

PROYECTO DE GRADUACION
Trabajo Final de Grado

El valor de la fotografía en el mercado del arte
Tendencias digitales a través de la obra de Andreas Gursky

Candela Andrade
Cuerpo B del PG
20/07/2016
Licenciatura en Fotografía
Ensayo
Nuevos Profesionales

Agradecimientos

A mi familia, mis amigos, profesores y todos quienes me apoyan siempre incondicionalmente.

Índice

Índice de figuras.....	p.4
Introducción.....	p.5
Capítulo 1. La fotografía y su relación con el mercado del arte.....	p.12
1.1 La esencia de la fotografía.....	p.13
1.2 Nuevos medios, era digital.....	p.16
1.3 Oficio y comercio.....	p.23
Capítulo 2. Érase una vez Dusseldorf.....	p.29
2.1 La escuela y sus valores.....	p.30
2.2 Referentes icónicos.....	p.33
2.3 Huellas hacia la posteridad.....	p.36
Capítulo 3. Digitalización: nuevas tendencias, nuevos estilos.....	p.40
3.1 1990: La influencia de los medios.....	p.41
3.2 Intervención de imágenes.....	p.44
3.3 Antes y después, la ruptura.....	p.47
Capítulo 4. Repercusión a grandes escalas.....	p.50
4.1 Identidad fotográfica.....	p.51
4.2 Sociedad actual: público demandante.....	p.54
4.3 El avance de la digitalización.....	p.59
Capítulo 5. De Alemania al mundo.....	p.68
5.1 Mercado del arte.....	p.69
5.2 La noción del gusto, crítica.....	p.76
5.3 Andreas Gursky dentro del mercado global.....	p.80
Conclusiones.....	p.85
Referencias bibliográficas.....	p.92
Bibliografía.....	p.97

Índice de figuras

Figura 1. Ratingen. Andreas Gursky	p.89
Figura 2. Ratingen puntos de convergencia	p.89
Figura 3. París Montparnasse	p.90
Figura 4. Acercamiento París Montparnasse 1	p.90
Figura 5. Acercamiento París Montparnasse 2	p.91

Introducción

El presente Proyecto de Graduación surge a partir de un interés por el mundo digital, los nuevos medios y cómo la sociedad se adapta a ellos, la manera en que a partir de esto se genera un cambio dentro del mundo movilizado por la comercialización, que incentiva la adaptación de las profesiones tradicionales a los avances tecnológicos en la medida que las mismas sigan siendo rentables. De este modo se plantea una problemática a la que la sociedad debe enfrentarse y tiene que ver con el hecho de cómo sobrevivir frente a estos cambios y saber aprovechar las oportunidades para seguir evolucionando: ¿Es necesario adaptarse a lo nuevo para poder crecer dentro el mercado actual?.

El tema de este Proyecto es determinar el desarrollo profesional del fotógrafo Andreas Gursky, cómo se inserta y adapta dentro del área del comercio del arte del Siglo XX y qué es lo que lo llevó hasta el lugar de posicionamiento donde se encuentra actualmente. Se inscribe dentro de la categoría Ensayo, ya que se trata de una reflexión y un análisis sobre la obra del fotógrafo, y en la línea temática Nuevos Profesionales, porque su fin es incentivar a los estudiantes a aprovechar oportunidades y esforzarse para lograr un máximo rendimiento en su futura vida profesional. Asimismo, el trabajo se puede relacionar con la materia Discurso Audiovisual Contemporáneo, que se dicta dentro del programa de la carrera de Licenciatura en Fotografía, ya que indaga sobre la adaptación de un fotógrafo al campo profesional y al mercado del arte mundial en el siglo XXI, en el cual se desglosan técnicas, estilos y tecnologías que inciden dentro del área de la fotografía. Se describirá también el camino de Andreas Gursky, reconocido fotógrafo alemán que se posicionó dentro del mercado del arte contemporáneo, hasta el presente y cómo influencia a los nuevos artistas que emergen en la actualidad.

La pertinencia del tema surge a partir de la necesidad de entender el fenómeno del mercado de la fotografía, determinar qué es lo que hace que un fotógrafo se ubique en un lugar destacado dentro de la sociedad y cuáles son las técnicas que se destacan. Existen

diferentes formas de lograrlo, pero la idea de este trabajo es indagar sobre el artista anteriormente mencionado, por ser uno de los fotógrafos que vendió algunas de las obras dentro de la escala de los precios más elevados del mercado actual (*Rhein II*; *99 cent II*; *Chicago Board of Trade III* y *Chicago Board of Trade* están en el ranking de las 10 fotografías vendidas por las mayores sumas de dinero en la historia, con valores que van desde los U\$S 2,355,597 hasta los U\$S 4,338,500).

Asimismo, es relevante porque plantea la importancia de la digitalización dentro de la sociedad actual, entendiendo cómo influyen los nuevos medios de comunicación en ella y cómo actúan las personas bajo su influencia. Por lo tanto, el objetivo general de este Proyecto de Graduación es comprender los pasos realizados por Andreas Gursky para llegar al reconocimiento mundial que hoy se le adjudica y determinar cuán eficiente es la inserción dentro del sistema tecnológico, seguir las tendencias y los avances. Por otro lado, los objetivos específicos para cumplir con la meta final son indagar sobre el mercado del arte, investigar la tarea de los fotógrafos y su entorno, la influencia de Gursky y su percepción por parte del público, cómo se modifica la misma a partir del avance tecnológico y en qué influye el mismo, describir los procesos de comercialización y marketing que hacen del artista su propia marca y establecer una relación que una la trayectoria del fotógrafo con lo que las personas consumen dentro del mercado.

La fotografía digital y las nuevas tecnologías son utilizadas por un gran número de artistas como medio de expresión, ya que posibilitan una participación activa durante todo el proceso creativo, permitiendo variar de maneras inexploradas el resultado de la imagen. Varios alumnos de la Universidad de Palermo han abordado la digitalización y la manera de modificar las imágenes dentro del mercado desde procesos, técnicas y referentes históricos, aportando su mirada personal y abordando la temática desde diferentes contextos y posiciones ideológicas.

Toro Aguilar, Karen Alejandra (2013), estudiante de Licenciatura en Fotografía, en su Proyecto Final de Grado titulado *Sobreimpresiones de una ciudad. Una perversión al estatuto fotográfico* indaga dentro de sus cinco capítulos, sobre el estado actual de la fotografía y cómo influye la tecnología en ella y dentro de los nuevos métodos de producción. Analiza el contexto que atraviesa la creación de imágenes en el ámbito profesional de un fotógrafo en la actualidad. Critica de qué manera la tecnología analógica en pos de la tecnología digital ha sido relegada a nostálgicos y no es considerada como base importante de la génesis y la historia fotográfica en los ámbitos profesionales. Destaca la importancia de resistir a las tendencias y convenciones de la época que privilegian lo efímero y virtual por sobre la materialidad y el contenido.

Colombo, Simon (2012) en su Proyecto de Grado *La desconfianza latente, credibilidad de la imagen en la era del Photoshop*, y Bratland, Ole Jorgen (2009) en *La transformación fotográfica*, ambos estudiantes de Licenciatura en Fotografía, cuestionan la veracidad de las imágenes en la actualidad en cuanto a las técnicas digitales y el retoque, hasta dónde se considera verosímil una fotografía e indagan si guarda aún relación con la realidad. Bratland decide averiguar cómo es que funciona técnicamente la cámara para responder a la pregunta de si lo que se observa es lo que realmente existió en aquel momento, o cómo estos procesos técnicos modifican el resultado final.

Por otra parte, Colombo argumenta que la crisis de la credibilidad actual no radica en el problema de la manipulación, ya que es un hecho que se ha producido a lo largo de toda la historia a través de diferentes procesos, sino que se basa principalmente en el factor de que actualmente la sociedad es consciente que las fotografías no siempre dicen la verdad y ambos coinciden que, sin embargo, es el medio de imágenes más verídico que se posee y por lo tanto a pesar del engaño, las personas siguen creyendo en las mismas.

Sin embargo, Núñez, Juana Inés (2014) estudiante de Licenciatura en Fotografía, también toma como tema principal la era digital dentro de su Proyecto de Grado *La*

fotografía intervenida. El uso y abuso del Photoshop, el cual apunta hacia el exceso de retoque en ciertas imágenes y el modo en que afecta su veracidad. Afirma que la intervención digital no genera referentes de la realidad, sino adaptaciones; una imagen fotográfica, en el sentido que parte de la realidad, pero imagen, porque pierde el carácter como fotografía, por ser producto de la manipulación.

En el terreno de la influencia de las imágenes dentro del marketing y el consumismo, Sívori, Sonia (2013) de la Licenciatura en Fotografía, aporta a este campo con un Proyecto de Grado titulado *La fotografía publicitaria. La retórica al servicio del diseño de piezas gráficas para el éxito comercial* que interpreta este arte como fundamental a la hora de vender un producto. Destaca la importancia de su uso y su fuerte presencia en los medios analizando diferentes campañas publicitarias que han tenido un gran impacto en la sociedad como las de Absolut Vodka.

Gorostiaga, Juana (2012) de la carrera de Diseño Industrial, indaga en su Proyecto de Grado titulado *La percepción como medio del desarrollo del individuo*, sobre qué es lo más importante en cuanto a la captación de las imágenes, qué factores contribuyen a este fenómeno y cuáles aspectos físicos inciden en él. Además remarca que éste proceso ocurre en cada ser humano de manera diferente, ya que todos poseen vivencias distintas y esto genera concepciones variadas del exterior que se manifiestan en una cantidad inmensa de conductas.

Luego dentro de otra temática, Biancucci, Merarí (2009) de Licenciatura en Fotografía plantea en su Proyecto Final de Grado titulado *Fotografía y arte. Desarrollo del lenguaje fotográfico como arte*. Qué toma cada rama de la otra y cómo se forman en conjunto y apoyándose entre sí. Dentro de este ensayo, la autora define el camino que ha transitado la fotografía para ser considerada un arte puro y el arduo trabajo que ha sido su consideración en este mercado, además de cómo aún en ciertos aspectos, la fotografía sigue siendo la sombra de la pintura. Un Proyecto que también se vincula con el arte es

el de Zahalsky, María Sonia (2012) de la carrera de Relaciones Públicas, titulado *Las Relaciones Públicas en el arte. Estrategias para un nuevo escenario*, realiza un análisis exhaustivo sobre cómo este mercado se ha desarrollado a lo largo de la historia y lo difícil que es entrar al mismo desde el punto de vista de un relacionista público ya que es un área no muy explorada por los mismos. La idea de su Proyecto es ayudar al artista a que encuentre por medio de un profesional mayores posibilidades dentro del mercado y para comercializarse a sí mismo.

Zanini, María Paula (2015) de la carrera de Fotografía, devela en su Proyecto *La creación artística. La obra fotográfica a través de la historia*, el camino de la fotografía, desde sus comienzos hasta la actualidad. Es muy importante su presencia como antecedente ya que tiene una relación directa con la fotografía y su evolución a través de los tiempos. Su historia es lo que marca lo que es actualmente este arte y cómo obtuvo la importancia y el respeto que se le adjudica.

Asociado a este Proyecto, Acosta, Luis Carlos (2014) de la carrera de Fotografía, reflexiona en *Fotografía experimental. Del haluro de plata al píxel*, sobre las nuevas técnicas de intervención, vinculándolas con las antiguas. En la actualidad, muchos artistas unen ambos recursos estilísticos para crear un híbrido con características propias. Lo que se toma de este proyecto para enriquecer al propio son las nuevas técnicas, cómo han cambiado a través de los tiempos y el hecho de que actualmente las fronteras de la imaginación están totalmente abiertas y las posibilidades que las mismas generan.

Por último, Sívori, María Belén (2013) de la Licenciatura en Fotografía, plantea en su Proyecto *Fotografías con identidad. Análisis de la obra de Marcos López y su Pop Latino*, un recorrido desglosando la obra del argentino Marcos López y despliega un planteamiento sobre la relación que tiene el artista con el contexto en el que se encuentra, además se identifican en el Proyecto de Grado características generales de la

identidad del fotógrafo, que permiten crear un patrón de lectura de la imagen y posibilita al observador el reconocimiento y la identificación de la autoría de la obra. Dotándola de un estilo personal y único que lo distingue del resto.

Bajo las influencias de los diversos autores y adaptándolas al tema correspondiente, se desglosaran los diferentes capítulos y a continuación se desarrollarán los contenidos que se inscriben dentro de cada uno. En el primer capítulo la idea central es desglosar los conceptos principales del Proyecto de Grado, introducir al lector en lo fundamental para que pueda comprender de una manera más precisa lo que se intenta expresar en el texto. Los conceptos en los que se profundizará serán: la génesis de la fotografía y su impacto en la sociedad, la inclusión del formato digital junto con los nuevos medios y el mercado fotográfico y el rol de esta profesión desde sus comienzos hasta la actualidad.

Por otro lado, el capítulo dos abordará la obra de Gursky en sus inicios al mundo fotográfico, desde el punto de vista de la técnica y la estética, entendiendo cómo la escuela de Dusseldorf marcó su camino y analizando su obra desde este punto de partida, qué fue lo que tomó de sus maestros y en qué cambió su obra para hacerla personal y propia, diferenciándola del resto de los alumnos.

En lo que respecta al tercer capítulo, se destacará la aparición de la era digital, fenómeno que cambió rotundamente el contenido de la obra de Andreas Gursky. Por lo tanto, se desarrollará la idea de los nuevos medios, la digitalización, el uso de las nuevas tecnologías y cómo se inserta la fotografía del autor dentro de este nuevo contexto.

Dentro del capítulo número cuatro se planteará que, con la llegada de la digitalización, muchos autores han tomado de ésta diferentes características para la producción de su obra personal al igual que Andreas Gursky, pero de diferentes puntos de vista. Se analizarán entonces diferentes casos dentro de América Latina donde se observa la incidencia del uso de los nuevos medios en cada artista, las similitudes y diferencias con la obra de Gursky y cómo incide el lugar donde cada fotógrafo reside en la personalidad

de cada uno y en la forma en que transmite la realidad que lo rodea en un momento determinado, su contexto. La idea de tomar América Latina surge ya que estos países son los llamados sub-desarrollados, en comparación con Alemania, por ejemplo, que es el país de origen del fotógrafo principal de este Proyecto de Grado, y poseen una cultura totalmente diferente con el primer mundo, pero con similitudes muy marcadas entre ellos mismos, en casi todos los ámbitos; cuestiones históricas, económicas, religiosas, sociales y políticas.

Por último, en el capítulo número cinco se planteará el desarrollo de la obra de dicho fotógrafo y la repercusión mundial que obtuvo con la venta de sus fotografías a un precio elevado. En relación a esto se desarrollará un nexo entre la fotografía y el mercado del arte, el modo en que funciona y las estrategias que ayudan a incrementar el movimiento de Gursky dentro del mismo. El análisis se basará en las decisiones que llevaron al artista al lugar de reconocimiento y posicionamiento donde se encuentra en la actualidad. Para resolver la problemática y desarrollar la propuesta se recurre a una metodología que consta de diferentes técnicas descriptivas: investigación en libros, blogs, entrevistas, análisis e interpretación de material ya elaborado.

Capítulo 1. La fotografía y su relación con el mercado del arte

El presente capítulo enmarca teóricamente la problemática del Proyecto, se desglosan diferentes conceptos para comprenderla. En primer lugar, se detalla una breve reseña acerca de la fotografía en sí misma, un planteo sobre su génesis y la esencia fundamental: qué es, qué transmite, para qué se utiliza y cómo se la muestra, entre otras cosas. Más adelante el análisis del marco teórico se dirige hacia un desglose sobre la fotografía en la actualidad, la era digital, los cambios que trajo consigo la tecnología en las últimas décadas y cómo es que el fotógrafo se ha adaptado a los mismos o estos han modificado la perspectiva y el punto de vista del mismo como concepción de la realidad, la importancia de la imagen y cómo se conforma en la actualidad una fotografía. Se analiza también qué cambió desde la era de los negativos hasta el presente, la incidencia de las pantallas dentro del nuevo mundo digital y los diferentes términos que surgen a partir de la llegada de los medios de comunicación en masas, como la televisión y la radio, y más adelante con la aparición de internet y la inclusión del ordenador al núcleo familiar dentro de la vivienda, lo cual ha modificado la percepción del público acerca de los estímulos que se presentan cotidianamente, en especial en los espacios urbanos.

Por último, se indaga sobre algunas nociones vinculadas al mercado y el oficio del fotógrafo: cómo cambió el modo y lugar de trabajo, en qué se relacionan las variantes de mercado y fotografía, y qué es lo que influye a la hora de comercializar un producto. Se analiza el mundo del mercado del arte ya que es una rama donde ha penetrado profundamente la fotografía contemporánea y que cada vez posee más inserción.

La idea principal de este capítulo es introducir al lector a través de un recorrido, acerca de los conceptos clave para poder comprender el Proyecto de Grado en su totalidad, que el mismo pueda distinguir las ideas clave y poder así reconocer el planteamiento de la problemática que se encuentra desarrollada a través de los cinco capítulos de este texto.

1.1 La esencia de la fotografía

Muchas dudas son las que surgen a la hora de explicar qué es exactamente la fotografía: inmediatamente se podría decir que es una prueba de la realidad, o desde un punto de vista técnico una imagen latente, creada por haces de luz que actúan sobre haluros de plata y que luego se imprimen en un negativo, que se positiva sobre un papel específico. Pero la fotografía es mucho más que eso, si se comienza a indagar sobre la primera descripción acerca de la noción de realidad, podría cuestionarse si lo que existe dentro de la fotografía es verídico o no. ¿Acaso no se encuadra una porción del total que se observa para poder realizar la toma? Desde aquel momento, la manipulación de la imagen comienza a percibirse. Además, en este soporte influyen sobre el fotógrafo deseos, recuerdos, búsqueda de verdad, de memoria, de posesión, que proporcionan a esa imagen un rol dentro de la sociedad con un importante peso a nivel emocional.

Fotografía y realidad son, también, dos nociones que dan forma a la problemática aquí propuesta. De acuerdo con Roland Barthes “lo que la Fotografía reproduce al infinito únicamente ha tenido lugar una sola vez: la Fotografía repite mecánicamente lo que nunca más podrá repetirse existencialmente” (2015, p. 28-29).

Así la fotografía surge como una ética de la visión; es el deseo que se manifiesta a través de la necesidad de verdad, se le asigna un valor de veracidad y de prueba contundente, aunque es un mecanismo que debido a su conformación difiere mucho del ojo humano y siempre, ante cualquier situación, crea un encuadre, descontextualiza una parte del entorno, lo aísla de su espacio y detiene el tiempo en un fotograma. Es por esto que la fotografía posee simplemente una objetividad ficticia. Podría afirmarse entonces que no existe la imagen real en la fotografía; la realidad es lo que ya ha pasado en el instante en que se accionó el disparador, ese instante se pierde en el tiempo y se inmortaliza, siendo desde aquel momento parte del pasado y de la historia.

Además, toda fotografía, sea o no su fin, se encuentra manipulada aún sin entrar en el terreno de la post producción, y mucho de esto tiene que ver con lo que se desea mostrar al espectador, con lo que la persona que difunde el mensaje quiere transmitir. Fontcuberta (2010) establece que la fotografía, por automática que sea su génesis y los mecanismos que la conforman, no es la que miente, sino que el fotógrafo es quien decididamente lo hace. Insinúa así que la cámara es simplemente un invento, un dispositivo y un mecanismo creado por el hombre con el fin de captar y plasmar imágenes. Definitivamente por sí sola no puede realizar acción alguna, por lo tanto, quien decide qué es lo que se muestra, cómo, dónde y por qué, es el fotógrafo, y es él (o ella) quien decide descontextualizar una porción de la realidad.

La manipulación, de un modo evidente, sucede a menudo en los diarios, televisión y medios de comunicación masiva, con las noticias del día a día. Cada cadena de medios difunde los intereses que apoya, y a su vez decide o no difundir cierta información, alterando y cargando de ideas la realidad, motivando a que el público no piense por sí mismo, sino que interprete lo que cada medio quiere que piense. Así lo afirma De Kerckhove en su libro *La piel de la cultura* “La televisión presenta únicamente 'las noticias que encajen' y cuando no encajan, los productores se asegurarán de que lo hagan.” (1999, p. 149). La imagen cobra una importancia vital, ya que es lo más cercano que se obtiene a una prueba de la realidad pasada; sabiendo que posee una manipulación, aún en la actualidad se la interpreta como la máxima evidencia verídica. Todas poseen un fin, y como este tipo de representación es una forma de comunicación universal, que supera toda barrera de lenguaje, su poder es enorme. Por eso es que cuando la fotografía comenzó a evolucionar, las ambiciones en torno a la misma se incrementaron. La circulación de imágenes es una actividad muy cercana al poder, ya que el mensaje penetra en el espectador de una manera directa, tanto en el empresario, como en el peón, el obrero o un político.

Este rol que encarna la fotografía al mismo tiempo es de carácter dinámico ya que se inscribe en una determinada época y espacio, y depende totalmente del contexto de la sociedad en la que se encuentre. Es un arte que posee una determinada aceptación social. Por ejemplo, en sus comienzos, cuando aparece por primera vez el daguerrotipo en 1839, en Francia, su uso comercial era generalmente para retratos familiares, entre otras cosas. Era muy costoso, por lo que se lo consideraba un lujo y algo exclusivo para quien podía pagarlo. El día de la sesión fotográfica era un evento de suma importancia, un día especial en donde se acercaban todos los miembros de la familia para asistir al estudio, en el cual pasaban minutos (bastantes, dado que en ese momento el tiempo de exposición permitido por los químicos fotosensibles eran lentos) y con el fin exclusivo de preservar la imagen de una familia a las generaciones futuras, una huella de inmortalidad, una imagen que nunca moriría y que atravesaría las barreras temporales más allá del tiempo de vida de sus modelos. Responde a la necesidad de trascender. Andrea Cuarterolo afirma que:

Con esta serie de álbumes familiares, retratos de la clase burguesa y la élite, surge el primer relato fotográfico, que comenzaba a retratar los acontecimientos más importantes de la vida de las personas de aquella época, y que hoy sirven como parte de un documento histórico, el álbum documentaba cronológicamente los hitos cruciales de la vida familiar. A la manera de un relato, podía comenzar con la foto de boda, seguida del nacimiento de los hijos, la madurez de la pareja, los nietos y extenderse incluso a la muerte de alguno de los cónyuges con la correspondiente foto post mortem, el traje de luto o la tumba (2007, p. 74-75).

Por otro lado, existían tribus de pueblos originarios, como por ejemplo en Chiapas, México, que no dejaban que se los fotografiasen ya que dentro de su cultura no estaba bien visto. Se creía que cuando se accionaba el disparador de la cámara el alma se les escaparía, así como la imagen quedaría registrada para siempre dentro del material fotosensible. Ellos entendían esto como la muerte de su esencia, un arrebato a su ser interior. Por ejemplo Caballo Loco, uno de los nativos más famosos de la tribu indígena de América, Sioux Oglala, destacada por el valor de sus guerreros en batalla, nunca dejó que lo fotografiasen; incluso después de su muerte las personas no se atrevieron a hacerlo.

Estas creencias a lo largo del tiempo se fueron desvaneciendo, y en la actualidad muchos nativos aceptan la fotografía en sus vidas.

La forma de concebir la fotografía depende de la cultura de determinada sociedad, religión, raza, etnia y además de los avances tecnológicos de cada época, ya que en una primera instancia muchas de las fotografías dependían de los tiempos de emulsión, o las cámaras eran demasiado pesadas para ser transportadas. El fotógrafo debía cargar con un laboratorio a cada lugar que asistía, entre otras cosas. Todo esto cambió con la aparición de la cámara Leica, pequeña y portátil, que poseía un negativo que se almacenaba y luego podía ser revelado cuando se deseara. Es así como cada avance dentro del proceso técnico delimita al mismo tiempo los adelantos estéticos de las imágenes. Se puede entender el poder que tiene la fotografía sobre las personas, y que el protagonismo y el rol que cumpla dependerá de la forma en que cada individuo se adapte a ella, en qué medida la acepte dentro de su vida.

1.2 Nuevos medios, era digital

Sí se sitúa el rol de la fotografía en la actualidad se puede observar lo mucho que ha cambiado la relación de las personas con la misma, la falta del ritual específico y en especial el que existía en aquel tiempo, remoto y lejano, con la aparición del daguerrotipo. Aquel espejo de la verdad, la magia en sus retratos y el momento importante y especial a la hora de preservar un recuerdo ha desaparecido en gran medida. “La fotografía ha estado tautológicamente ligada a la memoria y en la actualidad se empieza a quebrar ese vínculo” destaca Fontcuberta (2010, p.27). Hoy se podría decir que se siguen fotografiando los eventos importantes, y los no tan importantes también. No existe un momento plenamente merecedor de una fotografía, la jerarquía de importancias ha disminuido y en la mayoría de los casos se ha convertido en un pasatiempo para la distracción y el aburrimiento. ¿A qué se deben estos cambios?

Este nuevo paradigma comienza con la masificación de los medios tecnológicos de comunicación y, además, con todo el contexto del mundo globalizado actual, ya que como afirma nuevamente el autor:

La fotografía digital es consecuencia de una economía que privilegia la información como mercancía, los capitales opacos y las transacciones telemáticas invisibles. Tiene como material el lenguaje, los códigos y los algoritmos; comparte la sustancia del texto o del sonido y puede existir en sus mismas redes de difusión. Responde a un mundo acelerado, a la supremacía de la velocidad vertiginosa y a los requerimientos de la inmediatez y globalidad (2010, p.12).

Entonces, con la era digital nace un nuevo concepto de fotografía, una nueva esencia de su ser. La inmediatez, la necesidad de estar en todos lados en todo momento (aunque cada vez las personas están menos en el mundo físico y más en aquel mundo virtual) hacen de la fotografía del siglo XXI un proceso de comunicación.

Esto se debe a que la tecnología incrementó y evolucionó, y así llegó a penetrar en los hogares de un modo permanente. Podría decirse que lo primero en entrar en el núcleo familiar de un modo trascendental luego de la radio, fue la televisión. Se hace hincapié dentro de este aparato tecnológico en especial, ya que a pesar que ambos medios son de transmisión masiva, el último incluye las imágenes en vivo y directo. Las personas podían comprender qué era lo que pasaba en cualquier punto del mundo en el instante en que sucedía la acción, y como se mencionó anteriormente, las mismas cercioraban esa información por lo que veían sus ojos. Esa prueba le otorgó un valor mucho más elevado que el que poseía la radio hasta ese entonces. La mentalidad de la sociedad tomó un giro drástico debido a las nuevas formas tecnológicas y desde la comodidad de su hogar comenzaron a observar lo que acontecía en el mundo entero. Se instaló por esto mismo en el centro de la familia, reemplazando el clásico hogar a leña donde se situaban todos los miembros a conversar y compartir el calor del fuego y, a partir de ese momento, el ritual se basó en mirar fijamente, de un modo frío, la pantalla del televisor. Regris Debray señala en su libro *Vida y muerte de la imagen*, esta nueva fascinación y cómo se incrementa aún más con la aparición del control a distancia, con una clara metáfora:

La ubicuidad electrónica reencanta lo visible al suprimir distancias y demoras. El telemando o el mundo exterior que obedece al dedo y al ojo. Un practicante de *zapping*, debidamente conectado, es un brujo feliz porque a la postre demuestra ser eficaz: salta de un continente a otro en un instante. ... El planeta Tierra ha sido a la vez miniturizado y domesticado, de modo que ahora ese planeta puede servirse a domicilio, como un frigorífico o una aspiradora. (1994, p.252)

En aquel entonces, la programación era reducida y las franjas horarias delimitadas. Cada público tenía su horario y luego la señal dejaba de transmitir información. A medida que fue evolucionando este sistema, la grilla de programas se extendió: actualmente cada usuario posee canales específicos, para niños, para adultos, de películas, tecnológicos, de documentales, familiares, entre otros. El flujo de información se extendió y así el televisor pasó a ser un instrumento indispensable al punto de permanecer las 24 horas del día transmitiendo. En esta instancia adoptó el rol de compañía para cualquier momento del día. El ritual de sentarse a mirar televisión en un momento determinado del día junto a la familia se desvaneció y la atención se dispersó.

Coincidiendo con Lev Manovich (2005) quien afirma que, gracias al principio de variabilidad, cualquier objeto de los nuevos medios puede existir en distintas versiones, potencialmente infinitas y adaptándose a la necesidad de cada usuario, se percibe cómo las tecnologías mediáticas se encuentran íntimamente relacionadas con el cambio social. En su momento, junto con la sociedad industrial de masas, todo el mundo debía disfrutar de los mismos bienes y partir de las mismas creencias, por lo que los productos se enfocaban directamente a las masas, sin hacer distinciones y agrupando a las personas bajo los mismos conceptos sociales. En cambio, a partir de la sociedad post-industrial, cada ciudadano puede construir un estilo de vida a medida y seleccionar su ideología ante un gran número de opciones.

En la actualidad los productos apuntan al individuo en particular, y cada persona puede modificarlos a su gusto para sentirse un ser único e irrepetible en el que las empresas piensan de un modo personal. Así fue como los medios debieron adaptarse también. La

sociedad ya no mira televisión del modo en que se hacía en un comienzo. Se realizan diferentes actividades junto con ésta, y cuando algo realmente despierta el interés solamente allí se enfoca la atención al aparato por un instante. Todo este proceso hace que el espectador sea un ser difícil de captar. Cada medio debió estudiar esta forma de comunicación para poder afianzar los lazos con este usuario único e irrepetible: los diarios, emisoras de radio, programas de televisión, revistas, locales de todo tipo, poseen en la actualidad páginas web, redes sociales (como *Twitter*, *Facebook*, *Instagram*), zonas dentro del espacio virtual de internet, donde las personas pueden interactuar íntimamente con los medios, enviando sus fotos, mandando su opinión, entregando información, realizando encuestas. El usuario se siente parte de un círculo social masivo y eso lo hace sentir importante. Esto se debe a las tecnologías que lo comunican con el mundo sin siquiera salir de su casa. Derrick de Kerckhove afirma acerca de este fenómeno, que se ha producido una progresiva emigración de la mente, de la cabeza a la pantalla, y posteriormente una emigración de la persona, del cuerpo a la red, y aclara:

Así, al producirse esta completa inversión, con la mejora del software y la mayor rapidez de las comunicaciones, nuestro *output* mental se transforma, pero sin embargo está más compartido que nunca, tanto con las personas como con las máquinas, ya que cuando estamos conectados a la red nos relacionamos con más gente que nunca (2005, p. 7)

Se debió ampliar mucho más el rango de cobertura y de relación con el espectador dentro de todos los canales de comunicación, para poder llegar al mismo de una manera más directa y quienes no lograron adaptarse, en definitiva, fueron aplastados por el gran fenómeno de los nuevos medios.

La sociedad comenzó a vivir en simultáneo. Al mismo tiempo que se encuentra mirando un programa, utiliza también su teléfono o su computadora e interactúa a través de las redes sociales. Así es como la sociedad se conformó dentro de una nueva generación de pantallas: la televisión, los celulares, las computadoras, las *tablets*. En todos los casos la función principal de la pantalla es aislar al individuo de su realidad y hacer que se sienta

parte de un nuevo mundo, que deje de pensar en el medio en el que se encuentra y se traslade a otra parte. Las pantallas son una especie de ventanas que abren y dejan echar un vistazo al usuario a aquella tentadora realidad paralela, donde todos pueden convertirse en quienes desean ser, un nuevo mundo que parece anónimo, infinito e inextinguible. Diego Levis hace hincapié en esta nueva forma de vida, que define como *tecnómade*, y que se lleva a cabo a través de las pantallas:

La vida vivida a través de una pantalla interpuesta (computadora, celular, televisor, etc.) contribuye al aislamiento del ser dentro de una caparazón electrodigital. Presunta protección ante un entorno social que los medios no casualmente presentan cada vez como más hostil y que, bajo la apariencia de una comunicación universal e irrestricta, conduce a un alejamiento del individuo de sus semejantes, mediante el incesante incremento de la mediatización de la vida social (trabajo, entretenimiento, educación, relaciones afectivas, etc.) a través de sofisticados dispositivos electrónicos multifunción de prestaciones crecientes y tamaño cada vez más reducido (2007, p. 2-3).

Cada vez más los usuarios se ven inmersos en este nuevo universo que funciona como una especie de cárcel, donde las personas son prisioneras y se mantienen estáticas contemplando lo que acontece o lo que perciben dentro de aquel cristal denominado pantalla.

Esta seducción hacia lo irreal se traduce en los diferentes cambios que trajeron aparejados las mismas: los formatos e incluso sus tamaños han variado para que, de alguna manera, la ventana que comunica a las personas con ese nuevo mundo acompañe a las personas a todas partes, sea más accesible y fácil de transportar. Por otra parte, los bordes se han hecho cada vez más finos y casi inexistentes con el fin que el marco, la barrera que separa al espectador del mundo virtual, sea cada vez menor y éste se sienta envuelto e inmerso, sin límites. Al mismo tiempo se han hecho parte de la vida de cada individuo logrando una mayor interacción con aquel mundo desde un nuevo punto de vista. La aparición de la era táctil, los cascos de realidad virtual, los anteojos interactivos, intentan alentar al usuario a sentir al extremo este universo y que parezca incluso más real que el mundo en el que habita. Actualmente se vive en un universo de

la simulación. En su libro *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación*, Manovich describe cómo este universo virtual es un arma letal de seducción para cualquier ser humano:

Como un *striptease*, el espacio se va desnudando poco a poco, girando, mostrándose de lados diferentes, provocando, dando un paso adelante para luego volver atrás, dejando siempre algo tapado para que el espectador deba esperar hasta el plano siguiente ... una danza seductora que vuelve a comenzar en la secuencia siguiente. Lo único que ha de hacer el espectador es permanecer inmóvil (2005, p. 161).

Dentro de este mundo los nuevos medios se han apoderado de la existencia de las personas; la producción de imágenes es el nuevo proceso de comunicación a partir de la imagen digital. Fue así como la fotografía sufrió diversos cambios en los que se reemplazó al negativo de haluros de plata y químicos, por un sistema de sensores electrónicos que captan la luz y la traducen a señales eléctricas. Las fotografías se componen del código digital, basado en números; esto quiere decir que cada operación se vuelve computable y se forma a través de algoritmos. Las fórmulas para la creación se basa en ellos. Así como lo explica Lev Manovich en *Comprender los medios híbridos*:

La informática volvió virtuales a todas las técnicas de creación y modificación de medios, 'sacándolas' de su medio físico de origen y transformándolas en algoritmos. Esto significa que en la mayoría de los casos ya no encontraremos ninguna de estas técnicas en estado puro. Las técnicas de los medios se "sobrecargaron" y amplificaron; su rango y aplicación se extendió y sus controles son explícitos, formalizados, calculables y programables. (2008, p.7)

Gracias a esto se potencia la hibridación de los medios, se enlazan producciones nunca antes imaginadas por el ser humano, todos los lenguajes se configuran en uno solo. Esto produce una frontera abierta a la imaginación de cada autor.

La situación de la fotografía dentro de un contexto artístico ha cambiado debido a esto. Ante el nuevo escenario digital ya no existe sentido en inventar algo nuevo a partir de una materia prima en bruto; el auge de la novedad en la actualidad se basa en la conexión de conceptos, a través de un estilo que incorpora lo que ya se encuentra hecho con lo nuevo, un infinito sistema que cita a los grandes maestros de la historia del arte y toma

de ellos una base para expresarse, cargando sus obras de nuevos sentidos y adaptándolas al contexto actual.

Arlindo Machado (2010) dispone este nuevo episodio de la historia como una crisis del código fotográfico, describiendo una pérdida de la identidad de réplica de la realidad y convirtiéndose en un nuevo realismo conceptual, acentuando en que ahora se representa lo que se sabe del objeto y no lo que se ve. La prioridad actualmente no se encuentra en la imagen en sí misma, sino en todo el conjunto de significados culturales que encierra consigo.

Por otra parte, desde el punto de vista del consumo masivo y de los aficionados, la forma de percibir la fotografía también ha sufrido diversas variantes. El consumo actual de imágenes es de tal magnitud que actualmente existen cámaras profesionales, portátiles, cámaras en cada teléfono celular (tanto por delante como por detrás), dentro de cascos, anteojos, cámaras submarinas, microscopios, *drones*, para deportes extremos, en cada esquina, en cohetes y en robots. Esto da una idea de la cantidad excesiva de producción y consumo de fotografías y videos. Por esta causa, cada usuario publica y comparte, y a la vez consume junto al mundo entero millones de experiencias a través de imágenes, dando como resultado una hiper saturación. Fontcuberta (2011) afirma al respecto que la sociedad se encuentra en un “mundo saturado de imágenes: vivimos en la imagen, y la imagen nos vive y nos hace vivir”.

En la actualidad, el motor de las redes son las experiencias a través de imágenes. Gracias a esto el mundo entero se conecta e interactúa de una manera homogénea e instantánea. La era digital ha permitido que en un espacio convivan múltiples culturas adoptando las leyes de la comunicación visual.

1.3 Oficio y comercio

A lo largo de la historia, el oficio del fotógrafo ha sufrido diversos y constantes cambios. Con la invención del daguerrotipo, debido a los tiempos de exposición y lo engorrosos que eran los aparatos y los químicos para su revelado, las primeras fotografías de prueba eran de fachadas de edificios o vistas desde ventanas. A medida que se fueron experimentando las técnicas de este invento, el fotógrafo comenzó, entre otras cosas, a dedicarse a la realización de retratos con un fin comercial. Poseía un estudio extremadamente luminoso, con techos vidriados y muchas ventanas, para poder acortar los tiempos de exposición al máximo, y estaba lleno de artefactos que mantenían a los modelos quietos para que no hubiera movimiento alguno que afectara la toma en el momento que se grababa sobre la placa fotográfica. Así lo afirma Mónica Incorvaia, en su libro *La fotografía. Un invento con historia*: “Como consecuencia, en los primeros retratos daguerreanos la gente aparece algo tensa. Sin embargo, hacia 1850 las innovaciones técnicas permitieron acelerar considerablemente el tiempo de toma, lo que dio por resultado posturas más naturales en los retratados” (2013, p.28). Así fue como el campo de la fotografía comenzó a insertarse dentro de la sociedad pero aún con el problema de los tiempos de fijación de las emulsiones.

La necesidad de mostrar las imágenes al mundo derivó en las expediciones daguerreanas, donde muchos fotógrafos se aventuraron a recorrer el mundo con su daguerrotipo y un laboratorio ambulante para poder capturar los diferentes paisajes del mundo, en especial los monumentos y construcciones emblemáticas que al estar inmóviles se fijaban de una manera perfecta sobre el soporte fotográfico y así se hacían públicos con quienes no poseían el privilegio de viajar. Éstas se publicaban a modo de copias dibujadas en diferentes libros y luego, a medida que fue evolucionando el proceso, se incorporaron gradualmente las fotografías a los diarios y revistas. Las personas se acostumbraron al consumo de imágenes y existían tabúes que debían ser mostrados,

como por ejemplo la guerra. En un principio lo que se podía develar eran paisajes desolados, antes o después de la batalla, ya que los movimientos se imprimían borrosos sobre el negativo (aún la sensibilidad de los mismos era un tema que no se encontraba en su punto óptimo), siempre con el fin de mostrar la verdad a través de la fotografía, como una evidencia del tiempo y el espacio que marcaban su huella en la historia universal.

Sin embargo, en el siglo XX surgieron diferentes avances que mejoraron las técnicas, las posibilidades de maniobrar las cámaras y los negativos. Se fue expandiendo su mundo, permitiendo así novedosos y diferentes usos y libertades para la fotografía. Con la mejora de los tiempos de exposición, sensibilidades, objetivos desmontables, rollos de negativos que podían almacenarse, el *flash*, las luces de estudio, entre otros, los modelos ya no necesitaban estar quietos, no había que esperar una determinada hora del día para fotografiarlos, las locaciones variaban y los momentos se congelaban de una manera eficaz. Se extendieron los campos de estudio, incursionando en la medicina, la ciencia del espacio, los estudios científicos, el arte, el ocio, los policiales, los deportes. Formaban parte en cada momento de la vida de las personas, por lo que el oficio del fotógrafo se pudo adjudicar a diversos campos y cada vez ocupó nuevas ramas.

Por otro lado, con la aparición del cine, la imagen en movimiento, la gente se vio fascinada por este nuevo tipo de veracidad; comenzó una época de experimentación, ya que la fotografía se vio desligada de su función de prueba contundente de la realidad y comenzó un nuevo camino hacia el mundo artístico, con la utilización de diferentes químicos, tipos de revelados, manipulaciones e hibridaciones con otras técnicas plásticas. Rouillé (1996) advierte este proceso de inserción dentro del arte afirmando que la fotografía, después de haber sido relegada a funciones prácticas y utilitarias, se ha dejado tentar por el arte y se ha lanzado a experimentar buscando transgredir los antiguos límites formales del documento.

La fotografía nació en Francia, pero fue en Estados Unidos que se insertaron las bases de su comercio. No tanto por una cuestión económica, sino debido a la circulación en masa de las imágenes, al ser un país que logró salir adelante sin ser totalmente, en aquel contexto, afectado por la guerra. Fue así como la fotografía se insertó en los museos y en el mercado del arte.

En un inicio, se consumía dentro de las galerías: a principios del siglo XX, el primero en exponer trabajos de fotógrafos fue Alfred Stieglitz en su galería 291; sin embargo, fue un caso aislado hasta que se volvió un fenómeno masivo. A partir de 1930, con la inclusión de un nuevo sector exclusivamente para la fotografía dentro del Museum of Modern Art in New York (MOMA) se produjo la legitimación de la misma en los espacios que hasta ese momento ocupaban exclusivamente la pintura y la escultura, debido a su alto nivel de apreciación por categorizarse como un arte superior: las Bellas Artes.

Existieron muchos debates en los cuales se discutía su valor como arte y siempre, la fotografía fue relegada a un nivel inferior por ser un tipo de maquinaria que según muchas personas, no dependía del ojo de quien la accionaba sino que era algo industrial, que no poseía algún tipo de criterio artístico. De acuerdo con el punto de vista de Walter Benjamin: "En vano se había tratado de dilucidar con la mayor agudeza si la fotografía es un arte (sin haber preguntado antes si la invención de la fotografía no había modificado por entero el carácter del arte)" (2003, p.23). Es por eso que la historia de la fotografía dentro del mercado nunca avanzó al mismo ritmo que el de la pintura, aunque siempre se incrementó y fue tomando mayor posesión de este nuevo mundo. Es cierto también que generó una revolución a nivel mundial, un intenso debate al que aún en la actualidad, habiendo pasado tantos años, muchas veces se retorna.

A partir de los años '60, el mercado exclusivo de las fotografías comenzó en torno a galerías y subastas. En 1969, Lee Witkin abrió en Nueva York la primera galería dedicada exclusivamente a la venta de fotografías. Lo mismo realizó en París Agathe Gaillard, en

1974. Francia fue una potencia que quedó atrasada en el mercado de la fotografía, pero sin embargo fue creciendo y en la actualidad se encuentra a un nivel bastante igualado, aunque siempre predomina Estados Unidos. Así fue también que los mercados que se gestaron en estas dos grandes potencias fueron muy diferentes en cuanto al material que trabajaron. Nueva York se dedicó a vender a mayor precio y prestigiar su mercado local, apuntando a tendencias vanguardistas y contemporáneas. En cambio, en Francia se le otorgó más prestigio a fotógrafos extranjeros, y a la fotografía clásica, daguerrotipos, rayogramas, copias únicas y famosas a nivel mundial.

Por otra parte, el mercado fotográfico es más complejo en comparación con el de la pintura debido a la naturaleza propia de la fotografía. El coleccionista en su entorno siempre tiene la necesidad de poseer algo único e irreproducible o de lo que existan pocas versiones en el mundo entero, pretende sentir que su inversión lo convierte en un ser especial. De este modo, tiene mucha importancia el número de copias cuando se trata de vender una fotografía. Aparece entonces un nuevo término, la copia *vintage*, que delimita la cantidad de versiones de una misma fotografía, y también difiere de ciertos valores: una copia rápida y mal hecha por el autor en el año en que se tomó la fotografía o cercano a éste, vale mucho más que una copia actual perfectamente ejecutada por un copista. Fotomontajes, daguerrotipos y rayogramas al ser únicos en general poseen mayor valor. Bajo este contexto, Benjamin describe que:

Por primera vez en la historia universal, la reproducción técnica emancipa a la obra de arte de su existencia parasitaria en el ritual. Es cada vez más frecuente que la obra de arte reproducida constituya la reproducción de una obra creada en vistas a su reproducción. A partir de la placa fotográfica, pueden producirse un sinnúmero de copias; sería absurdo buscar la copia auténtica (2003, p. 51).

Se percibe la reproductibilidad de una fotografía como un error cuando en realidad es la propia naturaleza de la misma, su esencia y su ser. Carecería de sentido, en estas instancias, limitar la naturaleza del arte. Incluso antes de la aparición de la fotografía la reproducción de obras de arte era algo que ya se ejecutaba, de un modo muy meticuloso

y técnico a través de diversos artilugios. Por lo tanto, no sería justo hacer tantos juicios de valor a la legitimación de la fotografía, teniendo la misma un autor que aporta su punto de vista y habiendo sido creada con el fin de ser reproducible.

Desde otro punto de vista, dentro del mercado tiene mucho que ver el sentido del gusto, la estética y las tendencias. La cultura de una sociedad se configura dependiendo de modas y épocas, de contextos y sucesos, y es gracias a la cultura misma que una obra adquiere sentido. Es decodificada e interpretada por un grupo específico de personas. Se realiza con el fin de ser presentada ante un sector en un determinado contexto histórico. Los gustos y la apreciación de una obra son determinados por la sociedad que las contempla.

El arte abre los límites del pensamiento; los artistas toman posesión del presente, en base al pasado, para producir sus obras y cuestionar al mundo. De acuerdo con Moulin (2012) lo estético no es lo mismo que el mercado aunque sí tienen mucha relación entre ellos y se mueven de un modo conjunto, ya que la constitución de los valores artísticos es el resultado de la articulación del campo artístico y el mercado. Según el autor, dentro del campo artístico se producen y se revisan las evaluaciones estéticas y en cambio, en el mercado se realizan las transacciones y se elaboran los precios. Si bien ambos tienen su propio sistema para el establecimiento del valor, estos dos circuitos mantienen una estrecha interdependencia en sus relaciones.

El mercado del arte es una gran bolsa de comercio, genera miles de ingresos por año y muchos empresarios deciden invertir en él. Pero hay que poseer un buen asesoramiento y tener un ojo crítico a la hora de invertir en este sitio. Las altas cifras van de la mano del contexto en que ésta se establece. Esto se debe a que en el curso de la historia, junto con las formas de vida, las costumbres y la cultura, también se modifica esa percepción sensorial de las personas. La manera en que se organiza la percepción, el medio en el que acontece, están condicionados no sólo por la naturaleza humana, sino también por la

historia. Lo que en un momento para la sociedad es basura, al día siguiente puede ser arte legítimo y puro. Mucho de esto es lo que acontece con el arte contemporáneo, al poseer un carácter conceptual mas que técnico muchas veces ya no intenta crear algo nuevo a partir de la nada, sino que comienza desde las bases de otros artistas, con el legado que han dejado. Esto genera híbridos de naturalezas extrañas, con significados y signos muy fuertes que afectan a determinadas sociedades del mundo y que al poseer tal valor conceptual cotizan en la Bolsa de un modo insuperable. Así se encuentra en la actualidad el mercado del arte, haciendo énfasis en lo que se percibe más que en el medio en que nace. Definitivamente esto cambia y cambiará todo el tiempo y es algo efímero y sorpresivo.

Capítulo 2: Érase una vez Dusseldorf

“La fotografía no crea, como el arte, eternidad, ella embalsama el tiempo, solamente lo sustrae a su propia corrupción” (2015, p.99). Así interpreta Philippe Dubois a la fotografía, como un arrebatado a un momento en el tiempo que perdurará a través de muchas generaciones. Se podría decir que entonces cada fotografía evidencia un contexto y una evolución dentro de la obra de cada artista, ya que si se compara su obra se entenderá un recorrido estilístico que se debe a un proceso de maduración personal.

Las raíces de un fotógrafo condicionan su obra, y es por eso que un análisis de los referentes que inspiraron a Andreas Gursky hasta ser lo que es actualmente aporta información y nexos entre su pasado y su presente.

Fotógrafo alemán nacido en 1955, que aporta su mirada de un mundo consumista y superpoblado a través de fotografías de edificios, fábricas, lugares públicos de descanso y grandes capitales del mundo. Tuvo sus orígenes en la fotografía desde muy pequeño, debido a que su padre ejercía como fotoperiodista, intentó así Andreas Gursky ingresar dentro de esa profesión pero entendió que esa rama no era algo en lo que se destacara, por lo que decidió estudiar junto con la pareja de Bernd y Hilla Becher, en la escuela de Düsseldorf entendiendo la fotografía como algo artístico y de autor.

Estas raíces influyeron y marcaron su estilo y su manera de percibir el entorno a su alrededor, y a través de una búsqueda personal en el tiempo, fue encontrando su marca personal y su manera de plasmar el pensamiento en sus obras. La riqueza que genera destacarse sobre los demás y encontrar un punto de vista único y propio es lo que lo llevó al lugar en donde se encuentra en la actualidad, como uno de los fotógrafos más influyentes dentro del mercado del arte y con un posicionamiento dentro del mundo contemporáneo que se refleja en su fama, en los premios y en los precios que maneja la cotización de sus fotografías.

2.1 La escuela y sus valores

Düsseldorf es una ciudad considerada uno de los motores económicos más importantes de Alemania, comparte fronteras con Bélgica y los Países Bajos. Guarda una historia importante y significativa de 1690 a 1716 estuvo bajo el gobierno de Johann Willhelm II, en esta época la ciudad vivió un importante crecimiento; sin embargo, luego de la muerte del mismo, sumado a las guerras napoleónicas, la ciudad tuvo una decadencia económica y un periodo de pobreza del cual no se recuperó hasta la mitad del siglo XIX, impulsado por la Revolución Industrial.

Es en 1762 cuando se funda la Academia de Bellas Artes de Düsseldorf por Lambert Krahe destacado pintor y coleccionista de arte. En un principio, el fin institucional era una escuela de pintura y en 1773 incorporó los campos de la escultura y la arquitectura. Fue así como acogió gran cantidad de estudiantes, de diferentes lugares del mundo.

Durante las Guerras napoleónicas la colección de arte fue trasladada a Múnich y luego de la rendición de Napoleón se convierte oficialmente en la Academia Real de Bellas Artes de Düsseldorf en 1819. En 1850 fue reconocida internacionalmente como uno de los institutos mas importantes para el estudio de la pintura de género y el paisajismo, pero recién a partir de los años sesenta, comienza a destacarse la enseñanza de la fotografía, de la mano de Bernd y Hilla Becher, una pareja de fotógrafos independientes que influyeron en el punto de vista de la época. La imprenta Escuela de Düsseldorf en términos fotográficos, suele atribuirse a cinco de sus primeros alumnos: Candida Höfer, Axel Hütte, Thomas Struth, Andreas Gursky y Thomas Ruff.

La ciudad se redujo a una acumulación de escombros durante el transcurso de la Segunda Guerra Mundial, ya que fue duramente bombardeada por ser un blanco estratégico debido a la importancia en sus refinerías petroleras y la industria. En 1946 es nombrada capital del Estado de Renania del Norte- Westfalia y desde aquel momento, la ciudad fue reconstruida a velocidades aceleradas logrando establecer un equilibrado nivel

tanto económico como industrial, convirtiéndose en una de las ciudades cosmopolita más importantes de Alemania.

La segunda etapa de la Revolución Industrial trajo consigo consecuencias tanto demográficas como sociales, económicas y ambientales. Por un lado, la población se trasladó del campo a la ciudad, comenzaron las migraciones a diferentes países en búsqueda de un mejor futuro, y con esto un crecimiento sostenido de la población y una necesidad de independencia. Además, existieron diversos cambios económicos por la producción en serie, la aparición de grandes empresas, el desarrollo del Capitalismo, y la desigualdad en cuanto a los intercambios. Todo esto afectó inevitablemente a la sociedad y sus usos y costumbres y a una degradación del medio ambiente debido a la polución proveniente de estas fábricas de producción masiva.

El lado artístico también sufrió diferentes consecuencias, Juliet Hacking en su libro *Fotografía. Toda la historia*, afirma que:

Tras la primera guerra mundial, fotógrafos, artistas, compositores y escritores de toda Europa y Estados Unidos empezaron a explorar su relación con los rápidos avances tecnológicos de la época. La “era de la máquina”, como finalmente se dio en llamar, fue una fuente de inspiración, en particular para los fotógrafos de vanguardia ya que su medio era una invención de la época industrial. (2015, p.204)

Toda obra es el reflejo de un contexto socio-histórico, por lo tanto, las creaciones artísticas de aquel momento tienen como focalización e inspiración dicha temática. Con el avance tecnológico, gran parte de estas grandes fábricas fueron desprovistas y dejaron de utilizarse porque ya no eran rentables para la sociedad, a partir de ese momento comienza otra etapa artística. La fotografía industrial generó mucho interés desde la primera guerra mundial y el surgimiento de la estética de la máquina. Hacking (2015) opina que el objetivo de los Becher era ofrecer un testimonio objetivo de la arquitectura industrial que estaba desapareciendo del paisaje. El uso de la repetición revela las

similitudes y diferencias entre cada estructura; las imágenes resultantes evocan la era postindustrial del siglo XIX.

El estilo que incursionaba la pareja se basaba en su entorno inmediato. En una nota de la revista *Barzón*, Valeria Gonzáles (2009) advierte que bajo la influencia de Blossfeldt y Sander, así como del conceptualismo y el minimalismo, los Becher viran a los documentales fotográficos de edificios industriales, siguiendo la norma de un concepto muy riguroso. Con una cámara de gran formato, ilustraron estructuras tales como torres de agua, torres de refrigeración, altos hornos, bocaminas y silos, frente a un cielo gris claro y casi siempre de frente. Crearon fotografías en blanco y negro de estructuras aisladas con encuadres ajustados, a menudo tomadas desde un punto de vista elevado. Todos los sujetos de cada serie se colocan a la misma distancia del objetivo y con la misma orientación.

Sus fotografías dan testimonio del paisaje poco natural, que solía pasarse por alto y empezaba a deteriorarse y a desaparecer a medida que Europa pasaba de una economía industrial a una tecnológica. Adoptaron un punto de vista arqueológico, no sólo por trabajar en un formato de serie, sino también por la recogida de datos sobre estos edificios, como sus dimensiones y materiales y fechas de construcción. Este proyecto fotográfico, que desarrollaron a lo largo de toda la vida, fue en gran medida acumulativo en sus objetivos, alcance y ámbito de aplicación.

Lo que lograron les ha otorgado una gran importancia y respeto dentro del ámbito fotográfico, y una estética que pudieron transmitir a sus alumnos, los cuales adquirieron sus conocimientos de una manera efectiva y los han podido modificar para su propio beneficio y con el fin de poder encontrar su personalidad en la manera en que cada uno se expresa mediante sus fotografías.

2.2 Referentes icónicos

Como se mencionaba anteriormente, los primeros alumnos por los cuales se reconoce la fotografía en Düsseldorf fueron Cándida Höfer, Axel Hütte, Thomas Struth, Andreas Gursky y Thomas Ruff. En este contexto, Gonzáles (2009) explica que la mirada fotográfica se adjudicaba a Nueva York donde se encontraban los avances y una generación fuerte de fotógrafos innovadores, ya que Europa había sido muy deteriorada por la Guerra Mundial. Sin embargo, los Becher y sus alumnos se destacaron a nivel global por poseer una coherencia como grupo determinada por una eficacia compositiva, una gran escala tanto en la copia como en un sentido de monumentalidad, el uso sistemático del color, un acabado perfeccionista y una adscripción a una especie iconográfica bien definida, los lugares, los sujetos anónimos.

Cada uno supo interpretar y reformular los conocimientos que les fueron brindados por sus maestros. La autora citada anteriormente, comenta que los Becher no buscaban que los jóvenes fotógrafos copiaran sus repeticiones seriales, pero si que elaboraran un método. Si bien algunos alumnos, al principio, imitaron el procedimiento de sus profesores de manera bastante literal, lo cierto es que, con el tiempo, cada uno logró madurar su propio lenguaje.

Cándida Höfer, nació en 1944 en Alemania. En un principio, entre 1972 y 1973, sus fotos eran callejeras en blanco y negro, pero más tarde llevó a cabo una investigación fotográfica sobre la vida de los inmigrantes turcos en Renania. Luego de aprender con los Becher, aproximadamente entre 1976 y 1982, comienza su ininterrumpido interés por los interiores, en general públicos: museos, bibliotecas, salas de espera, así como situaciones de naturaleza manipulada y artificial. Realiza fotos en color, con luz natural, tomando cierta distancia y no exentas de una leve ironía.

La artista alemana afirma dentro de una entrevista en la revista *ABC cultura* de España:

Me temo que soy una perfeccionista impaciente. Los formatos grandes requieren mucha organización y preparación a causa del formato mayor de la cámara. Este es

uno de los motivos por los que, aunque sigo haciendo proyectos de gran formato, ahora utilizo cada vez más una cámara de bolsillo para las obras más pequeñas y abstractas, y así disfruto de la libertad de no tener restricciones organizativas (2016).

Otro discípulo de la clase Becher es Axel Hütte, nacido en 1951 en Alemania. Asistió a la clase de los Becher entre 1973 y 1981, fue uno de sus primeros alumnos. En un principio realizó retratos, en los que se puede percibir una referencia a Ruff. Más tarde exploró los espacios urbanos y también dirigió su interés hacia el paisaje. Estudió la arquitectura con el objetivo de provocar un vaciamiento de la forma de enfoques interpretativos concretos. Designado como romántico y pintor de paisajes.

Dentro de una entrevista a la revista argentina *Ñ*, Axel Hütte responde acerca de su obra:

lo que seguro puedo afirmar es que mi trabajo no es documental. La diferencia con la fotografía tradicional es que yo hago una reflexión acerca de la realidad. Es conceptual. ... En cuanto una persona hace su aparición en una fotografía se genera un relato, una estructura narrativa que tiene mucho que ver con la situación de interacción urbana. No me interesa ese relato. ... La fotografía es como el lenguaje, hay muchísimas cosas que no se pueden decir pero está bien que sea así. Todos los intersticios son llenados por la imaginación. (2009)

Por otra parte, el alemán Thomas Struth (1954) transcurrió por tres grandes ciclos conceptuales desde finales de la década de 1970: topografías en blanco y negro, retratos e interiores de museos. Esto último constituye hasta ahora su creación más conocida. En 1976 es cuando acude a las clases de los Becher, desde ese momento se concentra en el medio fotográfico. Empieza por captar paisajes urbanos, generalmente desiertos, escenas callejeras en Nueva York y Roma. Más tarde realiza retratos en color y blanco y negro. A partir de 1989 elabora instantáneas de museos impresas en gran formato que entretanto se convierten en un tipo de marca de su fotografía.

Koetzle (2011) comenta que fue uno de los alumnos que más se aproximó a la Academia de Bellas Artes de Düsseldorf, y aprovechó su experiencia con el arte libre, es decir, una larga práctica como pintor y dibujante, que se refleja en sus trabajos fotográficos.

Sin embargo, el alumno Thomas Ruff (1958) tuvo una distinción notoria y fue el primero que se acercó a los medios digitales. Irrumpe con retratos de gran formato, artista fotográfico conforme a un interés críticamente reflexivo del medio.

En 1978 comienza a estudiar con los Becher, aunque cursó Bellas Artes desde 1977 hasta 1985. A partir de 1979 empieza su confrontación artística con el medio con su serie fotográfica *Interieurs*, de pequeño formato y en color. Luego, en 1981 continúa con retratos de medio cuerpo de sus amigos, con un procedimiento que imita la precisión de la técnica fotográfica del servicio de identificación policial, siempre frontal y ante un fondo neutro, en un formato que llena toda la pared y en color, parecido a los trabajos de archivo de sus mentores pero con una impronta personal.

Desde 1987 fotografía asentamientos e instalaciones industriales con tonos monocromos y con luz difusa. Recurre a material fotográfico existente científico y de prensa respectivamente en los ciclos *Sterne* y *Zeitungsfotos*. A partir de 1992 crea la serie *Nachtbilder*, fotografía con infrarrojos escenarios nocturnos fábricas, puertos, en un ambiente preñado de desdichas formado en la iconografía del cine. Es el precursor del procedimiento *Diasec*, en el que el papel fotográfico se suelda directamente a una luna protectora de plexiglás. Algo revolucionario para la fotografía contemporánea, y la presentación de las mismas en gran formato.

Por último, se destaca Andreas Gursky, quien asistió en 1985 a las clases de los Becher. Es conocido a escala internacional desde la década de 1980 por sus paneles de gran formato en colores reducidos y su temática acerca de instalaciones deportivas, escenas portuarias, calles, plazas, interiores: el mundo desde una prudente distancia, “la civilización posmoderna como diorama” (Koetzle, 2011)

Cada uno de ellos posee un sello característico que lo distingue del otro pero también aspectos que los unifican y que los acercan a sus comienzos dentro de esta escuela.

Aunque todos ellos han desarrollado su propio y diferenciado lenguaje artístico, comparten una preferencia por las copias en color, las cámaras de gran formato y el punto de vista objetivo. Las influencias de sus maestros son visibles y generan una uniformidad compleja entre los miembros de esta clase, haciendo de cada uno de ellos, fotógrafos contemporáneos destacados en la sociedad actual.

2.3 Huellas hacia la posteridad

“Si se quiere comprender lo que hace a la originalidad de la imagen fotográfica, obligatoriamente hay que ver el proceso mucho más que el producto” Philippe Dubois (2015, p.83).

Así es como, para analizar la obra de Gursky, se debe entender cuáles fueron sus primeros pasos en la fotografía y sus resultados, para luego entender como influyeron en la base de sus creaciones factores dentro de su contexto, como por ejemplo los avances tecnológicos. Para comenzar se analizará la elección del tipo de cámara que utiliza el fotógrafo y qué es lo que se consigue con la misma para poder entender la obtención de los recursos estilísticos dentro de su obra.

Gursky es famoso por utilizar cámaras de placa de gran formato, que abarcan todos aquellos tamaños de película en hojas o placas, que van de los 9 x 12 cm hasta 20 x 25 cm, o incluso tamaños mayores. Poseen una placa delantera que sostiene la óptica, un fuelle y un respaldo trasero con el sistema de enfoque y de guardado de la película. La característica principal de este formato es que están previstas para efectuar movimientos: controles adicionales sobre la perspectiva y la distribución de la nitidez en la imagen.

Estas cámaras incorporan una estructura rígida en la que necesariamente el plano del objetivo y el plano focal son paralelos y concéntricos. Existen dos tipos de movimientos: los descentramientos, que pueden ser verticales u horizontales y consisten en desplazamientos del porta objetivos o del respaldo que dejan así de estar centrados pero

continúan paralelos y afectan el punto de vista y la posición de la imagen al visor. Permiten la corrección de la convergencia de líneas paralelas en una escena, por lo que son herramientas muy utilizadas dentro de la fotografía de arquitectura. Si se observa la obra de Gursky, se puede estimar que de este modo consigue tanta prolijidad sobre fachadas de edificios o donde priman las líneas y su equilibrio.

Por otra parte, existen las basculaciones que son giros o inclinaciones del porta objetivos o del respaldo, o de ambos a la vez. Las inclinaciones del objetivo alteran el plano de foco nítido y por lo general se emplean para aumentar la profundidad de campo sobre sujetos oblicuos. Por lo tanto afectan sólo al enfoque. Los movimientos de inclinación del respaldo hacen bascular la película con respecto al plano de foco nítido y por consiguiente alteran tanto el enfoque como la forma de la imagen y consecuentemente la perspectiva. Según Joan Fontcuberta “Por lo general se emplean para mejorar la profundidad de campo sobre sujetos oblicuos o bien para alterar la perspectiva sobre un plano.” (1990, p.122)

Otro factor determinante en su obra fue la composición. De acuerdo con Michael Langford (2001), la disposición de los elementos del cuadro depende en un principio del encuadre y del efecto de formato. Por otra parte, también tiene incidencia la luz, su altura y dirección, las cuales modificarán la escena generando diferentes sensaciones, como también el control de los tonos que la misma genere y por último estar atento al momento de la acción, dependiendo del hecho que se fotografíe.

La instrucción de sus maestros lo ha guiado por un proceso de maduración personal en este ámbito, aunque siempre se caracterizó por apostar a grandes escalas tanto físicas como perceptivas, existe una diferencia entre las primeras obras y las consecuentes. Se evidencia mayor ambición a medida que transcurre el tiempo. Para poder ejemplificar los factores que lo han caracterizado a lo largo de su obra, se describirán imágenes de

ambos momentos para poder generar una comparación y llegar a las conclusiones pertinentes.

La fotografía seleccionada dentro de la primera etapa de Andreas Gursky es *Ratingen* (ver anexo imágenes seleccionadas. Figura 1) de 1987; esta obra de gran formato mide 62 × 74 cm y fue creada por una cámara de gran formato, se percibe una inclinación de la perspectiva, y cómo el espectador se encuentra observando desde un punto ajeno a la escena. En ella se observa una pileta de gran tamaño en el medio de un parque, donde se distinguen diferentes personas de un tamaño minúsculo desparramadas por el cuadro. Las líneas juegan un papel muy importante dentro de la obra (Ver anexo imágenes seleccionadas. Figura 2), ya que guían el recorrido visual de la fotografía, posee una composición muy detallada y se entiende que lo que sucede en aquella situación no es algo al azar, sino algo planeado. Michael Langford describe la función de la misma aportando que: “La línea proporciona estructura a la imagen. Unifica la composición, llevando de una parte a otra de la fotografía; centra la atención en el lugar conveniente o aleja la vista hacia el infinito” (2001, p.57).

De acuerdo con esto, todas las líneas recorren la fotografía por completo hasta converger en un punto próximo al centro del cuadro. En la parte inferior se encuentran dos filas de personas sentadas en bancos o escaleras que generan un peso en la composición armonioso para la vista. Se percibe equilibrio, en parte también por los colores que se utilizan, pasteles. Comienzan desde los tonos más claros de abajo para arriba, desde tierra pálidos, pasando por el celeste e introduciéndose del verde claro al verde oscuro, termina la fotografía con un cielo brumoso y gris en la parte superior del cuadro.

El autor plantea un juego con la repetición, el cual genera ritmo en la imagen, pero no de la manera en que la expresaban sus maestros, sino dentro de la composición interna de la fotografía. Como se mencionaba anteriormente los Becher influyeron en muchas cosas pero sin alterar la personalidad del fotógrafo, guiando al mismo a través de un recorrido el

cual él debía elegir hacia donde llevar los conocimientos. Hacking advierte que “En su consagración a un solo tema, sigue los pasos de sus maestros, aunque no se limita a una perspectiva determinada, sino que reacciona a las particularidades de cada espacio” (2015, pp. 440- 441).

Este punto de vista es lo que distingue a Gursky de sus maestros y de los otros alumnos, le otorga un sello personal y marca un interés por la acumulación de objetos, el consumismo, las líneas y una composición efectiva que genera un impacto por sí misma debido al mensaje que transmite el autor detrás de su obra. Por más que luego utilice otras técnicas o se vuelque hacia el espacio digital, el mensaje y la temática siempre se respetan y es por eso que su obra posee coherencia desde una mirada general y es lo más importante dentro del perfil de un fotógrafo y un artista.

Capítulo 3: Digitalización: nuevas tendencias, nuevos estilos

Alejandro Schianchi realiza una reflexión sobre la invención del reloj “Nunca más el hombre decidirá sus acciones según su necesidad, una máquina se encargará de avisarle cuándo deba hacerlas” (2014, p.117).

El hombre siempre ha estado en la búsqueda de máquinas que le facilitaran tareas engorrosas. En la cita anterior se evidencia cómo un logro a nivel tecnológico cambia completamente el estilo de vida de una sociedad, las concepciones y la cultura de la misma, sin embargo, para que una nueva tecnología tenga éxito, primero las personas deben encontrarse dispuestas a recibirla, probablemente ante el fracaso no se encuentren preparadas para utilizarla o no exista todavía necesidad específica que cubrir con su uso. De Kerckhove afirma que, “La mejor y más útil tecnología del mundo no puede imponerse por sí misma a un público que no está preparado. Y la razón es que no habría sitio para ella en nuestra psicología colectiva. Por lo menos, no inmediatamente” (1999, p.30).

Existe una transición que se destaca y genera diferentes cambios en la forma de asimilar del público, debe instalarse este tipo de avances dentro de la mente de los consumidores. El punto radical se produce con la Revolución Industrial y la Primera Guerra Mundial, factores que generaron un desequilibrio en la armonía que se tenía hasta ese entonces, la producción en masa y seriada dio un giro a la manera de percibir las cosas. El aumento de la población y la necesidad de cubrir la demanda impulsó al desarrollo de los ordenadores y los medios modernos, la capacidad de difundir los mismos textos e imágenes y al mismo tiempo de mantener registros y actas.

Es así, como cultura, sociedad y tecnología se encuentran ligadas una con la otra, no existen avances sin un consenso de las personas, aunque últimamente los avances han ido incrementando de manera tan vertiginosa que el hombre se ha acostumbrado a recibirlos y encontrarles un lugar dentro de la vida cotidiana. Muchas veces en la

actualidad, se generan nuevos programas o máquinas que cubren necesidades que ni la sociedad misma sabía que las tenía, es por eso que antes el hombre producía por necesidad y hoy, en cambio, genera y promociona nuevas necesidades.

3.1 1990: La influencia de los medios

Diego Levis (2009) afirma que a finales de la década de 1970, la informática personal recién comenzaba a desarrollarse y la expansión de la misma se producía a ritmo creciente entre promesas y temores. Recién en 1980, la presencia de computadoras, máquinas robotizadas y otros dispositivos informáticos se generaliza en el ámbito empresarial y se hace cada vez más habitual en los hogares. En cambio, en la década de 1990 empieza con la creación de la *Word Wide Web* y se habla con insistencia de la Sociedad de la Información gracias a las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC).

Gracias a esta descripción se puede entender la velocidad de los avances tecnológicos, Levis muestra cómo se fue insertando la digitalización y el ordenador personal dentro de la sociedad hasta el punto en que la misma se encuentra hoy. Como consecuencia, las personas obtienen nuevos hábitos con el uso de estos nuevos artefactos, comienzan a confiar en ellos y a perderles el miedo. Se transforma el soporte que contiene las fotografías, y los archivos, se utiliza al ordenador para conservar información importante ya que ocupa menos lugar y cada archivo se puede comprimir, es más económico, liviano y eficiente.

Debido a esto, hoy las personas ya no imprimen sus fotografías a menos que sea con un fin especial, la sociedad se acostumbro e incorporó tanto la digitalización dentro de sus vidas que todo pasa a través de las redes sociales, y prefieren guardarlas en un ordenador a poseerlas físicamente. Armando Silva opina acerca de esto y declara:

Creo que este interés renovado sobre el archivo y la memoria se relaciona con una conciencia de fragilidad y efimeridad de varios aspectos de nuestra sensibilidad

contemporánea (o posmodernidad, si se quiere) en la cual la presencia de los nuevos medios electrónicos y la construcción de una vida urbana sin centro (descentrada) pueden construir dos de sus máximas expresiones. Digo los medios electrónicos, pues en principio no dejan marca de impresión archivable de forma espontánea y me refiero también a vida urbana no céntrica, fundada más en la circulación, el tránsito y la velocidad que en lugares reseñables historizados, lo cual afecta y condiciona todos los otros tipos de archivos, así sea los más privados e íntimos como el mismo álbum de fotografías (1999, p.187).

Preocupado por la continuidad de la práctica del álbum familiar de fotografías y el uso del mismo como memoria y privacidad, Silva reflexiona hacia donde se dirige la sociedad, de sensibilidad frágil y efímera. La vida ya no es vivida en el mundo real, sino que las conexiones y relaciones se producen a través de una pantalla, medio por el cual se ingresa a esta nueva cultura, "Contribuye al aislamiento del ser dentro de una caparazón electrodigital" dice Diego Levis (2007, p.2).

El mundo se está volviendo intangible, y la sociedad busca compensar esta inestabilidad con nuevos procesos tecnológicos, el próximo paso se estima que será la realidad virtual a través de cascos y una nueva vida con sensores artificiales dentro de un ordenador. Pero aún habrá que esperar para ver qué depararán las tecnologías futuras.

De este modo, se pueden comparar y entender donde se ubica la escuela de Düsseldorf en este contexto y cómo el mismo la afecta. Los Becher comenzaron antes de estos cambios, por lo que su fotografía es clásica pero innovadora en términos de contenido, composición y estética, cómo las máquinas de aquel momento, la Revolución Industrial, con mecanismos nobles pero funcionales y novedosos, sin embargo sus alumnos comenzaron su camino cuando empezaron a gestarse los Nuevos Medios de comunicación y eso influye en los cambios que se observan en su proceso de maduración, sobre todo en Gursky y Ruff.

La digitalización cambió el modo de percibir la realidad, se entiende que existe otra dimensión dentro de la pantalla de un ordenador y que puede simplificar muchas tareas. Sin embargo, al no haberse desarrollado completamente la tecnología en el momento

que Gursky se encontraba estudiando con los Becher, se puede dividir su obra en dos secciones, el miedo a descubrir algo nuevo que recién se comenzaba a gestar y que era muy costoso para los beneficios que aún no se podían advertir, una apuesta demasiado alta en aquel entonces. Incluso, el primero de los alumnos en probar el nuevo mundo digital fue Ruff aunque de un modo experimental, a medida que fue mejorando la calidad de estas plataformas, es que Gursky comienza a insertarse en aquellas técnicas para lograr un mayor impacto en el espectador, aumentando la realidad que se percibe.

Roberto Igarza en su libro *Nuevos medios. Estrategias de convergencia* (2008), afirma que el acelerado proceso de informatización que tiene lugar en la actualidad, sustenta la descentralización del procesamiento y almacenamiento de información, incrementando sustancialmente las capacidades de intercomunicación y como consecuencia a eso se producen cambios remarcables en todos los ámbitos de las actividades cotidianas, en general en las poblaciones urbanas.

Esto explica el avance acelerado que posee la digitalización y la evolución de los nuevos medios, y que básicamente nadie escapa a su influencia, ya que consciente o inconscientemente siempre la sociedad se encuentra expuesta a estos cambios y alteran la percepción de los individuos. Se puede pensar entonces en un avance, en un posible cambio en las obras. Se trabaja de un modo más conceptual e intangible, a través de las sensaciones y lo que los sentidos pueden percibir. La sociedad se encuentra en una etapa de transición entre las tecnologías ya conocidas y lo que aún está por venir.

Es posible percibir y llegar a adivinar qué serán las nuevas creaciones aunque con certeza eso sólo se sabrá cuando la sociedad se vea obligada a adaptarse a ellos y entonces encontrarles un uso y una necesidad dentro de sus vidas. Los cambios en esta nueva era se producen de manera acelerada y no tardará mucho tiempo en poder visualizar estas consecuencias.

3.2 Intervención de imágenes

La imagen desde sus comienzos siempre fue intervenida, desde diferentes puntos de vista y con distintas técnicas, por lo tanto no es correcto decir que a través de la manipulación digital es que hoy se desconfía aún más de las fotografías, el hecho es que existe en la actualidad una mayor facilidad sobre la intervención ya que cualquier persona con acceso a una computadora e internet puede interpretar cómo realizar un montaje o una deformación de la realidad de manera correcta, teniendo en cuenta que la mayor parte de la población posee un ordenador en su casa, cuando antes debía poseer conocimientos sobre química y además contar con los utensilios necesarios, los cuales no eran fáciles de conseguir o de manipular, ni económicos.

“La fotografía, analógica o digital, simplemente vive a expensas del espacio discursivo en el que queda incorporada. No hay que criminalizar a las balas sino a la velocidad con que impactan” Joan Fontcuberta (2010, pp.132-133). Dependerá entonces, de el uso que la sociedad le dé a dicha fotografía y la justificación para las diferentes manipulaciones que se ven asociadas. Actualmente se observan muchas campañas publicitarias que reflejan un estereotipo de mujer sin imperfecciones, en ese caso es algo que va en contra de la ética pero también es lo que la sociedad pide y desea ver. Se consume y al haber demanda surgen las ofertas. Entonces queda el debate abierto acerca de qué es o no ético con respecto a estas manipulaciones digitales.

A partir de los cambios dentro de las nuevas tecnologías y el pasaje de las fotografías de haluros de plata a píxeles, se comienza a navegar dentro de otro espacio, ya no se habla de partículas, sino de algoritmos, de números. La ventaja de estos es que se pueden combinarse en diferentes variantes y con objetos de naturaleza totalmente diferentes.

Lev Manovich (2008) asegura que el software se comporta como varias especies dentro de un mismo entorno ecológico y una vez liberadas comienzan a interactuar, a mutar y a producir híbridos. Esto generó una especie de revolución invisible en el entorno de los

medios, los programas que en un principio habían sido creados para un uso específico y profesional, al ser producidos y manejados a través de algoritmos y crear un público acostumbrado a ellos, dieron pie a la combinación de funciones de diferentes clases dentro de un mismo espacio, ya que estos *softwares* poseían un mismo idioma.

De este modo, lo que se observa en la actualidad es que se utiliza la evidente manipulación como recurso estilístico y surge así la hibridación, la mezcla de dos especies que generan una nueva. Gracias a esto, actualmente las posibilidades en cuanto a creación digital son infinitas.

Según Bourriaud:

Las nociones de originalidad (estar en el origen de...) e incluso de creación (hacer a partir de la nada) se difuminan así lentamente en este nuevo paisaje cultural signado por las figuras gemelas del *deejay* y del programador, que tienen ambos la tarea de seleccionar objetos culturales e insertarlos dentro de contextos definidos (2004, p.8).

Así, el autor afirma que el artista cambia su rol dentro del campo de post producción, que toma de ejemplo a un *deejay*, quien realiza mezclas con su música uniendo diferentes partes de canciones y entrelazándolas para generar una nueva pista, o de un programador, debido a la cantidad de conocimientos que debe poseer para poder interactuar y relacionar conceptos para generar tales hibridaciones o *remixes*. Las nuevas obras de arte se aprecian por su contenido y no por su novedad, prima la originalidad en torno a cómo se modifican obras antiguas para otorgarles un nuevo significado, cómo se adaptan esas obras a esta nueva sociedad.

De acuerdo con Aparici Marino Roberto (2010), la revolución efectuada por la informática en el terreno de la imagen está marcada por tres características básicas: indica el fin del instrumento emblemático de la imagen técnica que es la cámara, en la medida que hace posible la construcción de imágenes realistas sin necesidad de registro fotoquímico ni de conexión física alguna con objetos del mundo exterior; además es posible también crear universos audiovisuales, sin que sea necesario recurrir a la imaginación del pincel de un

artista, pero aplicando directamente las leyes físicas y las ecuaciones matemáticas pertinentes al motivo representado; y por último, hoy se camina rumbo a las imágenes inteligentes, capaces de actuar sobre sí mismas, transformarse, perfeccionarse e intervenir en su ambiente, respondiendo a él. En rigor de verdad, esas imágenes no se ofrecen más como espectáculo, algo que se deba contemplar y admirar pasivamente, sino como objetos de manipulación, como estrategias de acción.

Así es como las puertas de la imaginación se abren dejando a libre albedrío la utilización de aquellas imágenes para cualquier tipo de fin. La estética actual ya no busca crear algo nuevo de la nada, porque se supone que ya está todo creado. En cambio, decide innovar a través del reciclaje, de la recuperación de archivos y dotándolos de un nuevo significado. Manovich (2008) afirma que la sociedad actual se ve reflejada en una nueva cultura del *remix*, refiriendo a cualquier modificación de obras culturales ya existentes, sean proyectos visuales, *software*, o textos literarios. Un nuevo lenguaje de la imagen.

Estas nuevas técnicas son cuestionadas por la sociedad, el espacio del arte aún es escéptico a algunas de estas innovaciones que de a poco comienzan a ganar terreno en los museos y galerías. Esto se debe a que muchas veces aparentan ser más un aparato de uso doméstico que una obra de arte, dependiendo su justificación. Se retoma nuevamente el concepto de qué tan preparada se encuentra una sociedad para poder aceptar los cambios y avances que se producen en diferentes niveles y la afectan de un modo u otro, una mezcla de temor e incertidumbre es la que genera este primer rechazo.

Mirta Varela (2009), plantea que esto significa que cambio técnico y cambio cultural no siguen un mismo ritmo y entonces se producen tensiones entre técnicas de comunicación nuevas y formas viejas sociales.

En contraposición con esto, Fontcuberta (2010) afirma que la hibridación sella la clave del futuro. Los medios se intoxican unos con otros y lo más interesante de esa intoxicación no es el mero trasvase tecnológico, sino el conceptual. "Esto puede preocupar a los

semióticos pero no a los conservadores de museos que anteponen un interés a la obra y no a la técnica ... Por tanto, ese fenómeno de hibridación no tiene por qué contener intrínsecamente ingredientes apocalípticos, sino beneficiosos” (2010, pp.185-186).

Aún no ha transcurrido el tiempo necesario para analizar el contexto actual, pero el hombre ha sabido adaptarse a todos los cambios tecnológicos que han transcurrido y en unos años probablemente también los nuevos paradigmas ganarán mayor terreno.

3.3 Antes y después, la ruptura

Como se mencionó con anterioridad, los avances tecnológicos han cambiado el rumbo de la obra de Gursky, y la han elevado a un nuevo nivel. A través de diferentes procesos sus fotografías se destacan por una calidad que se conserva desde los mínimos detalles hasta el conjunto de toda su obra. Y gracias a las nuevas técnicas digitales, ha sabido aprovecharlas y sacar lo mejor de ellas para su enriquecimiento personal.

La manera más efectiva de entender cómo es que ha cambiado la imagen en la obra del artista es analizando su obra, detallando los puntos y conflictos dentro de la misma y cómo es que las nuevas técnicas enriquecen o evidencian su aporte para generar una justificación de su uso por parte del artista.

A continuación se analiza la obra *París, Montparnasse* (1993) (ver anexo imágenes seleccionadas. Figura 3), una de las más controversiales de la nueva era del fotógrafo. La elección de la fotografía se apoya en un tema de composición de la imagen, de saturación de la misma y de la cantidad de contenido que se observa, además por ser “la primera imagen en que se valió del montaje digital para poner en práctica su visión artística, técnica que ha sido desde entonces un elemento fundamental en su obra” (Hacking 2015, p.442).

Esta fotografía ofrece una visión de un gran edificio de viviendas en el 14^o Arrondissement de París, el cual ocupa todo el espacio del lienzo, diseñado con el

espíritu de Le Corbusier, por el arquitecto francés Jean Dubuisson. Fue terminado en 1964 y formó parte del ambicioso programa de reurbanización Maine- Montparnasse, cuyo objetivo era catapultar el casco antiguo a la modernidad. Esta significación de tirar abajo el pasado para crear algo nuevo para el futuro gracias a nuevas fórmulas, tiene también que ver con lo que ocurría en ese momento en la vida profesional de Gursky, dejar atrás el pasado para evolucionar con los nuevos medios digitales, innovar y apostar al futuro.

París, Montparnasse fue la copia de mayor tamaño de Gursky hasta la fecha. Dado que el edificio era demasiado grande como para caber dentro de un encuadre sin distorsiones, Gursky realizó dos tomas desde diferentes puntos de vista y fusionó por ordenador las imágenes en una fachada panorámica. Como efecto secundario de este proceso, la imagen gana nitidez en los detalles. (Ver anexo imágenes seleccionadas. Figuras 4 y 5). Gracias a esto se pueden observar incluso a las personas que se encuentran dentro del edificio, sus muebles, sus acciones y espiar un poco la vida de cada integrante de la sociedad. Cada ventana es al mismo tiempo una pequeña composición, una nueva fotografía. Lo que remite nuevamente a sus mentores, con ese conjunto de obras dentro de una misma.

Otro efecto de la técnica de montaje es que la fotografía, no deformada y de gran ángulo, carece de toda indicación del punto de vista de la cámara. La inusual perspectiva contribuye, asimismo, a la impresión fría y casi clínica de objetividad que evoca la imagen. *París, Montparnasse* toca varios de los principales temas que ha abordado Gursky a lo largo de su carrera: la relación de la masa y el individuo, el contraste estético entre una casi pictórica composición repetida por la tela y los minuciosos detalles que ofrece el método fotográfico empleado, así como el interés por las manifestaciones de una cultura globalizada, “encarnada aquí en el estilo universal de una unidad habitacional de masas” (Hacking 2015, p.442).

Al igual que en la obra anteriormente analizada en el capítulo dos, Gursky juega mucho con las líneas dentro de la composición, como también con el ritmo y el equilibrio. Todo converge hacia un mismo sentido y posee el sello característico del autor.

La tecnología le aporta una nueva perspectiva al cuadro, algo imposible desde los recursos técnicos que se poseían hasta el momento y también saca mayor provecho de los dispositivos que se utilizan para captar la imagen ya que al unir dos imágenes, existe una mayor nitidez y aprovechamiento del espacio. Es una justificación que da un nuevo sentido a la obra del artista y que comunica al mismo tiempo desde otra perspectiva.

Nicolas Bourriaud, afirma en su libro *Post Producción* que

Si la proliferación caótica de la producción conducía a los artistas conceptuales a la desmaterialización de la obra de arte, en los artistas de la post producción suscita estrategias de mixtura y de combinaciones de productos. La superproducción ya no es vivida como un problema, sino como un ecosistema cultural (2004, p.52).

El uso de las nuevas tecnologías y el adaptamiento del fotógrafo a las mismas generan innovación, le otorga a la obra otro peso y, ya que son utilizadas de una manera casi invisible y no desde un punto de vista muy evidente, crean un impacto y un desconcierto desde el primer momento en el espectador, y ése es el objetivo principal. Captar al público, generar el misterio y esa sensación de continuar mirando y descubrir con cada vista nuevos detalles dentro de la obra.

Capítulo 4: Repercusión a grandes escalas

Del mismo modo que Andreas Gursky adoptó en los ochenta las nuevas técnicas digitales para acentuar el impacto de sus obras, la digitalización ha afectado el modo de percibir la realidad de todo el mundo, en la medida en que se fue expandiendo y se comenzaron a difundir sus características, de un modo disparejo por todo el mundo, desde los países desarrollados hacia los sub desarrollados.

A pesar de las diferencias en tiempo, las cuales cada vez se van acortando cada vez más por las comunicaciones y la unión del mundo globalizado a través de los nuevos medios, esta tendencia se introduce dentro de Latinoamérica, con un público preparado para recibir los nuevos avances y se explica entonces cómo afecta la tecnología en el mismo período a países de América Latina. Sin embargo, los fotógrafos contemporáneos se han adaptado a los nuevos medios al igual que Gursky y sin importar el lugar donde se encontraron en aquel momento, desarrollaron diferentes habilidades y lograron situarse dentro de mercado del arte a nivel mundial.

En este capítulo se aborda entonces, cómo Andreas Gursky al encontrarse en un país pionero, comienza a ser un representante para la nueva generación de fotógrafos, a qué se debe su éxito y cómo logra plasmar una impronta en su ámbito laboral, a través de un recorrido sobre su identidad fotográfica para poder entender la importancia de la misma y como influye en la creación del perfil de un fotógrafo. También se aborda la necesidad de distinguirse ante un gran número de personas, incluso ante las dificultades que se presentan en la actualidad, donde la mayor parte de la sociedad puede tener acceso a un celular o una cámara portátil y los dispositivos de captura de imágenes se encuentran en todos lados, por lo que se debe imponer un concepto o estética que separe a un artista del resto.

4.1 Identidad fotográfica

Michael Langford en su libro *La fotografía paso a paso*, plantea la necesidad de realizar un recorrido por la obra de diferentes autores para poder conocer las variadas personalidades a través de sus obras y que de este modo se entienda que cada autor posee su propio punto de vista.

“El estudio de la obra un fotógrafo a lo largo del tiempo nos revela el modo en que el autor concibe el mundo y reacciona ante él, y nos enseña también cómo evolucionan los estilos personales” (2001, p.178).

Describe de este modo que cada fotógrafo posee su estilo, su mirada y que ésta se incrementa y afina con el correr de los años y el aprendizaje de diferentes situaciones y experiencias. Cada persona es un ser único e irreplicable, que corresponden con la cantidad de puntos de vistas que se pueden percibir en los perfiles fotográficos.

El estilo se basa en la manera en que un artista percibe el contexto que lo rodea y de qué modo lo plasma en algo físico. No tiene que ver con la belleza, ya que la misma es subjetiva; se basa en la originalidad y una cantidad de patrones que se unen dentro de la obra del autor generando así una coherencia dentro de sus producciones. Tiene que ver con cómo se llega a entender uno mismo, y comprender su personalidad para plasmarla dentro de una obra.

Parte desde el proceso de maduración de cada persona que variará dependiendo de cada uno y esto le permitirá encontrar un estilo con el que se siente cómodo, un patrón repetitivo o algo que en un futuro será una huella distintiva y personal que separará la creación de uno con respecto a los demás autores. Afirma Langford que “si se observa la obra de un fotógrafo a lo largo del tiempo, no puede dejar de advertirse este proceso evolutivo, parte esencial de la fotografía creativa” (2001, p.178).

Además, el contexto en el que se encuentre un autor condiciona completamente a la formación del estilo, tanto la historia personal de cada uno como el lugar donde vive, su

formación intelectual, la historia propia, la cultura de su región, las diferentes religiones, preferencias sexuales; todo lo que afecte a la percepción de un individuo y que le aporte diferentes significaciones sobre el mundo que lo rodea alterará la manera en que transmitirá sus emociones. Freund (2008) advierte que toda variación de la estructura social influye tanto sobre el tema como sobre las modalidades de la expresión artística y resalta que de esta manera el entorno de una persona es lo que condiciona su obra.

El dilema que ocurre en la actualidad es que muchas veces, los artistas se dejan guiar por las tendencias y la moda artística del momento, dejando de lado su estilo personal. Este cambio va en contra de la ética de cada persona, si no se es fiel a sí mismo, la obra vista desde una generalidad pierde coherencia y con ella personalidad. Tal vez obtenga mayores premios o reconocimientos pero eso será algo pasajero, las modas cumplen un ciclo determinado y si el artista no se esfuerza por mantenerla en la cima, probablemente desaparezca en un abrir y cerrar de ojos.

En su libro *Campo de poder, campo intelectual*, Pierre Bourdieu (1966) revela que todo creador sostiene con su obra una relación que se encuentra afectada, como se mencionó antes, por un sistema de relaciones sociales en las cuales la creación se realiza como un acto de comunicación, o cómo él lo define, por la posición del creador en la estructura del campo intelectual. Gracias a esto Bourdieu plantea que toda obra además, es creada en torno al gusto del público ya que inevitablemente la crítica condiciona a un artista, así el mismo no quiera admitirlo, las opiniones de los demás y la mirada de la sociedad sentencian los actos de cada persona. Es imposible crear una obra que no se condicione por la historia del artista o con su relación con el entorno que lo rodea.

El autor del libro *Arte contemporáneo*, Klaus Honnef afirma:

La contemplación de cada uno de los cuadros se convierte en una aventura en la que el artista se ha embarcado a realizar sus obras y que se repite en el espectador. Un arte del cambio permanente. Nada es fijo, todo se desdibuja y entremezcla (1989, p.78).

La influencia del público y la crítica dentro de una obra es un factor decisivo en el acto de creación. Entre los dos crean el sentido de la misma y le otorgan un significado posterior. La obra es creada como un proceso para exteriorizar los sentimientos y pensamientos de un autor y es leída y observada por un público que realiza una devolución acerca de la misma. Es un ida y vuelta permanente que cambia y se amolda a las necesidades de cada uno, existen tantos puntos de vistas como personas que observen la obra.

En su libro *Visionarios de la fotografía*, Mary Warner Marien destaca un grupo importante de fotógrafos que cumplen con las cualidades de poder imponer su propio estilo ante la sociedad, y no de adaptarse a los gustos de las mismas o de ser esclavos de las modas.

Afirma entonces:

Las vueltas y los giros de la vida de los fotógrafos y de sus imágenes -de hecho, todas sus obras- expresan la noción de *visionario*: un visionario no es un profeta, sino un experimentador totalmente entregado cuyas ideas y fotografías engrandecen el medio al tiempo que expanden el alcance de la comprensión humana (2015, p. 6).

De eso se trata entonces el proceso de maduración de un estilo personal. De abastecerse de lo que la sociedad brinda a cada uno pero dejarse llevar por el instinto propio, de crear y de percibir desde un modo personal, de ser un visionario como lo define Warner Marien. Encontrar un estilo es una tarea difícil y que conlleva un tiempo de maduración, tiene que ver con el reconocimiento de la personalidad de cada uno y que el artista entienda su relación con él mismo y también con el mundo. No existe un tiempo determinado ya que cada persona es diferente pero el tiempo que tarde valdrá la pena en cuanto a los resultados que se obtendrán.

Freund (2008) afirma que 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. Ante semejante cantidad de competencia en el ámbito laboral y profesional es importante encontrar una manera de comunicarse que defina a un artista, para poder destacarse y sobresalir entre el montón.

4.2 Sociedad actual: público demandante

“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. Quería decir que la gente lee cada vez menos desde que están cada vez más solicitados por los *mass media* audiovisuales (Freund, 2008, p.185).

Así se ejemplifica en el libro *La fotografía como documento social* la crisis en el momento de expansión de los nuevos medios en la década del noventa. El enfrentamiento a un nuevo tipo de sociedad regido por la comunicación mediante imágenes, las cuales cada vez se percibieron en mayor cantidad y actualmente siguen en aumento. Entonces surge el siguiente interrogante: ¿Por qué se deja de lado la palabra escrita y se toma a la imagen como un nuevo lenguaje?

Freund (2008) explica ante este dilema que la imagen es de fácil comprensión y accesible a todo el mundo. Su particularidad consiste en dirigirse a la emotividad y no da tiempo a reflexionar ni a razonar como puedan hacerlo una conversación o la lectura de un libro, es por eso que en su inmediatez reside su fuerza y también su peligro. La imagen no posee barreras lingüísticas, y por más que esté destinada a cierto público con un código oculto entre lo que se observa directamente, se puede decodificar lo principal, lo que se encuentra plasmado en una primer instancia sólo con un sentido, la vista.

Para poder percibir los detalles ocultos, el código establecido y el alma de la imagen que brinda un autor, es necesario dedicar un cierto tiempo, comprender, evaluar lo que se está observando y generar una opinión propia. Desde este punto surgen las diferentes formas de percepción de un mismo objeto que diferencian a cada persona.

En la actualidad comienza a gestarse un nuevo tipo de público, el cual es muy difícil de captar y de llamar su atención. Podría decirse que esto se debe a los nuevos medios. ¿Por qué? ¿Cómo afectan ellos a la percepción humana?. En parte esto se debe a la relación que se genera entre la tecnología y el espectador, tiene que ver con que sus interfaces consumen tiempo y energía, generan un público distraído que pretende

enfocarse en más de una cosa a la vez y termina por no enfocarse en ninguna de las miles de cosas que se encuentra haciendo realmente, generando una sociedad dispersa y de poca concentración. De este modo no es de extrañar que se comience a gestar un público que prima la instantaneidad antes que dedicar un tiempo exclusivo a la lectura.

Este tipo de sociedad no termina de comprender el verdadero significado de las cosas, porque no se detiene a observar algo si no le llama la atención; se necesita de persuasión, de una obra que impacte desde el primer momento para poder llegar a este tipo de público y de agotar todos los recursos posibles. La competencia es muy fuerte y variada, se debe luchar con las mejores imágenes para poder conseguir la atención del espectador.

Freund entonces declara que “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” (2008, p.186).

Al ser una sociedad regida por las imágenes y que le otorga poca importancia a lo escrito es más fácil que se la manipule a través de dichas imágenes, dependiendo el medio donde se las contextualice pueden cambiar su significado, o con el anexo de un título que guíe al lector puede persuadirlo de ver lo que se pretenda que vea.

Esto se debe también a la capacidad de la fotografía de despertar emociones, la imagen fotográfica no es lo mismo que un dibujo, es más creíble y por eso es el medio más utilizado por ejemplo para la publicidad. Fue el desencadenante del cine y la televisión, los cuales son utilizados para persuadir a toda una sociedad, son medios masivos de comunicación, y por ende, de manipulación.

Sumado a esto en la actualidad, la mayor parte de las personas son aficionadas a esta actividad; hoy los dispositivos de captura de imagen se encuentran en todos lados y esto genera una hiper saturación de imágenes que circulan a través de los diferentes medios

todo el tiempo. El ser humano es atacado por estos estímulos visuales todo el tiempo incluso antes de salir a la calle. Susan Sontag responde a éste fenómeno afirmando que:

Las fotografías son un modo de apresar una realidad que se considera recalcitrante e inaccesible, de imponerle que se detenga. O bien amplían una realidad que se percibe reducida, vaciada, perecedera, remota. No se puede poseer la realidad, se puede poseer (y ser poseído por) imágenes (2005, p.229).

De acuerdo con la autora, este comportamiento tiene que ver con la necesidad de coleccionar momentos, de sentirse dueño de una porción de la realidad. Por eso se explica la cantidad de imágenes circulantes, todo es tan efímero que la sociedad intenta retener de alguna manera su memoria.

Este tipo de sociedad es la que condiciona el nuevo público actual y los potenciales clientes dentro del mercado del arte. Esto quiere decir que los códigos han cambiado.

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. ... Ha ayudado a que el hombre descubra el mundo desde nuevos ángulos, ha suprimido el espacio. ... 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 (Freund 2008, p.187).

Las imágenes actualmente son el lenguaje más corriente de la nueva civilización y para poder destacarse dentro del mercado es necesario sobresalir, llamar la atención y mostrar algo innovador, que se diferencie del resto, que comunique algo especial.

Últimamente las tendencias apuntan al *remix* digital, que tiene que ver con una nueva cultura vintage. Es tan popular este movimiento ya que mueve diferentes emociones dentro del espectador por la utilización de objetos o imágenes, sonidos que traen diferentes recuerdos, las primeras consolas familiares, ruidos de conexión a internet a través del sistema de telefonía, imágenes pixeladas de las primeras computadoras, entre otros. Remiten a un pasado no tan lejano que atrae al público gracias a la nostalgia que mueve dentro de cada persona.

María Angélica Melendi en un escrito publicado en el libro *La autonomía del arte: debates en la teoría y en la praxis*, comenta acerca de esto:

En cada objeto se sobreponen camadas de recuerdos; es posible que lo primero que se perciba sea la escasa temporalidad de la cosa en si, pero, a partir de ese dato comienzan a brotar las memorias del uso, de las condiciones de uso, del lugar donde fue o pudo ser comprada, de las imágenes que casi siempre vienen junto, de las situaciones cotidianas donde ellas se incluyeron (2011, p. 445).

Por otra parte, en la actualidad el público se encuentra más incorporado a la obra, con los movimientos del *Happening* que tiene que ver con acciones artísticas que se dan sólo en un momento y lugar y que son irrepetibles e íntimas, sólo para los presentes o diferentes obras en conjunto que se realizan con el público, se demanda una coparticipación con el artista. Hacen sentir a las personas especiales y únicas, ya que ellas y sólo ellas han participado de aquel ritual que no podrá repetirse nunca más del mismo modo, han pasado a ser parte de la historia, de la vida de un artista y han sido tocadas por su obra, siendo ellos una clave para la creación de la misma.

Este fenómeno también tiene que ver con la cultura digital. Cada ser individual tiende a querer ser parte de algo, de una comunidad. Derrick De Kerckhove afirma que “desde la fotografía, se ha producido una progresiva emigración de la mente, de la cabeza a la pantalla, y posteriormente una emigración de la persona, del cuerpo a la red. Ahora llevamos el mundo donde quiera que vayamos” (2005, p.7).

Este nuevo espacio es compartido, cuando la gente se conecta a la red se relaciona con más gente que nunca. Aunque en la realidad cada uno se encuentra sólo en su propio mundo y volando por el ciberespacio, tiende a no sentirse despreciado. Encuentra un refugio y le gusta sentirse parte. Además, las nuevas aplicaciones son diseñadas a partir de un usuario y permiten que él las adopte de diferentes maneras, personalizándola para sentirse único y diferente. Hoy el público quiere interactuar, sentirse parte y sentir que el otro piensa en él y en su comodidad.

Las personas poseen una personalidad digital activa, opinan, critican, cuestionan. Allí radica en la actualidad la importancia de los nuevos espacios digitales como foros y redes sociales, en los cuales cada usuario es anónimo y no tiene miedo al desprecio o a la discriminación. Si algo no les gusta, tan solo bastará con un *click* para deshacerse de aquel comentario desafortunado.

De Kerckhove (2005) formula un planteamiento donde compara las redes sociales con el diario íntimo, y afirma que los blogs son totalmente opuestos al diario escrito, el cual poseía la función de aprender a escribir, pensar y desarrollar su identidad. Algo privado, que se mantenía para uno mismo. Hoy el diario se cuelga en la red, también se incluye un índice de lo que a cada persona le interesa, incorpora una búsqueda automática de lo que hay en el blog que le pueda llegar a interesar a otra persona. La personalidad se convierte en un compuesto de intereses que han expresado otras personas y de todos los archivos que se suben a ese blog. “depende de nosotros decidir qué queremos ser y lo importante es que somos nosotros lo que escogemos, nadie más” (2005, p.7).

Se evidencia entonces una falta de identidad privada, de localización. Quien realmente desea puede encontrar lo que sea en internet y ya no existe lugar donde esconderse. De esta manera es muy fácil vender a través de internet, conocer las tendencias, los gustos de un determinado *target*, y buscar hilos conductores dentro del mercado global.

Es una manera más fácil y rápida de realizar un estudio del campo de la sociedad y conocer sus intereses. Hoy las personas suelen quejarse sobre los *Hackers*, aquellas personas que desde otro punto remoto de la web, rompen las conexiones y las claves para poder ingresar más allá de todo lo que permite ver una persona en un perfil, sin darse cuenta que son, en la mayor parte del tiempo, ellos mismos quienes revelan todos sus gustos y apreciaciones, opiniones, y preferencias a través de su perfil y que ellos mismos y nadie más es quien genera esa falta de identidad y de privacidad propia.

Ante este nuevo público, Honnef declara:

Es singular el hecho de que con el 'cambio de gusto' salga a la luz un arte que, si bien se recupera de una pérdida, en muchos casos tenga como tema diversas pérdidas: la pérdida de los sentimientos en el mundo tecnológico, la disminución de la identidad en favor de una personalidad insegura y el distanciamiento del individuo con respecto a su propio cuerpo. Los artistas evocan estas pérdidas expresando con sus exageradas formas pictóricas aquello que añoran. Si es posible, nos invade la impresión de que su arte es tan ruidoso como la música punk, estridente, pomposa y ensordecedora (1989, p.137).

Afirma de este modo la relación del artista con su contexto y cómo el público influencia la obra. La importancia de comprender lo que pasa alrededor y trasladarlo en este caso a la fotografía, de que cada fotógrafo, pintor, músico, compositor o quien tenga una relación con el arte como medio de expresión, quiera o no se encuentra bajo influencia de la actualidad y de la realidad con la que convive día a día. Y que esto genera una necesidad a nivel global de mostrar, en general, temas muy similares desde diferentes puntos de vista, donde interviene la personalidad de cada uno. Por eso es tan importante diferenciarse, saber distinguir qué es lo que mueve a una persona y de qué manera desea ésta expresarse.

4.3 El avance de la digitalización

Así como Gursky en los ochenta tomó la digitalización como un recurso para enriquecer su obra, a medida que este medio se fue expandiendo por todo el mundo, los diferentes artistas también comenzaron a experimentar e innovar sus obras mediante la misma. ¿Por qué? Porque la digitalización abre las puertas de la imaginación y genera nuevas posibilidades, porque traspasa la barrera de la realidad y permite un nuevo juego y transformaciones nunca antes vistas.

Se analizan a continuación dos casos de fotógrafos en América Latina que utilizaron desde ese momento y aún en la actualidad los recursos digitales como una nueva técnica y les generó un éxito a nivel internacional y un posicionamiento dentro y fuera de la cultura de su país.

El primer caso a analizar es sobre el fotógrafo argentino Marcos López. La importancia de un análisis también radica, por lo que se ha explicado anteriormente, en conocer su entorno, en qué momento ha salido a la luz y por qué, cuáles fueron las causas que lo impulsaron y desde ese punto de partida, se podrá obtener una visión más amplia sobre la personalidad y la justificación de la obra de una persona, de su modo de expresión.

Sara Facio afirma en su libro *La fotografía en la Argentina* que el fotógrafo, como profesional y como artista, ocupa su espacio y si bien en la Argentina por las circunstancias históricas, políticas que se han presentado a lo largo del tiempo, ha habido una demora, se ha avanzado muchísimo y rápidamente se lograrán los niveles que ha alcanzado en los países más civilizados del planeta. "La Argentina se integra a la aldea global en esta 'carretera de comunicaciones' que ha creado el avance tecnológico, pero conservando las características que lo identifican como sociedad" (1995, p.113).

A partir de este libro de Sara Facio se puede entender mejor el contexto de esta persona y su relación con el país en que reside y el mundo entero, en este caso, cómo se engloba la fotografía argentina en una manera de expresarse y cual fue su recorrido para llegar hasta donde lo hizo.

En un punto, la autora afirma que los artistas contemporáneos en conjunto experimentan con pasión, atraídos por los vaivenes de la estética cambiante y la tentación de la copia única. Si bien no escapa a ningún buen observador que es una exigencia del mercado de arte, muchos creadores se sienten atraídos por la perspectiva de elaborar imágenes únicas por el solo hecho de crearlas, por el desafío que implica.

Retoma entonces el tema de que todos se vuelquen hacia la copia única porque es lo que demanda el mercado es muy interesante porque tiene mucha relación con el proyecto. Esto se debe a que el artista es influenciado consciente e inconscientemente por el mercado que lo rodea, lo lleva a realizar modificaciones dentro de su obra, como por ejemplo a seguir las tendencias y el cambio de la esencia de la fotografía, así nace el

mix, el collage, la unión de diferentes corrientes en una misma que refuerzan un mensaje. Y que tiene que ver con esto de ilustrar a través de sensaciones la realidad actual de cada sociedad. “Los creadores de hoy tienen necesidad de reflejar la actualidad, pero lo hacen de otra manera: la actualidad como sensación, como vivencia íntima” (1995, p.120) afirma entonces Sara Facio acerca de esto.

Se trata de cómo afectan los cambios digitales y la globalización a la Argentina y que a pesar de todo estos cambios, los artistas adaptan sus obras al contexto, les otorgan su identidad y un toque personal que diferencian las obras de un país con el resto del mundo. Los cambios no se apoderan de la obra y las características de cada persona, sino que cada artista toma esos cambios para enriquecer su forma de expresión.

Marcos López generó una revolución dentro de la fotografía argentina. Aunque el estilo es totalmente diferente al de Andreas Gursky, este fotógrafo retoma la cuestión del consumismo, se evidencia entonces cómo desde un mismo tema, a partir de los diferentes estilos personales y un cambio cultural enorme se pueden generar maneras de expresarlo muy diferentes una de otra.

La autora antes mencionada también define el contexto en el que surge este fotógrafo argentino. Hacia finales del Siglo XX la sociedad argentina se encontraba liberada de prejuicios. Se ven con entusiasmo los últimos trabajos o proyectos personales de fotógrafos ya formados en una nueva comunidad que tiene escuelas, profesionales que transmiten conocimientos en talleres y seminarios, fotogalerías donde admirar la obra de los maestros argentinos y extranjeros, una economía nacional que permite acceder a suscripciones de revistas especializadas y libros y también la posibilidad de viajar para estudiar o perfeccionarse. Se evidencia la necesidad de un avance social en cuanto a la integración de la fotografía como una profesión y cómo se quiere insertar la misma dentro del público, legitimarla e incorporarla.

Marcos López conoce la fama en aquella época, aunque su historia comienza mucho antes. Nace en Santa Fe, Argentina en 1958 y comienza a tomar fotografías a los veinte años, y cuatro años después, en 1982 obtiene una beca de perfeccionamiento otorgada por el Fondo Nacional de las Artes, por lo que se traslada a Buenos Aires y asiste a una serie de talleres de diferentes fotógrafos locales y extranjeros.

En 1984 participa en la creación del grupo Núcleo de Autores Fotográficos, junto a 12 colegas (Oscar Pintor, Pérez Aznar, Hellen Zout, entre otros). Trabajan durante tres años generando un ámbito para la discusión, la crítica y la investigación de la fotografía como medio de expresión. Junto con artistas plásticos de otras disciplinas participa en la concepción y realización de proyectos colectivos: *La Kermesse*, *Lavarte*, *La Conquista*, entre otros. Luego, en 1987 reside un año y medio en Cuba como alumno de la Escuela donde realiza documentales para cine 16 mm y video gracias a una beca que se le otorgó. Recién en 1993 se publica en Buenos Aires *Retratos*, su primer libro. Después de esto comienza a investigar con el color y desarrolla la serie Pop Latino, la cual plasmará en su segundo libro 13 años después.

A lo largo de su carrera ha dictado diferentes *Workshops*, exposiciones y charlas por todo el mundo, y ha sido premiado y reconocido en diferentes países. Sus fotografías forman parte de las colecciones del Museo Nacional de Arte Reina Sofía y el Museo de Arte Contemporáneo de Castilla y León en España, la Fundación Daros-Latinamérica en Suiza, Quai Branly, entre otras colecciones públicas y privadas.

El trabajo de este artista se destaca por incluir dentro de sus fotografías muchos aspectos que se decodifican por la cultura argentina y latinoamericana, colores brillantes, metáforas, tabúes, aspectos de culto o religiosos, el fútbol, lo bizarro y siempre una pizca de sexualidad. Pero también, Marcos López es conocido por utilizar la tecnología, a partir de su *Pop Latino*, para la fusión de diferentes fotografías en una sola con el fin de crear una perspectiva falsa y sin sentido, un impacto en el espectador del mismo modo en que

lo utiliza Gursky en su obra, aunque la obra de López no es arquitectónica o abstracta, relata desde otra perspectiva el tema de la globalización, la sociedad de consumo y la cultura de un país, en este caso tercermundista.

Sara Facio comenta también, sobre la obra de López que lo que él realiza son retratos no convencionales, con abundancia de mujeres y hombres cuya belleza habitualmente no es considerada tal por los cánones publicitarios. Afirma entonces “López las toca con su magia y el milagro se produce” (1995, p.116).

Se pueden encontrar muchas diferencias si se comparan las producciones de cada artista, pero siempre en el fondo se encuentra la misma temática. En ambas se puede percibir cómo impacta la tecnología en las diferentes partes del mundo y cómo cada persona se adapta de diferente modo a la misma, cómo utiliza los recursos para crear diferentes formas de comunicarse y que es lo que cada uno interpreta de la actualidad.

Marcos López es un gran referente de la cultura argentina y sus fotografías inspiran a todo el mundo con esa magia que describe Facio. Claramente ha encontrado su estilo personal y su forma de expresarse, y si se observa toda su obra en un conjunto se verán rasgos similares que generan un hilo conductor a través de su historia y van conformando paso a paso su personalidad, su estilo, su sello personal.

Por otra parte, para seguir con los fotógrafos latinoamericanos pero desde otro punto de vista y otra cultura, se analiza la obra del fotógrafo Sebastiao Salgado de Brasil, otro referente que, si bien se encuentra en un contexto similar socio políticamente al de Marcos López, realiza un fotoperiodismo documental diferente, en el cual en muchas de sus obras realiza agrupaciones y composiciones llenas de sujetos que en conjunto tienen un significado muy fuerte.

La idea de compararlo con Gursky es que, Salgado muchas veces fotografía las consecuencias de aquel mundo globalizado dentro de los países del llamado Tercer mundo, la explotación, el desastre ambiental, la pobreza, entre otras. Estéticamente es

muy diferente al fotógrafo alemán, por la utilización del blanco y negro y un aspecto que lo distingue, pero se encuentra otra relación de tipo conceptual en cuanto a la temática y estilísticamente en la agrupación de pequeños sujetos.

Salgado es un fotógrafo sociodocumental y fotorreportero brasileño nacido el 8 de febrero de 1944 en Aymorés. Siempre se dedicó a la economía pero en 1973, es cuando decide dedicarse a la fotografía, terreno al que llega en la adultez y de modo autodidacta.

En su carrera como fotógrafo comenzó trabajando para la agencia Gamma con sede en París para, luego, en 1979 unirse a Magnum Photos. En 1994 dejó Magnum para formar su propia agencia Amazonas Images en París y representar así su obra.

Destaca en su obra documental el trabajo de personas en países sub desarrollados y la pobreza. Ha sido reconocido y premiado en diferentes ocasiones por su trabajo, incluso en 2001 llegó a ser nominado representante especial de UNICEF por su labor. Sin embargo, también debió afrontar diversas críticas hacia su trabajo porque muchas personas consideraban que Salgado explotaba la pobreza para su propio beneficio.

El proceso que utiliza este fotógrafo es diferente y poco convencional, en una entrevista con la página *Quesabesde*, entrevistado por Morán afirma él mismo:

Trabajo con cámaras digitales, pero no sé editar en una pantalla. Sigo haciendo una plancha de contactos, edito con lupa. Después me hacen copias de lectura de trabajo. Al final del proceso produzco un negativo de 4 x5 pulgadas y copiamos con una ampliadora (28/05/2014).

En el blog Foto Club, Philippe Bachelier redacta un artículo donde se evidencia el modo de trabajo del fotógrafo, el cual es complejo y rebuscado dentro de la digitalización. Se trata de un método inusual y explica el autor entonces que dentro del proyecto *Génesis*, las imágenes se construyeron en analógico. Un grano de Tri-x es introducido con un programa digital. DXO Film Pack cumple bien ese rol. Dosificado del modo correcto para que no evidencie un aspecto artificial.

Luego de algunas semanas de un proceso de pruebas intensas sobre diferentes imágenes, los resultados son convincentes sobre los tirajes de chorro de tinta realizados

con una Epson 4800. Luego, para obtener copias analógicas a partir de imanes digitales en las que la interpretación sea fiel a las impresiones de chorro de tinta, Sebastián Salgado aprecia la calidad de estos últimos pero la copia blanco y negro en impresión digital no tiene un mercado entre los coleccionistas. Por eso, las tomas en digital, copiadas en analógico, contribuyen al resultado parejo del conjunto de la obra. Se puede apreciar entonces, cómo se guía del mercado global para tomar decisiones estilísticas que afectarán al producto final de su obra, pero que al mismo tiempo cumplen con una coherencia con lo que él narra, no se desvían del tema principal.

Philippe Bachelier aclara la importancia de este proceso:

La creación de negativos blanco y negro 4 x 5 a partir de ficheros digitales tiene una doble ventaja. Permite realizar copias baritadas tradicionales con una calidad de conservación ya probadas. Además crea un respaldo analógico muy útil en caso de pérdida de ficheros Raw (SF).

De este modo se pueden observar dos fotógrafos del lado opuesto del mundo con respecto a Andreas Gursky que utilizan las técnicas digitales para incrementar aún más el valor de su obra y son reconocidos mundialmente, han trabajado en el exterior y tomaron un lugar dentro del mercado del arte. Si bien no desde el mismo lugar que Gursky pero poseen un reconocimiento a nivel mundial, y lo que es más importante, cada uno ha podido reconocer dentro suyo un estilo con el que se sienten seguros y cómodos, que advierte también parte del éxito que tienen. La defensa de una misma manera de expresarse que genera esa coherencia necesaria entre lo que se observa como producto final y que guía todas las decisiones en torno a ello. Warner Marien afirma sobre el brasileño:

El alcance de Salgado es global en todos los sentidos. Su interpretación de los grandes desplazamientos de personas en la década de 1990, en busca de trabajo o para evitar conflictos, le llevó siete años, durante los cuales visitó treinta y siete países.

El trabajo de Salgado surge de su convencimiento de que las fotografías pueden afectar a la gente: no sólo despiertan el impulso de hacer donaciones para buenas

causas, sino que también ayudan a tomar conciencia de lo que sucede en el mundo (2015, p.257).

A partir de este punto se puede realizar una comparación, entre la obra de López y Salgado; ambos de alguna manera son documentales y desean destacar la miseria de la realidad, la vida cotidiana y los hechos que ocurren, pero la diferencia radica en la manera de expresarse de cada uno, en sus factores personales, en lo que los motiva y lo que desean conseguir con el mensaje que envían. Toda obra pretende reflexión por parte del espectador y cada una tiene un fin.

Desde otro punto de vista, por más que Gursky también muestre la miseria de este mundo globalizado, pretende una concientización por parte del espectador, un cambio por dentro y un asombro por la magnitud de la repercusión de la obra del hombre en el planeta tierra, las escalas y las dimensiones que toma su presencia en este mundo. En este sentido se acerca mucho a la obra del brasileño porque generan una conciencia por el lado de la seriedad y la documentación de cierto modo directa. López en cambio persigue un público más activo, que quiera ver más allá de lo que en realidad se muestra y donde también va dejando mensajes ocultos a partir de la composición visual y la presencia de ciertos elementos dentro de su obra.

Por otra parte, todos estos fotógrafos utilizan los nuevos medios como una ventana al mundo. Aprovechan las nuevas formas de comunicación y logran hacerse ver por sus seguidores en diferentes páginas web, *blogs*, y realizan entrevistas por *streaming*, en *youtube*. Honneth declara: “Los semiólogos han descubierto que los productos tienen tanto más éxito en el mercado cuanto con más fuerza son recomendados por la publicidad” (1989, p.173).

Podría decirse entonces, que cada artista hace publicidad de sí mismo y algunos se vuelven su propia marca, las redes sociales incrementan esta ida y vuelta con el espectador, generan una especie de vínculo con el artista y eso genera aprecio,

consideración. Quienes crean de ellos una verdadera marca aprovechan cada oportunidad de acercarse al público.

Ingresar en el mundo de la fama puede traer ventajas dentro del mercado del arte. Como bien se explicó anteriormente, el mercado sigue tendencias y modas, y muchas veces mientras más arriba se llegue, más dura y rápida es la caída. Hay que saber mantenerse dentro del mercado y no es una tarea fácil.

Dominique Baqué afirma que una de las apuestas del modernismo fue el intento determinado, obstinado, de proteger la obra de arte de la contaminación de la industria mediática, para salvar su autonomía, su aura y su pureza. Sin embargo, los años ochenta pusieron fin definitivamente a esta ambición.

La entrada de la fotografía en el campo de las artes plásticas tuvo mucho que ver en todo ello. Ya en su misma esencia de medio de masas, destinado a la masa, como justamente había diagnosticado Walter Benjamin, la fotografía se reveló como uno de los factores más poderosos de deconstrucción de la mitología modernista (2003, p.225).

Marcos López es una celebridad en sí mismo, igual que Andreas Gursky, las redes, la interacción con el público y basarse en los medios como promoción propia y de su obra son lo que eleva a un artista también dentro del mercado, venderse a uno mismo como producto para que luego compren una extensión de uno mismo.

Aquí también entra una cuestión que abarca a los nuevos medios en el proceso de crecimiento de un artista dentro del mercado, la promoción y la difusión son lo que también generan una gran audiencia, un público consumidor a través de algo más que la obra, que no se conforman con lo que ven en un museo sino que constantemente quieren y desean saber más, demandan entender qué es lo que realiza el artista en su tiempo libre, su intimidad, pensamientos y proyectos.

Capítulo 5: De Alemania al mundo

Para que exista un mercado debe haber individuos que lo sostengan, un público, curadores, críticos, prensa, artistas, compradores. Es difícil imaginar un mundo sin un mercado, sin embargo fue algo que se gestó a través del tiempo y que actualmente sigue evolucionando. Michael Langford explica el mundo de la fotografía dentro del arte describiéndola de la siguiente manera:

La fotografía artística comparte temática con otras disciplinas fotográficas; el artista ha de tener un producto, un mercado y una audiencia. Muchos fotógrafos de arte están graduados en Bellas Artes y tienen conocimientos de historia del arte contemporáneo, además de conciencia crítica sobre historia y teoría del arte. El producto, la obra, está conducido por el compromiso hacia un tema particular o estrategia visual, y puede estar vinculado a una tendencia o crítica social concreta. Un artista ha de encontrar comisarios de exposición y galeristas interesados en mostrar su trabajo, y un público que desee comprarlo (2009, p.10).

En la actualidad se observan nuevos espacios del arte, que también responden a diferentes tipos de clasificaciones, experimentales, contemporáneos dependiendo del público al cual se encuentra destinado, también existen nuevos demandantes y espectadores que realiza compras mediante los actuales medios de comunicación, como por ejemplo internet que también entra en este mundo permitiendo subastas a tiempo real con compradores de todo el mundo, de una manera más rápida y eficaz. Sin embargo, no es casualidad que el mercado siempre se posiciona en las grandes potencias, en Europa o Estados Unidos ¿a qué se debe este factor?.

Entrar en este mercado es difícil, pero mantenerse es aún peor. Con un público que demanda cada vez mayor invención y originalidad y que debido a sus costumbres por contacto con las nuevas tecnologías y el consumismo, se aburre constantemente y exige un nuevo ritmo dentro del proceso creativo del autor.

5.1 Mercado del arte

Para hablar del mercado primero hay que hablar del valor de las imágenes, y para poder cuestionar en qué radica este fenómeno se debe realizar un recorrido por la historia de la creación de las mismas y cómo éstas han llegado al mundo de las masas como se observa en la actualidad.

En el principio de la civilización, la imagen del mundo primitivo respondía a una mentalidad mágico-religiosa con el mundo mismo, la relación de imagen por habitante era escasa y siempre se la vinculaba con los rituales y los grandes acontecimientos políticos militares. Con el paso del tiempo, el aumento del índice demográfico, un mayor desarrollo técnico-social y organización, comenzaron a racionalizarse los modos productivos, generando de este modo más tiempo libre y por ende, más imágenes. Dando como resultado mayor riqueza y diversificación social, aunque aún el índice en escalas de relación imágenes por habitante eran bajos aún.

Juan Antonio Ramirez, en su libro *Medios de masas e historia del arte*, afirma que “la primera revolución cuantitativa de la imagen coincide con el paso de la civilización de la gran caza a la de los hombres pastores y agricultores, de la vida nómada a la semi-sedentaria o sedentaria” (1997, p.18) y que de esta manera, cambió también el modo de percibir las imágenes como algo profano en vez de religioso, llevándolas al hogar sin necesidad de que sea un medio expresivo único de un santuario, surgiendo de este modo el oficio de artesano especialista, quien desarrolló sus habilidades manuales en torno a esta actividad.

Si se avanza hacia la etapa Neolítica, hasta la Primera Revolución Industrial, comienza a evidenciarse un incremento aún mayor en el uso de las imágenes, surgen los sellos sobre arcilla, plantillas para decoración y tejidos. Ramirez (1997) aclara que de este modo, ya no es el objetivo obtener copias del mundo, sino copias o repeticiones de otras imágenes.

Sin embargo, su trascendencia y difusión fue limitada en relación al gran alcance que se observa en las sociedades posteriores.

La gran diversificación de estas representaciones del mundo se produce entonces en la sociedad mercantil. Gracias al comercio, se generan las condiciones para una multiplicación del número de imágenes y una competencia en torno a la diversificación. También posee una gran importancia el traslado y el entendimiento de la imagen como lenguaje universal, aportando diferentes valores y significados asociados a lo representado “la noción de imágenes buenas y malas, correctas e incorrectas toma cuerpo, con lo que la idea jerárquica arraiga fuertemente en el campo iconográfico” (1997, p.20). Comienza de esta manera un proceso de aceptación de la sociedad con respecto a este nuevo modo de comunicación. Aparece por primera vez una noción de lo artístico, de mayor calidad. Ramirez afirma entonces:

Lo que fabrican los 'artistas' es de precio elevado ... y, por lo tanto, su posesión está reservada al estamento gobernante: un cierto tipo de imágenes se sacraliza todavía más que antes al participar del valor absoluto que acompaña a las clases dominantes. La imagen 'artística' pasa ahora de instrumento para conocer el mundo natural o para su eventual manipulación (magia), a instrumento para la intervención social. La apropiación por parte de la aristocracia de la sangre y de los productos privilegiados, permite a esta clase detentar el monopolio de ciertas imágenes, utilizando el aparato de poder y los instrumentos de propaganda para relegar las imágenes más abundantes a la categoría de productos 'carentes de interés'. (1997, p.21)

En todos los casos las imágenes escasas de carácter único obtienen un precio elevado, son concebidas como elementos didácticos o políticos de propiedad colectiva y sólo las clases dominantes las poseían, para uso y disfrute personal.

Llegada la era moderna, la independencia del artista y nuevas técnicas pictóricas comienzan a tomar sentido. Termina el período medieval, el sistema feudal es reemplazado por el moderno estado centralizado, junto con la abolición de la servidumbre, el crecimiento de las ciudades y un aumento en cuanto a la circulación monetaria generan un contexto de crecimiento y libertades para los artistas y sus obras.

De este modo se fue gestando un mercado global de imágenes, se fue entendiendo el poder de las mismas y su fuerza e impacto dentro de la comunicación. En la actualidad cada país posee su propio mercado interno y uno que se relaciona con diferentes países (por ejemplo el Mercosur) y con el mundo entero.

Actualmente, según Aldo Ferrer (2006), el desarrollo en un mundo global sigue descansando en el ejercicio de la libertad de maniobra con la que cuenta cada país. Esa libertad se asume para aceptar incondicionalmente las reglas del juego establecidas, adoptar estrategias inviables o iniciar caminos alternativos de desarrollo dependiendo entonces, más de los factores internos que de las restricciones del contexto externo. Esos factores incluyen la dimensión del territorio y la población, las tradiciones culturales y políticas, la cohesión de la sociedad y la calidad del liderazgo de las elites. En definitiva, todos los factores arraigados, en primer lugar, en la realidad interna de cada país.

Argentina es un caso especial, una de las primeras capitales latinoamericanas que abrió sus puertas al arte, creando un mercado propio y relacionándose con el mercado mundial. Laura Costa Malosetti (2001) explica este fenómeno debido a que Buenos Aires en las últimas décadas del siglo XIX sufrió diferentes transformaciones con respecto a una creciente disposición al consumo cultural de burgueses que vieron crecer sus beneficios económicos significativamente. Esto generó una urgencia por acceder al prestigio, y de este modo un despliegue de actividad orientada al desarrollo de las bellas artes en el ámbito cultural urbano.

La idea principal era poder lograr un nuevo ámbito donde primara la cultura, y el desarrollo de las actividades artísticas. Entonces cuando en 1876 Eduardo Schiaffino crea la Fundación de la Sociedad Estímulo de Bellas Artes (SEBA) se genera una identificación de una serie de intereses, redes, expectativas y posicionamiento dentro del incipiente campo intelectual comunes a un grupo de artistas, que los vinculan y permiten a su vez identificarlos como protagonistas de un proceso de cambio.

En este contexto coexistieron e interactuaron diferentes individualidades que tomaron caminos distintos, decisiones contradictorias, aunque con una coherencia en las aspiraciones de esta generación de artistas en torno a cuatro temas principales: desarrollar la actividad artística en Buenos Aires creando las condiciones para su profesionalización y perfeccionamiento, implementando políticas tendientes al mejoramiento de los recursos materiales y técnicos disponibles; elevar dicha actividad artística a la categoría de actividad intelectual y promover la conformación de un público y un mercado para sus obras, incrementando la difusión a partir de la actividad periodística y procurando ámbitos específicos para su exhibición y establecer una red de vínculos con los grandes centros artísticos internacionales que dictaban los códigos de pertenencia a una dimensión mundial del arte.

Sin embargo, esta autora afirma que el ciclo dura aproximadamente veinte años y que su cierre tiene que ver con un impulso que comienza a declinar tras la intensa interacción de pintores y escritores en El Ateneo y la serie de exposiciones impulsada en el ámbito de esta asociación. La escasa trascendencia de la última exposición de El Ateneo en 1896 es el indicio de la pérdida de fortaleza y vitalidad de los proyectos artísticos del '80, que dejarán su puesto a una nueva generación de artistas que comprendan mejor el ámbito y traigan consigo ideas renovadoras para este espacio.

Por su parte, María Isabel Baldasarre reflexiona sobre los compradores de arte en Argentina y observa este decaimiento del arte desde otro punto de vista.

Para estos primeros coleccionistas el arte nacional era una apuesta a futuro, un logro que debía perseguirse por la vía del apoyo a los artistas del país. La producción de un arte argentino fue un factor necesario, imprescindible, para el estado civilizatorio que la nación parecía haber obtenido en terreno económico, educativo, inmigratorio y político hacia las últimas décadas del siglo XIX, pero de ningún modo era una conquista alcanzada. En el mismo sentido que lo enunciará José Artal, las obras producidas en este 'pueblo nuevo', 'recién nacido a la vida artística' poseían aún un estatus artístico débil frente a aquellas manifestaciones legítimas provistas exclusivamente por Europa. El arte nacional era algo que se debía ayudar a construir, pero no era aún un objeto válido para ser coleccionado. (2006, p.181)

Se entiende de este modo por qué el arte en Argentina y en América Latina es más atrasado en general, estos países del subdesarrollo son más nuevos que los del viejo continente y cuando comenzaron a gestar sus propios espacios y obras, el territorio aún debía pasar por un proceso de maduración antes de concebir, invertir y arriesgarse a estas nuevas formas. Es un proceso que lleva tiempo y que requiere tanto de la formación de los artistas como del público y los consumidores.

En la actualidad, si bien el mercado local con el mercado mundial no se encuentran a la par, se evidencia un mayor incremento en las obras de los artistas y una nueva personalidad e identidad artística en todo el continente latinoamericano.

Dentro del mercado de arte contemporáneo se observan dos divisiones en cuanto a las ofertas que se encuentran: Un mercado del arte figurativo tradicional, y otro del arte contemporáneo en sus diversas expresiones. El primero es rutinario, homogéneo, amplio y estable, en cambio el segundo es muy diversificado, inestable y dinámico, posee un público muy estrecho y evolutivo. Para cada tipo de arte existen diferentes espacios, museos y galerías, ya que responden a la variedad de demanda del público.

Depende mucho del contexto donde se funda el artista el contenido de la obra, por lo que Raymonde Moulin en su libro *El mercado del Arte*, afirma que “En lo que respecta al arte mundial en sus diversas modalidades regionales, el término 'contemporáneo' se impone como rótulo: arte contemporáneo australiano, arte contemporáneo africano (...)” (2012, pp. 34-35).

El arte es un reflejo de una sociedad en un determinado contexto, por esto mismo, en la actualidad refleja un mundo saturado de imágenes, de fotografías. Se adapta a esta nueva concepción de la comunicación dentro de un espacio y como un lenguaje universal, coexiste con nuevas ramas y formas de expresión y es por eso que se ha abierto a un nuevo universo que traspasa las Bellas Artes como se las conocía en la antigüedad (pintura, escultura, música y poesía).

El arte contemporáneo para muchas personas es inentendible aún en la actualidad, tiene que ver con los conceptos más que con un sentido directo, por esto mismo, en una entrevista con Elena Cué para el blog ABC, Francisco Calvo Serraller, reconocido crítico de arte reflexiona:

La clave principal para comprender el arte contemporáneo es la misma que para acceder al arte clásico y, en general, a todo arte: prestarle atención. Decía al respecto el escritor portugués Pessoa que “ver es haber visto”. En las artes visuales, hay que, sobre todo, mirar sin prejuicios, y casi, con solo eso, se empieza a comprender. Es verdad, que, en una parte del arte actual, cada vez más conceptual, hace falta asomarse también a las intenciones específicas del artista para una comprensión más completa. Pero no creo que haya que estudiar mucho para comprender el arte, sino, en todo caso, para explicárselo a los demás como forma de estimular su curiosidad y atención. (9/02/2016)

El nuevo público entonces tiene que poseer una mente abierta a las nuevas posibilidades y deben existir también, nuevos espacios donde mostrar e innovar con estos conceptos. Como se ha explicado anteriormente, el público actual no es el más capacitado para prestar atención y puede ser esto uno de los motivos por el desconcierto que general este tipo de arte en la actualidad y en la sociedad, simplemente no logra retenerlos ni atraparlos completamente y abandonan sin terminar de comprender el verdadero significado. Sin embargo, en cuanto a los espacios en los que se expone, cada vez son más cercanos a la sociedad en sí y no se cierran en museos o galerías específicas, se ha abierto completamente la manera de exponer las obras y se evidencia una constante evolución en la parte de innovación de esta categoría.

Por otra parte, el arte ha dado un giro y renace nuevamente en diferentes formas. Se ha dejado de lado la jerarquía de una forma de arte sobre la otra, y se han puesto a un mismo nivel estas formas de expresión, lo que permite una especie de contaminación entre ellas, esta hibridación que se mencionaba con anterioridad y abre las puertas a nuevas maneras de interpretar la globalidad del contexto del arte. Philippe Dubois, afirma entonces:

“Así como, durante lo esencial del siglo XIX, era la fotografía la que vivía en una relativa relación de aspiración hacia el arte, de igual modo, en el filo del siglo XX, será más bien el arte el que tenderá a impregnarse de ciertas lógicas ... propias de la fotografía” (2015, pp. 249-250).

Este nuevo *mix* artístico y cultural permite una ampliación del espectro de la percepción, otorga mejores resultados y nuevas características de este nuevo arte abierto e interesado por las diferentes disciplinas, el mercado amplía el horizonte y descubre que aún existen cosas sin ver, sin analizar y novedades constantemente. No todo se ha inventado aún, quedan muchas cosas por descubrir.

Se puede observar entonces cómo ha cambiado el rumbo de las obras de arte, y su articulación dentro de la sociedad. Cómo se separan los diferentes mercados a nivel local o global y qué factores inciden en la evolución y el progreso de cada uno. En la actualidad también se puede observar cómo los nuevos medios generan un nuevo cambio dentro del mercado. La mayor parte de las galerías o casas de subastas poseen una página o incluso existen sólo a través de internet y se relacionan con compradores por todo el mundo.

Internet es un mercado de competencia perfecta, entendiéndose el mismo como un espacio donde cada miembro puede ofertar y demandar libremente y entrar y salir cuando lo desee. Donde las posibilidades de competencia son iguales para ambas partes y conviven en armonía. Esto genera un cambio positivo y un mayor acercamiento del mercado a las masas. Utilizar los medios que utilizan la mayor parte de las personas es una estrategia que ha dado buenos resultados porque es fácil y comprensible para las nuevas generaciones y sin muchos costos permite un alcance mundial de una manera muy fácil de relacionarse con los potenciales clientes.

5.2 La noción del gusto, crítica

“Existe la crítica porque una obra puede ser interpretada socialmente de más de un modo” Gutiérrez Martínez (2013, p.17).

Se interpreta entonces que hay tantos modos de percibir como personas en el mundo, pero ¿por qué ciertas personas poseen una opinión con mayor peso que otras? Se sostiene que un crítico de arte, se encuentra embebido en el tema, en el arte, que es conocedor y que ha estudiado acerca de ello, por lo tanto es una profesión, como cualquier otra, en la que una persona formada especialmente para eso tendrá un punto de vista más objetivo y reflexivo que alguien que no está dedicado al tema y solamente lo percibe como algo de su interés.

La importancia de la opinión de un crítico es que le otorga, a través de ciertos valores específicos y puntos a tener en cuenta, una importancia mayor a una obra y, como consecuencia de esto, un mayor valor dentro del mercado. Ayuda a la tasación de una obra, un cuadro, una fotografía, gracias a su experiencia dentro del ámbito y un conocimiento sobre la historia y la actualidad de acuerdo a la especialidad en la cual se destaque, por sobre las demás categorías del arte.

Pierre Bourdieu (2013) plantea el poder de la mirada del otro sobre la obra de un artista, y cómo cambia el valor de las obras. Analiza entonces el recorrido desde el momento en que un patrón gobernaba sobre el artista y su libertad de creación y expresión, por lo que éste debía cumplir en detalle con lo que se le pedía, perdiendo toda independencia y autonomía sobre la obra. Su jefe era quien determinaba el lapso de tiempo, los materiales y los costos, los cuales se basaban en lo que éste consideraba que podía llegar a valer y no en las experiencias del autor, dejando de lado la técnica, los estudios y conocimientos. A medida que el campo de la producción artística gana autonomía, los pintores se encontraron cada vez más aptos por hacer ver y valorar su técnica, la manera, la forma, a

diferencia del tema que antes se les era impuesto y a partir de ese momento, les pertenece propiamente.

El público se fue adaptando a los valores de las obras de arte y a valorarlas como se debe. Incluso hoy muchas personas aseguran que esta sobrevalorado, que los precios que se manejan en el mercado del arte son desorbitantes. Frente a esta cuestión, Pierre Bourdieu afirma: “Amar una pintura es no perder dinero ... obtener un beneficio acorde con el valor de su dinero” (2013, p.245).

El comprador de una obra se rige bajo estos términos, muchos compran arte a modo de inversión, ya que su valor incrementará en los años que siguen. Pero muchos otros lo hacen sólo y por placer y muchas veces, si no se sienten seguros en cuanto a su opinión sobre el cuadro, buscan las críticas de los expertos y gracias a ellas escogen dentro del variado abanico de posibilidades, se aseguran con la opinión de una persona con un peso considerable, ya que se aseguran de comprar algo de valor al precio adecuado.

Un crítico debe estar provisto de información sobre las nuevas tendencias que se destacan dentro del mercado, los movimientos y los artistas que se destacan y nunca dejar de observar las nuevas caras que se asoman a la cima, ya que podrían ser un nuevo talento sin descubrir.

Todo es cuestión de percepción, un juego entre el espectador y el creador y un código socio cultural que defina al objeto como una obra de arte, Bourdieu (2013) también plantea que la legibilidad de una obra contemporánea varía según la relación que los creadores mantienen, en una época determinada, en una sociedad dada, con el código exigido por las obras de la época precedente, relación que es en sí misma función de la relación que el artista o, mejor, la fracción de los artistas e incluso de los intelectuales mantienen con el resto de la sociedad y en particular con los consumidores, con sus gustos y sus demandas. Esta en la capacidad de cada uno el cómo descifrar el arte.

Sin embargo, más allá del valor que el artista plantee sobre su obra, el peso de la crítica y la opinión pública lo sitúan o no dentro de un lugar de privilegio. La idea de que una persona ajena al círculo del artista, con capacidades institucionalizadas y formado en el tema opine sobre lo que percibe le otorgará mayor o menor peso y un diferente posicionamiento dentro de la escala del mercado mundial.

Sin embargo, Francisco Calvo Serraller en la entrevista a la revista española ABC cultura, realizada por Elena Cué afirma que:

Como historiador y crítico de arte, siempre he constatado que el mejor testimonio del arte te lo dan siempre directamente los artistas. He cultivado siempre como un privilegio mi amistad con los artistas. En realidad, mirar un cuadro es establecer una conversación íntima con quien lo creó. (9/02/2016)

¿Sigue siendo igualmente una mirada objetiva si se mantiene un lazo con el artista? Generan ciertas dudas, ya que al poseer una relación con la persona hay diferentes puntos que esta persona comprenderá y el resto de las personas que no conocen la intimidad del artista tal vez no lo hagan, le otorga un privilegio y un punto de vista que está guiado y condicionado por los conocimientos previos que el crítico posee de la personalidad del artista, y tal vez de lo que él le explica o habla en su entorno. Sin embargo genera una percepción diferente del cuadro y da lugar a un reforzamiento del lazo espectador-creador.

Otra característica que afecta el modo de percibir los nuevos cambios dentro del mercado del arte, se debe a las nuevas influencias digitales. Roberto Igarza, redacta:

Los usuarios más jóvenes cuentan con competencias digitales y mediáticas mucho más desarrolladas que las de las generaciones anteriores, lo que supone rehacer el camino de la investigación en muchos campos del saber para aprender acerca de los nuevos usos y revelar los factores que pueden ayudarnos a entender cómo diseñar formas más apropiadas de comunicar (2008, p.262).

Este punto de vista, si bien habla en general de todos los ámbitos de la comunicación por medio de las nuevas tecnologías, se puede adaptar al ámbito artístico, ya que permite un cuestionamiento de algún modo, de la visión de las personas adultas o mayores con respecto a las nuevas obras de arte y los medios que se utilizan para su creación o exposición. Generan un desafío y exigen mentes abiertas hacia las nuevas características que se presenten en los espacios de legitimación.

La incorporación y renovación de críticos y profesionales en cuanto a la temática de las obras de arte es necesaria. Constantemente se deben renovar las miradas y las formas de juzgar ya que es lo que la sociedad demanda en un determinado contexto. Asimismo, las diferencias en cuanto a opiniones generan una diversidad de puntos de vista que son muy importantes para poder comprender y juzgar correctamente las diferentes obras que se presentan. La enriquecen completamente, generan desafíos para los artistas y una necesidad de complacer y de renovarse, autosuperarse constantemente.

Ciertamente la crítica dentro del arte es necesaria, ya que debe haber un filtro en cuanto a lo que se muestra en los espacios de legitimación, genera la competencia e incentiva la necesidad de superarse, sentirse reconocido ante el público o de cambiar diferentes situaciones que pueden ayudar a incrementar la obra. Es una motivación y un reconocimiento para poder destacar ante un gran número de artistas de una manera global. El artista es quien tiene la última palabra sobre la obra y quien decidirá si escuchar o no las críticas constructivas, pero le aporta una opinión importante que puede ayudarlo a guiar su obra por el camino correcto.

5.3 Andreas Gursky dentro del mercado global

En la actualidad se observan diferentes espacios donde se expande el arte que va más allá de los museos. No todas las obras son legitimadas o aceptadas por los dueños de los mismos y es difícil entrar al principio de una carrera directamente a estos espacios, ya que son la cúspide máxima a donde uno espera llegar y se reservan sólo para los artistas consagrados.

Por esto mismo, los nuevos profesionales que comienzan desde la base, deciden apostar a las diferentes alternativas, más accesibles. Las más comunes son los colectivos de artistas, un grupo que se junta y hacen muestras en diferentes espacios ajenos al arte como por ejemplo bares, patios, casas, cafés, y dividen los gastos entre todos, lo que posibilita una buena inversión y pocos gastos. Generalmente son los medios más utilizados para poder ingresar en el mundo del arte, muchos críticos y especialistas merodean por este mundo *underground* en busca de nuevos talentos, y si se tienen buenos contactos se puede llegar muy lejos desde este punto.

En otro nivel se encuentran las galerías y en un escalón más arriba también las bienales son espacios donde se renuevan los artistas y se presentan nuevas tendencias. Aunque también participan los grandes artistas y entrar allí como un nuevo miembro es una tarea difícil, pero es más accesible que un museo, ya que apuestan a nuevos profesionales y realizan concursos o becas para poder financiar de un modo más simple la exposición y poder mostrar las novedades prometedoras en el mundo artístico.

Por otro lado, internet acorta las brechas entre grandes distancias, se pueden exponer las obras en la web y colgarlas en un blog y de este modo, mostrarse ante el mundo es algo más accesible a todos. En este medio tiene mucho que ver la suerte y la difusión que cada uno logre a través de los diferentes contactos para darse a conocer ante un nuevo público joven y de todas las clases sociales y características culturales. También existen canales pagos que ofrecen una difusión asegurada a determinados contactos

interesantes, que realizando una pequeña inversión puede llegar a la cartelera de personas importantes dentro de este mercado, clientes, críticos, tasadores, entre otros.

Sin embargo, cabe destacar que el mercado fotográfico es diferente al mercado del arte en general. Existen diferentes aspectos fundamentales a la hora de tasar una obra fotográfica que diferencian por ejemplo una pintura de una copia fotográfica. En una entrevista realizada por *FotoMundo* a Penélope Dixon (2014) ella afirma que lo primero a considerar es el autor, si se trata del siglo XIX el trabajo podría ser anónimo, pero si es del siglo XX debería de estar firmada la obra, de lo contrario es un problema. Lo segundo para tener en cuenta es la fecha de copia, posee mayor valor una copia mal hecha pero realizada por su autor o en años cercanos al de la toma que una copia bien hecha pero distanciada de la fecha de la toma del negativo.

Además, la copia debe estar firmada, para saber qué esperar de cada autor y también poder tener un pleno conocimiento acerca de cuántas copias existen de cada obra. La limitación es algo importante para el mercado del arte fotográfico, aunque vaya en contra de la propia naturaleza de la fotografía. Es máspreciado para el ser humano poder poseer algo único e irrepetible, que algo que ya tiene todo el mundo.

Por último, también se tiene en consideración el proceso, no importa en qué formato fue capturada la fotografía, sino sobre qué soporte fue impreso. Tiene mucha importancia que todos los materiales utilizados sean libres de ácido, ya que éste acorta los tiempos de conservación de una fotografía, con el paso del tiempo, las copias que poseen este químico van desapareciendo hasta convertirse en polvo y también las avejenta de manera considerable, las desgasta.

Cada una de estas características agrega un valor a la fotografía por eso no es de extrañar el precio de las obras de Andreas Gursky que responden a un formato de metros de longitud y en una gran calidad, con pocas copias de cada obra. En el mercado actual todo esto posee un peso significativo, sumado al perfil y la impronta tan reconocible del

fotógrafo, genera un combo que se tasa por millones de dólares con justificaciones considerables para el ámbito del mercado del arte.

Dixon, afirma “Hoy el terreno está abierto a todo, desde la obra más abstracta y contemporánea, que yo pudiera no alcanzar a apreciar completamente, hasta las instantáneas tomadas por tu abuela. Pero, claro, tienen que ser buenas” (11/10/2014).

Esto abre las posibilidades del mercado a todas las personas que quieran ingresar al mismo, se basa en creer en las capacidades y tener algo coherente y con fortaleza que ofrecer. También un poco de suerte.

El impacto de Andreas Gursky dentro del mercado tiene que ver con sus fotografías de gran tamaño, su utilización del color y la manera en que la falsa perspectiva impacta dentro del espectador, el sumergirse dentro de la obra y sentirse un ser diminuto en un universo infinito. El mensaje que el artista desea transmitir, llega con un peso y una magnitud que repercute en todo el mundo. Existen diferentes opiniones dentro del mercado sobre su obra, muchas personas reciben el impacto de diferentes maneras y es correcto que así sea. En la variedad se puede percibir una dinámica y una fuerza del mercado.

En una entrevista a Duane Michals realizada por Enrica Viganó, el fotógrafo estadounidense reconocido mundialmente por su obra en la década del setenta, critica la fotografía contemporánea y dice:

Andreas Gursky, que en este momento es el más “hot”, el más famoso, el más nuevo, en realidad es el fotógrafo más aburrido del mundo. Fotografía el interior de los supermercados, los campos de fútbol, las recepciones de los hoteles; parecen fotos de un informe anual de una empresa cualquiera, pero son enormes, por lo menos tres metros por no sé cuánto. Si redujeras las fotos de Gursky a un tiraje de 24 x 30 centímetros, podrías ver lo que realmente es: ¡aburrido! Por lo tanto es una cuestión de medidas. Además, hoy en día tienes que fotografiar en color. Y luego, la otra cualidad fundamental, es declarar que no eres fotógrafo, sino 'fotógrafo guión artista'. Porque si eres sólo fotógrafo, tus trabajos valen 5.000 dólares, pero si eres “fotógrafo guión artista”, o sea un artista que utiliza la fotografía, entonces tus fotos valen 70.000 dólares (13/06/2001).

Cuando un artista se encuentra tan expuesto al mercado existen como se menciona anteriormente diferentes críticas, y no todas son favorecedoras. La fama trae consigo gente que expresa sus opiniones y a quienes les gusta y a quienes no les gusta lo que el artista realiza. Ante esta opinión es necesario analizar diferentes variables. Duane Michals es un ícono de la fotografía de los setenta, en la actualidad es un hombre de más de 80 años que añora la fotografía fotoquímica. Andreas Gursky actualmente ronda los 60 años y esta diferencia en la edad se nota.

Michals se caracteriza por tener un estilo más conservador que Gursky y totalmente diferente, cuando el alemán comenzó a probar suerte con los nuevos medios digitales, el fotógrafo estadounidense ya poseía un estilo maduro y un sello distintivo, utiliza técnicas manuales, habla de los sueños y los sentimientos. Por lo que probablemente sea difícil para él comprender lo que demanda el público actual, entender a la sociedad y al público que se gesta hoy, que interactúa de un modo más frío y lejano.

Por otra parte, Michals realiza el hecho que hoy exista una diferencia entre fotógrafo y fotógrafo-artista. Es una mirada interesante y que refleja lo que realmente sucede. Hoy existen dos tipos de artistas. André Roullié (1996) define al fotógrafo-artista como una persona que se sitúa en el espacio del arte, aunque es diferente ya que la fotografía modela su visión, define su universo, marca las pautas de sus opiniones estéticas. Por otra parte, percibe a la post-fotografía, como artistas para los cuales la fotografía es una materia privilegiada. Trabajan sobre el campo del arte en la fotografía.

Las diferencias son mínimas pero significativas. Existen diferentes métodos de utilizar la fotografía como un arte y de aceptarla como tal, tiene que ver con la manera de utilizarla, si priorizar el valor fotográfico o de utilizarla como un recurso más dentro de la obra como un total. Esto se gesta a partir de la influencia de la fotografía dentro del arte y de la aceptación del público a las nuevas tecnologías. De las posibilidades estéticas que brinda la fotografía dentro del nuevo campo intelectual y cultural.

Se trata entonces de la comprensión de las nuevas formas de arte, mirar sin miedo, otorgarle un sentido a lo que se observa y sacar las propias conclusiones. En su libro *Arte y técnica en los siglos XIX y XX*, Pierre Francastel reflexiona acerca de la aceptación de las nuevas formas artísticas en comparación con las nuevas tecnologías por parte del público:

No se puede minimizar el valor revolucionario de ese arte. El público acepta si acaso bastante rápido un nuevo objeto que le proporciona una nueva manera de comportarse y una fácil solución a ciertos problemas de la vida práctica. Mucho más difícilmente recibe un nuevo objeto figurativo, precisamente porque ese objeto modifica más profundamente ... sus capacidades de actuar y de interpretar el mundo exterior. (1990, p. 277)

Con estas reflexiones, Francastel compara la aceptación de las nuevas tecnologías y del arte por parte del público y explica porque es tan simple aceptar un cambio en aquel ámbito antes que en lo abstracto, y de este modo también se explica de que manera las nuevas tecnología afectan a todos los ámbitos en los que interfiere el hombre y cómo éste comprende de que manera utilizarlo para incrementar el potencial de sus creaciones. En este caso, al artista para aumentar el valor agregado de una obra de arte, o una fotografía.

Conclusiones

Actualmente existen nuevas y diferentes técnicas que se gestan a través de una sociedad que se encuentra en continuo cambio. El mercado se adapta a estas nuevas formas de comprender el mundo, ya que responden a la sociedad en la que se encuentran y a la manera de ver de cada artista. Lo que hoy prevalece como tendencia es la adaptación a las nuevas tecnologías, su uso y su evolución.

Por otra parte, las diferentes maneras de percibir el cambio se nutren tanto del futuro como también del pasado. De todo lo que vendrá y de cómo lo hará a modo de una película de ciencia ficción y también de la nostalgia por lo que pasó, pero no en un pasado lejano, sino de la velocidad con la que todos estos cambios acontecen en la vida de las personas y de la rapidez con la que los tiempos y la sociedad cambia y se amolda a nuevas tecnologías. Se intenta revivir todo lo que se ha dejado atrás en un período de aproximadamente entre cinco y diez años y todo lo vivido por las personas. Estos dos planteos generan un movimiento interno dentro del espectador, que es lo que el artista plasma e intenta comunicar para que cada uno reflexione sobre el rumbo que la vida esta tomando.

A través de este Proyecto de Grado se puede comprender de qué manera reacciona el mercado a los cambios socio culturales, y que para poder sobrevivir dentro del mercado del arte será necesario adaptarse a los mismos. Algo importante es que para poder establecerse dentro del mismo y en la cima por un tiempo prolongado, a través del análisis del caso de Andreas Gursky, se percibe que si un artista es fiel a su estilo personal y busca una impronta que lo distinga del resto podrá encontrar su lugar y un método que funcionará para reconocerse dentro de sus creaciones.

Sin embargo, el mercado es efímero y probablemente para permanecer dentro de él deba ir renovándose continuamente. Es importante cuidar la estética deseada o el concepto que se transmite, pero la vida también cambia y la personalidad y la intimidad de cada

artista también. Existen diferentes ciclos dentro de la vida de cada persona que se transmitirán de diferentes modos y lo ideal es apoyarse en observar también los cambios que se producen dentro del entorno de cada uno para crear una conexión entre las tendencias y lo que se mueve en el interior de cada artista.

Reside en la importancia de innovar, de ser original y tratar siempre de superarse a uno mismo, por eso tiene que ver con el proceso de maduración de una persona, de ir reconociendo errores dentro de las obras y escuchar las críticas y los aportes de las personas ajenas a la obra para mejorar y sobrepasarse.

En cuanto a los diferentes espacios que existen en la actualidad para poder difundir la obra, es importante tenerlos en cuenta. Internet y las nuevas plataformas dentro de este medio generan un acceso fácil para cualquier persona en todas partes del mundo, generando un mercado de competencia perfecta que debe aprovecharse al máximo e intentar sacar un provecho de las oportunidades que allí se encuentran. Quien busca encuentra y se trata de crear oportunidades, de generar necesidades mediante la persuasión al público y de ir insertando de a poco las obras dentro de la mente del consumidor.

Además, lo que permite Internet es una integración de los países, ya que no posee importancia el lugar desde el que uno cree una obra sino de la manera en que lo transmite, no existen límites geográficos en las nuevas interfaces y uno puede comunicar sus pensamientos a cualquier parte del planeta. Esto es importante ya que elimina las barreras socio culturales y la imagen, al ser un lenguaje universal puede leerse, desde diferentes concepciones, por cualquier persona en el mundo entero.

Diego Levis afirma entonces que:

Las tecnologías de comunicación y simulación digital, más allá de la propaganda, abren paso a la aparición y desarrollo de nuevos mecanismos de integración ciudadana que contribuyen a establecer lazos culturales y de solidaridad entre las personas y entre grupos de personas pertenecientes a comunidades nacionales, étnicas o religiosas diferentes. De este modo, al favorecer la aparición de nuevas formas de socialización y de integración entre los individuos pertenecientes a

diferentes contextos geográficos y culturales, los medios digitales pueden contribuir a construir nuevas formas de cohesión social. (2007, pp.9-10)

Si bien los códigos culturales que se impregnen en la obra del autor dictarán el rumbo de la lectura que el espectador deba realizar, existen significaciones que pueden ser leídas por todas las personas y un código visual estilístico que prima ante todo.

Todo este proceso llevará tiempo y se deberá invertir tiempo y dinero en un proceso inicial, pero la búsqueda del estilo para poder prevalecer es algo que vale la pena explorar para poder perfeccionarse y prevalecer en un futuro dentro del mercado global, para esto es importante nutrirse de experiencias, de cultura, de libros, de obras artísticas, generar nuevas oportunidades e ir incursionando dentro del mercado, de a poco.

La importancia de la educación del artista tiene que ver que cuanto uno más informado se encuentre, más tendrá para aportar a la mirada del otro. El espectador tendrá una lectura más profunda acerca de factores que se encontrarán ocultos en un concepto con múltiples lecturas. Es importante un impacto principal que enfoque al público a pararse enfrente a la obra del artista, pero también una lectura que le permita enfocarse y permanecer un tiempo analizándola, reflexionar y llevarse un mensaje.

Este Proyecto de Grado a través de la investigación por la cual llegó a realizarse pretende ser útil para los futuros profesionales que incursionarán dentro de la fotografía y del mercado del arte. Ser una guía para que el lector comprenda el recorrido de un ejemplo como Andreas Gursky y pueda crear su propio camino a partir de diferentes concepciones sobre cómo se encuentra la sociedad actual inmersa en la tecnología, la relación de Argentina y su participación con el mercado mundial y que también pueda llegar a conclusiones propias mediante su análisis.

El objetivo se ha cumplido y la idea de crear un aporte para las siguientes generaciones y que sea de ayuda para los nuevos emprendedores en el área fue constituida a través de diferentes entrevistas, lecturas en blogs, libros, artículos, que mediante un análisis

determinado de cada caso contribuyeron a generar conclusiones sólidas y un recorrido por la fotografía, el autor, el mercado del arte y la digitalización y la importancia de cada individuo dentro del sector correspondiente.

Anexo Imágenes seleccionadas



Figura 1: *Ratingen*. Andreas Gursky Fuente: MoMA © 2016 Derechos de artistas Sociedad (ARS), Nueva York / VG Bild-Kunst, Bonn



Figura 2: *Ratingen Puntos de convergencia*. Fuente: original MoMA intervenida por autora



Figura 3: *Paris Montparnasse*. Fuente: MoMA Figura 1: Ratingen. Andreas Gursky Fuente: MoMA © 2016
Derechos de artistas Sociedad (ARS), Nueva York / VG Bild-Kunst, Bonn



Figura 4: *Acercamiento Paris Montparnasse*. Fuente: MoMA intervenida por autora



Figura 5: *Acercamiento Paris Montparnasse*. Fuente: MoMA
intervenida por autora

Referencias bibliográficas:

Acosta, L. C. (2014). *Fotografía experimental, del haluro de plata al píxel*. [Proyecto de graduación]. Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. [En línea]. Disponible en: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/2765.pdf

Aparici Marino, R. (2010). *La construcción de la realidad en los medios de comunicación*. Madrid: UNED.

Bachelier, P. (SF). *Sebastiao Salgado y la fotografía digital I*. [Posteo en blog]. Disponible en: <http://www.fotoclub.org.uy/Articulos/sebastiao-salgado-y-la-fotografia-digital-ii.html>

Baldasarre, M. I. (2006). *Los dueños del arte*. Buenos Aires: EDHASA

Baqué, D. (2003). *La fotografía plástica*. Barcelona: Gustavo Gili

Barthes, R. (2015). *La cámara lúcida*. Buenos Aires: Paidós

Benjamin, W. (2003). *La obra de arte en la era de su reproducción técnica*. México D.F: Editorial Itaca

Biancucci, M. (2009). *Fotografía y arte. Desarrollo del lenguaje fotográfico como arte*. [Proyecto de graduación]. Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. [En línea]. Disponible en: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/2153.pdf

Bourdieu, P. (1966). *Campo de poder, campo intelectual. Itinerario de un concepto*. Buenos Aires: Montessor.

Bourdieu, P. (2004). *El amor al arte. Los museos europeos y su público*. Buenos Aires: Paidós.

Bourdieu, P. (2012). *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Buenos Aires: Taurus.

Bourriaud, N. (2004). *Postproducción. La cultura como escenario: modos en que el arte reprograma el mundo contemporáneo*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo.

Bratland, O. J. (2009). *La transformación fotográfica* [Proyecto de Grado]. Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. [En línea]. Disponible en: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/1968.36606

Candida Höfer: «No soy una fotógrafa de arquitectura, veo mis obras como retratos de espacios» (2016, enero 24). ABC Cultura. [Revista en línea]. Disponible en: http://www.abc.es/cultura/arte/abci-candida-hofer-no-fotografa-arquitectura-obras-como-retratos-espacios-201601240309_noticia.html

Colombo, J. S. (2012). *La desconfianza latente, credibilidad de la imagen en la era del Photoshop*. [Proyecto de graduación]. Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. [En línea]. Disponible en: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/908.pdf

Cuarterolo, A. (2007). El retrato fotográfico en el siglo XIX. Un espejo de lamentalidad burguesa. *Experiencias y propuestas en la Construcción del Estilo pedagógico en Diseño y Comunicación*. 15, 72-77.

Cuarterolo, A. (2013). *De la foto al fotograma. Relaciones entre cine y fotografía en Argentina. (1840- 1933)*. Montevideo: CDF ediciones.

Costa Malosetti, L. (2001). *Los primeros modernos*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica

Cué, E. (9/02/2016). Entrevista a Francisco Calvo Serraller [posteo en blog]. Disponible en: <http://abcblogs.abc.es/alejandradeargos/2016/02/09/entrevista-a-francisco-calvo-serraller/>

De Kerckhove, D. (1999). *La piel de la cultura*. Barcelona: Gedisa.

De Kerckhove, D. (2005, Noviembre). Los sesgos de la electricidad. *Artnodes* [Revista en línea]. Disponible en: <http://www.uoc.edu/inaugural05/esp/kerckhove.pdf>

Debray, R. (1994). *Vida y muerte de la imagen*. Barcelona: Paidós

Facio, S. (1995). *La fotografía en la Argentina. Desde 1840 a nuestros días*. Buenos Aires: La azotea

Ferrer, A. (2006). *Hechos y ficciones de la globalización*. Buenos Aires: Fondo de cultura económica de Argentina.

- Fontcuberta, J. (1990). *Fotografía: conceptos y procedimientos. Una propuesta metodológica*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Fontcuberta, J. (1997). *El beso de Judas*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Fontcuberta, J. (2010). *La cámara de Pandora*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Fontcuberta, J. (2011). Por un manifiesto postfotográfico. (2011, 11 de mayo). *La Vanguardia*. [Diario en línea]. Disponible en: <http://www.lavanguardia.com/cultura/20110511/54152218372/por-un-manifiesto-posfotografico.html>
- FotoMundo. (11 de octubre de 2014). *Entrevista a Penélope Dixon*. [Posteo en blog]. Disponible en: http://www.peneloped.com/articles_collecting/FotoMundoArticle.swf
- Francastel, P. (1990). *Arte y técnica en los siglos XIX y XX*. Madrid: Debate
- Freund, G. (2008). *La fotografía como documento social*. Barcelona: Gustavo Gili.
- González, V. (2009, julio). Más que una imagen grande... *Barzón*, 10, 190-201.
- Gorostiaga, J. (2012). *La percepción como medio del desarrollo del individuo*. [Proyecto de graduación]. Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. [En línea]. Disponible en: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectorgraduacion/archivos/1126.pdf
- Gutiérrez Martínez, L. D. (2013). *La crítica del arte en el contexto social*. [Revista en línea]. Disponible en: <http://entretextos.leon.uia.mx/num/13/PDF/E13-Art2.pdf>
- Hacking, J. (2015). *Fotografía. Toda la historia*. Providencia: Contrapunto.
- Honnet, K. (1989). *Arte contemporáneo*. Buenos Aires: Taschen.
- Igarza, R. (2008). *Nuevos medios. Estrategias de convergencia*. Buenos Aires: La Crujía.

- Incorvaia, M. (2013). *La fotografía. Un invento con historia*. Buenos Aires: Aula Taller.
- Jurado, M. (2009). Axel Hütte: "La fotografía es como el lenguaje, hay muchas cosas que no se pueden decir". *Ñ*. [Revista en línea]. Disponible en: http://edant.revistaenie.clarin.com/notas/2009/08/04/_-01971561.htm
- Koetzle, H. M. (2011). *Fotógrafos de la A a la Z*. Buenos Aires: Taschen.
- Langford, M. (2001). *La fotografía paso a paso. Un curso completo*. Madrid: Hermann Blume
- Langford, M. (2009). *Tratado de fotografía. Guía para fotógrafos*. Barcelona: Omega
- Laurent, J. (2004). *La imagen digital. De la tecnología a la estética*. Buenos Aires: La marca.
- Levis, D. (2007). *Pantallas tecnómades*. Buenos Aires: IDES- Centro de Antropología Social.
- Machado, A. (2010). *El paisaje mediático*. Buenos Aires: Libros del Rojas.
- Manovich, L. (2005). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación*. Barcelona: Paidós
- Manovich, L. (2008). *Comprender los medios híbridos*. Buenos Aires: UNLP. Disponible en: http://fba.unlp.edu.ar/lenguajemm/?wpfb_dl=63
- Moulin, R. (2012). *El mercado del arte*. Buenos Aires: La marca editora.
- Morán, I. (28 de mayo de 2014). Para que la fotografía tenga sentido hay que tener un compromiso. [Posteo en blog]. Disponible en: http://www.quesabesde.com/noticias/sebastiao-salgado-entrevista-genesis_11814
- Núñez, J. I. (2014). *La fotografía intervenida. Uso y abuso del photoshop*. [Proyecto de graduación]. Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. [En línea]. Disponible en: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/2744.pdf
- Ramirez, J. A. (1997). *Medios de masas e historia del arte*. Madrid: Cátedra.

Rouillé, A. (1996). *Los límites de la fotografía*. París: AFAA.

Schianchi, A. (2014). *El error en los aparatos audiovisuales como posibilidad estética*. Buenos Aires: El Aleph

Sívori, M. B. (2013). *Fotografías con identidad. Análisis de la obra de Marcos López y su Pop Latino*. [Proyecto de graduación]. Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. [En línea]. Disponible en: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/2869.pdf

Sívori, S. (2013). *La fotografía publicitaria. La retórica al servicio del diseño de piezas gráficas para el éxito comercial*. [Proyecto de graduación]. Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. [En línea]. Disponible en: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/2519.pdf

Sontag, S. (2005). *Sobre la fotografía*. Madrid: Alfaguara.

Toro Aguilar, K. A. (2013). *Sobre impresiones de una ciudad. Una perversión al estatuto fotográfico*. [Proyecto de graduación]. Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. [En línea]. Disponible en: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/2412.pdf

Varela, M. (2009). *Él miraba televisión, You Tube. La dinámica del cambio en los medios*. Buenos Aires: La Crujía.

Viganó, E. (13 de junio de 2001). *Duane Michals: Para que una fotografía sea considerada como arte sólo cuenta el tamaño*. [Revista en línea]. Disponible en: <http://www.elcultural.com/revista/arte/Duane-Michals-Para-que-una-fotografia-sea-considerada-como-arte-solo-cuenta-el-tamano/191>

Warner Marien, M. (2015). *Visionarios de la fotografía*. Barcelona: Blume.

Zahalsky, S. M. (2012). *Las relaciones públicas en el arte. Estrategias para un nuevo escenario*. [Proyecto de graduación]. Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. [En línea]. Disponible en: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/542.pdf

Zanini, M. P. (2015). *La creación artística. La obra fotográfica a través de la historia*. [Proyecto de graduación]. Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. [En línea]. Disponible en: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/3259.pdf

Bibliografía:

Acosta, L. C. (2014). *Fotografía experimental, del haluro de plata al píxel*. [Proyecto de graduación]. Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. [En línea]. Disponible en: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectorgraduacion/archivos/2765.pdf

Aparici Marino, R. (2010). *La construcción de la realidad en los medios de comunicación*. Madrid: UNED.

Bachelier, P. (SF). *Sebastiao Salgado y la fotografía digital I*. [Posteo en blog]. Disponible en: <http://www.fotoclub.org.uy/Articulos/sebastiao-salgado-y-la-fotografia-digital-ii.html>

Baldasarre, M. I. (2006). *Los dueños del arte*. Buenos Aires: EDHASA.

Baqué, D. (2003). *La fotografía plástica*. Barcelona: Gustavo Gili

Barthes, R. (2015). *La cámara lúcida*. Buenos Aires: Paidós.

Benjamin, W. (2003). *La obra de arte en la era de su reproducción técnica*. México D.F: Editorial Itaca

Berger, J. (2006). *Sobre las propiedades del retrato fotográfico*. Barcelona: Gustavo Gili.

Biancucci, M. (2009). *Fotografía y arte. Desarrollo del lenguaje fotográfico como arte*. [Proyecto de graduación]. Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. [En línea]. Disponible en: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectorgraduacion/archivos/2153.pdf

Bignami, A. (1993). *Apuntes para una teoría del Arte*. Buenos Aires: Letra Buena.

Bourdieu, P. (1966). *Campo de poder, campo intelectual. Itinerario de un concepto*. Buenos Aires: Montessor.

Bourdieu, P. (2004). *El amor al arte. Los museos europeos y su público*. Buenos Aires: Paidós.

Bourdieu, P. (2012). *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Buenos Aires: Taurus.

Bourdieu, P. (2013). *El sentido social del gusto*. Buenos Aires: Siglo veintiuno editores.

Bourriaud, N. (2004). *Postproducción. La cultura como escenario: modos en que el arte reprograma el mundo contemporáneo*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo.

Bratland, O. J. (2009). *La transformación fotográfica* [Proyecto de Grado]. Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. [En línea]. Disponible en: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/1968.36606

Candida Höfer: «No soy una fotógrafa de arquitectura, veo mis obras como retratos de espacios» (2016, enero 24). ABC Cultura. [Revista en línea]. Disponible en: http://www.abc.es/cultura/arte/abci-candida-hofer-no-fotografa-arquitectura-obras-como-retratos-espacios-201601240309_noticia.html

Colombo, J. S. (2012). *La desconfianza latente, credibilidad de la imagen en la era del Photoshop*. [Proyecto de graduación]. Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. [En línea]. Disponible en: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/908.pdf

Cuarterolo, A. (2007). El retrato fotográfico en el siglo XIX. Un espejo de la mentalidad burguesa. *Experiencias y propuestas en la Construcción del Estilo pedagógico en Diseño y Comunicación*. 15, 72-77.

Cuarterolo, A. (2013). *De la foto al fotograma. Relaciones entre cine y fotografía en Argentina. (1840- 1933)*. Montevideo: CDF ediciones.

Costa Malosetti, L. (2001). *Los primeros modernos*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica

Cué, E. (9/02/2016). Entrevista a Francisco Calvo Serraller [posteo en blog]. Disponible en: <http://abcblogs.abc.es/alejandradeargos/2016/02/09/entrevista-a-francisco-calvo-serraller/>

De Kerckhove, D. (1999). *La piel de la cultura*. Barcelona: Gedisa.

De Kerckhove, D. (2005, Noviembre). Los sesgos de la electricidad. *Artnodes* [Revista en línea]. Disponible en: <http://www.uoc.edu/inaugural05/esp/kerckhove.pdf>

Debray, R. (1994). *Vida y muerte de la imagen*. Barcelona: Paidós

- Dubois, P. (2015). *El acto fotográfico y otros ensayos*. Buenos Aires: La marca editora.
- Dolinko, S. (2011). *La autonomía del arte: debates en la teoría y en la praxis*. Buenos Aires: CAIA.
- Eco, H. (1995). *Apocalípticos e integrados*. Barcelona: Lumen.
- Facio, S. (1995). *La fotografía en la Argentina. Desde 1840 a nuestros días*. Buenos Aires: La azotea
- Faroki, H. (2015). *Desconfiar de las imágenes*. Buenos Aires: Caja Negra editora.
- Ferrer, A. (2006). *Hechos y ficciones de la globalización*. Buenos Aires: Fondo de cultura económica de Argentina.
- Fontcuberta, J. (1990). *Fotografía: conceptos y procedimientos. Una propuesta metodológica*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Fontcuberta, J. (1997). *El beso de judas*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Fontcuberta, J. (2010). *La cámara de Pandora*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Fontcuberta, J. (2011). Por un manifiesto postfotográfico. (2011, 11 de mayo). *La Vanguardia*. [Diario en línea]. Disponible en: <http://www.lavanguardia.com/cultura/20110511/54152218372/por-un-manifiesto-posfotografico.html>
- FotoMundo. (11 de octubre de 2014). *Entrevista a penélope dixon*. [Posteo en blog]. Disponible en: http://www.peneloped.com/articles_collecting/FotoMundoArticle.swf
- Francastel, P. (1990). *Arte y técnica en los siglos XIX y XX*. Madrid: Debate
- Francisco Calvo Serraller: «En el Prado, lo excesivo y lo excepcional marcan una pauta irrepetible» (2016, febrero 6). ABC Cultura. [Revista en línea]. Disponible en: http://www.abc.es/cultura/arte/abci-francisco-calvo-serraller-prado-excesivo-y-excepcional-marcan-pauta-irrepetible-201602061827_noticia.html
- Freund, G. (2008). *La fotografía como documento social*. Barcelona: Gustavo Gili.

- González, V. (2009, julio). Más que una imagen grande... *Barzón*, 10, 190-201.
- Gorostiaga, J. (2012). *La percepción como medio del desarrollo del individuo*. [Proyecto de graduación]. Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. [En línea]. Disponible en: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/1126.pdf
- Gutiérrez Martínez, L. D. (2013). *La crítica del arte en el contexto social*. [Revista en línea]. Disponible en: <http://entretextos.leon.uia.mx/num/13/PDF/E13-Art2.pdf>
- Hacking, J. (2015). *Fotografía. Toda la historia*. Providencia: Contrapunto.
- Igarza, R. (2008). *Nuevos medios. Estrategias de convergencia*. Buenos Aires: La Crujía.
- Incorvaia, M. (2013). *La fotografía. Un invento con historia*. Buenos Aires: Aula Taller.
- Jurado, M. (2009). Axel Hütte: "La fotografía es como el lenguaje, hay muchas cosas que no se pueden decir". *N.* [Revista en línea]. Disponible en: http://edant.revistaenie.clarin.com/notas/2009/08/04/_-01971561.htm
- Koetzle, H. M. (2011). *Fotógrafos de la A a la Z*. Buenos Aires: Taschen.
- Langford, M. (2001). *La fotografía paso a paso. Un curso completo*. Madrid: Hermann Blume
- Langford, M. (2009). *Tratado de fotografía. Guía para fotógrafos*. Barcelona: Omega
- Laurent, J. (2004). *La imagen digital. De la tecnología a la estética*. Buenos Aires: La marca.
- Levis, D. (2007). *Pantallas tecnómades*. Buenos Aires: IDES- Centro de Antropología Social.
- Levis, D. (2009). *La pantalla ubicua: televisores, computadoras y otras pantallas*. Buenos Aires: La Crujía.
- Machado, A. (2010). *El paisaje mediático*. Buenos Aires: Libros del Rojas.

- Machado, A. (2015). *Pre-Cine y Post-Cine: en diálogo con los nuevos medios digitales*. Buenos Aires: La marca editora.
- Manovich, L. (2005). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Manovich, L. (2008). *Comprender los medios híbridos*. Buenos Aires: UNLP. Disponible en: http://fba.unlp.edu.ar/lenguajemm/?wpfb_dl=63
- Morán, I. (28 de mayo de 2014). Para que la fotografía tenga sentido hay que tener un compromiso. [Posteo en blog]. Disponible en: http://www.quesabesde.com/noticias/sebastiao-salgado-entrevista-genesis_11814
- Moulin, R. (2012). *El mercado del arte*. Buenos Aires: La marca editora.
- Núñez, J. I. (2014). *La fotografía intervenida. Uso y abuso del photoshop*. [Proyecto de graduación]. Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. [En línea]. Disponible en: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectorgraduacion/archivos/2744.pdf
- Piñeiro, A. G. (2014). *Posar o ser sorprendido*. Buenos Aires: Ministerio de Cultura del gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.
- Ramirez, J. A. (1997). *Medios de masas e historia del arte*. Madrid: Cátedra.
- Rouillé, A. (1996). *Los límites de la fotografía*. París: AFAA.
- Schianchi, A. (2014). *El error en los aparatos audiovisuales como posibilidad estética*. Buenos Aires: El Aleph
- Silva, A. (1999). La familia en el álbum de fotografía. En Bayardo, R. (Ed.) y Lacarrieu, M. (Ed.). *La dinámica global/local. Cultura y comunicación: nuevos desafíos*. (p.187-205). Buenos Aires: La cruzja.
- Sívori, M. B. (2013). *Fotografías con identidad. Análisis de la obra de Marcos López y su Pop Latino*. [Proyecto de graduación]. Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. [En línea]. Disponible en: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectorgraduacion/archivos/2869.pdf

Sívori, S. (2013). *La fotografía publicitaria. La retórica al servicio del diseño de piezas gráficas para el éxito comercial*. [Proyecto de graduación]. Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. [En línea]. Disponible en: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/2519.pdf

Sontag, S. (2005). *Sobre la fotografía*. Madrid: Alfaguara.

Toro Aguilar, K. A. (2013). *Sobre impresiones de una ciudad. Una perversión al estatuto fotográfico*. [Proyecto de graduación]. Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. [En línea]. Disponible en: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/2412.pdf

Varela, M. (2009). *Él miraba televisión, You Tube. La dinámica del cambio en los medios*. Buenos Aires: La Crujía.

Viganó, E. (13 de junio de 2001). *Duane Michals: Para que una fotografía sea considerada como arte sólo cuenta el tamaño*. [Revista en línea]. Disponible en: <http://www.elcultural.com/revista/arte/Duane-Michals-Para-que-una-fotografia-sea-considerada-como-arte-solo-cuenta-el-tamano/191>

Ward, P. (1997). *Composición de la imagen en cine y televisión*. Madrid: Instituto Oficial de Radio Televisión Española

Warner Marien, M. (2015). *Visionarios de la fotografía*. Barcelona: Blume.

Williams, R. (2011). *Televisión. Tecnología y forma cultural*. Barcelona: Paidós.

Zahalsky, S. M. (2012). *Las relaciones públicas en el arte. Estrategias para un nuevo escenario*. [Proyecto de graduación]. Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. [En línea]. Disponible en: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/542.pdf

Zanini, M. P. (2015). *La creación artística. La obra fotográfica a través de la historia*. [Proyecto de graduación]. Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. [En línea]. Disponible en: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/3259.pdf

Zaragoza, M. I. (2008). La imagen digital, expresión artística y modalidades de producción a través de la utilización de herramientas tecnológicas. *Huellas, búsquedas en arte y diseño*. 6. [Revista en línea]. Disponible en: http://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/2563/zaragozahuellas6-08.pdf

