

La ciudad poseída. Miradas fotográficas sobre lo urbano como fuente de conocimiento social

(The haunted city. Photographic looks on urban areas
as a source of social knowledge)

Sánchez Montalbán, Francisco José

Univ. de Granada. Fac. de Bellas Artes. Dpto. Fotografía.

Edif. Aydanamar. Avda. de Andalucía s/n. 18071 Granada

E-mail: fjsanche@ugr.es

Recep.: 13.09.02

BIBLID [1137-439X (2003), 23; 71-88]

Acep.: 13.09.02

A través de la fotografía podemos descubrir un interminable cosmos de interpretación y conocimiento de las ciudades como escenarios donde se desarrolla la vida humana. La imagen fotográfica, a través de sus recursos compositivos, plásticos y retóricos nos ofrece la posibilidad de encontrar parámetros significantes desde diversos puntos de vista. Desde una concepción real, pasando por las intrusiones en la publicidad o el arte, nos aporta datos de interés acerca del simbolismo y el desarrollo cultural propios de la época en que está hecha la fotografía. Conocer las formas de creación, así como distinguir sus paradigmas de discernimiento, nos ayuda a comprender y encontrar elementos de realidad y subjetividad en el mensaje visual.

Palabras Clave: Fotografía. Ciudad. Urbano. Imagen real. Imagen. Simbolismo. Recursos creativos. Análisis de la imagen. Denotación/connotación.

Argazkiaren bidez, hirien interpretazio eta ezagupen kosmos amaiezina aurki dezakegu hiriok giza bizitza garatzen den gertaleku gisa hartuz. Konposizio, plastika eta erretorika baliabideen bitartez, hainbat ikuspegitatik parametro adierazgarriak direnak aurkitzeko aukera ematen digu argazki irudiak. Kontzepzio erreal batetik, publicitate edo arte alorreko sarreretatik iraganez, datu interesgarriak ematen dizkigu argazki hori egina den garaia dagozkion sinbolismo eta garapen kulturalari buruz. Sorkuntza formak ezagutzeak, bai eta dagozkien bereizkuntza paradigmen berri izateak ere, lagundu egiten digu ikusizko mezuan errealtate eta subjektibitate elementuak ulertzen eta aurkitzen.

Giltza-hitzak: Argazkia. Hiria. Hirikoa. Irudi erreala. Irudia. Sinbolismoa. Sorkuntza baliabideak. Irudiaren azterketa. Denotazioa/Konnotazioa.

A travers la photographie nous pouvons découvrir un interminable cosmos d'interprétation et de connaissance des villes comme scènes où se déroulent la vie humaine. L'image photographique, à travers ses ressources de composition, plastiques et rhétoriques nous offre la possibilité de trouver des paramètres significatifs depuis différents point de vue. A partir d'une conception réelle, en passant par les intrusions dans la publicité ou dans l'art, nous apporte des données intéressantes sur le symbolisme et le développement culturel propres à l'époque où a été prise la photographie. Connaître les formes de création, ainsi que distinguer ses paradigmes de discernement, nous aide à comprendre et à trouver des éléments de réalité et de subjectivité dans le message visuel.

Mots Clés: Photographie. Ville. Urbain. Image réelle. Image. Symbolisme. Ressources créatives. Analyse de l'image. Dénotation/connotation.

INTRODUCCIÓN

Lo urbano porta consigo una verdad inexorable: la realidad contextual, el gran escenario humano. Todo gira y se mueve en torno a ello. El genio artístico del fotógrafo aprovecha esta realidad desde sus posibilidades formales hasta sus potenciales connotativos. La fotografía, por su doble componente de imagen-representación de lo real y de imagen portadora de significados emocionales, ha logrado ser el puente entre lo real y lo subjetivo, mostrando no sólo aspectos y condiciones reales, sino, más aún, sus componentes subjetivos asociados; de esta manera ante las fotografías centradas en lo urbano no sólo estamos viendo cómo es una ciudad o una determinada situación, sino también sus rasgos psicológicos definitorios.

Desde los aspectos retóricos de la creación de imágenes, el arte fotográfico ha presentado a la ciudad como protagonista polifacética y versátil. Pero este afán de representación de lo urbano se plantea en fotografía a través de diversos puntos de acción y con innumerables intenciones.

La ciudad connota ciertos contenidos. Algunos de ellos podrían ser el contenido cultural y político. Toda imagen fotográfica participa de una ideología, define una situación y es parte de un sentimiento social al influir decisivamente en nuestras opiniones y al mostrarnos una serie de actitudes y valores. Es por eso que la ciudad representada es símbolo de una sociedad, de un grado o gusto social, económico o cultural, siendo también parte de una política determinada. Otros contenidos podríamos referirlos a la identidad grupal, al desarrollo, la integración, el ocio, y por qué no, a los aspectos simbólicos que se refieren a todas las actividades del grupo.

De esta manera podremos entender que la fotografía juega un papel fundamental como elemento documental, expresivo e ideológico; como un arma capaz de informar, mostrar, incidir en la sensibilidad, educación, razón y compromiso de las personas, consiguiendo, aunque esta no sea su finalidad exclusiva, que el arte sea una herramienta del conocimiento.

1. LA CIUDAD: ESCENARIO PARA LA COEXISTENCIA

La ciudad, como una de las obras más antiguas del hombre, se configura como el espacio prioritario de coexistencia y protagonismo actitudinal de nuestra cultura; así, la representación fotográfica de la misma –documental o creativa– ofrece espacios y formas que complementan y dotan de sentido los propósitos de artistas e investigadores. La ciudad siempre ha despertado el interés de los fotógrafos. De hecho, el gran auge de la urbanidad surge conjuntamente con el nacimiento de la fotografía, por lo que la difusión y disfrute de las imágenes cuyo componente principal se centraba en la urbanidad ha contribuido, sin duda, a consolidar y dar forma a las grandes y pequeñas ciudades que hoy conocemos. Pero también la difusión de imágenes fotográficas de la ciudad ha suscitado el deseo, la visita, la distinción, la diferenciación y la

personalidad de los distintos rasgos de la urbanidad. Es muy posible que la ciudad, como espacio de coexistencia y como motivo de inspiración artística, haya creado, a través de la fotografía, un género representacional único y un medio de conocimiento y comparación excepcional. Lo veremos más detalladamente en el siguiente apartado.

Mientras tanto, podremos considerar que la fotografía, a través de sus diferentes posiciones de acción, ha visto lo urbano como un pretexto para sus creaciones. Podría parecer para los más profanos que la realidad es lo más importante para la fotografía, y dentro de lo real, la ciudad –como tema– sería una de las más inmediatas experiencias del hombre. Si bien lo real es necesario para la fotografía, no es esto en todos los casos sinónimo de imprescindible. No todo lo que vemos en una fotografía es la verdad ni el reflejo exacto de la realidad. Este juego infinito entre realidad y verosimilitud hace que la fotografía, –el arte fotográfico–, use al referente tan sólo como una herramienta más, un pretexto para poder modelar a su antojo los más diversos temas y propuestas.

Es entonces, en ese uso confuso entre la documentación y la representación, donde lo urbano se comprende como una temática del arte capaz de suscitar en los sentidos las más sorprendentes sensaciones. La fotografía como metáfora de lo real y de lo imaginario convierte a la ciudad en un teatro tan cotidiano a veces, como inesperado e ilógico otras. Sin embargo, la presentación de situaciones, espacios y personas puede incidir en un fino y presumible carácter de testimonio, constatación que atestigüa la visión, opinión, interpretación y criterio del fotógrafo acerca de lo representado, así como del espectador capaz de leer y descifrar los mensajes visuales según su interés.

2. FOTOGRAFÍAS DE LA CIUDAD

En el acercamiento, conocimiento y distinción del contexto humano, el paisaje urbano se configura como el espacio prioritario y excepcional de coexistencia, relación y protagonismo de nuestra cultura.

Ya adelantábamos que es muy posible que como espacio de coexistencia y como motivo de inspiración artística, se haya creado, a través de la fotografía, un género representacional único, más allá de las tradicionales representaciones pictóricas de las que parte. Y es que la fotografía, a través de sus diferentes posiciones de acción, ha visto en la ciudad como un universo de suertes fotografiables y llenas de posibilidades plásticas y significantes.

A través de la fotografía hemos conocido y aprendido acerca de la ciudad y sus costumbres. No sólo hemos reconocido nuestro entorno inmediato sino que nos hemos acercado a lugares donde nunca estuvimos, conociendo y descubriendo formas de vida y escenarios inimaginables, y cuanto menos sorprendentes.

Hacia mediados del siglo XIX, nuestro planeta guardaba aún numerosas maravillas que esperaban ser descubiertas y que gracias a los progresos del ferrocarril y del barco cada vez resultaba más fácil llegar hasta ellas. La cámara fotográfica era entonces una caja mágica que permitía a los que viajaban conservar las imágenes de lo que habían visto, enseñarlas o hacerlas circular, lo que daba a los sedentarios la posibilidad de maravillarse también sin salir de casa.

En aquella época, la fotografía era, por sí misma, tan admirable como los lugares que representaba. “¡Ah, qué número infinito de libros de poesía contiene esta pequeña biblioteca de placas de cristal!”, exclamaba Oliver Wendell ante su colección de estereogramas –aquellas fotografías tridimensionales de mediados del siglo XIX–, y añadía: “he paseado por las viñas de las orillas del Rin, me he sentado bajo arcos romanos, he recorrido las calles de ciudades de otro tiempo,...”.

El fotógrafo viajero posibilitaba a los curiosos conocer las ciudades y formas de vida de países y tierras que nunca tendrán la ocasión de ver por sí mismos. Les mostraban como vivían otros pueblos, cómo vestían y se alimentaban, de qué forma rezaban, se divertían, se casaban, daban a luz y morían, levantando acta de costumbres en trance de desaparición.

La influencia que sobre un enorme público ejercieron estas fotos de viajes fue muy grande, en particular gracias a las conferencias ilustradas, durante las cuales se proyectaba una secuencia de imágenes en blanco y negro sobre placas de cristal. Estas proyecciones se realizaban en iglesias, escuelas e incluso a domicilio. Cada placa iba acompañada de un texto descriptivo. La mayor parte de estas placas, como también la mayoría de las fotos, fueron tomadas por profesionales y no por los que las utilizaban. Estos primeros fotógrafos profesionales tenían un talento en cierto modo renacentista; eran al mismo tiempo aventureros, exploradores, artistas, profesores, ...; relataban leyendas sorprendentes y su actividad era tanto técnica como artesanal.

Y es esta tradicional muestra de imágenes la que ha ido influyendo y construyendo, en mayor o menor medida, parte del carácter de nuestras ciudades y de sus habitantes.

La investigación etnográfica, evidentemente, no deja de lado estas tareas y aplica los medios de reproducción gráfica para obtener y consolidar testimonios, pruebas y conclusiones acerca de su trabajo. La fotografía, efectivamente, es una herramienta para entender el contexto humano.

A través de la imagen fotográfica el antropólogo obtiene amplias posibilidades de constatación e información que se conciben como evidencias de las actitudes de los actores, de las situaciones en las que viven, de los espacios que ocupan y de cómo se enmarcan en ellos. La fotografía de la ciudad retrata innumerables facetas de la vida humana. La cámara elige y propone fijando en una pantalla simbólica las formas y vicisitudes de lo humano.

3. RETÓRICA DE LA CIUDAD REPRESENTADA

Si bien artistas, reporteros, investigadores y aficionados usan la fotografía como herramienta para sus diversas intenciones, es preciso destacar las facetas creadoras como aquellas capaces de producir y potenciar efectos y mensajes concretos e intencionados en la imagen. Ya hemos reflexionado sobre la realidad como simple excusa de la imagen fotográfica; ahora, pues, debemos desentrañar los aspectos creativos como los verdaderamente protagonistas del sentido último de la imagen. De esta manera podemos pensar que la ciudad como referencia, la imagen de lo urbano, se ha utilizado en fotografía como un recurso cargado de connotaciones estéticas y comunicativas. Esto podemos verlo en cómo la ciudad es tratada como un elemento de creación a través diversos parámetros conceptuales:

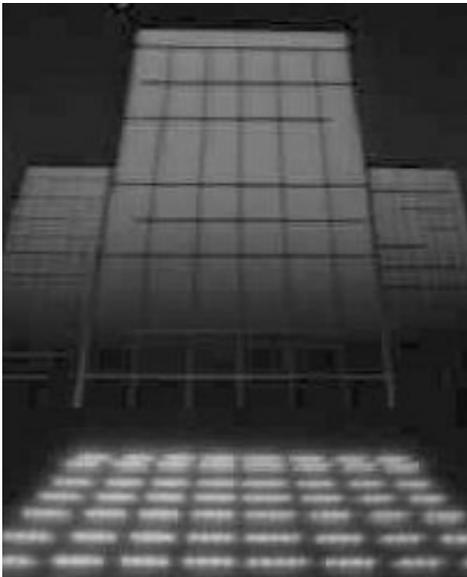
- **Como un elemento expresivo en sí mismo;** la fotografía recrea la ciudad con sus propios caracteres formales y estéticos. El protagonismo de la imagen es la idea de ciudad como entre abstracto. Lo urbano se muestra como concepto global y, a su vez, diferenciado de otros. La ciudad es la protagonista indiscutible; todos sus componentes y acciones forman un conjunto de posibilidades recogidas por el artista: calles, bullicio, actividades varias, reacciones humanas, etc., que entran a formar parte del catálogo iconográfico de lo fotografiable. (FOTO 1).
- **Como un complemento o escenario de otras ideas artísticas,** potenciando con su presencia un determinado carácter o mensaje en la fotografía. La ciudad es anónima y su presencia está justificada como parte del decorado que apoya a otros mensajes y contenidos, aportando sólo sus componentes formales o sus caracteres particulares para contextualizar, localizar y concretar la imagen. La ciudad como gran escenario humano ha contribuido a localizar un nuevo entorno en las representaciones de carácter actitudinal de la fotografía. Lejos de tradicionales espacios cerrados en estudios, o de escenarios campestres y bucólicos, la ciudad ofrece connotaciones especiales para la representación. (FOTO 2).
- **Como elemento fragmentado.** Realmente, la ciudad es percibida por el ser humano como idea fragmentada, concebida y poseída por trozos ya que no es abarcable completamente. De esta forma, también la fotografía fragmenta y reconstruye la visión de la ciudad a través del aislamiento o la descontextualización. Esta variante hace llegar a propuestas mucho más abstractas que las anteriores, llenando de contenidos simbólicos y generalizadores la imagen final. La ciudad ofrece formas, partes, texturas o fragmentos que suscitan al artista fotógrafo su interés por capturarlos y componer con ellos. Dentro de este recurso expresivo se pueden distinguir varias actitudes: La fragmentación desde una visión real, donde podemos reconocer la realidad. La intencionalidad formal, donde el fotógrafo reproduce y recrea las formas, luces, colores, etc. La abstracción, donde se olvida toda referencia real. (FOTO 3).



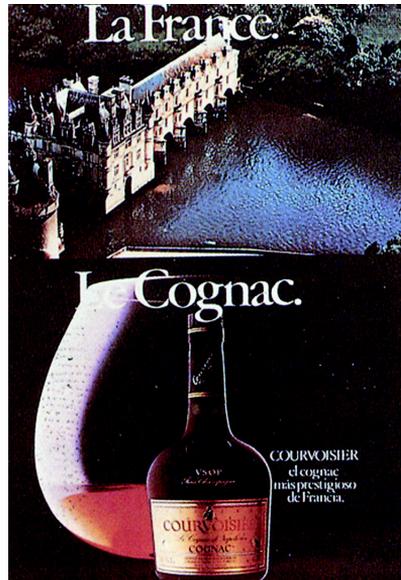
1. Andreas Feininger. Calle 42. 1947.



2. Anónima. Fondos de la colección Hulton Getty.



3. Harry Callahan.



4. Publicidad.

- **Como elemento generador de nuevas visiones y temáticas.** La ciudad, contenedora del concepto de “urbanidad” ha dotado a los fotógrafos de innumerables posibilidades de visión y de temáticas propias de su contexto. Una de las vertientes de acción donde más claramente puede descubrirse en la publicidad. Los aspectos retóricos de la publicidad, así como los usos de técnicas y tendencias estéticas determinadas han conseguido mostrar transformaciones metafóricas de aspectos psicológicos de la ciudad. El fotógrafo publicitario se ha valido de recursos como las asociaciones de ideas, comparaciones y otras, para sugerir otras lecturas. La fotografía publicitaria a través de la sugestión o lo subliminal centra su interés en las imágenes ideales y sugeridoras para potenciar la distinción y la compra. (FOTO 4).
- **Como escenario humano.** La ausencia o presencia humana es una de las claves para entender el carácter de la fotografía. El ser humano confiere, en sus más variadas agrupaciones y actividades, un carácter vivo y dinámico a las fotografías urbanas. Podemos observar esto en diferentes vertientes: *La comunidad*, representación de hábitos y tareas, donde se destacan actitudes espontáneas, actos inconscientes cargados de significados y datos acerca de las costumbres y tareas cotidianas o excepcionales. (FOTO 5). *La asociación*, representación de grupos y colectivos de cierta relevancia en el conjunto de habitantes; tanto el número, el uniforme o la distinción por diversos métodos manifiestan la singularidad y la diferencia,



5. Lewis Hine.

destacando la interacción social o incluso la oposición. (FOTO 6). *La individualidad*. Destaca la particularidad individual, el retrato, el detalle de lo humano sobre la ciudad ajena como muestra de personalidad y distinción entre el grupo. El retrato puede llevarnos a generalizaciones, a presuponer que todos son iguales, sin embargo debemos considerar siempre las características de la personalidad individual como muestra de diferenciación y característica independiente. (FOTO 7). *La ciudad solitaria*, donde la ausencia humana le confiere un carácter diferente, fantasmal, de abandono, donde la frialdad de la ciudad adquiere un protagonismo distinto. La ciudad vacía adquiere un sentido de estructura habitable cargada de sentido escénico y referencial. Lo que interesa no son las posibilidades de interacción sino el escenario como espacio para ello: sus formas, caracteres y diseño. (FOTO 8)) y *La denuncia*, fotografía de grupos, ejemplos o variantes que rompen la urbanidad y el desarrollo lógico de la actividad normal, es decir, la conexión entre humanidad y estado; serían fotos de marginados, terrorismo, guerra, etc. (FOTO 9).

A partir de esta clasificación podemos descubrir que lo urbano porta consigo una verdad inexorable: la realidad actual, el gran escenario humano. Todo gira y se mueve en torno a ello. Pero el genio artístico del fotógrafo aprovecha esta posibilidad desde sus aspectos formales hasta sus potenciales connotativos. La fotografía, insisto en ello, por su doble componente de imagen-representación de lo real y de imagen portadora de significados propios, nos propone un cosmos interpretativo que oscila entre los aspectos reales más o menos reconocible y la posibilidad de estimular interpretaciones subjetivas que emanan de los recursos semánticos y de las estrategias de la creación; de esta manera, la fotografía, de una ciudad es algo más que la representación de un espacio o una actividad, sino que se configura como una pantalla abierta a la interpretación y a las sensaciones vitales y emocionales de lo representado.

Podemos estar seguros de que toda representación fotográfica se enfatiza en un sentido comunicativo y expresivo. Existen una serie de características que definen y dotan de sentido el contenido último de la imagen fotográfica.



6. Anónima. Fondos de la Colección Hulton Getty.



7. R. Terré.



8. Anónima. Fondos de la colección Hulton Getty.



9. Anónima. Archivo de SVT Bild/Das.

Evidentemente, la intencionalidad del creador es la que condiciona y formula este carácter. Pero de la misma forma, el encargo, los directores de arte y las condiciones de la creación, también intervienen en ello. Dependiendo de todo esto, las estructuras visuales formales de la fotografía, tendrán que presentarse de una forma u otra para la consecución de los fines propuestos. En este sentido podremos distinguir diversas estrategias de creación que definirían y nombrarían un tipo de ciudad, o de imagen de la misma:

a. La ciudad real. Se trata de imágenes con un fuerte carácter icónico; el propósito implícito en estas fotografías sería la información fidedigna y, precisamente por la función que tienen, han de ser especialmente cuidadas en su aspecto formal. La información es algo que en muchas ocasiones se demuestra como imprescindible para las actuaciones del sujeto, por lo cual es necesario que los mensajes no lleven a la confusión. Incide en el contexto. La conceptualización de los mensajes se basa en la información sobre situaciones o aspectos relacionados con el entorno o con una determinada situación.

Los signos que se usan en estas fotos son, para aumentar su eficacia, generalmente simples y directos, y no acumulan demasiados detalles que distraigan al receptor, siendo éste entonces capaz de realizar una lectura de los mensajes sin equívocos. Ejemplos de estas fotografías son sobre todo las de los diarios, periódicos y revistas. También aquellas que acompañan a folletos y catálogos. Aún así, muchas veces la fotografía de prensa se aleja de los aspectos informativos para adentrarse en aspectos ideológicos y subjetivos que alejan al espectador de la verdad objetiva de lo fotografiado. (FOTO 10).

b. La ciudad emocional. En estas fotografías el emisor es el punto de referencia. Recogen la opinión y la experiencia urbana del fotógrafo. La comunicación se realiza fundamentándola en su personalidad, sus emociones o su estado de ánimo. Con estas imágenes se pretende incidir directamente en los aspectos emocionales tanto del fotógrafo como del espectador. Para ello se utilizan medios técnicos y formales que son compartibles, de forma cultural por el espectador y el fotógrafo. Se trata de incidir en los estímulos visuales culturales. (FOTO 11).

c. La ciudad exhortada. Se trata de fotografías que tratan de inducir al espectador de la imagen a realizar tal acción o a tomar determinada postura, esa es la intención. La ciudad es la excusa visual que atrae y fascina al espectador. Uno de los campos donde más claramente se aprecia este tipo de mensajes es la publicidad, ya lo vimos anteriormente. En sus diferentes maneras de presentarse, la publicidad suele hacer uso de un tipo de comunicación informativa, y en la mayoría de ocasiones también es bastante acertada la estética demostrada en sus planteamientos, pero su fin último consiste en exhortar al espectador, incitar a la compra de algún producto o a que tome una postura. La fotografía social y documentalista también ha incidido en esta función, aportando imágenes de fuerte contenido político que incitan a tomar una postura ideológica. (FOTO 12).



10. Anónima. Fondos de la colección Hulton Getty.



11. Desconocido.



12. Desconocido.

d. La ciudad estética. El contexto social y urbano ofrece al creador la posibilidad de llevar al máximo los valores emocionales y estéticos que le ofrece el referente. En este tipo de fotografías, más si cabe que en cualquiera de las vistas hasta ahora, es fundamental la actitud del fotógrafo en el proceso de creación. Si en el primer caso comentábamos como uno de los rasgos principales la necesidad de que el mensaje debía ser elaborado con la mayor objetividad posible, ahora nos encontramos en el planteamiento opuesto. La expresividad, la emotividad, el sentimiento, la fuerza, serán características que fácilmente pueden ser observadas en mensajes calificados como expresivos. No es importante informar, y tampoco se busca que el receptor tome ningún tipo de postura ante lo que ve, como ocurría en el caso anterior. Lo que realmente tiene interés es el uso que del lenguaje ha hecho quien lo ha manipulado, para lograr un efecto personal en beneficio de la expresión. Son fotografías con un fuerte carácter artístico y utilizan mecanismos formales y compositivos adecuados para crear tales representaciones gráfico-plásticas. Es bastante significativo el encuadre, la búsqueda de recursos lingüísticos, etc; las iluminaciones buscan efectos forzados; las composiciones juegan con pesos, direcciones y estructuras que podrían dar lugar a apariencias de desasosiego, etc. (FOTO 13).

Cuando el interés manifestado por quien elabora el mensaje se centra fundamentalmente en el desarrollo de las características que denotan su belleza, el acierto en los fundamentos compositivos, la corrección en el uso de los componentes gráficos y/o plásticos, así como en el uso del color y la luz de manera



13. Haas.

acertada en el conjunto, se está hablando de un mensaje estético. En fotografía, la estética es una característica que se muestra con bastante frecuencia, pues favorece la atención del individuo que actúa como receptor.

4. MODOS DE REPRESENTACIÓN RETÓRICA DE LA CIUDAD

Con anterioridad hemos descubierto las estrategias representacionales del espacio urbano de manera que incidan en la comprensión y el gusto de los observadores, descubierto medios que potencian el conocimiento no sólo de la imagen fotográfica según nuestros intereses, sino también el de los espacios y ejemplos referidos. De la misma forma hemos descubierto cómo los recursos estilísticos usados en fotografía favorecen en un sentido u otro el mensaje final. Vamos a comprender ahora cómo a través de la retórica visual se establecen artificios y métodos de creación de ideas y sensaciones que nos posibilitarán la diversificación significativa de ejemplos fotográficos que han tratado a la ciudad como elemento cargado de fascinantes posibilidades expresivas y comunicativas.

a. La ciudad exuberante. Se trata de fotografías donde la ciudad es presentada a través de una exageración manifiesta de las formas y componentes que se fotografían; bien sea por el ángulo, la toma, el encuadre, el fotomontaje, la deformación a consecuencia de la óptica, se amplían las cualidades de la imagen y produce efectos ponderados, originales, llamativos y a veces humorísticos. (FOTO 14).



14. Anónima. Archivo de SVT Bild/Das.

b. La ciudad comparada. Son fotografías referidas a aquellas imágenes de la ciudad que insisten en la comparación manifiesta e intencionada de aspectos paradójicos que se encuentran o descubren en el contexto urbano; se buscan o potencian a través de recursos formales. Consisten en el contraste de disparidad temática o formal dentro de la fotografía. Vienen dados tanto por el enfrentamiento entre concepciones formales como temáticas. Oposición de contrarios, diferencias de tamaño, representación contrapuesta, etc. (FOTO 15).

c. La ciudad irónica. Imágenes urbanas que destacan la crítica y el sarcasmo. Consiste en afirmar visualmente algo de lo que no se siente como verdadero. A veces, esta característica, viene dada por la comparación de elementos, formas, ambientes, los actitudes de los personajes, los puntos de vista, etc. (FOTO 16).

d. La ciudad confusa. Fotografías donde la falta de objetividad y el disimulo camuflan la verdadera imagen o la inmediata lectura de los aspectos reales. Se trata de un recurso que se utiliza cuando no se quiere ir al grano; recreación en el contexto, mensaje poco directo. Tomas amplias, falta de concreción, varios puntos de atención. (FOTO 17).

e. La ciudad metafórica: Se trata de fotografías que sugieren y proponen conceptos e ideas relativas a la ciudad a partir de otros elementos y viceversa; consiste en producir la identificación de algún objeto, persona o escena con la



15. Desconocido.



16. Anónima. Archivo de SVT Bild/Das.



17. Alfred Stieglitz.
Lluvia de primavera. 1911.



18. Anónima. Fondos de la colección Hulton Getty.

imagen o idea que se quiere transmitir. También puede conseguirse formalmente: formas compositivas o elementos visuales abstractos que se identifican con la ciudad o aspectos relativos a ella. (FOTO 18).

f. La ciudad global. Fotografías que identifican el concepto global de un contexto humano a través de una parte o fracción del mismo. Consiste en la generalización por medio de una imagen concreta, o viceversa, la particularización por medio de una idea general. (FOTO 19).

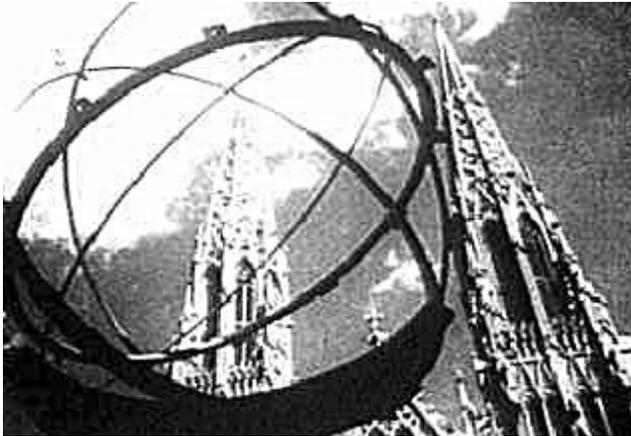
g. La ciudad Alegórica. La alegoría es un recurso de representación icónica (figurativa) que alude a ideas abstractas. Es decir, una representación realista del concepto de ciudad o de una ciudad en concreto. Es decir, el conjunto de imágenes relacionadas entre sí para resaltar una idea. Se trata de dar una correspondencia entre ellas para dotarlas de sentido. (FOTO 20).

h. La ciudad simbólica. Se trata de representar objetos, personas o escenas que aluden a otra realidad distinta. La ciudad, lo urbano, como símbolo de una idea abstracta. (FOTO 21).

Todas estas estrategias creativas, combinadas entre sí, y aplicadas en diversos campos de acción, prensa, publicidad, arte, etc., nos posibilitan el encuentro con estampas representativas de un determinado escenario.



19. Andreas Feininger. 1947.



20. H. Bayer. Soledad del ciudadano. 1932.



21. Anónima. Archivo de SVT Bild/Das.



22. N. Niepce. Punto de vista desde la ventana del Gras. 1826.

Desde estos aspectos retóricos el arte fotográfico ha presentado a la ciudad como protagonista polifacética y versátil desde sus primeros años, de hecho, la fotografía más antigua que se conoce, tomada por Niépce en 1826, recrea un espacio urbano, los tejados de la ciudad visto desde una ventana. Esta imagen, que aun hoy se conserva, retrata la vista desde una ventana en su casa. Es pues, la primera fotografía de la historia, la imagen de un paisaje urbano. Efectivamente la intencionalidad de creación en este caso no se declina por la constatación de un determinado espacio, sino por captar algo cercano y bien iluminado. (FOTO 22).

BIBLIOGRAFÍA

- BECEYRO, R.: *Ensayos sobre fotografía*. Arte y Libros. Mexico, 1978.
- DOMÍNGUEZ PERELA, E.: *Imagen fotográfica y significación*. *Arte Fotográfico*, N° 441. Año XXXVII. Septiembre. Madrid, 1988.
- DUBOIS, P.: *El acto fotográfico. De la representación a la recepción*. Paidós. Barcelona, 1986.
- FONTCUBETA, J.: *El beso de Judas. Fotografía y verdad*. Gustavo Gili. Barcelona, 1997.
- GUBERN, R.: *La imagen y la cultura de masas*. Bruguera. Barcelona, 1983.
- GUBERN, R.: *La mirada opulenta. Exploración en la iconosfera contemporánea*. Gustavo Gili. Barcelona, 1987.
- VILCHES, L.: *La lectura de la imagen*. Paidós. Barcelona, 1983.
- VIRILIO, P.: *La máquina de la visión*. Cátedra. Madrid, 1989.
- YÁÑEZ POLO, M. A.: *Creatividad fotográfica*. *Arte Fotográfico*. Año XXV. N° 296. Agosto. Madrid, 1976.
- ZUNZUNAGA, M.: *El territorio fotográfico. La fotografía revisada*. Ed. Actar. Barcelona, 1996.
- ZUNZUNEGUI, S.: *Pensar la imagen*. Cátedra-Universidad del País Vasco. Madrid, 1989.