cuando son malas, hay que sugerirle la esperanza de un futuro mejor. Las nueve páginas sobre el New Deal en Montana para lograr que toda una población salga de la miseria y proporcionarle trabajo, son un acicate. Las imágenes de niños tocan la cuerda sensible, las fotos del presidente simbolizan la imagen del padre protector. La vida de las actrices y estrellas de la pantalla demuestra que el talento y un trabajo tenaz siempre se ven recompensados; la ciencia hace milagros. El éxito de un hombre con una sola pierna satisface el deseo de sensacionalismo, las imágenes de Brasil el gusto por lo exótico. Ver fotos de una *garden-party* de aristócratas pone su vida al alcance de todos.

El mundo que se refleja en *LIFE* estaba lleno de luces con escasas sombras. En suma, era un pseudomundo que inspiraba falsas esperanzas a las masas. Pero también es cierto que *LIFE* vulgarizó las ciencias, abrió ventanas hacia mundos por entonces desconocidos, educó las masas a su modo y contribuyó a que se conociera el arte. Se calcula que la revista gastó más de 30 millones de dólares en reproducciones de obras en color. Luce era un patriota ardiente: en sus revistas el nacionalismo norteamericano tuvo un papel de protagonista. La gran mayoría de las demás revistas se fabricaba siguiendo el mismo modelo, pero lo que daba tanta veracidad a *LIFE* era la utilización masiva de la fotografía. Para el hombre no avisado, la fotografía no puede mentir, por ser la reproducción exacta de la vida. Pocas gentes advierten en efecto que se puede alterar totalmente su sentido a través del texto que la acompaña o por su yuxtaposición con otra imagen. A eso se añade la manera de fotografiar personajes y acontecimientos. Ya volveremos sobre el tema.

LIFE tuvo un éxito enorme y las masas lo leyeron. Era una revista familiar que no publicaba cosas escandalosas. No obstante, a finales de los años sesenta, *LIFE*, igual que otras revistas como *Look* o *Holiday*, se encuentran en dificultades. De todas las em-

presas de TIME Inc., *LIFE* era la que mayores beneficios había reportado. Ahora acusa pérdidas.

Una de las razones de esa crisis es la inflación: el papel, la impresión, los sueldos, los gastos de envío, etc.; en suma, todo lo que es necesario para producir una revista ilustrada, se ha encarecido considerablemente. Para el año 1971, se calculaba el aumento de gastos en aproximadamente un 35 % con relación al año anterior. Los propietarios de las grandes revistas norteamericanas tomaron enérgicas medidas. *LIFE* cerró oficinas en Norteamérica y en el extranjero, redujo el número de sus empleados y suprimió la edición en castellano que nunca había compensado. Algo después también se suprimió la edición internacional. Hasta entonces la revista aseguraba para un tema el *blanket coverage*, es decir, que la documentación y la encuesta se desarrollaba hasta sus más mínimos detalles, empleando muchas veces al menos a una veintena de periodistas y fotógrafos y mandándolos adonde fuera necesario. Veamos un ejemplo de cómo *LIFE* se aseguraba un *blanket coverage* para realizar un reportaje exclusivo.

El lunes 5 de febrero de 1965, 35 millones de norteamericanos (*LIFE* tiraba por esa época aproximadamente 7 millones de ejemplares) pudieron ver veintidós páginas y media, de ellas veinte en color, sobre los funerales de Winston Churchill (p. 120). Esa realización necesitó diecisiete fotógrafos y más de cuarenta periodistas y técnicos, una docena de motoristas, dos helicópteros y un avión DC.8. Dos años antes un documentalista ya había establecido la lista confidencial de todo lo que sucedería a la muerte de Winston Churchill: ceremonial, lugar de las ceremonias, recorrido del cortejo, emplazamiento del sepulcro y el día de los funerales, que tenía un 90 % de posibilidades de ser un sábado. Se redactó la lista de los lugares privados desde donde podrían operar los fotógrafos de *LIFE* con plena seguridad, y tan pronto Churchill cayó enfermo, se procedió a alquilar los puntos indicados. Normalmente, *LIFE* —que aparece los lunes— tiene listos todos sus materiales a partir del miércoles por la noche. Se puso en marcha un dispositivo excepcional para que el número no empezara a imprimirse hasta la noche del sábado y que se distribuyera por vía aérea y no por vía terrestre. Sólo faltaba que el viejo león muriera.

Tal como estaba previsto, el entierro se celebró el sábado. Cada fotógrafo se halla en su sitio. Las películas se recogen en cinco puntos: Westminster Hall, Saint-Paul, Trafalgar Square, desembarcadero del Támesis y Blandon, donde se procede a la inhumación. Hacía quince días que determinadas ventanas ya estaban alquiladas en tres casitas que daban al cementerio y 48 horas antes de que se anunciara la prohibición de hacer fotos, tres fotógrafos ya se hallaban apostados (*LIFE* no publicará sus fotos.)

Unos motoristas llevan los carretes al aeropuerto donde espera un avión alquilado especialmente para esa contingencia.

Habían transformado su interior en sala de redacción con mesas cubiertas por máquinas de escribir. Un cómodo laboratorio ocupaba la parte delantera del avión, con un sistema eléctrico especial a su servicio. Asimismo han adecuado una mesa muy grande para extender las fotos y proceder a la compaginación, y también cajas luminosas que permiten juzgar las fotos en colores por transparencia después del revelado. Una pequeña biblioteca que contiene los diez volúmenes de las obras de Churchill está a la disposición de los periodistas.

El avión había despegado la víspera de Nueva York, llevando a bordo 40 miembros de la redacción, entre ellos seis especialistas que revelarán los 70 rollos de fotos en color. El avión tardará algo más de ocho horas en hacer el recorrido de 8500 millas que separan Londres de Chicago, donde se encuentra la imprenta de *LIFE*. La selección de documentos, la compaginación y los textos detallados que les acompañan se preparan durante el viaje. El avión, a fin de evitar vientos que pudieran retrasarlo, se dirige hacia el Norte y pasa justo por encima del círculo ártico. Se van preparando página tras página y cuando aparece el lago Michigan, a cuyas orillas se encuentra Chicago, el trabajo ya ha terminado.¹⁴⁶

Los gastos del reportaje ascienden a 250 000 dólares. «Nuestros lectores son los primeros beneficiados», escribe el editor. «Este prototipo ha demostrado que todos los eslabones de la cadena que van del acontecimiento a su visión por el lector, estaban bien trabados. Nos hemos anticipado a las televisiones.» Así pues, ya a principios de 1965, la competencia de la televisión comenzaba a atosigar a los editores. Unos años después se convierte en realidad. Cunde la obligación de reducir considerablemente el número de colaboradores. Con esperanza de recuperar la rentabilidad de la revista, se efectúan varias experiencias. Por ejemplo se decide dar mayor importancia a los textos. Reportajes fotográficos que debían cubrir 12 páginas se ven reducidos a la mitad. En un momento dado, el moralísimo *LIFE* abandona incluso su línea de conducta al publicar reportajes sobre la mafia y la corrupción para «complacer a los jóvenes». Pero los lectores protestaron vivamente y se renunció a ese género de *yellow journalism*.

Esa crisis parece incomprensible si recordamos que *LIFE* tiene un éxito extraordinario ante el público. Sus suscriptores se cifran ahora en 8,6 millones, un número jamás alcanzado por ninguna revista ilustrada. Sin embargo, un número excesivo de suscripciones puede significar una pérdida, sobre todo en época inflacionista, cuando los precios de coste de una revista suben —los gastos postales habían aumentado un 170 % en 5 años—, mientras que los contratos publicitarios que se establecen sobre períodos más o menos largos y que dan vida a la publicación, quedan congelados. A todo se añade una crisis de confianza de los anunciantes.

En 1966, *LIFE* había vendido 3300 páginas de publicidad

por una suma que se aproximaba a los 170 millones de dólares. Dos años más tarde, en 1968, sólo vendió 2761 páginas por alrededor de 154 millones de dólares, con una pérdida del 16 %. En 1969, el déficit ascendía a 10 millones y la pérdida prosiguió durante los años que siguieron.¹⁴⁷ El 31 de octubre de 1970, el *New York Times* publicaba que TIME Inc. había vendido once emisoras de radio y televisión locales por la suma de 80,1 millones de dólares. El periódico insistía en el hecho de que se trataba de una cifra asombrosa, pues los vendedores se deshacían de empresas que reportaban beneficios para conservar otras que perdían dinero como *LIFE* por ejemplo. Los dirigentes de TIME Inc. no habían perdido sin duda la esperanza de que la revista volviera a ser próspera.¹⁴⁸

Una página completa de *LIFE* a cuatro colores costaba en 1970 alrededor de 64 000 dólares. Con sus numerosos suscriptores, la revista representaba 40 millones de lectores. Por igual suma un anunciante podía comprar un minuto en uno de los programas más populares de la televisión, como *Laugh In*, que llegaba a 50 millones de personas.

El 9 de diciembre de 1972, el *International Herald Tribune* lanzaba el siguiente titular en su primera página: «*LIFE Magazine* ha muerto a la edad de 36 años.» TIME Inc. había decidido suspender su publicación. Cundió la consternación en los medios de prensa del mundo entero. Todos los periódicos y todas las televisiones y radios anunciaban la desaparición del semanario ilustrado más importante (el último número salió el 28 de diciembre de 1972). Con el final de *LIFE*, fenecía toda una época del fotoperiodismo. En la bolsa de Nueva York las acciones de TIME Inc. subieron repentinamente. Desembarazado del déficit de *LIFE*, el gran trust de la edición norteamericana ganaba en confianza y prometía nuevos beneficios.

Desde sus comienzos en los años cuarenta, la televisión había avanzado a pasos agigantados. En 1949, se contaban en Norteamérica 69 emisoras; en 1970, más de 800. Había llegado a ser un rival formidable para las revistas. Por muy fugaz que sea la imagen en la pequeña pantalla, comunica las noticias a veces en el mismo momento en que se producen los hechos. *LIFE*, en cambio, sólo aparecía una vez por semana y la redacción se limitaba a completar las actualidades y los acontecimientos políticos que ya conocían millones de telespectadores. Las únicas revistas poco afectadas por la crisis son las revistas especializadas, como *M. D. (Medical World Tribune)*, financiada por el trust omnipotente de los productos farmacéuticos y destinada a los médicos, o también aquellas que se dirigen a una clientela femenina y los sex-magazines, aparte de las revistas de interés local.

Tras varios estudios de mercado que demostraron que las revistas especializadas se ven mucho menos afectadas por la competencia de la televisión que no puede dedicar mucho tiempo a los

problemas particulares, los dirigentes de TIME Inc. decidieron, a fin de asegurarse la continuidad de la empresa periodística, poner en marcha diversas revistas de ese tipo. Los temas propuestos eran: Salud, Viajes, Alimentación, Cine, Dinero, Niños, etc. En octubre de 1972 salía la primera de esas revistas bajo el título de *Money*.

En abril de 1972, cuando Hedley Donovan y Andrew Heiskell, los directores de TIME Inc., anunciaron esa nueva revista mensual a la prensa, justificaron su publicación por el hecho de que la mayoría de la gente no sabía ocuparse de sus negocios financieros. Al dirigirse a los accionistas, Donovan declaraba: «*Money* no os hará ricos, ninguna revista consciente puede hacer esa promesa. Pero la lectura de sus números sucesivos ayudará al lector a que controle mejor sus finanzas personales. *Money* empezará con una tirada nacional de 225 000 ejemplares, en su mayor parte pagados de antemano por suscripciones de 15 dólares anuales...»

La nueva revista presenta el mismo formato que *TIME* y contiene 104 páginas, de las que 48 son de publicidad. «Hasta entonces los consumidores de revistas en Estados Unidos estaban acostumbrados a pagar únicamente sumas irrisorias», declaraba Donovan a los accionistas. «Proponemos a los lectores que paguen una parte substancial de los gastos, lo cual permitirá una cierta independencia financiera con relación a la publicidad.»¹⁴⁹

A principios de los años setenta, la inflación comenzaba a extenderse por Europa y las revistas se vieron aquejadas por las mismas razones que las de Norteamérica. En Europa, la televisión también ha llegado a ser un temible competidor, aunque la publicidad todavía se mantenga dentro de unos límites restringidos, como en Francia. *Paris/Match*, la revista francesa más importante, tiraba 1 800 000 ejemplares en 1957. Diez años después, en 1967, su difusión se reduce a 1 382 000, y en abril de 1972 su tirada no pasa ya de 810 722.¹⁵⁰

Paris/Match es con *Le Figaro*, *Télé Sept Jours* y *Marie-Claire*, otras dos pequeñas revistas, Radio Luxembourg, etc. propiedad de Jean Prouvost, magnate de la industria textil. Para salvar la revista, sugiere un cambio de fórmula en su dirección. El objetivo de *Paris/Match* siempre ha apuntado a parecerse a *LIFE*. Ante esa crisis, Prouvost se dirige una vez más a Norteamérica. Hace venir de Nueva York al maquetista del *New York Magazine*, fundado en 1968 y que tiene un gran éxito. El formato se reduce ligeramente. La parte fotográfica ya sólo ocupará el 50 % de las páginas, mientras que se incrementa la parte redaccional. Se crean nuevas series dirigidas directamente a los franceses, centradas en las innovaciones técnicas y científicas que tienen una influencia en su vida. Aumentan las páginas dedicadas a los chismorreos de la vida parisina. Artículos, llamados sensacionalistas, de las historias que han causado escándalo como la publicación de las fotos de Jacqueline Kennedy desnuda, o también los detalles sobre la

historia del *Playboy*, revista norteamericana más o menos pornográfica, darán a *Paris/Match* un carácter más mordaz. El semanario aumenta su precio; la venta de esos primeros números, fórmula nueva, también aumenta a juicio de la redacción. Pero los antiguos creadores de *LIFE* se mantienen escépticos. También ellos intentaron en vano salvar su revista introduciendo nuevas fórmulas. El éxito de la revista sigue siendo problemático, pues la razón de la pérdida de interés del público por ese género de publicación vulgarizadora es la misma que hace que cada año disminuya el número de lectores de prensa. A medida que se acelera el ritmo de la vida, disminuye el tiempo de leer. Según estadísticas oficiales, el 85 % de la población francesa se pone al corriente de los acontecimientos a través de la radio y la televisión del Gobierno, o a través de las radios «periféricas» controladas por el Gobierno.¹⁵¹ Esos *mass-media* son los que, pretendiendo una objetividad y con unos responsables de emisiones que constantemente se ven censurados u obligados a censurarse ellos mismos, moldean y manipulan la opinión pública en nombre del poder establecido.

El oficio de reportero fotógrafo queda hondamente afectado por los cambios acaecidos en la prensa ilustrada. El que quiera conservar esa profesión, ha de buscar nuevos mercados. Cierta número de fotógrafos que habían trabajado en Norteamérica para las grandes revistas nacionales, encuentran trabajo en las revistas editadas por las corporaciones, tales como I.B.M., R.C.A. y otros gigantes de la industria. Esas empresas habían editado, antaño, informes bastante aburridos y repletos de cifras. Pero desde hace algunos años, su presentación y su contenido han variado radicalmente. Se han convertido en revistas interesantes y lujosas, publicadas con gran esmero. Escritores y periodistas famosos son los autores de sus artículos, mientras que sus reportajes fotográficos corren a cargo de grandes fotógrafos muy bien pagados. Cientos de revistas de ese género aparecen en Estados Unidos. *Electronic Age*, por ejemplo, es una publicación de la R.C.A. (Radio Corporation of America). La Standard Oil publica una revista bajo el nombre de *The Lamp*. La más hermosa de esas revistas es *Think*, publicada por la I.B.M. (International Business Machines). La tirada de esa revista alcanza aproximadamente los 800 000 ejemplares. La mayoría de esas publicaciones se distribuye gratuitamente por simple demanda. Otras hay aún que son órganos internos y sólo se dirigen a los miles de empleados de la empresa. La finalidad de tales revistas es hacer propaganda de los productos de la empresa, aunque a menudo se oculta bajo artículos y reportajes que no parecen tener relación con ella. Es interesante hacer constar que las siglas I.B.M. nunca aparecen mencionadas en la revista *Think*. En Europa también se publican múltiples revistas de esa clase, editadas por la industria, como la de la electricidad de Francia o las que publica la industria farmacéutica. Otros fotogra-

fos han reajustado su línea trabajando para las editoriales que buscan fotos aisladas a fin de ilustrar sus publicaciones. Algunos fotógrafos más se han orientado hacia la televisión especializándose en documentales. Pero sólo consiguen vender sus películas a condición de aportar documentos de actualidad excepcional. Un mercado reciente está constituido por las abundantes enciclopedias, publicadas desde hace unos años en el mundo entero. Sus editores han tenido la astuta idea de venderlas, cada semana, en fascículos que se compran en todos los quioscos al mismo precio que las revistas. A finales de año, el editor suministra la encuadernación para los volúmenes. El atractivo de esas enciclopedias depende de su presentación, casi enteramente en colores. Su módico precio ha llegado a ser posible por el hecho de que aparecen todas en coproducciones, lo cual disminuye considerablemente el costo de su fabricación. Los textos que acompañan las imágenes están escritos en un estilo pseudocientífico, comprensible para todos. Tienen un gran éxito en la medida en que dan la impresión a los lectores de comprender mejor nuestro mundo y el ambiente tecnológico cada vez más complejo en que vivimos.



La fotografía, instrumento de lucha social

Nueva York: familia de inmigrantes (Jessie Tarbox Beals, 1910)

Trabajo de niños en las minas de carbón de Pennsylvania (Lewis W. Hine, 1911)

Manos de un ex esclavo (Jack Delano, fotógrafo de la Farm Security Administration)



El hambre (Werner Bischof)



La polución en el Japón (Eugene Smith)

ADOLF - DER ÜBERMENSCH



SCHLUCKT GOLD UND REDET BLECH

«Adolf, el Superhombre». «¡Se traga el oro y escupe la chatarra!» (Fotomontaje de John Heartfield)

Con la utilización corriente de fotos en la prensa, los fotógrafos independientes, los que no pertenecen a una empresa de prensa, están obligados a pasar por las agencias de fotos, intermediarios entre productores y compradores de la imagen.

Una de las primeras agencias fue creada en Norteamérica por George Grantham Bain (1865-1944). Era periodista y escribía para revistas. Cogió el hábito de mandar sus artículos acompañados de fotos, tomadas por él mismo. No tardó en darse cuenta de que los editores casi siempre se quedaban con sus clichés, pero prescindían de sus artículos, recibiendo muchos otros sobre el mismo tema. Enviar fotos a la prensa era aún un servicio desconocido por entonces. Presintiendo las nuevas posibilidades que se abrían en esa dirección, Bain funda en 1898 varias agencias, entre ellas la *Montauk Photo Concern*. Para satisfacer la demanda, contrata a fotógrafos profesionales, uno de ellos Frances Benjamin Johnston (1864-1952), una de las primeras mujeres fotógrafos norteamericanas que se hicieron un nombre. En el Tercer Congreso Internacional de Fotografía, en París, el año 1900, es la única delegada femenina y representa a Norteamérica, junto al fotógrafo Alfred Stieglitz.¹⁵²

El constante aumento de la demanda trae la multiplicación de agencias de prensa en todos los países. Tales agencias incluyen fotógrafos en su nómina o establecen contratos con fotógrafos independientes. Por lo general descuentan el 50 % sobre las ventas, a veces más, so pretexto de que tienen que repartir su beneficio con una agencia extranjera. El fotógrafo, que ha corrido todos los riesgos materiales, no dispone de medios para controlar la venta de sus fotos. Ese es el motivo de que Capa fundara en 1947, con algunos compañeros, la Agencia Magnum.

Al fundar la cooperativa, esos fotógrafos no sólo aspiraban a explotarse ellos mismos. Para quienes formaban parte del grupo durante los primeros años de su existencia: Robert Capa, Henri Cartier-Bresson, David Seymour, George Rodger, Werner Bischof, Ernst Haas, Dennis Stock, Kryn Taconis, Brian Brake, Marc Riboud, Inge Morath, Elliot Erwitt, Burton Glinn, Ernst Lessing, Erich Hartmann, el autor, etc., la fotografía no era solamente una manera de ganar dinero. Querían expresar, a través de la imagen, sus propios sentimientos y sus ideas sobre los problemas de su época. Eso explica que Capa se negara a la publicación de un gran reportaje sobre *La juventud mundial*, en el que habían colaborado todos los miembros del grupo, por el mundo entero, con grandes gastos. El editor que había aceptado esa idea quería imponer cambios que hubiesen falseado completamente la intención del reportaje. Hubo que esperar seis meses para que al fin se publicara en la revista *Holiday*, que aceptó reproducirlo tal como se había concebido.

No obstante, pocos son los fotógrafos que tengan la posibilidad de imponer sus puntos de vista. Bastan a menudo muy pocas cosas para dar a las fotos un sentido diametralmente opuesto al que pretendía el reportero. Pasé por esa experiencia en mis comienzos. Antes de la guerra, la compra y venta de títulos en la Bolsa de París todavía se realizaba al aire libre, bajo los pórticos. Un día, me dediqué a tomar una serie de fotos de esa ebullición, cogiendo como blanco a un agente de cambio. A ratos sonreía, a ratos con expresión angustiada, secándose su cara redonda, exhortaba a la gente con grandes ademanes. Envié esas fotos a diversas revistas europeas bajo el anodino título de «Instantáneas en la Bolsa de París». Poco después, recibí los recortes de un periódico belga, y cuál no sería mi asombro al descubrir mis fotos bajo un gran titular que decía: «Alza en la Bolsa de París, algunas acciones alcanzan un precio fabuloso». Gracias a unos subtítulos ingeniosos, mi inocente reportaje cogía el sentido de un acontecimiento financiero. Mi asombro rozó los límites del bochorno cuando descubrí días más tarde las mismas fotos en un periódico alemán bajo el título, esta vez, de «Pánico en la Bolsa de París, se desmoronan fortunas, miles de personas arruinadas». Mis imágenes ilustraban perfectamente la desesperación del vendedor y la agitación del especulador en trance de arruinarse. Era evidente que cada publicación había dado a mis fotos un sentido diametralmente opuesto, correspondiente a sus intenciones políticas. La objetividad de la imagen no es más que ilusión. Los textos que la comentan pueden alterar su significado de cabo a rabo.¹⁵³

Bajo el título «¿Información o propaganda?», el semanario *L'Express* publicaba en diciembre de 1956 una doble serie de fotos tomadas en el transcurso del alzamiento húngaro. Documentos idénticos, pero la redacción se había limitado a cambiar el orden y a modificar el comentario. Se trataba de demostrar cómo

las diversas televisiones gubernamentales habrían podido utilizar las mismas imágenes para dar de los acontecimientos versiones perfectamente contradictorias, aunque aparentemente muy verídicas, con objeto de poner en guardia al público contra posibles manipulaciones. Veamos algunos ejemplos.

Bajo una foto que representaba un tanque soviético en una calle. Primer texto: «Despreciando el derecho de los pueblos a disponer de sí mismos, el Gobierno soviético ha enviado varias divisiones blindadas a Budapest para reprimir el alzamiento». Segundo texto: «El pueblo húngaro ha solicitado la ayuda del pueblo soviético. Han llegado varios tanques soviéticos para proteger a los trabajadores y restablecer el orden».

Bajo una foto de Janos Kadar. Primer texto: «Bajo la protección de los tanques soviéticos, el stalinista Janos Kadar ha formado nuevo Gobierno e instaurado un régimen de terror policiaco». Segundo texto: «Pero, gracias a las enérgicas medidas tomadas por el nuevo Gobierno formado por Janos Kadar, sostenido por la población unánime, se ha sofocado el alzamiento».

Bajo una foto que representaba a dos jóvenes húngaros. Primer texto: «Pese a la sangrienta represión de las tropas soviéticas, la juventud húngara sigue luchando al grito de: ¡Antes la muerte que la esclavitud!». Segundo texto: «A pesar del llamamiento hecho por el Gobierno, algunos contrarrevolucionarios fanáticos se han negado a deponer las armas y prosiguen una lucha sin esperanza».

A raíz de la guerra en Biafra, la revista *Stern* de Alemania Oeste publicaba en septiembre de 1967 un artículo bajo el título: «Los mercenarios y su paraíso», ilustrado con fotografías tomadas, casi todas, en la región de Bukavu por el fotógrafo Paul Ribreau. El semanario *Jeune Afrique*, editado en París, reproducía una semana después párrafos de dicho artículo, al igual que una fotografía que representaba los cuerpos dislocados de dos africanos colgados de un árbol por los brazos. Con una semana de intervalo, la misma fotografía había cambiado de texto. Los lectores alemanes habían leído: «Soldados del ejército nacional congoleño hicieron prisioneros a estos gendarmes katangueños y los colgaron de los árboles; hubieran muerto de hambre. Los mercenarios blancos de Schramme les salvaron la vida». Los lectores de *Jeune Afrique*, sobre todo los lectores africanos que constituyen parte importante de la clientela de ese semanario, leyeron por el contrario: «Soldados del ejército nacional congoleño prisioneros de los mercenarios».

El 4 de octubre de 1967, *Le Monde* publicaba la rúbrica: Correspondencia, *La Vérité sur une photo controversée*, una carta firmada por Paul Ribreau en la que explicaba: «Los hombres colgados de un árbol no son ni soldados congoleños ni gendarmes katangueños. Como es fácil de ver en la fotografía, uno de los dos

colgados viste de civil, con pantalón de tela clara y camisa más oscura. En ese país donde los mercenarios, los gendarmes katan-gueños y los soldados de Mobutu son muy sensibles al prestigio del uniforme, los combatientes no visten de civil. En realidad los dos colgados son dos civiles que habían cometido el crimen de ser boys de los mercenarios. Tratados como "colaboradores", cayeron en manos del ejército nacional congoleño que los torturó y colgó aún en vida de las ramas de una palmera. Lograron liberarse gracias al regreso imprevisto de los mercenarios. Añado que es muy raro que el ejército nacional congoleño se contente con torturar a sus adversarios. La tortura precede al despedazamiento de las partes del cuerpo a base de machetazos. A veces la ejecución va seguida de un banquete de caníbales. No es cosa frecuente, pero se han encontrado cerca de Bukavu huesos humanos junto a una hoguera. Poseo documentos fotográficos que muestran lo que queda de hombres, mujeres y niños ejecutados por el ejército nacional congoleño. Pues, ¡ay!, en el Congo actual no respetan la vida humana. Añado que no soy el autor de los textos de mi reportaje fotográfico que recientemente ha aparecido en diversas publicaciones francesas, inglesas, norteamericanas, alemanas, italianas, etc. Me sorprendió mucho leer en *Jeune Afrique* el reportaje del periódico alemán *Stern*...

Otro método de alterar el significado de las fotos es la manera de yuxtaponerlas. En 1963, *LIFE* me encargó que hiciera un reportaje sobre las *distressed areas* (pág. 118) en Inglaterra, es decir, las «regiones en apuros», llamadas oficialmente «comarcas negras». Esas regiones intensamente industrializadas habían sido en el siglo pasado el centro de las industrias más prósperas. Tras la Primera Guerra Mundial, seguida de una gran crisis, esas regiones quedaron duramente afectadas. La mayor parte de las empresas, fundadas en el siglo XIX, empleaban métodos anticuados y ya no podían soportar la competencia de las fábricas modernas. Los propietarios encontraban más ventajoso abandonarlas en lugar de modernizarlas. Se marchaban de la comarca, pero no así la población allí arraigada que caía en la miseria. En 1936, había casi dos millones de parados en Inglaterra.

Cuando llegué a Newcastle - Upon - Tyne, la ciudad entera estaba en paro. Los arsenales, cuyos edificios se hallaban medio derrumbados, parecían ruinas de guerra. Por entre el amasijo de herrumbrosos railes crecían hierbajos y algunas flores. Tuve la impresión de estar visitando un cementerio. Los subsidios entregados a los parados apenas bastaban para impedir que se murieran de hambre, ellos y sus familias. Fotografíé personas miserables, debilitados y en harapos, reducidos a la inacción desde hacía años. En Witton Park, en la ciudad de Bishop Auckland, mi cámara captó familias de más de ocho personas que vivían en una sola habitación. Los rostros de las mujeres aparecían devastados. No sabían

cómo pagar el alquiler ni cómo alimentar a sus familias. ¿Qué iba a ser de sus hijos?, me repetían desesperadas.

Por esa misma época estalló el «escándalo Simpson»: el rey Eduardo se había enamorado de una norteamericana divorciada. La prensa entera arremetió contra él. La moral inglesa, aún impregnada de un rigor victoriano no podía admitir que convirtiera a Mrs. Simpson en una reina. Fue tanto el escándalo que el rey prefirió abdicar.

Toda Norteamérica se sintió hondamente herida por la actitud de la opinión pública inglesa. *LIFE* publicó mi reportaje bajo el anodino título: *Lo que un inglés entiende por comarca en apuros*. Junto a mis imágenes de miseria popular, se publicó una página entera ocupada por una foto de la reina Mary con vestido de encajes, cubierta de joyas, un collar de cuatro hileras de perlas al cuello, sosteniendo sobre sus rodillas a uno de sus nietos, y rodeada de las princesas Isabel, la reina actual, y Margaret-Rose, encantadoras ambas con sus inmaculados atuendos. La brutalidad del contraste hacía inútil todo texto y Mrs. Simpson quedaba vengada a ojos de la Norteamérica liberal.

Veamos otro ejemplo de cómo se puede hacer publicidad a través de un reportaje sin decir su nombre. En Canadá, el servicio militar no es obligatorio. Para conseguir que chicos y chicas se animen a alistarse en el ejército, éste difundía durante los años cincuenta una gran publicidad a base de carteles, concebidos todos dentro de la misma intención: identificar el servicio militar con el turismo: «Alístate en el ejército y conocerás el país». *Weekend Magazine*, complemento dominical de toda una cadena de periódicos canadienses y que tira millones de ejemplares, mandó a Europa a uno de sus mejores periodistas para que redactara el artículo; yo estaba encargada de las fotos. Tan pronto llegamos a Zweibrücken, Alemania, donde se hallaba estacionada la base de la R.C.A.F., el periodista me aconsejó que visitara los barracones de las muchachas. «Míralas bien y elige a la que mejor represente el tipo ideal de la joven canadiense; una muchacha que sea muy nuestra, con quien los padres puedan identificar a su hija, los hermanos a su hermana, etc.»

La joven que mejor pareció corresponder a tales exigencias se llamaba Sonia Nichols. Sencilla, risueña, fotogénica, tenía los cabellos rubios y los ojos azules. De modo que se convirtió en la heroína del reportaje que apareció semanas después en el *Weekend Magazine* bajo el título *Airwomen Overseas*. El periodista contaba que Sonia, de veinte años, nacida en Berwick, N. S., nunca había tenido ocasión de salir de su pueblo natal antes de ingresar en la R.C.A.F. Pero desde que estaba en el ejército, había recorrido buena parte de su país, viajado a Alemania, visitado París y Suiza. Antes de que finalizara su alistamiento, conocería sin duda Italia y los países escandinavos. En la base, aprendía lenguas extranjeras,

frecuentaba a la gente del país y salía con camaradas para visitar el campo y los lugares de recreo. Hacía deporte en un gimnasio ultramoderno y nadaba en una hermosa piscina. En suma, la vida de Sonia se había vuelto apasionante y llena de experiencias que de otro modo jamás hubiera conocido.

Mis fotos ilustraban ese texto a lo largo de varias páginas. Sonia llevando en brazos el bebé de «Frau Else Gratz en el apartamento de esta última», bebiendo cerveza en un «Biergarten» en compañía de camaradas, nadando en la piscina, jugando al baloncesto, paseándose por el campo, estudiando la vida de los campesinos, etc. Todas esas fotos eran en negro, salvo una imagen en que Sonia aparecía conversando con un joven soldado, sentado en una camioneta. El texto decía simplemente: «Con A.C.I. Peter Colliver, Streetville, Ontario, que lleva un sabrejet a la pista». La foto sugería evidentemente los encuentros que los jóvenes pueden tener en los ejércitos y les incitaban a ensueños sentimentales. A juzgar por mis fotos, tomadas de acuerdo con las indicaciones del periodista canadiense, la vida en el ejército era una auténtica partida de placer. Yo no había omitido algunas fotografías de Sonia trabajando de secretaria, pero el editor había separado esa serie de imágenes. La foto de la portada, en color, mostraba sobre el fondo azul del cielo a una Sonia sonriente, de uniforme, haciendo el saludo militar.

En Canadá, Sonia fue la celebridad de la semana, recibió un sinnúmero de cartas, varias peticiones de matrimonio, y el ejército canadiense pudo reclutar a bastante gente. Ese reportaje era lo que Daniel J. Boorstin denomina un pseudoacontecimiento y Sonia una pseudocelebridad, creada por entero al servicio de la causa.¹⁵⁴

Si se quiere ridiculizar a un personaje político, basta con publicar fotos suyas que le desfavorezcan. El hombre más inteligente puede parecer idiota fotografiado con la boca abierta o guiñando un ojo. Veamos un ejemplo entre miles.

En octubre de 1969, el *New York Times* publicaba en su suplemento literario un largo artículo sobre el libro *Selfportrait U.S.A.*, de David Douglas Duncan, uno de los grandes fotógrafos norteamericanos. Dicho álbum contiene más de 300 fotos, hechos durante el congreso de los dos grandes partidos políticos norteamericanos. Se habían reunido, republicanos por un lado y demócratas por otro, para elegir al hombre que debía presentarse en las próximas elecciones presidenciales. El artículo estaba ilustrado con cuatro fotos de Richard Nixon, candidato del partido republicano, sacadas de la obra. Se habían elegido las menos favorecedoras. Fuera del contexto del libro, le daban un aspecto estúpido y antipático. El comentario del crítico era el siguiente: en este libro «hay quizás una docena de Richard Nixon que, a mi entender, nunca habían salido en público, y sin embargo Nixon y Duncan, tenientes de Marina los dos (durante la guerra) en las islas Salo-

mon, no tardaron en hacerse amigos. Por eso Duncan, y sólo Duncan, podía entrar en cualquier circunstancia en la casa de Nixon de Miami Beach, con posibilidad de fotografiarlo. Al estudiar esas fotos, los historiadores sabrán tanto de él, o más, que no consultando toneladas de correspondencia». ¹⁵⁵ Lo que el crítico no mencionaba era que esas cuatro fotos, deliberadamente elegidas por él para ilustrar su artículo, estaban compensadas en el álbum de Duncan por otras fotos de Nixon, mostrándolo en poses favorecedoras. Un personaje puede resultar simpático, antipático o ridículo según sea el ángulo desde el que se le fotografíe. Una fotografía del general De Gaulle desde arriba, le alargaba la nariz, mientras que desde abajo lo presentaba con una barbilla enorme y desprovisto de frente. El uso de la imagen fotográfica llega a ser un problema ético desde el momento en que puede servir deliberadamente para falsificar los hechos.

En junio de 1966, *Paris/Match*, que por entonces tiraba más de 1 200 000 ejemplares, publicaba en ocho páginas un gran reportaje titulado: «Con los nazis del 66». En esa época corrían augurios de éxito del partido de extrema derecha alemán, el N.P.D. (Partido Nacional Demócrata), en las elecciones provinciales que debían celebrarse un mes más tarde. Habían pasado ya veinte años desde la guerra, pero los franceses seguían traumatizados por las atrocidades de los nazis, y la existencia de un partido que reagrupara sobre todo a los nostálgicos del Tercer Reich aparecía como una amenaza. El tema se refería por consiguiente a la gran actualidad, y la redacción de la revista lo juzgaba tan importante que lo anunciaba en la portada.

El reportaje se iniciaba con una página a todo color, que representaba a un chico de pie, con el brazal de la cruz gamada en su camisa blanca, alzando su vaso hacia otros tres jóvenes. En la pared del fondo, una inmensa bandera nazi. El texto decía: «*Nazy-party* en Baviera: ellos sacan las reliquias del Reich y, mientras beben cerveza, cantan en coro *Horst Wessel Lied*». Las páginas siguientes ofrecían algunas imágenes de los habitantes de una aldea bávara y de su alcalde; los pies de ilustración explicaban que se trataba de antiguos nazis, circunstancia que no hubiera podido adivinarse por las simples fotos; seguían algunas fotos del fundador del nuevo partido y, para terminar, otra imagen - «impacto», que ocupaba dos páginas, en blanco y negro: jóvenes con el uniforme SS y este texto: «En casa de Peter Breuer, un muniqués que posee una colección de cuatrocientos uniformes SS y SA, un nostálgico del Tercer Reich saluda el busto de Hitler». En Inglaterra, el *Daily Express* (más de cuatro millones de ejemplares) reproducía pocos días después la primera fotografía impacto, y en la Unión Soviética la imagen, pasada por televisión, llegó a un público de 100 millones de espectadores.

Ahora bien, esas dos imágenes eran fraudes. Uno de los

redactores de *Paris/Match* las había obtenido alquilando los trajes en casa de un prestamista llamado Breuer. Algunos jóvenes alemanes habían aceptado posar delante del reportero, convencidos de que se trataba de una broma. El grupo de hombres alzando sus vasos de cerveza eran los bomberos de una aldea bávara a quienes el redactor de la revista francesa había pagado un barril de cerveza. Dichos hombres habían bebido convencidos de brindar por la amistad franco-alemana. El Gobierno alemán protestó en la prensa alemana; un sinfín de artículos denunció detalladamente la superchería, pero *Paris/Match* no llegó a desmentir la noticia y millones de franceses, ingleses y soviéticos vieron las fotos, creyendo que eran imágenes auténticas.

Se pueden falsificar fotos recurriendo únicamente a un pincel, algunos retoques y unas tijeras. Unos cuantos ejemplos de esa clase de falsificación se publicaron en la revista *Photo* en junio de 1970. Se trataba en tal caso de fotos checas. De uno de esos documentos había desaparecido, sacándolo del cliché original, Alexandre Dubcek, caído en desgracia a raíz de la «normalización» de Checoslovaquia. Por consiguiente ya no podía aparecer junto al presidente Svoboda, respondiendo a los saludos de la multitud. Sólo las losas que no se juntan y el extraño adelantamiento de un edificio delatan la falsificación. La revista indicaba, con ayuda de dibujos, cómo se había trucado la foto.

Durante las dos guerras mundiales, la prensa alemana, al igual que la prensa de los aliados, estaba llena de fotografías trucadas. Se publicaban, preferentemente, fotos estimulantes y muy escogidas. Los censores respectivos no sólo suprimían las que hubiesen podido perjudicar a la defensa: fábricas camufladas, fortificaciones, emplazamientos de baterías, sino también las imágenes que mostraban las destrucciones y sufrimientos causados por sus propios ejércitos en los países enemigos. John Morris, que durante la última guerra era el editor de las fotos de *LIFE* en Londres, escribió en un artículo publicado en *Harper's Magazine* en septiembre de 1972: «Los rostros de los que se hallaban seriamente heridos y los muertos eran tabú para que los "prójimos" no se sintieran escandalizados. Finalmente, y esto es capital para comprender cómo se educaba la opinión pública, los fotógrafos no fijaban en sus rollos los aspectos horribles de la guerra, causados por nuestras armas al adversario. Recuerdo el candor del censor británico cuando quise enviar (a *LIFE*) algunas fotos que mostraban las víctimas de los ataques aéreos sobre Berlín. "Muy interesante", me dijo, "podrá utilizarlas después de la guerra". No había ningún candor en el censor, evidentemente, sino la perfecta deliberación de impedir la publicación de fotos que despertaran conciencias y dieran un cariz impopular a la guerra. No había que exhibir imágenes que pudieran perjudicar el esfuerzo bélico. El adoctrinamiento de los propios fotógrafos era tan fuerte que estaban persuadidos de luchar

por una causa justa censurándose a sí mismos y sólo fotografiaban escenas que no resultaran desfavorables a los países que representaban. El procedimiento estándar durante la segunda guerra mundial consistía en demostrar que nuestra manera de pelearnos era limpia: las bombas que se iban a pleno sol durante raids diurnos. Teníamos el derecho a reflejar un poco de sufrimiento, causado por *sus* ataques, aunque nunca demasiado, para no despertar piedad. En el otro bando se conducían bajo leyes similares. No encontraréis ninguna fotografía que muestre a Hitler inspeccionando las cámaras de gas de un campo de concentración. Los japoneses no veían imágenes de los hombres que murieron aplastados en Pearl Harbour; veían las imágenes de su victoria a base de fotografías aéreas. De igual manera nosotros fotografiamos el fotogénico campeón de la bomba de Hiroshima». ¹⁵⁶

Ese estado mental cambia únicamente cuando la guerra se vuelve abiertamente impopular. John Morris comprueba que ese estado de ánimo se manifiesta a partir de la guerra de Corea, «en donde los fotógrafos se veían enfrentados a una doble tragedia: la de los G.I. norteamericanos que tenía que combatir en una guerra que no entendían y la de un pueblo desgarrado por una guerra fratricida». ¹⁵⁷ El conflicto alcanza el paroxismo con la guerra de Vietnam, lacerando la opinión pública norteamericana. La fotografía y la televisión desempeñaron un papel capital a la hora de despertar conciencias. En Norteamérica no hay censura. Durante las dos guerras mundiales, los fotógrafos se habían censurado a sí mismos porque creían que luchaban por una causa justa. Pero a medida que pasan los años y que la destrucción del Vietnam por la aviación norteamericana se va volviendo cada vez más terrible, mayor es el trastorno de los fotógrafos de prensa que operan *in situ*. Los que no eran norteamericanos tenían aún menos razones para creer en esa guerra. Fueron los primeros en denunciarla mediante sus imágenes. Las fotos lacerantes que aparecieron en prensa y revistas, los numerosos álbumes de fotos que mostraban la miseria de las poblaciones civiles, y también la miseria de los G.I. y sus sufrimientos en ese país, lograron que el norteamericano se volviera consciente de la atrocidad de esa guerra en la que había intervenido su Gobierno «para preservar la principal fuente mundial de caucho natural y de estaño y de otras materias primas estratégicas que se encuentran en el sudeste asiático». ¹⁵⁸



Fotografías de guerra

La guerra de Crimea: una juerga (Roger Fenton, 1855)

La guerra de Secesión: la guerra verdadera (Timothy O'Sullivan, Gettysburg en 1863)

Los animales mueren igual que los hombres (A.-J. Russell, 1863)



La guerra civil española (Robert Capa, 1936)



En el ghetto de Varsovia (1943)





Una fotografia discutida (Robert Doisneau, 1958)

A todas las dificultades de encontrar empleo se añaden, para los fotógrafos de prensa, las continuas luchas en defensa de sus derechos. La ley protege el derecho de reproducción de una fotografía, con mayor o menor rigor según sea el país. No existe un *copyright* internacional que proteja automáticamente el derecho sobre una fotografía en el mundo entero. La Convención Internacional del *copyright* a la que se suscribieron hasta 1971 sesenta y dos países, y la URSS desde febrero de 1973, garantiza solamente la aplicación de la ley a los extranjeros, pero no toma en consideración la del país del fotógrafo.

En Francia, la ley del 11 de marzo de 1957 asimila la fotografía a las obras del espíritu y la protege por una duración de cincuenta años después de la muerte del autor. A esa duración se añaden aún ocho años, la duración de las dos guerras mundiales.

En Norteamérica, un fotógrafo no puede gozar de su derecho de exclusividad más que a condición de que, en cada prueba, figure la mención de reserva, es decir el © seguido del nombre del autor. La duración de ese derecho alcanza veintiocho años a contar desde la primera publicación, aunque el autor o sus herederos pueden solicitar el beneficio de un segundo plazo de veintiocho años. No obstante, esa ley será objeto de una próxima revisión.

En la República Federal Alemana, la ley también es distinta. Una fotografía queda automáticamente protegida por una duración de veintiocho años, a partir del momento en que se toma. Si se publica, también recibe protección de veinticinco años a partir de la primera publicación. Tras esa fecha, cae en el dominio público.

En la Unión Soviética, después del decreto del 21 de fe-

brero de 1973, se aplica el derecho de autor durante toda la vida del autor más los veinticinco años que siguen a su muerte. No obstante, la legislación de las Repúblicas federales puede restringir el plazo de aplicación del derecho de autor que protege las obras fotográficas. Aun así esa duración protectora no puede ser inferior a diez años a contar de la fecha de primera publicación por reproducción. Es decir, que si una fotografía se considera de utilidad pública o de interés cultural, puede publicarse diez años después de la fecha de su primera publicación, sin pagos por derecho de autor.

La situación actual es caótica. Hasta en los países donde los derechos se hallan claramente definidos por la ley, éstos sufren una continua ignorancia. En Francia, por ejemplo, la fotografía dispone de protección contra todos los fraudes y usos abusivos, como los contratipos, la reventa sin autorización, etc. La ley recuerda expresamente en su artículo 6 que «el autor goza del derecho a ver respetado su nombre, su calidad y su obra». Pero gran cantidad de periódicos omiten sistemáticamente, bajo las fotografías, el nombre de quienes no son fotógrafos de la casa. Algunos ofrecen como indemnización un precio que dobla la tarifa en vigor. No es, sin embargo, la vanidad de ver el propio nombre impreso lo que hace que un fotógrafo insista en que se le mencione. La omisión abre la puerta a cualquier fraude. Hoy en día, las técnicas de reproducción han llegado a tal punto de perfección que se pueden sacar copias de todo. Cuando no hay ninguna indicación del nombre, los que utilizan la foto tampoco se sienten obligados a pagar derechos de autor. Resulta, no obstante, que los únicos ingresos del fotógrafo independiente proceden de la venta del derecho de reproducción de sus imágenes.

Buen número de periodistas, editores y publicitarios consideran la aportación del fotógrafo a sus publicaciones como cosa negligible, aun en el caso de que la utilización de la foto se vuelva cada vez más importante y provoque un fuerte impacto entre el público. Para explicar este desprecio de los editores, cabría invocar una razón psicológica. La imagen se ha desvalorizado desde que cientos de millones de aficionados aprietan el disparador cada día, sin que importe que en la mayoría de casos sigue existiendo una gran diferencia entre la calidad de la foto del aficionado y la del profesional.

A todos esos problemas se añade la interpretación de la ley por los jueces cuando se suscita un juicio. Por ejemplo, ¿es obra del espíritu la reproducción de un cuadro? Un fotógrafo había publicado la reproducción de un cuadro de maestro con el permiso de su propietario que lo había comprado en una subasta. El derecho de reproducción correspondió al fotógrafo, pero los herederos del pintor se opusieron, declarando que eran los únicos en tener un derecho sobre esa fotografía, aunque el cuadro ya no

les perteneciera. La sentencia les fue favorable, pues hay que distinguir entre el derecho de reproducción y los gastos de reproducción. Algunas agencias venden fotos bajo su propio nombre y cobran los beneficios, aunque esas fotos hayan caído en el dominio público desde hace tiempo. En tal caso las agencias, según la ley, sólo tienen derecho a que les abonen los gastos de reproducción y un beneficio con relación a esos gastos. Mientras los editores, desconocedores de la ley, acepten abonar derechos de reproducción por fotos ya pertenecientes al dominio público, algunas agencias poco escrupulosas se aprovecharán de la circunstancia.

Múltiples querellas fueron presentadas por personas fotografiadas en la calle o en otros sitios considerados públicos, como restaurantes, teatros, etc. La ley, en efecto, protege *el derecho de la persona*. Por el contrario, las personalidades de la vida pública no pueden oponerse a que se publique su imagen. A esa categoría pertenecen todos los hombres de Estado y los grandes artistas de pública notoriedad. ¿Pero quién decide la importancia de un personaje? Evidentemente el juez y su interpretación de la ley. Son problemas difíciles en materia de jurisprudencia, que además complican singularmente el trabajo del reportero fotográfico.

El fotógrafo Robert Doisneau vio así cómo una de sus fotos era objeto de un uso contradictorio. Para él, los temas más fascinantes siempre han sido los parisinos. Le gustaba deambular por las calles y entrar en las tascas. Un día, en un pequeño café de la rue de Seine, donde suele reunirse con algunos amigos, distingue a una muchacha encantadora que está bebiendo un vaso de vino en la barra junto a un señor de cierta edad que la mira con una sonrisa a la vez divertida y golosa. Doisneau les pide permiso para fotografiarlos. Aceptan. La foto (pág. 156) aparece en la revista *Le Point*, en un número dedicado a las tascas, ilustrado por las fotografías de Doisneau.¹⁵⁹ Entrega esa foto, entre otras, a su agencia.

Cuando los periódicos necesitan imágenes para ilustrar un artículo, se dirigen a las agencias. Poco después, esa foto aparece en un modesto periódico, editado por la liga contra el alcoholismo para ilustrar un artículo sobre la acción malsana de las bebidas alcohólicas. El señor, que es profesor de dibujo, se disgusta: «Me van a tomar por un borracho», se queja al fotógrafo que le manifiesta su pesar, diciéndole que no puede controlar el uso que se hace de sus fotos. Pero la situación empeora cuando la misma foto aparece en una revista de escándalos que la ha contrapuntado en la revista *Le Point*, sin permiso ni de la agencia ni del fotógrafo. El texto que ahora acompaña esa foto dice: «Prostitución en los Champs - Elysées». Esta vez el profesor de dibujo reacciona furibundo e intenta un proceso contra la revista, la agencia y el fotógrafo. El tribunal condena a la revista a pagar una fuerte suma por fraude. También condena a la agencia que sin embargo

no había entregado la foto. El fotógrafo sale absuelto. El tribunal se limita a considerarle «un artista irresponsable».

La historia tiene un epílogo. Un periodista bien pensante, corresponsal parisino de un periódico del Midi, publica un artículo en el que cuenta la historia y ataca violentamente al fotógrafo reprochándole que sea uno de esos que se oculta tras las cortinas para hacer fotos escandalosas.¹⁶⁰ Doisneau no es de esos, pero esa clase de fotógrafos existe, les llaman *paparazzi*.

Múltiples errores se cometen cada día por obra de la prensa y de los editores en la utilización de fotos que no corresponden en absoluto al tema que se quiere ilustrar. Así se dio el caso de un editor alemán que un día me pidió una foto en color de una india para la portada de uno de sus libros, sin especificar de qué clase de india se trataba. Le envié la foto de una mejicana guapísima. Cuál no sería mi asombro cuando vi más tarde esa imagen en la portada de un libro sobre las Indias. Sin embargo, yo había indicado claramente que se trataba de una hermosa criatura de México.

Se entablaron muchos procesos a raíz de querellas entre fotógrafos y utilizadores. Veamos algunos ejemplos: una gran fotografía en color, que representaba al general De Gaulle y publicada en *Paris/Match*, fue aprovechada por un dibujante para imitarla y reproducirla en viñetas de oro. Tales viñetas se vendieron en gran número. Se dictó fraude y todo se resolvió amistosamente pagando una indemnización al fotógrafo. No hará mucho, un fotógrafo vio en televisión la presentación de un álbum para niños cuya primera página incluía una pintura que reproducía una foto creada por él. Se hubiese necesitado la autorización del fotógrafo tanto para esa pintura como para su representación. También este caso se resolvió de forma amistosa. Un gran semanario olvidó mencionar expresamente el nombre del autor bajo las fotos de un importante reportaje. El Tribunal de Gran Instancia de París (7 de abril de 1967), considerando que el hecho de colocar el nombre del fotógrafo, entre otros nombres de fotógrafos y agencias, al final del artículo, no permitía identificar exacta y correctamente al autor de cada uno de los clichés, condenó al semanario. En otro caso, un célebre productor utilizó para una película varios clichés, obras de reporteros fotógrafos, sin haber pedido permiso ni mencionar sus nombres. El Tribunal (juicio del 13 de diciembre de 1968) condenó al productor a pagar notables sumas a los fotógrafos en concepto de daños e intereses y recordó, al dictar sentencia, que los fotógrafos en tanto que autores tenían derecho al respeto de su nombre y que éste debía figurar o en el cliché o añadido al reparto. En otro caso, el tribunal reconoció, como una vulneración a la integridad de la obra y al derecho del autor a que respeten su nombre, la utilización de fotografías aéreas en forma de carteles, sin mentar la procedencia ni el nombre del autor. Otro

fotógrafo se quejó de que un periódico hubiera utilizado sus fotos sin firma y las hubiera revendido a otras publicaciones sin autorización ni mención. El Tribunal de París (sentencia del 17 de mayo de 1969) estimando que el periódico no sólo había vulnerado los derechos pecuniarios del fotógrafo, sino que además había ignorado su derecho moral, poniéndole en la imposibilidad de exigir que se indicara su nombre en ocasión de la nueva reproducción, pronunció una condena.



En los años 50 las revistas de escándalos comienzan a volverse muy populares en Italia, originando una nueva raza de fotógrafos: los *paparazzi*. Dichos fotógrafos recurren a teleobjetivos para sorprender a la gente en su vida privada. Los teleobjetivos, que permiten la aproximación a escenas imposibles de fotografiar de cerca, alcanzaron un perfeccionamiento extremo durante la última guerra para espiar al enemigo. El ejército alemán los utilizaba, por ejemplo, para filmar las costas inglesas. La ciencia espacial los perfeccionó aún más. Federico Fellini muestra cómo actúan esos fotógrafos en su película *La dolce vita*, que estigmatiza a cierta sociedad romana, ociosa y depravada. La prensa sensacionalista, la *Regenbogenpresse* (prensa del arco iris, como se la llama en Alemania, donde causa furor), existe en todos los países capitalistas. En los países socialistas no puede imprimirse, considerada como inmoral. En Francia también hay periódicos de ese tipo, como *France-Dimanche*, *Ici-Paris* o *Noir et Blanc*. Esa prensa sólo vive de historias de amor y chismorreos y constantemente anda necesitada de fotos que paga bien. Los temas de tales artículos son sobre todo las artistas de cine, Liz Taylor, Brigitte Bardot, Zsa-Zsa Gabor, etc., los hombres de negocios ricos como Patiño, el rey del estaño, o Aristóteles Onassis; las princesas, como Soraya, Margarita de Inglaterra, Grace Kelly, esposa del príncipe Rainiero, Farah Diba, y también los *playboys*. Esos ambientes se hallan continuamente vigilados por los *paparazzi*, apostados «de plantón» día y noche ante sus casas, los hoteles y las boîtes nocturnas de moda, donde tienen mejor ocasión de sorprender a sus presas. Esta prensa cuenta con millones de ávidos lectores, mujeres sobre todo. Conocer las historias de amor y la vida íntima de la gente célebre y afortunada permite soñar y olvidar la existencia propia, tan me-

diocre a menudo. Esa prensa también desempeña el papel de exultorio en todo el rencor nacido de las dificultades de la vida, pues aunque la gente quiera estar informada sobre la vida de esos ambientes, los detesta.

En muchos casos, los fotógrafos, especialistas de ese género de reportajes, hacen sus fotos con el consentimiento de las personas implicadas. Cuando un fotógrafo goza de cierta reputación en ese ambiente, suele recibir previo aviso de cualquier acontecimiento, un encuentro, una presencia en cierto sitio; esas mismas personas, o su agente de publicidad o su encargado de prensa, son quienes le avisan. Raros son los famosos que llegan a entablar proceso. El actor Samy Frey denunció a *Ici-Paris* por difamación tras una serie de artículos, ilustrados con fotos, hechas contra su voluntad, en las que se le acusaba de «destruir» a B.B.¹⁶¹ Jacqueline Kennedy tuvo que defenderse en 1971 contra el fotógrafo Ronald E. Galella, denunciándole ante un tribunal para escapar a la caza de que ella y sus hijos eran objeto incensantemente. En una declaración ante el juez, su hijo John F. Kennedy, jr., de 11 años de edad, afirmó que el fotógrafo Galella «me asaltó, me cortó el camino y me descargó los flashes en la cara». «No me siento segura cuando lo tengo cerca», insistió su hermana Caroline, de 14 años. El fotógrafo, por su parte, reclamaba a Jacqueline Kennedy y a tres agentes secretos, sus guardaespaldas, la suma de 1 300 000 dólares, so pretexto de que le impedían ganarse la vida. «No quiero molestarlos, le explicó al juez, busco imágenes espontáneas, fotos que carezcan de pose. Es lo que yo llamo mi modo, "a la paparazzi", de hacer fotos».¹⁶² El juez decidió que Galella, en lo futuro, debía mantenerse a más de 45 metros de la Sra. Onassis y sus hijos.

En 1972, Jackie Kennedy Onassis fue víctima una vez más de los *paparazzi*. *Playmen*, revista erótica italiana para hombres, publicó 14 fotos de ella que causaron sensación. Los 750 000 ejemplares de ese número se agotaron en 24 horas. Pese a todas las precauciones tomadas para impedir que los *paparazzi* se acercaran a la isla Scorpis donde Onassis posee una propiedad inmensa, protegida por guardianes armados y una flotilla de lanchas, unos fotógrafos vestidos de submarinistas, provistos de teleobjetivos, lograron sorprender a Jackie mientras tomaba sus baños de sol en traje de Eva. «¡Qué cuerpo más hermoso! ¡Qué mujer tan guapa!», exclamó la Sra. Tattilo, editora de *Playmen*, decidiéndose a publicar tales documentos. Esta vez, Jackie ni siquiera se esforzó en intentar un proceso, pues las fotos aparecieron publicadas de inmediato en la prensa de escándalos del mundo entero (salvo en *Playboy*, ¡que las había rechazado!). Incluso ciertas revistas que no se consideran publicaciones eróticas o de escándalo, como *Paris Match*, aprovecharon la ocasión. Hoy las revistas están llenas de chicas bonitas totalmente desnudas, pero ver con ese atuendo

a la exesposa de un presidente de Estados Unidos, trágicamente fallecido, era suficiente para impresionar y armar escándalo.

Bajo la marca «Naturismo», se podían comprar en los años treinta revistas llenas de desnudos. Se encontraban en cualquier quiosco de periódicos, aunque los vendedores nunca las pusieran a la vista. (En Francia, la reproducción fotográfica del cuerpo desnudo está castigada por la ley si un juez la considera indecente.) A partir de los años cincuenta, con la lenta desaparición de los tabús sexuales, comenzaron a multiplicarse por doquier varias revistas de ese género. La más célebre, *Playboy*, se debe a Hugh M. Hefner, un norteamericano hijo de predicador, cuando tenía 27 años de edad. El primer número, que apareció en diciembre de 1953, no llevaba fecha, pues Hefner no tenía dinero. Había pedido 11 000 dólares prestados y tenía que esperar a que dicho número se agotara para poder fabricar el segundo.¹⁶³ Ya desde un principio, introdujo la *Playmate*, reproducción fotográfica de una muchacha desnuda. Marilyn Monroe fue la primera de esas bellezas y sus formas opulentas inspiraron la selección de todas las chicas que le sucedieron. Para Hefner, Marilyn representaba «el sexo natural».

«Si la sucesión de chicas desnudas, publicadas durante los dieciocho años de existencia de *Playboy*, pudiera transformarse en una sola, pesaría once toneladas y media y tendría una altura de 18 105 centímetros», declaraba A. C. Spector, editor-jefe de *Playboy* en 1971.¹⁶⁴

Playboy sólo se dirige a los hombres y en 1972 éstos llegan a constituir la cifra de seis millones y medio de lectores. Su gran éxito consiste en la combinación de dos aspiraciones de las clases medias americanas: el deseo sexual y el deseo de promoción social. Al estudiar *Playboy*, existe la seguridad de una promoción social si se siguen sus consejos, sobre la manera de vestirse por ejemplo. Ya en sus comienzos, *Playboy* sugería a sus lectores que incluyeran en su guardarropa al menos de siete a diez camisas «suponiendo que os cambiéis de camisa cada día, práctica que os recomendamos». ¹⁶⁵ En otoño de 1971, los lectores se enteraban de que en la moda «el cuero aún es el rey».

Los problemas sexuales tienen su trato en el «Foro de *Playboy*», sección dedicada al intercambio de ideas entre lectores y redacción, y que corresponde al consultorio sentimental de las revistas femeninas. Respuestas y consejos se dan con ayuda de «la filosofía de *Playboy*».

¿Qué clase de hombre lee *Playboy*? Según un reciente sondeo, el 50 % de los lectores de *Playboy* tienen menos de 35 años y ganan más de 15 000 dólares (cerca del millón de pesetas) al año. El 64 % están casados. Los lectores de la revista suelen ser preferentemente hombres que se aburren en su hogar o que carecen de intereses particulares. La atracción de la revista consiste sobre

todo en la desemejanza entre su descripción de la vida y la de sus lectores, pues la vida que describe *Playboy* es completamente imaginaria, una singular combinación entre aspiraciones sociales y deseos sexuales de la clientela. La publicidad de *Playboy* es significativa. Muestra preferentemente a jóvenes vestidos con elegancia, fotografiados junto a coches potentes o yates, por lo general bajo las miradas admirativas de chicas bonitas.

«Sí, el mundo dice sí al oro de Benson y Hedges.
Y vosotros, ¿ya habéis dicho sí?»

Esa publicidad por una marca de cigarrillos va ilustrada con una foto en color, que representa a un joven de inexpresiva belleza delante de un juego de ajedrez (símbolo de la inteligencia) mirando un paquete de cigarrillos abierto que sostiene en una mano. Una chica se apoya en su hombro y le sigue la mirada. O también esa otra fotografía, en la que aparecen los cuerpos desnudos abrazados de un chico y una chica de pecho opulento muy a la vista, que ilustra una publicidad para una cadena de estéreo (número de enero de 1973).

La atracción de *Playboy* consiste ante todo en hablar de sexo ilustrando el tema con profusión. El número de enero de 1973 se componía de 260 páginas, de las que 78 correspondían a publicidad. Entre las ilustraciones había 41 fotos de desnudos, 12 dibujos y caricaturas pornográficas, una colección de dibujos repartidos en siete páginas obra del artista Charles Bragg, que ilustraban el *Apocalipsis* en un estilo erótico, fotografías de desnudos de una película, *El sentido de la vida*, «con abundancia de carne y de fantasía», añadía la redacción, y las célebres historietas eróticas. En ese número del nuevo año 1973 se reprodujeron las fotos de las *playmates* de cada mes del año transcurrido. Bajo cada imagen de esas chicas en traje de Eva —algunas también aparecían fotografiadas «en civil»— se indicaban los nombres, situaciones y aspiraciones. Así nos enterábamos de que Miss March 1972, Ellen Michaels, ha obtenido su título universitario en Arte en el Queensborough College y que de momento ha interrumpido sus estudios, aunque piensa seguir su BA (Bachelor of Arts): «no cabe duda de que acabaré en la enseñanza, explica, pero actualmente me anima el propósito de ser modelo en Nueva York...». Miss August, Linda Sommers, ha abandonado su trabajo en las tiendas de productos sanitarios de su suegro en favor de una nueva vocación: aprende el oficio de vendedora de terrenos en Chula Vista, California...

Todas las *playmates* de *Playboy* proceden de honorables familias que sin duda no tienen inconveniente en que uno de sus miembros salga fotografiado desnudo y se exponga a las miradas de millones de hombres.

Hasta qué punto esa revista pasa por respetable, se nota

por la cantidad de escritores y periodistas célebres que con sus textos y entrevistas contribuyen a su publicación, personalidades como Vladimir Nabokov, Jean - Paul Sartre, Alberto Moravia, John Kenneth Galbraith, el ilustre economista, exembajador y profesor de Harvard, etc. Hasta la Iglesia católica recurre a *Playboy* para hacer proselitismo. En efecto, el padre Joseph Lupo, de Pikesville, Maryland, perteneciente a la Orden Católica de los Trinitarios, puso en 1971 un anuncio de una página entera en la revista (coste: 10 000 dólares) para reclutar muchachos «conscientes de su deber social». El éxito fue «fantástico, inimaginable».

No hará ni veinte años, el norteamericano medio se hubiera sentido hondamente escandalizado por una revista como *Playboy*. Pero hoy, en la «Sociedad de Plástico», Hugh Hefner está considerado, con Walt Disney, uno de los «dos grandes empresarios puritanos de cultura del siglo xx»,¹⁶⁶ mientras que *Playboy* figura muy seriamente entre las revistas de estilo WASP (White Anglo Saxon Protestant), fundador de Norteamérica e inventor de la ética protestante. «¿Cómo se las ha arreglado Hefner para que lo metan en el mismo cesto que Disney?», se pregunta el circunspecto periódico protestante *The Christian Century* lleno de consternación.¹⁶⁷

«Hugh Hefner se ha apoderado de cosas que los puritanos siempre habían imaginado como gozosas aunque sin embargo las hubieran rechazado. Las ha declarado sanas y válidas afirmando que representan la libertad y la expresión de uno mismo. Antaño, cualquiera podía sentirse en falta por el simple hecho de tener un sexo; hoy, gracias a Hefner, uno se siente en falta si no lo tiene. Disney y Hefner representan un mundo cerrado y sin defectos, gobernado por una imaginación mecánica y simplista».¹⁶⁸

Las empresas de *Playboy Inc.* han fundado muchos negocios: clubs, hoteles, una editorial. Han invertido capital en una casa discográfica, financian películas, lanzan ediciones de *Playboy* en Europa. Pero ya hay revistas que, copiando sus fórmulas, han hecho su aparición: *Penthouse* en Inglaterra, que también saca desde 1971 una edición norteamericana; *Playmen* en Italia, y *Lui* en Francia. En 1971, dieciocho años después del lanzamiento de *Playboy*, Hefner ofrecía un millón de acciones a 25 dólares cada una en bolsa, conservando para sí siete millones. Su fortuna se valoró en casi 164 millones de dólares¹⁶⁹ y, con menos de 50 años, figura hoy entre la media docena de multimillonarios norteamericanos *selfmademen* que sólo deben el éxito a sí mismos.

Poco después que acabara la guerra, en 1946, un soldado norteamericano asesinó en París a una prostituta tras haber pasado la noche con ella. Se habló mucho del caso. Los psiquiatras declararon que el joven norteamericano, educado dentro de las tradiciones puritanas de su país, había matado para liberarse de sus sentimientos de culpabilidad. El genio de Hefner, años más tarde, consistió en presentir el final de los tabús sexuales en Norteaméri-

ca. La fotografía se le antojaba un medio perfecto para manipular y satisfacer los deseos eróticos de sus contemporáneos, al tiempo que él mismo se presentaba como el gran moralista de su época.

La liberación de los tabús sexuales en Francia no ha recurrido a las explosivas formas impuestas en los países nórdicos y anglosajones, dominados durante siglos por el puritanismo protestante. Los franceses tienen fama de saber hacer el amor y en Francia nunca se ha creído que el acto sexual fuera un vicio. Por el contrario, la moral burguesa impera estrictamente defendida por la ley. Exponer públicamente la fotografía de un culo al aire puede costar caro. El cantante pop Michel Polnareff pasó por esa experiencia.

Polnareff tenía que dar en 1972 un recital en el Olympia, el mayor music-hall de París. Con su agente de publicidad, imaginó un cartel, basado en una fotografía, que le representaba con gafas de sol, un sombrero de mujer de ala ancha y una camisa de encaje alzada, enseñando su trasero desnudo. Mandó pegar seis mil de esos carteles por las calles de París. Una mitad de parisinos se rió, la otra mitad se indignó. Un pegador de carteles profesional, Henri Larivière, escandalizado sin duda por la visión del trasero del cantante, lo cubrió con un cuadrado blanco imitando a la televisión francesa que usa ese signo para avisar a los padres de las películas consideradas nocivas para la juventud.

Polnareff fue citado ante el juez y acusado de exhibir un cartel con una fotografía indecente. El diálogo entre la autoridad judicial y el cantante era digno de Courteline. Veamos un párrafo:

JUEZ. — ¿De modo que usted quería causar un efecto particular de publicidad a base de escandalizar al buen burgués?

POLNAREFF. — Ni hablar. Era un chiste. Yo lo único que quería era hacer reír. Hay demasiada morosidad (término utilizado por el exprimer ministro Jacques Chaban-Delmas para describir la atmósfera opresiva de esa época en Francia).

JUEZ. — En suma, cree que ha encontrado un remedio para todo lo que anda mal.

POLNAREFF. — ¿Por qué no? La imagen de mi país no debería limitarse a las fuentes de Versalles ni al camembert.

JUEZ. — ¿Se considera usted mismo como un monumento histórico?

POLNAREFF. — Las glorias de Francia no pertenecen solamente al pasado.

JUEZ. — Su cartel era indecente.

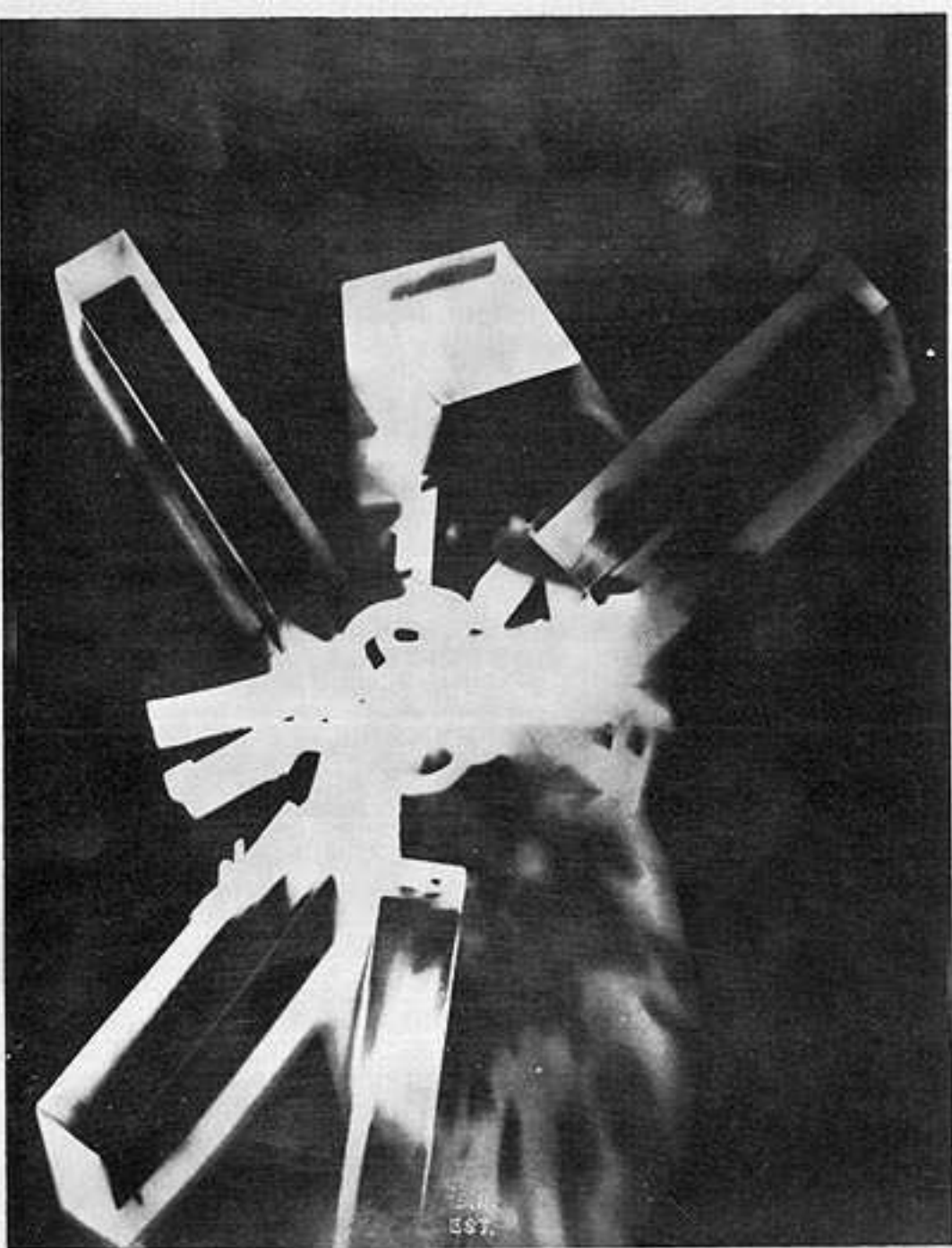
POLNAREFF. — Yo me lo figuraba.

JUEZ. — Será porque no puede verse a usted mismo.

Después de dos semanas de reflexión, el juez condenaba al cantante a una multa de 60 000 francos (10 francos por cartel), a la compañía que le graba los discos también a 60 000 francos y a su agente de prensa que había planeado esa foto a 30 000 francos, es decir, a una suma global de 150 000 francos, suma considerable por haber exhibido un culo desnudo en carteles por las calles de París.¹⁷⁰ Hoy, ese cartel se ha vuelto objeto de colección.

Lo que escandalizó al juez y a determinados parisinos era el hecho de que se trataba de una fotografía. No cabe duda de que un dibujo hubiese pasado más fácilmente, pero el realismo inherente a la foto (el trasero del cantante se veía mucho más blanco que sus piernas tostadas) había dado mucha mayor agresividad a ese mensaje publicitario.





Rayograma (Man Ray, 1922)

La fotografía ocupa hoy a decenas de miles de fotógrafos profesionales. Las obras de cierto número emergen por su calidad documental, su sentido artístico y su espíritu inventivo. Entre las actuales tendencias, cabe distinguir dos grandes corrientes: los fotógrafos para quienes la imagen es un medio de expresar, a través de sus propios sentimientos, las preocupaciones de nuestro tiempo. Se sienten aludidos por los problemas humanos y sociales, viven comprometidos. Para otros la fotografía es un medio de realizar sus aspiraciones artísticas personales. En ambos casos pueden ser creadores o simples artesanos, pero todos ellos son los descendientes de aquellos que, después de medio siglo de estancamiento, han recuperado el prestigio para la fotografía. Aquellos antepasados fotógrafos están íntimamente ligados a los movimientos artísticos y políticos de los años veinte.

La Gran Guerra había causado profundos trastornos. Tales trastornos se reflejaban en las tendencias artísticas de la época. Se produjo una abundancia de nuevas ideas y de movimientos artísticos a menudo contradictorios. En Norteamérica, escritores como Dreiser, Upton Sinclair, Hemingway, Steinbeck y otros tendían hacia un realismo vigoroso y documental que reflejaban la crisis de conciencia de esos escritores frente a la brutalidad de la vida norteamericana. Muchos les reprocharon su estilo «fotográfico». En la Unión Soviética, había nacido un arte nuevo que influyó en el cine con las películas de un Eisenstein y de un Pudovkin. Los escritores describían la realidad soviética y glorificaban la epopeya revolucionaria. Se utilizaron fotografías inmediatamente ampliadas con objeto de fijar para siempre la efigie de los jefes en la mente. En Francia, el movimiento surrealista relacionaba los hechos reales de la vida con las pulsaciones inconscientes. El pintor

Man Ray creó fotografías sin cámara. Producir imágenes reuniendo objetos sobre una hoja de papel sensibilizada y luego expuesta a la luz, no era una técnica nueva. Man Ray redescubre el procedimiento por azar. Bautiza esas fotografías inspirándose en su propio nombre, llamándolas *rayógrafos*. Bajo la influencia de las teorías surrealistas, significan para Man Ray una especie de escritura automática, debida al azar de los objetos.¹⁷¹

A principios de siglo, cuando los periódicos comenzaban a publicar algunas fotografías, la gente las recortaba y las pegaba en álbumes. Eran composiciones mecánicas, que no alteraban el sentido de la fotografía. Los dadaístas practican el *collage* en los años veinte mezclando pedazos de fotografías y dibujos. La fotografía, separada de su contexto, no supone para ellos más cosa que un medio negativo de atacar el arte convencional. Por el contrario, en el fotomontaje guarda todo su significado. Su inventor, John Heartfield, nació en Alemania en 1891. Se dedica a la pintura. Durante la Gran Guerra, llega a ser un furibundo antimilitarista. A fin de protestar contra la propaganda oficial de odio desencadenado contra los británicos, decide britanizar su nombre: Helmut Herzfeld pasa a ser John Heartfield. Se asocia al pintor Georg Grosz, cuyos agresivos dibujos, de mordaz ironía, estigmatizan la sociedad burguesa. Crean *collages* conjuntamente, *collages* que pretenden combatir la guerra, y luego la República de Weimar, culpable de haber asfixiado la revolución de noviembre de 1918. A partir de 1920, Heartfield usa exclusivamente la fotografía para desenmascarar el carácter reaccionario de la clase en el poder. Inventa el fotomontaje y se denomina a sí mismo *montador*, identificándose a los obreros que llevan ropas (sobre todo los mecánicos y electricistas), llamadas en alemán *Monteuranzüge*. Utiliza fotografías juiciosamente seleccionadas. Cada imagen posee su propio significado, pero al yuxtaponerlas, se crea un nuevo significado de conjunto. Es un proceso dialéctico. John Heartfield se alista en las filas de la extrema izquierda. Sus fotomontajes aparecen en portadas de libros de las ediciones Malik de Berlín y en carteles de las publicaciones obreras. Su efecto reside en la simplicidad de la composición que sugiere ideas comprensibles para todos. Entre sus manos, la fotografía se vuelve un arma temible en la lucha de clases.¹⁷²

El gran teórico de la fotografía, el primero en comprender las nuevas vías que abría en la creación, fue Lazlo Moholy-Nagy. En su libro, *Pintura, fotografía, film*, publicado en 1925 dentro de la serie que edita la *Bauhaus*, describe el camino que emprenderán la fotografía y el arte contemporáneo.¹⁷³ Anticipándose en más de treinta años a su tiempo, define los movimientos artísticos que comenzarán a extenderse únicamente durante la segunda mitad del siglo xx. Sus conceptos sobre el papel de la fotografía, basados en experiencias prácticas, se verán confirmados años después por

el filósofo Walter Benjamin en su ensayo capital sobre *La obra de arte en la era de su reproducción técnica*.¹⁷⁴

Moholy-Nagy nació en Hungría en 1895. Realiza estudios jurídicos que abandona pronto para dedicarse enteramente a la pintura. Se une al movimiento artístico de vanguardia húngaro *Ma* (que quiere decir, Hoy), cuyos objetivos se asemejan a los del grupo francés *Espirit Nouveau*, en donde Le Corbusier y Ozenfant revelaron la interdependencia entre la pintura, la escultura y las técnicas de la industria moderna. En 1920, Moholy-Nagy llega a Berlín y se une al movimiento dadaísta. Por esa época crea fotogramas sin cámaras, desconociendo aún las tentativas de Man Ray. Pero si para este último son una escritura automática, para Moholy-Nagy la composición del fotograma responde a una reflexión muy madurada. Cada efecto obedece a un cálculo y no se deja nada al azar. Su intención persigue alcanzar formas y tonalidades determinadas, yendo del blanco al negro pasando por todas las gamas de los grises intermedios. En 1922, hace una primera exposición de sus pinturas abstractas y de sus fotogramas en la galería de vanguardia «Der Sturm», de Berlín. Walter Gropius, fundador de la *Bauhaus*, visita la exposición y le invita a que enseñe en su escuela estatal de Weimar. A partir de la primavera de 1923, será profesor en la *Bauhaus*, junto a Paul Klee, Johannes Itten, Oskar Schlemmer y otros artistas. Sus ideas se funden con la mentalidad de la escuela y tendrán una influencia decisiva en el arte moderno.

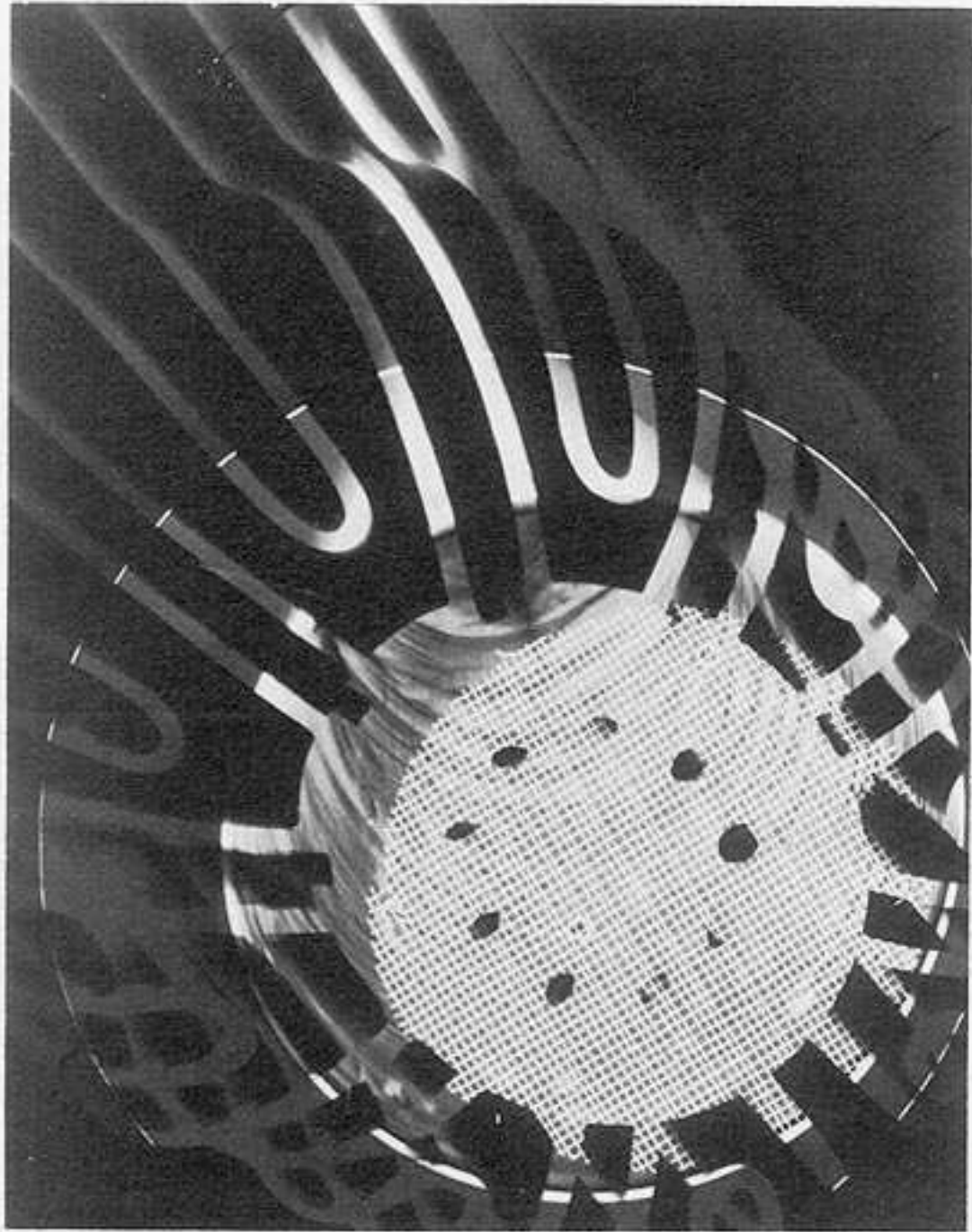
Moholy-Nagy es pintor, escultor, cineasta y fotógrafo. Se interesa particularmente por los problemas de la luz y del color. Realiza películas experimentales, siendo la más conocida la que lleva el significativo título de *Espectáculo de luz-negro blanco-gris*. En 1933, tras la llegada del nazismo, emigra a Amsterdam y luego a Londres, donde prosigue sus experiencias con la película en color, haciendo carteles y películas documentales. Comienza a experimentar el plexiglás en pinturas de tres dimensiones, a las que califica de moduladores del espacio. En 1937, le ofrecen la dirección de la nueva *Bauhaus* en Chicago. Su influencia sobre el movimiento artístico norteamericano es considerable. Construye estables y móviles. Sus experiencias con la luz siguen siendo una de sus mayores preocupaciones. Muere de leucemia en Chicago en 1946, a los 51 años de edad.

Tras un siglo de discusiones para saber si la fotografía es un arte, Moholy-Nagy la sitúa en su auténtico lugar. «La antigua querella entre artistas y fotógrafos a fin de decidir si la fotografía es un arte, es un problema falso. No se trata de reemplazar la pintura por la fotografía, sino de clarificar las relaciones entre la fotografía y la pintura actuales, y evidenciar que el desarrollo de medios técnicos, surgidos de la revolución industrial, ha contribuido grandemente en la génesis de nuevas formas dentro de la creación óptica». ¹⁷⁵ Hasta entonces, las interpretaciones de la foto-

grafía se han visto influidas por los planteamientos estéticos y filosóficos referentes a la pintura. Se trata de reconocer las leyes particulares de la fotografía. La luz en sí mismo exige que la miren como creadora de formas. Si hay que juzgar fotografía y film, ha de ser desde este ángulo. La fotografía abre nuevas perspectivas desconocidas hasta entonces, capta los juegos del *chiaroscuro*, aprisiona la luz dentro de un pedazo de papel sin interferencia de aparato, descubre la belleza de la imagen negativa, etc.

En su libro, *La nueva visión*,¹⁷⁶ que aparece en 1928, Moholy-Nagy explica su teoría de la graduación de la luz, su descubrimiento de ángulos de visión y de nuevas perspectivas que corresponden a la técnica de las máquinas modernas. La fotografía produce sus propias leyes y no depende de las opiniones de los críticos de arte; sus leyes constituirán la única medida válida de sus futuros valores. Lo que importa es nuestra participación en nuevas experiencias sobre el espacio. Gracias a la fotografía, la humanidad ha adquirido el poder de percibir su ambiente y su existencia con nuevos ojos. El fotógrafo verdadero tiene una gran responsabilidad social. Ha de trabajar con los medios técnicos que se hallan a su disposición. Ese trabajo es la reproducción exacta de los hechos cotidianos, sin distorsiones ni adulteraciones. El valor en fotografía no debe medirse únicamente desde un punto de vista estético, sino por la intensidad humana y social de su representación óptica. La fotografía no sólo es un medio de descubrir la realidad. La naturaleza, vista por la cámara, es distinta de la naturaleza vista por el ojo humano. La cámara influye en nuestra manera de ver y crea la *nueva visión*.¹⁷⁷

Algunos teóricos como Mc Luhan se han inspirado ampliamente en las ideas de Moholy-Nagy y dos generaciones de fotógrafos han trabajado bajo su influencia, aun desconociendo su nombre. Al igual que los descubrimientos de Freud han penetrado en nuestras costumbres de juzgar determinadas reacciones humanas —la explicación de los actos fallidos nos parece hoy natural—, también las ideas de Moholy-Nagy se han vuelto inseparables de nuestra manera de ver. En 1925, sus contemporáneos acogieron su nueva visión como una utopía. Hoy su lenguaje y sus ideas nos resultan familiares y se ven realizados en las manifestaciones del arte contemporáneo. Si hojeamos las numerosas revistas y álbumes fotográficos del presente, descubrimos con qué ojo profético Moholy-Nagy llegó a prever los aspectos extraordinariamente diversificados de la fotografía de nuestros días.¹⁷⁸



Fotograma (Moholy-Nagy, 1922)



Ya en sus inicios, la fotografía dispuso de aficionados. Pero sólo a partir de 1888, fecha en que George Eastman lanzaba la primera Kodak, cobra verdadero impulso la fotografía de aficionado. La Kodak costaba 25 dólares y estaba cargada de un rollo que permitía hacer 100 fotos. Una vez tiradas las imágenes, había que mandar aparato y rollo a la fábrica de Rochester donde revelaban el rollo, obtenían las pruebas, cargaban el aparato con un nuevo rollo y lo devolvían al remitente; todo por 10 dólares.¹⁷⁹ Desde entonces, surgieron en Europa y Norteamérica múltiples modelos para aficionados, pero durante estos últimos años, los aparatos y los rollos han experimentado mejoras revolucionarias. La firma Kodak fue la primera en captar las posibilidades de un mercado de masas.

Hace unas décadas, los viajes eran el privilegio de una pequeña clase acomodada. Hoy en día, gracias al tiempo libre, a las vacaciones pagadas y a los progresos de las comunicaciones, millones de personas se desplazan cada año. En la sociedad de la abundancia, el automóvil y el avión han dejado de ser transportes de lujo.

En 1972, 191 millones de turistas recorrieron el mundo. Invadieron las grandes capitales, los parajes exóticos, las playas de los océanos, los bosques y las montañas. «Veinte países en veinte días», esa es la propaganda de una gran agencia de turismo que vende *package tours*. Igual que pájaros emigrados, la gente viaja en grupos compactos. Durante los meses veraniegos, largas hileras de autocares aparkan al pie de los monumentos históricos. Los turistas los visitan a paso gimnástico. Hablan todas las lenguas, no se conocen, pero tienen un punto en común: todos llevan una máquina fotográfica en bandolera.

En los viajes organizados, está todo previsto: el autor se detiene en sitios concretos, particularmente en lugares indicados de antemano que permitan hacer fotos. Los turistas tienen el tiempo justo de bajar y apretar el disparador: en París, Notre-Dame; en Jerusalén, el Monte de los Olivos; en Egipto, las pirámides... Al día siguiente tocarán otros monumentos, otros parajes, otros países. El turista se ha convertido en objeto transportable y sumiso. El cuerpo humano, sin embargo, tiene sus límites y no puede absorber en tan poco tiempo tantas impresiones nuevas sin mezclarlas. Qué importa, de vuelta a casa, revelará las fotos y podrá recordar los lugares visitados. Ya no hace falta mirar. *La cámara ve por vosotros.*

Hoy, los aficionados llegan a ser legiones y la industria fotográfica se extiende por doquier. Su ritmo de desarrollo figura entre los primeros del mundo. En 1972, se calculaban sólo en Norteamérica más de 42 millones de aficionados que habían tirado la increíble cantidad de más de 5 mil millones de fotos. En Francia, la cifra de aparatos fotográficos en activo era el mismo año de 10 millones de unidades, es decir, que un francés de cada cinco y medio es fotógrafo. Cabe prever que esa afición por la fotografía ha de de acentuarse aún más en años venideros. Se estima que habrá, en 1980, 300 millones de turistas que circularán por el mundo. Necesitarán aparatos fotográficos. Las grandes firmas de la industria fotográfica multiplican en consecuencia sus búsquedas para satisfacer la demanda que permita beneficios cada vez más elevados.

En efecto, durante esa primera década, la técnica realizó espectaculares progresos. En 1963, Kodak, uno de los gigantes de la industria fotográfica, sacaba una nueva gama de aparatos, la Instamatic. La mayor parte de aficionados para quienes la foto no es ante todo más que un medio de conservar un recuerdo en imágenes, tanto si se trata de familiares o amigos como de lugares visitados, adoptaron esos aparatos, fáciles de manipular y baratos. Entre 1963 y 1972, cerca de 60 millones de Instamatic se vendieron por todo el mundo. Los aficionados las prefieren a los aparatos más sofisticados de Alemania y Japón, cuyo precio resulta mucho más caro. En 1971, sólo se vendió un millón de aparatos japoneses en Estados Unidos (mientras que los aparatos alemanes no se venden en absoluto por culpa de su elevado precio), lo que corresponde únicamente al 10 % de la venta global en Norteamérica.

En 1972, Kodak dio un nuevo salto adelante, sacando al mercado una nueva gama de Instamatic de formato tan reducido, que cabe en el bolsillo como un billetero o un paquete de cigarrillos. «Acontecimiento revolucionario», escribiría la revista *TIME*. «Estamos en la era de la fotografía de bolsillo.»¹⁶⁰ Ese formato corresponderá a las nuevas necesidades de utilización por parte de los aficionados que se desplazan cada vez con menos equipaje.

La cámara miniatura no es una novedad. La más conocida, la Minox, se fabrica en Alemania desde hace muchos años. Pero carrete de tamaño muy reducido no daba resultados excelentes y sobre todo no existía ninguna película en color apropiada para formato tan pequeño, que permitiera obtener pruebas satisfactorias. Los investigadores científicos de Kodak se pusieron manos a la obra y resolvieron el problema. El carrete creado para la cámara de bolsillo permite obtener pruebas en color sobre papel tan buenas como las de los carretes de mayor tamaño. En 1972, el 80 % de los carretes adquiridos por los aficionados eran en color y se prevé que el color no tardará en reemplazar enteramente al carrete en blanco y negro.

La película en color para aficionados es historia reciente. Hasta 1937 no vende Kodak por vez primera el Kodachrome, ni Agfa el Agfacolor. Muy pocos aficionados los utilizaban por esa época, pues los carretes eran mucho más caros que el carrete en blanco y negro. Había que comprar además un proyector para contemplarlos, pues se trataba de diapositivas. Las reproducciones en color sobre papel costaban un precio exorbitante y sólo se fabricaban en Norteamérica e Inglaterra. Salvo raras excepciones, los profesionales tampoco fotografiaban en color, pues la mayoría de revistas aún no poseía las máquinas necesarias para imprimirlo. Sólo después de la Segunda Guerra Mundial, a finales de los años cuarenta, comienzan las revistas a publicar regularmente páginas en color y el público estimulado demuestra un mayor interés. En 1949 en Norteamérica, y en 1952 en Francia, Kodak pone a la venta un carrete negativo en color, el Kodacolor, del que se pueden obtener pruebas satisfactorias y baratas. A partir de ese momento, la boga de la foto en color cobra impulso.

El tamaño de la Instamatic de bolsillo es de 11 centímetros de largo por 5 centímetros de ancho, con un grosor de 2,5 centímetros. Sólo pesa 90 gramos. El carrete utilizado es un tercio más pequeño que el que emplea en las Instamatic ordinarias. Por tanto, en su fabricación entra un 30 % menos de material, aunque la firma Kodak vende esa película al público por el mismo precio y gana en consecuencia el 30 % de más por cada carrete vendido. ¡Buen negocio! Tan pronto como se anuncian esas cámaras de bolsillo y los beneficios suplementarios que prometen, la bolsa de Nueva York, barómetro de las empresas industriales norteamericanas, reacciona. Durante los primeros meses de 1972, las acciones de Eatsman Kodak suben de 72 a 113,5 enteros.

Kodak también es el único fabricante que puede entregar las nuevas máquinas necesarias para revelar y obtener las pruebas del nuevo formato reducido. Unas 650 empresas aproximadamente, sólo en Norteamérica, están obligadas a comprar esas máquinas, y los nuevos proyectores para los aficionados que prefieren hacer diapositivas en color también son de fabricación Kodak.

En 1971, Kodak vendía alrededor de 3 millones de dólares de mercancías. Tras deducir sus impuestos, la sociedad podía proclamar un beneficio neto de 419 millones de dólares. Con los aparatos de bolsillo, que han de invadir el mercado mundial de la foto, se espera triplicar las ganancias. Una de las ambiciones de la firma es penetrar en el mercado chino. Acaso no falte mucho para que 800 millones de chinos empuñen la Instamatic de bolsillo en lugar del pequeño «libro rojo». La firma Eastman Kodak es el mayor productor de carretes fotográficos en Estados Unidos; el 80 % de sus beneficios proceden de su venta, pero no es el único coloso de la industria fotográfica. Otro gigante norteamericano es la firma Polaroid.

Tres meses después que Kodak anunciara, con ayuda de una ingente publicidad, la salida de su nueva Instamatic de bolsillo, llamada Instamatic 20, la firma Polaroid causaba sensación al anunciar, también ella, un nuevo aparato de bolsillo, el SX-70. La Polaroid de bolsillo de 18 centímetros de largo por 11 centímetros de ancho y 3 centímetros de grosor. Pesa alrededor de 600 gramos pero tiene la ventaja de no hacer fotos solamente: las revela al instante y saca una prueba acabada en papel. La investigación de ese milagroso aparato se debe a un hombre de ciencia, Edwin Robert Land. Nació en Bridgeport, Connecticut, en 1909. Realiza estudios de Física y se habla de él por vez primera a raíz de un coloquio en la Universidad de Harvard en 1933, donde expone una nueva teoría sobre sus experiencias de polarización de luz. Desarrolla sus estudios sobre el color. Sus trabajos científicos son tan notables que once universidades le han conferido el título de «Doctor Honoris Causa» y ha recibido múltiples distinciones en el mundo entero. Como resultado de sus experiencias de polarización de la luz con nuevas materias, sus investigaciones desembocaron en la construcción de un nuevo aparato, al que dio el nombre de Polaroid.¹⁸¹

¿Cómo se le ocurrió la idea de construir un aparato de ese género? A Land le gusta contar la siguiente anécdota: «Un día, durante las vacaciones, en 1943, me puse a hacer algunas fotos de mi hija Jennifer que entonces tenía tres años. La niña me preguntó cuánto tiempo tardaría en ver las fotos.» Land, que se había interesado por la fotografía desde su infancia, buscó cómo se podían revelar e imprimir las fotos directamente en la cámara. «Al volver del paseo, ya tenía resuelto el problema», pero necesita años para realizar su idea.

En 1947, hace una demostración de su invento ante una asamblea de hombres de ciencia incrédulos. Un año después, en 1948, se pone a la venta en Norteamérica el primer Polaroid. Ese modelo aún pesaba dos kilos y producía imágenes en sepia. Costaba 90 dólares. El principio de dicho aparato es el siguiente: se expone un negativo y luego se pone en contacto con un papel

sensible; a continuación las dos hojas se aprietan juntas a través de un par de rodillos. Una pequeña cantidad de líquido se extiende sobre el papel, revelándolo y fijándolo. La foto acabada sale del aparato en breves minutos. En 1950, Land introducía un sistema automático de tiempo de pose y en 1963 una película en color. El aparato Polaroid más reciente se llama SX-70. Para llegar a esa cámara de pequeño formato, de técnica totalmente nueva, Land invirtió 250 millones de dólares, es decir, una suma superior a los 16.750 millones de pesetas. Mandó levantar nuevas fábricas, destinadas a la producción masiva de ese aparato. La novedad consiste en que la foto tomada se revela por sí sola bajo los ojos de su autor sin dejar residuos, cosa importante en nuestra época en que uno de los problemas más angustiosos de la sociedad de la abundancia es: ¿cómo deshacerse de los residuos?

En 1971, la firma Polaroid había vendido 504 millones de dólares en productos, situándose así entre las empresas industriales que con mayor rapidez han crecido en Estados Unidos, señal de su triunfo. Alguien que había comprado acciones Polaroid en 1938 por 1.000 dólares, se encuentra hoy en posesión de ¡3 575 000 dólares!¹⁸²

Las firmas Kodak y Polaroid, dos mastodontes de la industria fotográfica norteamericana, se hacen una competencia encarnizada, pero tienen que afrontar juntas una competencia aún más peligrosa: la de los productores de cámaras fotográficas japonesas. Ya al terminar la guerra, Japón se lanzó a fondo sobre el mercado de la fotografía y del cine. En menos de quince años, logró conquistar la primera plaza mundial, del mismo modo que alcanzó la primera plaza en la fabricación de microscopios electrónicos, máquinas de coser y motos. En 1972, existían más de 100 compañías niponas, especializadas en la producción de aparatos fotográficos y accesorios. Entre 1966 y 1970, solamente la producción de aparatos había subido de 3 254 585 a 5 813 236. El 56 % de la fabricación total va a parar a la exportación. Los clientes más importantes son Norteamérica, seguida de cerca por Europa.

Miles de técnicos especializados trabajan en la investigación y grandes firmas les conceden los créditos necesarios. Con ayuda de ordenadores, elaboran complejos zooms o el futuro objetivo de puesta a punto automática.

Por su parte, esas firmas llevan a cabo entre sí una competencia feroz y con objeto de mantener su competitividad en los precios, mejorar constantemente los productos y finalmente evitar la dispersión, asistimos en Japón, igual que en Norteamérica y Europa, a fusiones de sociedades y a concentraciones industriales donde los grandes absorben a los pequeños. Como el precio de la mano de obra tiende a aumentar constantemente en Japón, los fabricantes implantan nuevas fábricas en el extranjero donde la mano de obra sale más barata. Así es como han construido fá-

bricas en Singapur y Hong-Kong. De momento, las firmas japonesas habían comenzado en la industria fotográfica copiando los aparatos alemanes. Ahora son los chinos quienes copian los aparatos japoneses. Una manufactura china, Seagull, consiguió en 1972 una copia exacta de la Minolta SRT-101, vendida a un precio que desafía cualquier competencia.

Los aficionados japoneses son legión. Contrariamente a los aficionados occidentales, compran los aparatos más complejos pues son baratos y casi están al alcance de todos los bolsillos. Once periódicos se dedican a la fotografía y diez mil fotógrafos salen cada año con un diploma de las escuelas japonesas.¹⁸³

Los aparatos fotográficos contruidos con ayuda de la electrónica, son cada vez más refinados. Y sin embargo, hasta un niño puede aprender en pocos minutos cómo utilizarlo. Todo se halla ajustado automáticamente. Desde el punto de vista técnico, ya nadie puede fallar una foto. Esa es una de las razones del inmenso atractivo de la foto entre las masas. Otra razón es que el hombre lleva una vida cada vez más monótona. Vive reglamentado y dominado por la tecnoestructura que cada vez le permite menos iniciativa. En tiempos del artesanado, aún tenía la satisfacción de expresar su personalidad y sus aspiraciones; hoy, está reducido a no ser más que un minúsculo engranaje en una sociedad cada vez más automatizada. Hacer fotos le da la ilusión de satisfacer su deseo de creación. Ese es uno de los motivos que explican que tanta gente se sienta atraída por la foto y la haga tan popular. En cada país existe un sinfín de clubs de aficionados y las revistas de fotografía se cuentan a cientos. Time Inc. publicó recientemente toda una serie de libros, con una tirada de millones de ejemplares y traducidos a varias lenguas, que trataban de todos los aspectos de la fotografía. Están ricamente ilustrados y se venden en el mundo entero. La enorme publicidad hecha por la industria fotográfica para vender sus productos es una causa mayor de esa evolución.

En Norteamérica, la sociedad técnica es la más avanzada. Ahí se inicia, a finales de los años cincuenta, un movimiento que cobra impulso entre los aficionados más adelantados. Empiezan a comprar los aparatos más perfeccionados, las Leica, Nikon F, incluso las Hasselblad y las Linhof. Los G. I. que regresan de la guerra del Vietnam, traen los aparatos japoneses, comprados en Asia a buen precio. Los áticos, las cocheras y los cuartos de baño se transforman en cámaras oscuras, llenas de costosos instrumentos. En todas las grandes ciudades norteamericanas se abren galerías que sólo se dedican a la fotografía. En 1973, Nueva York cuenta con 30. Organizan exposiciones y venden fotografías al público. Se vuelven más numerosos los coleccionistas. La obra de arte se vende a precios tan elevados que los jóvenes sobre todo no disponen de medios para coleccionarlas. En cambio, el precio de las fotos no

rebasa el de una litografía original. En cada gran periódico aparecen espacios dedicados a la fotografía. El poderoso *New York Times* publica cada domingo una página entera en la que aparecen críticas sobre las exposiciones, la lista de galerías e indicaciones sobre la actualidad fotográfica. Gran número de revistas especializadas aparece cada mes. En 1972, más de 200 exposiciones fotográficas se inauguraron a través del país. La Park Bernet Gallery de Nueva York, cuyas subastas corresponden en importancia a las que se celebran en el Hotel Drouot y en el Palais Galliera de París, organiza subastas públicas de colecciones fotográficas. Se imprimen catálogos a la manera de las subastas de cuadros o de libros raros. En 1970, tres importantes subastas alcanzan precios muy altos. En 1971, una subasta sobrepasa los 14 millones de francos. Se trataba de daguerrotipos, fotos tamaño tarjeta de visita, aparatos antiguos y libros. En numerosos museos norteamericanos existen importantes colecciones de fotografías. El Museo de Arte moderno de Nueva York dispone de todo un departamento dedicado a la fotografía, trazando su historia. Se organizan en él exposiciones eventuales. Cierta número de otros museos norteamericanos siguen el ejemplo.¹⁸⁴

La importancia otorgada a la imagen se refleja en la enseñanza. En 1968 más de mil escuelas y colegios, entre ellos 177 universidades, enseñan fotografía en Estados Unidos. Más de treinta mil estudiantes siguen esos cursos.¹⁸⁵ Dicha actividad se considera como una disciplina que permite obtener diplomas que van del simple certificado a las mayores graduaciones universitarias. Desde 1971 existe un doctorado de fotografía en la Universidad de Nueva York.

El movimiento cobra cada vez mayor amplitud con los múltiples álbumes fotográficos publicados cada año por los grandes editores. Los posters fotográficos están de moda. En otoño de 1972 salieron a la venta más de veinte álbumes que trataban únicamente de las obras de los grandes de la fotografía, y además gran cantidad de álbumes sobre diversos temas.¹⁸⁶ Algunos editores se especializan en la presentación de obras que sólo contienen una decena de fotos originales, lujosamente publicadas. Su precio oscila entre 600 y 1000 dólares. Su edición es de tirada limitada, entre 50 y 60 ejemplares. La fotografía aislada se vende en el comercio de 25 a 250 dólares. Es una ganga para los fotógrafos profesionales que, gracias a ese movimiento, encuentran una nueva fuente de ingresos. Signo de los tiempos, Time Inc., en su programa de revistas especializadas, también prepara una revista exclusivamente dedicada a la fotografía, de próxima aparición.¹⁸⁷

Más de diez años después que Norteamérica, el interés por la fotografía comienza a desbordar el restringido círculo de los fotógrafos profesionales europeos. También en este caso, hay que atribuir la implantación de dicha moda a los aficionados cada vez

más numerosos. Se abren galerías especiales en París, Viena, Berlín, Londres, etc. Los editores, hostiles a la idea de publicar álbumes fotográficos, por culpa de ventas deficientes en años anteriores, cambian de opinión. Empiezan a aparecer colecciones únicamente dedicadas a la fotografía.

En Colonia, se celebra cada dos años la Photokina, la feria más importante de la industria fotográfica. Comenzó en 1950. En 1972 alcanzó proporciones gigantescas. «Llegados en coche, en tren, autocar, charter, los visitantes fueron tan copiosos que resultaba imposible encontrar un cuarto de hotel en Colonia si no se había reservado con varios meses de anticipación. Miles de visitantes debían alojarse en los pueblos de los alrededores, otros acampan en camiones a orillas del Rhin. ¡Qué éxito!», escribe el enviado especial del periódico *Le Monde*, que anda perdido por la inmensidad de la exposición, una verdadera Torre de Babel donde se hablan tantas lenguas que no entiende. Constataba: «La fotografía y el cine son cada vez menos el feudo exclusivo de artistas y profesionales. Todo resulta tan fácil que el consumidor devora alegremente decenas de metros de película sin darse cuenta. Es una actividad costosa, para bien de los fabricantes.»¹⁸⁸

«Lo que está en peligro es la palabra impresa, no solamente *LIFE*», exclamó Robert Engelke, uno de los directores de una gran firma de publicidad norteamericana en el momento de conocerse las dificultades de la revista.¹⁸⁹ Quería decir que la gente lee cada vez menos desde que están cada vez más solicitados por los mass media audiovisuales.

En el siglo xv, gracias a Gutenberg, se multiplicaron los libros, aunque la lectura siguiera limitada a la gente instruida. Hoy, hasta la gente instruida confiesa que lee menos porque se siente cada vez más solicitada por la imagen. Hasta los intelectuales más refractarios a la televisión no logran rehuirla, pues sus niños la reclaman, sintiéndose humillados cuando en el colegio se discute sobre programas que ellos no han visto.¹⁹⁰

Durante el Renacimiento, se decía de un hombre avisado «tiene olfato». En la actualidad, de alguien que está al corriente se dice que «tiene vista», pues la vista es hoy el sentido más solicitado. La imagen es de fácil comprensión y accesible a todo el mundo. Su particularidad consiste en dirigirse a la emotividad; no da tiempo a reflexionar ni a razonar como puedan hacerlo una conversación o la lectura de un libro. En su inmediatez reside su fuerza y también su peligro. La fotografía ha multiplicado la imagen por miles de miles de millones, y para la mayoría de la gente el mundo ya no llega evocado sino presentado. La fotografía de Phan Thi Kim Phuc (p. 154), una niña de 9 años, duramente quemada por un ataque con napalm, que huye junto a otros niños por una carretera de Vietnam del Sur, simboliza dolorosamente la guerra. Se publicó en el mundo entero y despertó en todas partes el horror y el odio a la guerra, evocación infinitamente más intensa que las docenas de páginas que hubieran podido escribirse

sobre ese tema. El efecto de la foto fue tal que *LIFE Magazine*, en su último número del 29 de diciembre de 1972, la reproducía entre las fotografías más memorables del año. Con objeto de atenuar el impacto emotivo *LIFE* había yuxtapuesto un retrato en color de la pequeña vietnamita sonriente, explicando que Phan Thi había tenido que pasarse 15 semanas en el hospital para recibir transplantes de piel y una terapia física. «Pero increíblemente, la guerra no se había terminado para esa niña, pues aviones del ejército sudvietnamita (el ataque con napalm también se debió a un error de ese ejército) habían destruido su casa. Pero ésta, añadía *LIFE*, ya se ha vuelto a reconstruir parcialmente. Se han curado las heridas de la niña, que va otra vez a la escuela. Sus recuerdos quedan ocultos tras su pequeña sonrisa.» A pesar de esa fotografía tranquilizadora, la imagen de Phan Thi Kim Phuc, arrancándose su ropa en llamas, y corriendo desnuda por una carretera, se mantendrá grabada para siempre en la memoria de quienes la hayan visto.

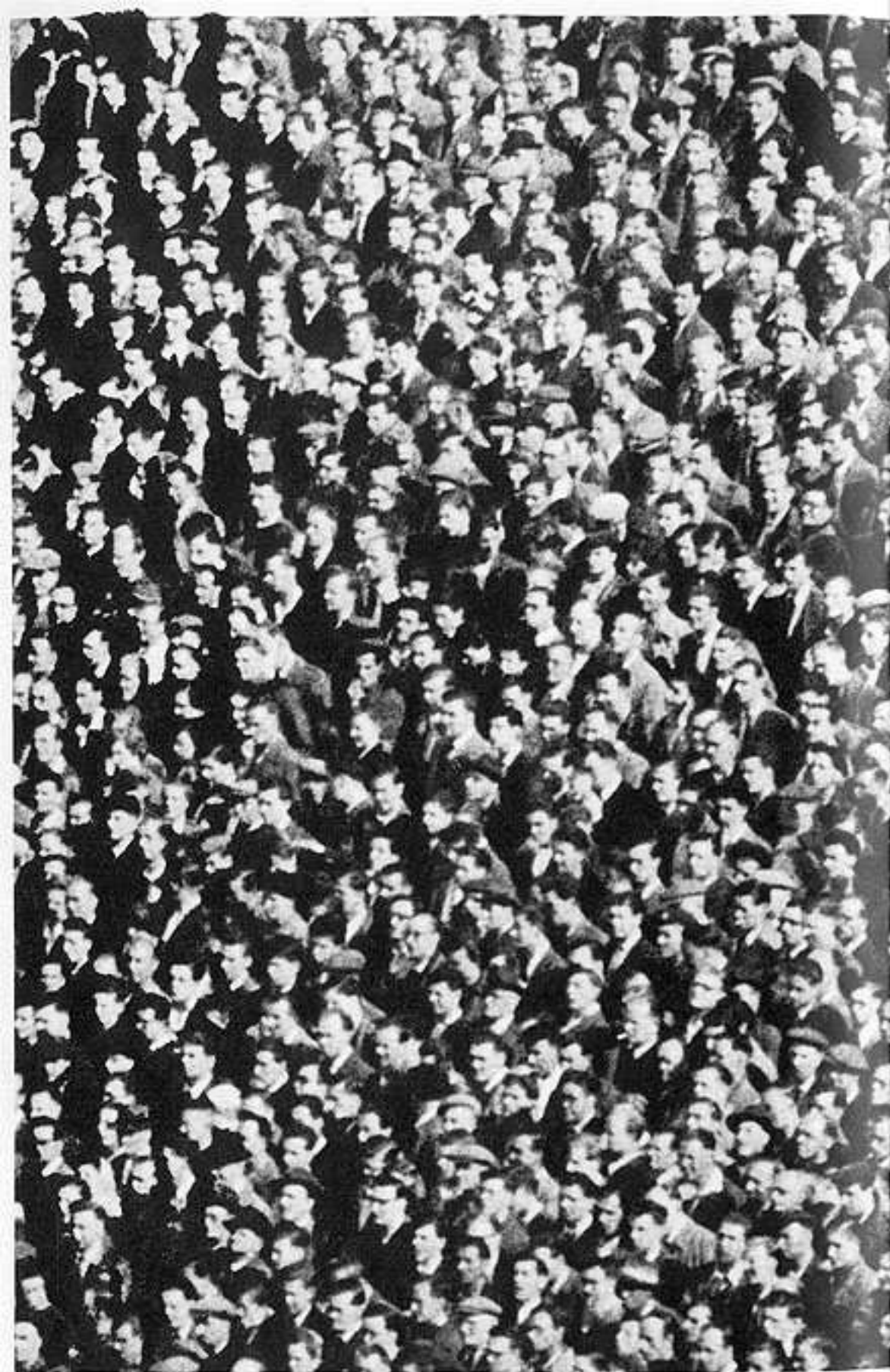
Al dirigirse a la sensibilidad, la fotografía está dotada de una fuerza de persuasión, conscientemente explotada por los que la utilizan como medio de manipulación. En su libro, *Confesiones de un publicitario*, David Ogilvy, uno de los representantes más conocidos de la publicidad norteamericana, recomienda a sus colegas que sugieran a sus clientes el uso primordial de la foto para vender sus productos, pues «representa la realidad, mientras que un dibujo es menos creíble».¹⁹¹ Los cientos de millones de aficionados, consumidores y productores a la vez de la imagen, que han visto la realidad apretando el disparador y que la recobran en sus clichés, no dudan de la veracidad de la foto. Para ellos, una imagen fotográfica es una prueba irrefutable.

Hemos dado varios ejemplos de cómo se puede cambiar, alterar, hacer decir a una foto lo contrario de lo que originariamente representaba. No obstante, esa credibilidad de la imagen, experimentada por casi todo el mundo, ya que casi todo el mundo es aficionado, es la que sirve de base a su enorme poder y a su masiva utilización en la publicidad. Los publicitarios emplean a «psicólogos de las profundidades» (los *depth boys*) para estudiar las reacciones de la persona frente a la publicidad. Saben por el psicoanálisis que el inconsciente se halla poblado de imágenes que poseen una honda influencia en el comportamiento. Algunos de esos psicólogos habían concebido una publicidad diabólica, intercalar. Flashes de un trigésimo de segundo fueron insertados en la proyección de películas para elogiar productos. Esas imágenes subliminales fueron prohibidas como inmorales pues significaban una violación de la personalidad humana, similar al detector de mentiras. Si basta un destello de un trigésimo de segundo para influir en la voluntad de un hombre, podemos medir la potencia de la imagen y concebir lo atractivo de su fuerza para vender bienes e ideas.

No sólo en los países capitalistas, llamados liberales, existe conciencia de ese poder, sino también en los países gobernados por dictaduras, tanto si son de derechas o de izquierdas. La fotografía del jefe del Estado, exhibida en cortejos y demostraciones, presidiendo asambleas o adornando los despachos oficiales, es para unos el símbolo del padre, para otros el del Gran Hermano orwelliano. Inspira odio o amor, confianza o miedo. Su valor intrínseco reside en su capacidad de despertar emociones.

En 1976, se celebraron los 150 años de la invención de la fotografía. He procurado trazar su historia en este libro. Se inició modestamente como medio de autorrepresentación. Al poco tiempo, se convirtió en una industria omnipotente y tentacular que se infiltró por todas partes. Como medio de reproducción, la fotografía ha democratizado la obra de arte volviéndola accesible a todos. Al mismo tiempo ha cambiado nuestra visión del arte. Usada como medio de exteriorización de un afán creador, es algo más que una simple copia de la naturaleza. Pues de lo contrario, las fotos «buenas» no escasearían tanto. Entre los millones de imágenes publicadas cada día en la prensa y en editoriales, sólo hallamos unas pocas que superen la simple representación. Ha ayudado a que el hombre descubra el mundo desde nuevos ángulos; ha suprimido el espacio. Sin ella, jamás habríamos visto la superficie de la luna. Ha nivelado los conocimientos y por lo tanto ha aproximado a los hombres. Pero también desempeña un papel peligroso como manipulador para crear necesidades, vender mercancías y modelar pensamientos.

La fotografía ha sido el punto de partida de los *mass media* que hoy desempeñan una función todopoderosa como medio de comunicación. Sin ella, no hubiesen existido ni el cine ni la televisión. Mirar cotidianamente la pequeña pantalla se ha vuelto una droga de la que ya no pueden prescindir millones de seres humanos. El inventor de la fotografía, Nicéphore Niépce, realizó desesperados esfuerzos para imponer su idea. Sólo obtuvo fracasos y murió en la miseria. Hoy, poca es la gente que conozca su nombre, pero la fotografía, cuyo alcance él fue el primero en comprender, ha llegado a ser el lenguaje más corriente de nuestra civilización.



1. Wilhelm Waetzold, *Die Kunst des Porträts*, Leipzig, 1908, p. 57
2. Vidal, «Mémoire de la séance du 15 novembre 1868 de la société statistique de Marseille», en *Bulletin de la société française de photographie*, 1871, pp. 37, 38 y 40
3. Cf. René Hennequin, *Edm. Quenedey, portraitiste au physionotrace*, Troyes, 1926
4. Cf. Cromer: «Le secret du physionotrace», *Bulletin de la société archéologique, historique et artistique «Le Vieux Papier»*, 26º año, octubre de 1925
5. Cf. Gabinete de Estampas de la Biblioteca Nacional de Francia, París
6. Cf. Anuncio de Gonord, en *Journal de Paris*, 28 de julio de 1788
7. Cf. Anuncio de Quenedey, en *Journal de Paris*, 21 de julio de 1788
8. Cf. Vivarez, *Le physionotrace*
9. Cf. *Journal de Paris* del 21 de julio de 1788
10. Cf. *Moniteur universel* del 16 de junio de 1839
11. Jean Jaurès, *Histoire socialiste*, «Le Règne de Louis-Philippe». Véase del autor: *Estudios socialistas*, Zero, S. A., Madrid, ZYX, S. A., Algorta (Vizcaya), 1970, y *Los orígenes del socialismo alemán*, Ediciones de Cultura Popular, S. A., Barcelona, 1967
12. Cf. E. Levasseur, *Histoire des classes ouvrières et de l'industrie en France*, París, 1903
13. Jean Jaurès, *op. cit.*
14. Cf. E. Levasseur: *Histoire du commerce de la France*, París, 1911
15. Cf. Karl Marx, *El 18 Brumario de Luis Bonaparte*, Ediciones Ariel, S. A., Esplugues de Llobregat (Barcelona), 1968
16. Cf. Karl Mannheim, *Ideologie und Utopie*, F. Cohen, Bonn, 1929. Versión castellana: *Ideología y utopía. Introducción a la sociología del comunismo*, Aguilar, S. A. Ediciones, Madrid, 1966

17. Cr. Karl Marx, *op cit.*

18. *Ibid.*

19. Cf. Sesión de 1839 (Nueva Legislativa), París, 1839

20. Cf. *Bibliographie politique et parlementaire des députés*

(Guía de los Electores), por uno de los redactores del *Messenger*, París, 1839, p. 145

21. Cf. Victor Fouque, *Niépce, la vérité sur l'invention de la photographie*, Châlon-sur-Saône, 1867

22. *Ibid.*

23. Carta de Niépce a Lemaître del 23 de octubre de 1828

24. Cf. Arthur Chevalier, *Étude sur la vie et les travaux scientifiques de Charles Chevalier*, París, 1862

25. El 8 de diciembre de 1827, Niépce ya había intentado publicar su invento dirigiéndose a la Royal Society de Londres, pero sus esfuerzos resultaron infructuosos

26. Cf. Isidore Niépce, *Histoire de la découverte improprement nommée daguerréotype*, París, 1841

27. «La gente se ocupa mucho del invento del Sr. Daguerre y no hay nada más divertido que la explicación de ese prodigio ofrecida con toda seriedad por nuestros sabios de salón. El Sr. Daguerre puede quedarse tranquilo, nadie le quitará su secreto... La verdad es que ese descubrimiento resulta admirable, pero no entendemos nada de nada, nos lo han explicado demasiado.» Cartas parisinas, 12 de enero de 1839, del vizconde de Launais. Obras completas de Mme. Émile de Girardin, t. IV, pp. 289-290

28. Gay-Lussac, *Rapport de la séance du 30 juillet 1839 de la Chambre des Pairs. Historique et description des procédés du daguerréotype et du diorama*, por Daguerre, París, 1839

29. Cf. *Moniteur universel* del 16 de junio de 1839

30. Cf. *Comptes rendus des séances de l'Académie des Sciences*, 1839, 2.^o semestre

31. Encontramos un ejemplo del apoyo que aporta el Estado a las invenciones nuevas y útiles bajo la forma de subvenciones otorgadas a los ferrocarriles. Estos se hallaban concentrados en manos de algunos miembros de la aristocracia financiera. En las Cámaras votaban la autorización de construir, la duración de la concesión, los dividendos que había que distribuir y las subvenciones del Estado. No debemos olvidar que precisamente los representantes de la aristocracia financiera poseían una influencia preponderante en las Cámaras y que convenía a su propio interés la realización de tales proyectos (Debates Parlamentarios, 1824-1847)

32. *Journal Officiel de l'Instruction*, Informe del 28 de agosto de 1839

33. La reunión «acaba de recibir la aprobación de los más distinguidos sabios que honran a Inglaterra y especialmente de los Sres. Herschel, Robinson, Forbes, Wats, Brisbane», *Comptes rendus des séances de l'Académie des Sciences*, Sesión del 15 de junio de 1839

34. *Comptes rendus des séances de l'Académie des Sciences*, t. IX, pp. 257-266, Sesión del lunes 19 de agosto de 1839

35. «No tardaremos en ver cómo las hermosas estampas que sólo se encontraban en los salones de los aficionados ricos, adornarán

incluso la humilde morada del obrero y del campesino», *La Revue Française*, 1839

36. Cf. *Comptes rendus des séances de l'Académie des Sciences*, 1839

37. *Ibid.*

38. Cf. *Le Feuilleton du siècle*, 1839; *Le Feuilleton National*, 1839; *La Gazette de France*, 1839, etc.

39. Cf. Louis Figuier, *La Photographie, exposition et histoire des principales découvertes scientifiques modernes*, París, 1851

40. Cf. *Historique et description des procédés de daguerréotype et du diorama*, por Daguerre, París, 1839

41. Cf. *Comptes rendus des Séances de l'Académie des Sciences*, 1839, 2.^o semestre

42. «Las pruebas fotogéneas, por perfectas que resulten, aún dejan que desear, sobre todo en los retratos», en E. Foucaud, *Physiologie de l'industrie française*, París, 1844, p. 179

43. *Comptes rendus des séances de l'Académie des Sciences*, 1839, p. 560

44. *Derniers perfectionnements apportés au daguerréotype*, por Gaudin & Leresbours, París, 1842

45. Richard Rudisill, *Mirror Image, the Influence of the Daguerreotype on American Society*, Alburquerque, University of New Mexico Press, 1972

46. Cf. Walter Benjamin, *Petite Histoire de la photographie*, en *Poésie et Révolution*, Éditions Denoël, París, 1971, aparecido por vez primera en *Literarische Welt*, núms. 38, 39 y 40, Berlín, 1931

47. *Ibid.*

48. «Por eso cualquier desclasado o por clasificar se declaraba fotógrafo, pasante que se había despistado a la hora de ir a cobrar, tenor de café-concierto que había perdido la partitura, portero víctima de nostalgia artística; todos ellos se denominaban [artísticos], y así afluyeron pintores frustrados, escultores fracasados...», en Nadar, *Quand j'étais photographe*, p. 195

49. «Nací en las inmediaciones de aquella época de inocencia cuando un ministro no robaba más de cien mil francos... En aquella época en que resultaba "distinguido" entre los pequeños burgueses hacer que los niños llevaran luto por el Duque de Berry; yo lo llevé», en Nadar, *op. cit.*, pp. 278-284

50. Cf. *Grand Dictionnaire du XIX siècle*, por Larousse

51. *Ibid.*

52. Cf. E. Levasseur, *Histoire du commerce de la France*, «La bourgeoisie au pouvoir»

53. *Le Corsaire-Satan* agrupó hacia 1845 a los principales escritores de la bohemia. Bajo la dirección de Arsène Houssaye, ese periódico literario llegó a ser un folleto de la oposición a la vez famoso y atacado

54. «La verdad es que, hasta 1848, nuestro gabinete de trabajo se hallaba situado más particularmente en los cafés hospitalarios por donde aparecía la pandilla con feroces apetitos a las nueve de la mañana para no salir hasta que dieran medianoche», en Champfleury, *Souvenirs et portraits de jeunesse*, p. 122

55. Cf. Nadar, *Charles Baudelaire intime, le poète vierge*, París, 1911

56. Cf. *Histoire de Murger pour servir à l'histoire de la vraie Bohème par trois buveurs d'eau*, París, 1862 (Nadar, Lalioux & Noël). «Bohemia es una palabra del vocabulario corriente de 1840. En el lenguaje de entonces es sinónimo de artista o estudiante, vividor, alegre y despreocupado del mañana, perezoso y alborotador», en Gabriel Guillemot, *Le Bohème*, París, 1868, pp. 7-8

57. «La literatura industrial llegó a suprimir la crítica y a ocupar la plaza casi sin contradicción y como si fuera la única en existir... El resultado fue que en la mayoría de periódicos, incluso en algunos de los que no vacilarían en pasar por puritanos, se produce una serie de abusos y una organización puramente mercantil que fomenta la úlcera literaria circundante hasta depender de ella», en Sainte-Beuve, *Revue des deux Mondes*, 1 de julio de 1839, «De la littérature industrielle», pp. 678 y 681

58. «El dinero, el dinero, no habría modo de decir hasta qué punto es verdaderamente el nervio y el dios de la literatura actual: podríamos localizar el filón y sus vueltas hasta en detalles muy singulares. Si tal escritor hábil posee, a intervalos, un estilo vacuo, hinchado, inagotable, repentinamente cargado de grandes expresiones neológicas o científicas procedentes de no se sabe dónde, es que desde muy temprano se acostumbra a batir sus frases, a triplicarlas y cuadruplicarlas (*pro nummis*) incluyendo la menor cantidad de pensamiento posible», en Sainte-Beuve, *Revue des deux Mondes*, 1843, «Sur la situation en littérature», p. 14

59. «La bohemia es el aprendizaje de la vida artística: es el prefacio de la academia, del hospital o del depósito de cadáveres», Murger

60. A la *Jeune France* pertenecían: Théophile Gautier, Camille Rogier, Gérard de Nerval, Ourliac, Célestin Nanteuil, etc.

61. Murger era hijo de un portero sastre; Champfleury era hijo de un secretario de ayuntamiento de Laon; Barbara, hijo del dueño de una tiendecita de música; Bouvin, hijo de un guarda rural; Delveau, hijo de un curtidor del faubourg Saint-Marcel, y Courbet era hijo de un campesino

62. «Entre los artistas, resulta muy distinto: la palabra *burgués* ya no es una denominación, un significado, una calificación; es una injuria, y de las más groseras que pueda contener el vocabulario del taller. Un pintorzuelo preferiría mil veces que le llamaran con el nombre de los criminales más importantes, antes que oírse tratar de *burgués*», en Henri Monnier, *Physiologie du bourgeois*, París, 1842, p. 9

63. Cf. Nadar, *Pierrot ministre* (pantomima), 1847

64. Contado por Nadar hijo al autor

65. Cf. *Biographie nationale des contemporains*, bajo la dirección de Ernest Glasser, 1878

66. Contado por Nadar hijo al autor

67. «Cuando se nos ocurrió la idea de ese panteón Nadar que debía contener en sus cuatro pliegos sucesivos mil retratos: gente de letras, autores dramáticos, pintores y escultores, músicos... Me hallaba en amistosas relaciones —intimidad o cordialidad— con todas las ilus-

traciones de la época», en Nadar, *Quand j'étais photographe*, pp. 241-242

68. Walter Benjamin, *op. cit.*

69. Nadar también fue el primero a quien se le ocurrió la idea de tomar fotografías con luz artificial. Así fotografió las catacumbas de París en 1860

70. «Desde los primeros días de la primavera siguiente —1865— obtuve, al primer ensayo esta vez, con una docena de otros enfoques más, un cliché de la avenue du Bois de Boulogne con el aliciente del Arco de Triunfo, la perspectiva de Ternes, Batignolles y Montmartre», en Nadar, *Quand j'étais photographe*

71. «Están hinchando un globo cautivo y distingo a Nadar muy atareado, bregando, bajo una gorra de oficial de Marina, en un raglán de corte militar», en *Journal des Goncourt*, t. V, sábado 19 de noviembre de 1870

72. Cf. Nadar, *Le Géant*

73. Este texto sobre D. O. Hill fue publicado por el autor en la revista *Verve*, n.º 5/6, editada por E. Tériade, París, 1939

74. Cf. Lavissee, *Histoire de France*

75. La sociedad contaba entre otros a los siguientes miembros: los sabios De Laborde, Ferdinand de Lasteyrie, el barón Séguier, Becquerel, los pintores Delacroix y Béranger, el escritor Théophile Gautier, etc.

76. «7.—Quedarán asimismo excluidas de la exposición todas las pruebas coloreadas y todas aquellas que presentaran retoques esenciales cuya naturaleza modificara el trabajo fotográfico propiamente dicho, en substitución de un trabajo manual», en *Bulletin de la Société Française de Photographie* del 25 de enero de 1918

77. Cf. Nadar, *Quand j'étais photographe*

78. *Ibid.*, p. 211

79. «Es notoria la popularidad que de golpe le he proporcionado gracias al invento de la tarjeta de visita que me encargué de patentar en 1854», en Disderi, *L'Art de la photographie*, París, en casa del autor, 8 boulevard des Italiens, 1862, p. 146

80. *Renseignements photographiques indispensables à tous*, por Disderi, 1855, p. 146

81. Disderi, *op. cit.*, pp. 150, 152 y 154

82. Cf. Nadar, *Quand j'étais photographe*

83. «Alaux pinta bien, dibuja bien, no es caro y es colorista.» Frase pronunciada por Luis Felipe, citada por Théophile Silvestre en *Les Artistes français*, 1878, p. 4

84. Cf. Léon Rosenthal, *Du romantisme au réalisme, essai sur l'évolution de la peinture en France de 1830 à 1848*, París, 1914

85. Victor Fournel, *Ce qu'on voit dans les rues de Paris*, París, 1858, pp. 387 y 399

86. Alfred Lichtwark, *Die Amateurphotographie*, Halle, 1894

87. «Lo que sobre todo asusta a los burgueses son las sombras del modelo: sólo ven en ellas una negrura que oscurece y entristece el rostro... No quieren medias tintas, sino una encarnación uniformemente blanca como el correa de un soldado ¡y delicadamente matizada de rosa en los pómulos!», en Victor Fournel, *op. cit.*, p. 390

88. Disderi, *op. cit.*
89. *Ibid.*
90. *Ibid.*
91. Cf. *Leipziger Anzeiger*, 1839
92. Cf. Courbet, Catálogo de la exhibición y venta de 38 cuadros y 4 dibujos de la obra de M. G. Coubert, en *Le Réalisme*
93. «Coubert, pintor crítico, analítico, sintético y humanitario, es una expresión de la época. Su obra coincide con la filosofía positiva de Auguste Comte, la metafísica positiva de Vacherot, el derecho humano o justicia immanente del yo...», en Pierre-Joseph Proudhon, *Du principe de l'art et de sa destination sociale*, París, 1865, p. 287
94. Delécluze, Folletín del *Journal des Débats* del 21 de marzo de 1851
95. Francis Wey, *Du Naturalisme dans l'art; de son principe et de ses conséquences; à propos d'un article de M. Delécluze dans La Lumière* du 6 avril 1851
96. Hipólito A. Taine, *Philosophie de l'Art*, p. 7. Versión castellana: *Filosofía del Arte*, Editorial Iberia, S. A., Barcelona, 1960
97. *Ibid.*, p. 10
98. *Ibid.*, pp. 23-24
99. A. de Lamartine, *Cours familier de littérature*, t. VII, XXXVII^e entretien, Leopold Robert, París, 1859, p. 43
100. Cf. Ingres, *Réponse au rapport sur l'école impériale des Beaux-Arts*, París, 1863
101. Cf. Charles Baudelaire, *Salon 1859, le public moderne et la photographie*. Véase del autor: *El Salón de 1846*, Fernando Torres Editor, Valencia, 1976
102. *Ibid.*
103. *Ibid.*
104. Delacroix, *Revue des deux Mondes* del 15 de setiembre de 1850, 21.^o año, t. VII, p. 1144
105. *Ibid.*
106. *Comptes rendus des séances de l'Académie des Sciences*, t. IX, pp. 257-266, Sesión del lunes 19 de agosto de 1839
107. Cf. *Journal de l'industrie photographique*, Órgano de la Cámara Sindical de Fotografía, enero de 1880
108. Cf. *Revue des deux Mondes* del 1 de abril de 1841
109. Cf. *Le Moniteur de la photographie* del 1 de marzo de 1864
110. Cf. *Recueil général des lois et arrêts* del 1 de octubre de 1863
111. Cf. *Le Moniteur de la photographie* del 1 de octubre de 1863
112. Para su obra *Le Musée imaginaire de la sculpture mondiale*, André Malraux me había encargado que fotografiara una escultura mexicana, *La Diosa del Maíz*. Hice varias fotografías desde diversos ángulos y luces cambiantes. El resultado fue que la misma escultura aparecía como varias esculturas distintas. Era justamente para demostrarle que sus ideas de nuestra visión de la obra de arte cambiada por la foto eran totalmente exactas. Malraux eligió una de las reproducciones para su libro. Pero su elección se hallaba condicionada por su propio gusto y su modo tan individual de ver esa escultura. La reproducción

de la obra de arte, por consiguiente, no sólo está condicionada por la manera de ver del fotógrafo, sino también por la del que la mira

113. *Un siècle de technique*, Establecimientos Braun et Cie, París

114. *Ibid.*

115. Ado Kyrrou, *L'âge d'Or de la carte postale*, André Balland, París, 1966

116. *Record photographs of the Crimean War*, 1855

117. *Guide to the Special Collections of Prints and Photographs in the Library of Congress*, compilación de Paul Vanderbilt, Washington, D.C., 1955, pp. 19-24

118. J.-C. Gautrand, «1870-1871, Les Photographes de la Commune», en *Ciné Revue*, febrero de 1972

119. Contado al autor por su padre

120. Contado al autor por Marian Schwabik

121. Cf. *Vu*, noviembre de 1935

122. *Münchener Illustrierte Presse*, n.º 9, 1925

123. Cf. Wilhelm Carlé, *Weltanschauung und Presse*, Hirschfeld, Leipzig, 1931

124. Cf. Erich Salomon, *Berühmte Zeitgenossen in unbewachten Augenblicken*, J. Engelhorn's Nachf, Stuttgart, 1931

125. *Ibid.*

126. Contado al autor por Marian Schwabik

127. El fundador de la Agencia Dephot tiene en la actualidad más de 80 años y vive en Londres, donde creó una agencia de prensa después de la guerra. Su despacho se encuentra en el segundo piso de una casa del centro comercial de Londres. La habitación que le sirve de despacho, llena de un amasijo de fotos y papeleo, debe de parecerse a lo que era la Agencia Dephot en los años treinta. Llegada a Londres con objeto de entrevistarle, me encontré a un anciano señor de mirada aguda que no quiso proporcionarme la menor información. Al contrario, me hizo firmar un papel en donde se estipulaba que su nombre no saldría mencionado en este libro. Pero yo tenía el derecho a designarlo como «el secretario» de la Agencia Dephot. El «secretario» desempeñó un papel capital en la evolución del fotoperiodismo, cuya fórmula moderna logró realizarse bajo su influencia por obra de los fotógrafos que pertenecían a su agencia, gracias a su olfato de periodista. La agencia estuvo financiada por Alfred Marx. El «secretario», por muy genial que fuera, en lo que se refiere a la estructuración de un reportaje, no entendía mucho de negocios. Algunos de sus mejores fotógrafos tenían que establecer contratos directos con las revistas para estar seguros de que iban a cobrar. También fue el «secretario» quien le dio su primera oportunidad a Robert Capa, formado por él como tantos otros fotógrafos que llegarían a ser célebres

128. Contado al autor por Felix H. Man

129. *Ibid.*

130. *Münchener Illustrierte*, años 1929-1933

131. Entrevista de Felix H. Man en el *The New York Times* del 14 de mayo de 1971

132. *Kleine Leica-Chronik* (La evolución de la Leica y del sistema Leica), Ernst Leitz GmbH Wetzlar, núms. 92-100-92cR

133. Contado al autor por Thomas Mc Avoy, fotógrafo de *LIFE*

134. Revista *Photo*, n.º 59, París, 1972

135. Cf. Gisèle Freund, *Le Monde et ma caméra*, Denoël, Gonthier, París, 1970. Véase de la autora: *La fotografía y las clases medias*, Editorial Losada, S. A., Buenos Aires, 1972

136. *Multziger-Archiv*, fascículo n.º 9/58 del 1 de marzo de 1958

137. Cf. Theodore Peterson, *Magazines in the Twentieth Century*, The University of Illinois Press, Urbana, 1956

138. *Ibid.*

139. Cf. Gibbs & Wolcott, *TIME*, *Fortune*, *LIFE*, Luce E. B. White & Katherine White Editor, Coward McCann, Nueva York, 1941

140. *Ibid.*

141. Cf. Jeanne Perkins Harman, *Such Is Life*, Thomas & Crowell Company, Nueva York

142. A raíz de mi primer viaje a Nueva York en 1948, Hicks me recibió con los pies sobre la mesa, el rostro oculto detrás de su periódico y tardó cierto rato antes de dignarse a advertir mi presencia, mandándome luego a los archivos para que trajera todos mis reportajes publicados. Humillada, decidí no volver a verlo más, lo que no fue óbice para que *LIFE* me publicara otros reportajes. Véase también, *Infinity*, agosto de 1969

143. Cf. John Kobler, *Luce, His Time, Life and Fortune*, Doubleday, Nueva York, 1968

144. *LIFE* del 23 de noviembre de 1936

145. Cf. John Kobler, *op. cit.*

146. *LIFE*, n.º 5, vol. 58, febrero de 1965

147. Paul Wilkes, «Running Left to Right», en *The New York Magazine*, abril de 1970

148. Según *Television/Radio Age* del 16 de noviembre de 1970, Time Inc. vendió sus emisoras de radio y televisión para invertir en las video-cassettes

149. Press Release de Time Inc., de Hedley Donovan y Andrew Heiskell, 20 de abril de 1972.

150. *Le Monde* del 3/4 de diciembre de 1972

151. Cf. *Magazine des journalistes reporters photographes*, n.º 23, 1972

152. *Guide to the Special Collections of Prints and Photographs in the Library of Congress*, compilación de Paul Vanderbilt, Washington D.C., 1955. Véase también, *Congrès International de Photographie, procès-verbaux*, Gauthier-Villars, París, 1900

153. Cf. Gisèle Freund, *op. cit.*

154. *Ibid.*

155. *New York Times*, suplemento literario del 5 de octubre de 1969, p. 7

156. Cf. John Morris, «This we Remember. Have Photographers Brought Home the Reality?», en *Harper's Magazine*, setiembre de 1972

157. *Ibid.*

158. *Le Monde* del 25 de enero de 1973

159. *Le Point: Bistrots. Revue artistique et littéraire*, n.º LVII, Souillac, Lot, 1960

160. Contado al autor por Robert Doisneau
161. *L'Express* del 5 de julio de 1962
162. *TIME* del 25 de octubre de 1971, p. 38
163. *Newsweek* del 2 de marzo de 1970
164. Citado por Richard Todd, *Gathering Bunnyside*, The Atlantic, enero de 1972
165. *Ibid.*
166. Cf. Peter Schrag, *The Decline of the Wasp*, Simon and Schuster, Nueva York 1971
167. *The Christian Century* del 19 de enero de 1972
168. Cf. Peter Schrag, *op. cit.*
169. *TIME* del 27 de setiembre de 1971
170. *TIME* del 1 de enero de 1973
171. Man Ray, *Autobiographie*, Laffont, París, 1964
172. John Heartfield, *Photomontagen*, *Ausstellungskatalog der Deutschen Akademie der Künste*, Berlín, 1969
173. Cf. László Moholy-Nagy, *Painting, Photography, Film*. A Bauhaus Book, Lund Humphries, Londres, 1969. Traducción del libro original, aparecido en 1925 como vol. 8 de los libros de la *Bauhaus*
174. Cf. Walter Benjamin, en *Poésie et Révolution*, vol. XI, Denoël, París, 1971
175. Cf. László Moholy-Nagy, *op. cit.*
176. *Moholy-Nagy*, edición a cargo de Richard Kostelanetz, Praeger Publishers, Nueva York, 1970. Este libro contiene artículos de Moholy-Nagy y otros de diversas personalidades sobre él
177. *Ibid.*
178. *Ibid.*
179. George Eastman, «A Brief Biography of the Founder of Eastman Kodak Company», en *Image, the Journal of Photography of the George Eastman House Inc.*, 26 de junio de 1972
180. Cf. *TIME* del 26 de junio de 1972
181. Cf. *Vom Sinn und Nutzen der Deutschen Gesellschaft für Photographie*, 11, Veröffentlichung, 1968
182. *TIME* del 26 de junio de 1972
183. Cf. *Photographie nouvelle*, marzo de 1972
184. Encuesta del autor en Nueva York
185. Cf. Dr. H. Horrell, profesor del Departamento de Fotografía de la University of Southern, Illinois, 1968
186. *Publishers Weekly*, agosto de 1972
187. Contado al autor por un editor de Time Inc.
188. *Le Monde* del 25 de enero de 1973
189. *The New York Magazine*, abril de 1970
190. Contado al autor por un profesor que le explicó el motivo porque tuvo que comprar un televisor
191. David Ogilvy, *Confession of an Advertising Man*, Mayflower-Dell, Londres, 1966. Versión castellana: *Confesiones de un publicitario*, Oikos-Tau, S. A. Ediciones, Vilassar de Mar (Barcelona), 1967

Bibliografía

Precursores

Album de los fisionotracistas de París, colección de Quenedey, Chrétien & Gonord, Gabinete de Estampas de la Biblioteca Nacional de Francia, París

Kende-Ehrenstein, *Das Miniaturporträt*, Viena, 1908

Pinset & D'Auriac, *Histoire du portrait en France*, París, 1884

Simmel, G., *Das Problem des Porträts: Zur Philosophie der Kunst*, Potsdam, 1922

Historia social (1815-1848)

Agulhon, M., *1848 ou l'Apprentissage de la République (1848-1852)*, Seuil, París, 1973

Chevalier, L., *La Formation de la population parisienne*, Cahiers de l'I.N.E.D., 1950. — *Les Parisiens*, Plon, París, 1969. — *Classes laborieuses, classes dangereuses à Paris pendant la 1.^{re} moitié du XIX^e siècle*, Plon, París, 1958

Dolléans, E. & Crozier, M., *Mouvements ouvrier et socialiste, chronologie et bibliographie (1750-1918)*, Editions Ouvrières, París, 1950. Véase de E. Dolléans: *Historia del movimiento obrero*, Zero, S. A., Madrid/ZYX, S. A., Algorta (Vizcaya), 1969

Jardin, A. & Tudesq, A.-J., *La France des notables*, Seuil, París, 1973

Lhomme, J., *La Grande Bourgeoisie au pouvoir (1830-1880)*, P.U.F., París, 1960

Marx, K., *Les Luites de classes en France*, Editions Sociales, París, 1946. Versión castellana: *Las luchas de clases en Francia*, Editorial Claridad, S. A., Buenos Aires, 1964

Daumard, A., *La Bourgeoisie parisienne de 1815 à 1848*, Sevpen, 1963

Pernoud, R., *Histoire de la bourgeoisie en France*, t. II, «Les Temps Modernes», Seuil, París. Versión castellana: *Orígenes de la burguesía*, Compañía General Fabril Editora, Buenos Aires, 1969

Perrot, M., *Le Mode de vie des familles bourgeoises (1873-1953)*, Colin, París, 1961

Plessis, A., *De la fête impériale au mur des fédérés (1852-1871)*, Seuil, París, 1973

Tudesq, A.-J., *Les Grands Notables en France (1840-1849)*, P.U.F., París, 1964

Historia de la Fotografía

Astier, *Histoire du daguerréotype*, París, 1841

Blanquart-Evrard, *La Photographie, ses origines, ses progrès, ses transformations*, Lille, 1869

Bulletin de la Chambre Syndicale de la Photographie et de ses Applications, París, 1862 y ss.

Buron, *Description de nouveaux daguerréotypes*, París, 1841

Cromer, G., «Daguerre artiste et son Diorama», en *La Revue Française de Photographie*, París, 4 de agosto de 1921

Chevreuil, E., «La vérité sur l'invention de la photographie», en *Journal des savants*, París, 1873

Daguerre, L., *Lettre à M. Arago*, París, 1844

Eder, J.-M., *Geschichte der Photographie*, Halle, 1905-1906

Figuier, L., «La Photographie», en *Revue des deux Mondes*, París, 1848

Gernsheim, H. & A., *The History of Photography*, Londres, 1969.

Versión de los autores: *Historia gráfica de la Fotografía*, Editorial Omega, S. A., Barcelona, 1967

Hubert, *La daguerréotype par un amateur*, París, 1840

Journal de la Société d'Encouragement de l'Industrie Nationale, París, 1839-1860

Keim, J.-A., *Histoire de la Photographie*, P.U.F., París, 1970.

Versión castellana: *Historia de la Fotografía*, Oikos-Tau, S. A. Ediciones, Vilassar de Mar (Barcelona), 1971

Lemercier, M., «Sur la découverte de l'ingénieux peintre du Diorama», poema en 42 versos, en *Lamphélie et Daguerre*, *Journal de l'Institut Royal de France*, París, 2 de mayo de 1839

La Lumière, París, 1851-1861

Mayer & Pierson, *La Photographie*, París, 1862

Newhall, B., *The Daguerreotype in America*, Nueva York, 1961

Potonniée, G., «Daguerréotypomanie», en *La Revue Française de Photographie*, París, 15 de agosto de 1921

Projet de Loi relatif à l'Acquisition du Procédé de M. Daguerre, París, 1839

La Revue Photographique, París, 1856 y ss.

Rudisill, R., *Mirror Image. The Influence of the Daguerreotype on American Society*, Nuevo México, 1971

Talbot, F., *Some Account of the Art of Photographic Drawing, or the Process by Which Natural Objects May Be Made to Delineate Themselves Without the Aid of the Artist's Pencils*, Londres, 1839

Historia de la bohemia

- Audebrand, *Derniers jours de la Bohème. Souvenir de la vie littéraire*, París, 1905
Boisson, M., *Les Compagnons de la vie de Bohème*, París, 1929
Delveau, A., *Henry Murger et la Bohème*, París, 1866
Dufay, P., «Sur les Buveurs d'Eau», en *Mercure de France*, París, 1 de abril de 1922
Guillemot, G., *Le Bohème*, París, 1868
Martino, P., *Le Roman réaliste sous le Second Empire*, París, 1913
Murger, H., «Les Buveurs d'Eau, Scènes de la vie d'artiste», en *Revue des deux Mondes*, París, 1853

Recopilaciones fotográficas (siglo XIX)

- Bisson, Hermanos, Reproducciones fotográficas, Gabinete de Estampas de la Biblioteca Nacional de Francia, París
Blanquart-Evrard, *Album photographique de l'artiste et de l'amateur*, Lille, 1851
Bossert, H. Th. & Guttmann, H., *Aus der Frühzeit der Photographie*, Francfort/Main, 1930
Colecciones fotográficas del Museo de Rochester, Nueva York, Estados Unidos
Döllingen, Z., *Galerie des Contemporains: retratos de pie, fotografías por Disderi*, París, 1862
Du Camp, M., *Album*, París, 1852
Excursions daguerriennes: las vistas y monumentos más notables del globo, en Leresbourg, París, 1842
Panthéon-Nadar: álbumes fotográficos, en Gabinete de Estampas de la Biblioteca Nacional de Francia, París
Recht, C., *Die alte Photographie*, París-Leipzig, 1930
Rinhart, F. & M., *American Daguerreian Art*, Nueva York, 1967
Schwarz, H., *David Octavius Hill, Der Meister der Photographie*, Insel Verlag, Leipzig, 1931
Talbot, F., *The Pencil of Nature*, Londres, 1844

La fotografía bajo el Segundo Imperio

- Disderi, *Application de la photographie à la reproduction des oeuvres d'art*, París, 1861
Fleury, Comte & Sonolet, *La Société du Second Empire d'après les mémoires contemporains et des documents nouveaux*, París, 1911
Heine, H., *Lutèce, lettres sur la vie politique, artistique et sociale de la France*, París, 1855. Véase del autor: *Obras*, Editorial Vergara, S. A., Barcelona, 1964.

¿La fotografía es un Arte?

- Delaborde, H., «La Photographie et la gravure», en *Revue des deux Mondes*, París, 1 de abril de 1856
Gruyer, P., *Victor Hugo, photographe*, París, 1905
Planche, G., *L'Art et l'industrie*, París, 1857
Robinson, H. P., *De l'effet artistique en photographie*, traducción francesa de la 2.ª edición inglesa, París, 1885

El positivismo

- Comte, A., *Système de politique positive ou Traité de sociologie instituant la religion de l'humanité*, París, 1851-1854. Véase del autor: *Discurso sobre el espíritu positivo*, Aguilar, S. A. Ediciones, Madrid, 1962
Littré, E., *De la philosophie positiviste*, París, 1845
Renan, E., *Cahier de jeunesse (1845-1846)*, París, 1906

Los artistas (siglo XIX)

- Bouvier, E., *La Bataille réaliste (1844-1857)*, París, 1913
Delacroix, E., «Questions sur le beau», en *Revue des deux Mondes*, París, 1854. — «Des variations du beau», en *Revue des deux Mondes*, París, 1857
Demachy, R. & Puyo, C., *Les Procédés d'art en photographie*, París, 1906
Esthétique de la photographie autour de 1900
Organe officiel du Photoclub de Paris, 1889 y ss.
Schneider, R., *L'Art français, XIX^e et XX^e siècle: du réalisme à notre temps; du classicisme davidien au romantisme* (véase Ingres), París, 1929
Silvestre, Th., *Paul Delaroche, histoire des artistes vivants*, París, 1856

Reproducción de la obra de arte

- Benjamin, W., «L'Oeuvre d'art à l'ère de sa reproductibilité technique», en *Poésie et Révolution*, traducido del alemán y prologado por Maurice de Gandillac, dossier de «Lettres Nouvelles», Denoël, París, 1971
Malraux, A., *Le Musée imaginaire de la sculpture mondiale, «Les Voix du Silence»*, Gallimard, París, 1951

Fotografía de prensa

- Colección Brady Library of Congress, Washington, D.C.
Fenton, R., *Collection of Photographs of the Crimea*, Londres, 1856

Hassner, R., *Jacob A. Riis, reporter med Kamera*, Estocolmo, 1970

Hine, L. W., *Man at Work*, Nueva York, 1932

Hopkinson, T., *Picture Post: 1938-1950*, Penguin Books, 1970

Ken, B., *Scoop Scandal and Strife: A Study of Photography in Newspapers*, Londres, 1971

Newhall, B., *The Daguerreotype in America*, Nueva York, 1961

Riis, J. A., *Begin einer sozialkritischen Fotografie in den USA, mit weiteren Bildern von Lewis Hine und anderen, Ausstellung aus der Sammlung Rune Hassner* (catálogo de exposición), Museum Folkwang, Essen, Estocolmo, 1972

Historia social (1918-1939)

Anderson, E., *Hammer or Anvil, The Story of the German Working Class Movement*, Londres, 1945

Halperin, W. S., *Germany Tried Democracy, A Political History of the Reich, from 1918 to 1933*, Nueva York, 1946

Hirsch, H., *Experimente in Demokratie. Zur Geschichte der Weimarer Republik*, Peter Hammer Verlag, 1972

Isherwood, Ch., *Intimités berlinoises*, París, 1956. Véase del autor: *Adiós a Berlín*, Editorial Seix Barral, S. A., Esplugues de Llobregat (Barcelona), 1973

Schulz, K., *Deutsche Geschichte und Kultur, Bilder aus 2000 Jahren*, 1972

Werner, B., *Die zwanziger Jahre, Von Morgen bis Mitternacht*, Munich, 1962

Zuckmayer, K., *Als wärs ein Stück von mir. Horen der Freundschaft*, 1972

Fotoperiodismo en Alemania

Berliner Illustrierte, véase 1928-1933, Münchner Staatsbibliothek
Gidal, T. N., *Deutschland-Beginn des Modernen Photojournalismus*, Bucher, Suiza, 1972

Man, F. H., *Pionier des Bildjournalismus, Photographien von 1915 bis 1970*, catálogo de exposición, Münchner Stadtmuseum, 1971

Münchner Illustrierte Presse, véase 1928-1933, Münchner Staatsbibliothek

Salomon, E., *Porträt einer Epoche*, prologado y editado por su hijo, 1963

Wolff, P., *Meine Erfahrungen mit der Leica*, 1939

Mass - media magazines en Estados Unidos

Elson, R. T., *Time Inc. The Intimate History of a Publishing Enterprise: 1923-1941*, Nueva York, 1968

Galbraith, J. K., *Le Nouvel Etat industriel*, París, Gallimard, 1968. Versión castellana: *El Nuevo Estado industrial*, Ed. Ariel, S. A., Esplugues de Llobregat (Barcelona), 1967

LIFE Magazine: 1936-1972

Mott, F. L., *A History of American Magazines*, Harvard University Press

Mumford, L., *Technique et Civilisation*, Seuil, París, 1950. Versión castellana: *Técnica y Civilización*, Alianza Editorial, S. A., Madrid, 1971

Ogilvy, D., *Les Confessions d'un homme de publicité*, Hachette, París, 1964. Versión castellana: *Confesiones de un publicitario*, Oikos-Tau, S. A. Ediciones, Vilassar de Mar (Barcelona), 1967

Pollak, R., «*TIME*: After Luce», en *Harper's Magazine*, julio de 1969

Rovere, R. H., «The American Establishment», en *Esquire*, mayo de 1962

La fotografía y la ley del copyright

Copyright Bulletin, publicación de la UNESCO, 1967, vol. I, n.º 1 y ss.

Copyright Law, Concerning Works of Art, Photographs and the Written Word, Museum Association Information Sheet, Londres, marzo de 1970

Chernhoff, G. & Sarbin, H., *Photography and the Law*, Amphoto, Nueva York, 1967

Frémond, P., *Le Droit de la photographie*, Dalloz, París, 1973

Gouriou, R., *La Photographie et le droit d'auteur*, París, 1959

Publications of the Copyright Office, Library of Congress, Washington D. C.

La fotografía, instrumento político

Journalistes reporter, photographes et cinéastes (revista), París, 1964-1972

Kügelgen, B. V., *Falsificaciones fotográficas*, en «*Fotographie u. Gesellschaft*», Halle, 1961

Morris, M. & Sauers, D., *AND/OR Antonyms For Our Age*, Nueva York, 1967

La fotografía, expresión artística

Herzfelde, W., *John Heartfield*, Veb. Verlag, Dresde, 1971

Lyons, N., *Photographers on Photography*, Prentice-Hall, 1966

Moholy-Nagy, L., «La Photographie, ce qu'elle était, ce qu'elle devra être», en *Cahiers d'Art*, IV/1, París, 1929

Moholy-Nagy, L., *Vision in Motion*, Chicago, 1947. Véase del autor: *La nueva visión*, Ediciones Infinito, Buenos Aires, 1964

Moholy-Nagy, L., *Ausschnitte aus einem Lebenswerk* (catálogo de exposición), Bauhaus Archiv, Berlín, 1972

Plécy, A., *Grammaire élémentaire de l'image*, Marabout, 1971

Véanse los innumerables álbumes fotográficos de los grandes fotógrafos de nuestra época

Los fotoaficionados

Véanse las revistas de fotos para aficionados, *Popular Photography*, *Modern Photography* (Estados Unidos), *Camera* (Suiza), *Photography Italiana* (Italia), *Revue Photo*, *Photographie Nouvelle*, *Le Nouveau Photocinéma*, *Zoom* (Francia), *Creative Camera* (Inglaterra), *Nueva Lente*, *Flash Foto*, *Eikonas*, *Arte Fotográfico* (España), etc.

Estudios sociológicos y psicológicos sobre la imagen fotográfica

Boorstin, D. J., *L'Image*, «10/18», U.G.E., París, 1971

Bourdieu, P., Boltanski, I., Castel, R. & Chamboredon, J.-C., *Un Art moyen, essai sur les usages sociaux de la photographie*, Éditions de Minuit, París, 1965

Keim, J.-A., *La Photographie et l'homme*, Casterman, París, 1971

McLuhan, H. M., *Pour comprendre les media*, Seuil, París, 1968.

Versión castellana: *La comprensión de los medios como las extensiones del hombre*, Editorial Diana, S. A., México, 1969

Packard, V., *La Persuasion clandestine*, Calmann-Lévy, París, 1958. Versión castellana: *Las formas ocultas de la propaganda*, Editorial Sudamericana, S. A., Buenos Aires, 1966

Thibault-Laulan, A.-M., *L'Image dans la société contemporaine*, Denoël, París, 1971. Versión castellana: *Imagen y comunicación*, Fernando Torres Editor, València, 1973

Windenberger, J., *La Photographie, moyen d'expression et instrument de démocratie*, Editions Ouvrières, París, 1965

Véase también la revista *Communications*, Seuil, París

Archives Gisèle Freund: 12, 20b, 21, 48/49, 50, 51, 52/53, 65, 66b. — Archives Photographiques: 32. — Archives Seuil: 94. — Archives Sirot: 11b. — Bayerische Staatsbibliothek: 116/117. — Bibliothèque Nationale: 20c, d, 32a, 33. — George Eastman House: 175. — Kodak-Pathé: 20a, 77. — Library of Congress, Washington: 10, 136a, b, 137, 151a, b. — Roger Viollet: 32b, 66a, 150. — Royal Photographic Society: 54. — Société Française de Photographie: 11a, 82

Associated Press/Huynh Cong: 154/155. — Robert Doisneau: 156. — Gisèle Freund: 88a, 88b, 118/119. — Gamma/Gilles Caron: 93a. — Keystone: 115a, b, 153, 162. — Magnum/Bischof: 138. — Magnum/Robert Capa: 152. — Magnum/Cartier Bresson: 176. — Magnum/Haas: 92. — Magnum/Riboud: 93b, 188/189. — Magnum/Salomon: 100. — Magnum/Smith: 139. — Man Ray: 170. — Sipahioglu: 169

Con autorización de *LIFE Magazine*, Time Inc.: 118/119, 120/121, 122. — John Heartfield: 140

© SPADEM 1974: 170

Trabajos fotográficos: Roland Bardet y François Duffort

Rolando
López



Ministerio de Educación
Subsecretaría de Cultura

Departamento de Cine y Espacio Audiovisual

Bv. Galvez y Guemes
(3000) Santa Fe - Argentina





