

El retrato fotográfico

Del estudio de caracter a la caracterización de estudio

MARINA CALDERONE

Una gran sorpresa se produce a menudo cuando vemos el resultado de esa operación a la que tantos nos hemos sometido.

Charles Dickens, sobre el retrato fotográfico.

El poder de las imágenes tiene hoy una importancia sin precedentes. Esta importancia está basada en una larga tradición occidental. Las imágenes, desde la antigua Grecia, han tenido una presencia importantísima en la construcción de paradigmas culturales.

...La tarea del diseñador es la de conocer la manera en que estas imágenes operan, y la manera en que son entendidas...

Jorge Frascara

1. Los comienzos. Veracidad e inmortalidad

En agosto de 1839, **Francois Arago** presentó al daguerrotipo ante el Instituto Francés, advirtiendo sus potenciales aportes a las ciencias por su capacidad de registro exacto de la realidad. Nadie podía suponer que este proceso se convertiría en un excelente negocio con un fin tan poco científico como el retrato comercial. En ese momento el largo tiempo de exposición hacían prácticamente imposible el registro de un rostro pero, con el rápido desarrollo de los materiales, este inconveniente fue superado. "En 1839 el tiempo necesario de exposición era de 15 minutos. Un año después bastaban 13 minutos a la sombra. En 1841 esa duración queda reducida a 2 o 3 minutos y en 1842 se requieren entre 20 y 40 segundos. Uno o dos años más tarde, la duración de la pose había dejado de ser un obstáculo para la realización del retrato fotográfico".¹

Así, en la década de 1840 el daguerrotipo, como medio rápido, exacto y novedoso de producir retratos se expandió por todo el mundo. Las grandes ciudades europeas y americanas² contaron con importantes galerías o estudios. Esta inmediata aceptación no sorprende ya que el retrato, en todas sus variantes artísticas, desde la pintura al óleo hasta las más accesibles miniaturas, estaba enraizado en los sectores medios y acaudalados de la población occidental. Y por consiguiente, tampoco es una casualidad que los primeros daguerrotipistas, en general, provinieran del ambiente de la pintura y trasladaran sus conocimientos compositivos a la nueva técnica. Pero su búsqueda se orientaba hacia una imagen fidedigna, donde la pose lo era todo, por lo que prevaleció la monotonía sobre el estilo individual.

En 1854, **André Adolphe Eugène Disderí** (1819 - 1889) patentó en París un procedimiento para producir pequeñas fotografías, en un formato aproximado de 5 x 9 cm., sobre papel, copiadas por contacto. Para ello utilizaba una cámara que le permitía registrar una serie de 8 retratos tomados en secuencia, "el aparato fotográfico había democratizado el retrato de manera definitiva. Ante la cámara, artistas, sabios, hombres de estado, funcionarios y modestos empleados, son todos iguales".³

Las pequeñas fotos se montaban sobre cartulinas de 6 x 10 cm. y eran llamadas cartes de visite, aunque es dudoso que se utilizaran mucho como tales. Fueron el tipo de retrato de moda en los primeros tiempos de la fotografía en papel, a partir de una muy acertada estrategia que atrajo la imaginación popular. Disderí convenció a Napoleón III de que posara para una fotografía en mayo de 1859, fotografía que copió y vendió por cientos.

John Jabex Edwin Mayall, viendo el éxito de Disderí, fotografió a la reina Victoria y al príncipe Alberto en el Palacio de Buckingham un año después, en 1860. También vendió fotografías en cantidad y cuando murió Alberto (1861) la gente se disputaba las tarjetas como recuerdo.

El álbum de fotografías pronto hizo acto de presencia en todas las salas victorianas. Se llenaban de retratos de familiares y amigos, y de miembros de la realeza y personajes célebres.

Pero al mismo tiempo que los famosos posaban ante la cámara, los fotógrafos creaban una enciclopedia visual de personajes no tan eminentes. Apuntando al interés por la antropología despertado en estos años, aparecían tomas de indígenas, como la de una mujer zulú en el rol de noble salvaje y fenómenos de circo.

Las cartes de visite fueron la primera industria de comunicación de masas, barata y asequible para todos. Perdieron su popularidad en la primera década del siglo XX.

Toda la obra de Disderí estuvo orientada a la producción masiva de retratos, sin intentar la mínima representación visual de la personalidad del modelo. Pero en sus antípodas se ubicó otro francés, **Gaspard Félix Tournachon**, conocido como **Nadar** (1820 - 1910). Periodista y caricaturista dedicado a la fotografía a partir de 1853, su obra es una de las más profundas de la historia de la fotografía. «A quien mejor retrato es a quien mejor conozco», así define su intención de plasmar en una toma fotográfica la esencia de una personalidad.

Sus retratos generalmente son de plano cintura sobre un fondo plano, las manos del sujeto ocultas o fuera de cuadro. Pero el elemento más original es la luz, «el sentido de la luz, el arte de las diferentes formas de iluminar y sus combinaciones», según él mismo definió. En sus comienzos utilizó luz natural dirigida lateralmente, el cuerpo en penumbra destacaba poderosamente el rostro iluminado. Mas adelante se convirtió en uno de los pioneros en el uso de la luz eléctrica.

Vivió en París, cuando esta ciudad fue centro de las vanguardias del pensamiento y las artes. Su estudio se convirtió rápidamente en centro de reunión del insipiente movimiento impresionista. Muchos de estos artistas fueron retratados por Nadar, como Manet y Courbet, también músicos como Liszt, Rossini, Wagner y escritores como Víctor Hugo y George Sand.

Marcó un hito en la historia del retrato público, al realizar en 1886, una entrevista fotográfica que publicó *Le Journal Illustré*⁴.

En tanto, una mujer, **Julia Margaret Cameron** (1815 - 1879), fotógrafa inglesa nacida en Calcuta, India, provocaba, hacia 1863, una ruptura con los cánones convencionales, ya que sus retratos «flou» resultaron inaceptables en un momento en que la nitidez lo era casi todo. La carencia de equipos adecuados fue responsable de la poca nitidez de sus tomas y la convirtió en fundadora del estilo que se conoce como pictorialismo. Asimismo, la luz, en su función estética, fue motivo de experimentación y elemento destacado de sus tomas.

Pionera del retrato de primer plano. Como muchos victorianos, era partidaria de la frenología, que creía que la inteligencia y el carácter podían ser evaluados por la forma de la cabeza, por lo tanto su propósito al acercar la cámara al sujeto era «recoger fielmente la grandeza del hombre interior, no solo la del exterior». Sus perfiles de Darwin y Tennyson y los estudios del rostro de Sir Herschel simbolizaban esta forma de abordar su trabajo.

En 1874 el poeta Alfred Tennyson le encargó uno de sus trabajos más importantes, las imágenes para su libro «*Idilios del Rey*», donde todos sus modelos fueron amigos y aldeanos de Yarmouth, su pueblo.

En la segunda mitad del siglo XIX, y a partir de la fotografía sobre papel⁵, la demanda se incrementó notablemente y los precios bajaron. También creció la competencia debido al mayor número de profesionales y, por lo tanto, bajó la calidad del producto ofrecido.

En 1888, la **Eatsman Kodak** presentó la cámara Kodak nº 1, que contaba con película en rollo de papel para 100 fotos. De esta manera se populariza el retrato familiar para las clases más acomodadas. El jefe de cada familia se convierte así en la persona encargada de registrar las expresiones de su clan.

2. El siglo XX. El retrato se impone en los medios

La primer década del siglo XX dio a la fotografía, y por extensión a la retratística, la reafirmación como medio expresivo.

Exploró en los sentimientos, buscó representar características personales y se valió para ello de la iluminación y de los elementos del lenguaje visual. Así, el retrato, llegó a su madurez como género del arte fotográfico. Sobre estas bases se desarrollaría hasta nuestros días.

Un importante pilar para su desarrollo fue la naciente industria cinematográfica en Hollywood y las revistas ilustradas de circulación masiva, muchas de ellas dedicadas al mundo del espectáculo que fueron grandes consumidoras de retratos. Excepto extraordinarias ocasiones, las tapas de las revistas de actualidad, de interés general y las femeninas, optan desde entonces por la publicación de un rostro.

Hasta entonces, el retrato se realizaba por iniciativa del fotógrafo, en búsqueda de un tema, tanto como por encargo del modelo. Pero a partir de las revistas, surgió una nueva intención, el retrato para comunicar a un público masivo el sentido o significado de una personalidad.

Esta nueva función social del retrato tuvo al menos dos consecuencias, el fotógrafo mantenía su libertad creativa sin un compromiso directo con el modelo - como surge de un pedido- y su obra alcanza difusión masiva al publicarse.

Por otro lado, en el siglo XX, luego de períodos de intenso rechazo como el victoriano, el cuerpo se convierte en protagonista ⁶. El cuerpo humano ha sido siempre un producto social, pero la producción se intensifica y acelera en este siglo, durante el cual se establece el concepto de «cuerpo publicitario» resaltado por los medios, con el cuerpo-trabajo de los movimientos obreros de 1910 y el cuerpo-batalla de los hitlerianos de 1940, hasta llegar a su versión mercantil y soft en los '80, que hace de él una herramienta altamente rendidora, templo de íntimo bienestar y el medio del éxito individual.

Estas dos condiciones convergen para acentuar los grandes cambios comunicacionales del retrato que se iniciaron con Disderi y sus cartes de visite.

La imagen del actor

El concepto de estrella nació en 1910 respondiendo a la despiadada competencia entre productoras cinematográficas. La vida íntima de los actores, sus escándalos, sus entretenimientos, se constituyeron en nuevas películas que se proyectaron directamente sobre la mente del público. Películas en las cuales también se hizo uso del lenguaje fílmico: maquillaje, vestuario, gestos, luces, argumento, etc.

El actor se convirtió desde entonces en mercancía que entra por los ojos y se proyecta sobre nuestras conciencias con ineludible carga ideológica. El Star System se traduce en un mecanismo más que lingüístico, y si es verdad que en la ilusión del personaje se cimienta toda la estructura narrativa del cine, también es un hecho que detrás del personaje, se cuenta con esta otra imagen, tan o mas fuerte que la anterior en su función mitificadora, creada por la maquinaria publicitaria de Hollywood y las revistas del corazón.

Grandes mitificadores de Hollywood

Baron Adolf Gayne de Mayer, 1869 - 1946. Transformó la fotografía de modas de mero documento en interpretación creativa. En los años 20 se convirtió en el retratista preferido de Vogue, Vanity Fair, Harpe's Bazaar e inauguró un nuevo estilo en los retratos del mundo del espectáculo. Estos no son estudios de carácter: lo único que reflejan son la vanidad y la belleza superficial del retratado. Sus técnicas para favorecer a los protagonistas desde entonces forman parte del lenguaje fotográfico elemental, como el contraluz y la luz filtrada por medio de gasas.

George Hurrell, 1904 - 1992. El trabajo de este fotógrafo fue fundamental en la historia de Hollywood. Pintor en sus comienzos, buscó en la fotografía una fuente de ingresos. Sus primeros retratos ilustraban reseñas periodísticas. Estas fotografías le abrieron las puertas de la Metro Gold-

win Meyer en la segunda mitad de la década del '20, donde desarrolló su estilo único en el arte de la retratística y definió la fotografía de glamour, convirtiendo -según sus propias palabras- personas hermosas en fantasías. El manejo de las sombras, el cabello en cascada, fueron sellos distintivos de su obra, así como la iluminación a la vez suave e intensa. Greta Garbo, Gloria Swanson, Bette Davis, Erol Flint, Marlene Dietrich, Shirley Temple, Clark Gable, Barbara Stanwick, Raquel Welch, hasta Broock Shield, Sharon Stone y Key Richard, son algunas de las grandes estrellas que durante casi 80 años pasaron delante de su objetivo.

Sir Cecil Beaton, 1904 - 1980. En 1929 fue contratado por Vogue para tomar retratos de las celebridades del mundo del espectáculo. Retrató entre otros a Fred Astaire, Greta Garbo, Gertrude Lawrence. Se caracterizó por crear escenarios muy artificiosos, carentes de realidad, cargados de accesorios, que supusieron en este momento una ruptura drástica con la tradición. También fue el fotógrafo de la familia real británica, desde 1937. Después de la segunda guerra, su estilo comenzó a desfasarse de las nuevas propuestas visuales. Aunque en forma particular, durante los 60 y 70, fotografió personajes de la talla de Mick Jagger.

Norman Parkinson, 1913 - 1990 . Aunque es conocido como fotógrafo de modas, adquirió una importante reputación como retratista gracias a los trabajos realizados para Vogue. La poderosa presencia de John Huston en un juego de cartas, durante el rodaje de Moby Dick (1955), o la elegancia atemporal de Ava Gardner con su atuendo sin hombros, son ejemplos de como el artista supo captar en una fracción de segundo la esencia del retratado.

Richard Avedon, 1923. El debut de Avedon en la fotografía coincidió con el renacimiento de París tras los años de guerra como centro de la moda y de la cultura. Tanto la moda como el retrato han competido por su atención. Sus trabajos aparecieron en Harper's Bazaar desde 1945 y durante 20 años y en Vogue desde 1966. Fue el primer fotógrafo en inyectar vida y movimiento a un género antes estático y formalizado.

Retrató a Marilyn Monroe, a los Windsor, a Charles Chaplin, como a otras celebridades y figuras destacadas del poder, despojando la escena de elementos, ajustando el encuadre y centrando su atención en establecer una conexión con el modelo, al cual según sus palabras « son gentes a las que conozco, siento y temo».

Tradición argentina

En una sociedad que sentía una fuerte atracción y admiración por los valores culturales de la vieja Europa, fue absolutamente natural que se tomara de ésta el modelo estético fotográfico. No se tuvo la intención de conformar una vanguardia, encontrar un estilo o hacer una escuela diferenciada de lo que se proponía desde los centros de poder cultural. En los comienzos los retratistas de mayor renombre eran europeos o norteamericanos, y los criollos que abrazaron la profesión fueron formados por estos inmigrantes.

Nuestro país no se mantuvo ajeno a las alternativas culturales de la primera mitad del siglo XX.

El retrato fotográfico tuvo su época de oro acompañando el desarrollo de la industria cinematográfica nacional.

En la obra **Annemarie Heinrich** -probablemente la fotógrafa argentina más proficua- se ven reflejados importantes momentos de la sociedad argentina. Buena parte de la mitología del espectáculo, del cine, del teatro y de la danza, deben la perdurabilidad de sus gestos y del volumen de sus figuras a su talento para hacer de dos simples focos - al principio, apenas unos tachos-, los elementos modeladores y creadores. Su presencia en la fotografía argentina desde fines de la década del '20, jerarquizó el arte fotográfico.

Anatole Saderman pertenece también a este período. Amante de la luz ambiente, del modelado que produce la luz de una ventana, de la calidez de las expresiones que van surgiendo naturalmente, trabajó con el espíritu de un poeta, en lo que se puede calificar como el período romántico de la fotografía nacional.

Otros grandes nombres de la retratística argentina son los de Fernando Paillet, Grete Stern y más cercanos los de Sara Facio y Alicia D'Amico.

3. El retrato contemporáneo

El desarrollo de la industria de la imagen se ha encargado de regular el proceso de imaginación.

El deseo de inmortalidad y la búsqueda de veracidad que caracterizaron al siglo XIX y los principios del siglo XX, no constituyen los propósitos del retrato actual. Hoy por hoy, la producción y consumo de imágenes es mayor que en ningún otro momento de la historia social gracias a los incansables avances tecnológicos. Esta conversión del mundo en imágenes se relaciona con la paulatina mercantilización del universo, la realidad para poder ser vendida y comprada tiene que materializarse en imagen - imagen en directo, imagen de producto, imagen del candidato.

El retrato público contemporáneo se caracteriza por lo falto de personalidad, consecuente con una determinada intención comercial o con la función de control ejercida por estereotipos culturales. Así, el retrato resulta ser una iconografía topográfica⁷ de signos culturales preestablecidos que se adapta a las necesidades del consumidor. Su función no es la mostrar un ser humano único, sino la de reafirmar una personalidad definida culturalmente. Siguiendo este concepto, los modelos cambian año a año y aún semanalmente según la necesidad, y son inventados y transmitidos por los medios de comunicación.

La construcción de imágenes falsas, hechas de atributos prefabricados, controla cuidadosamente cada uno de los elementos y sus roles, los que son repetidos y sostenidos para influir, conducir y fortalecer una opinión pública que las consume indiscriminadamente.

El retrato político.

Soberanos de todas las épocas han controlado la producción artística destinada a su trascendencia e inmortalización. Con este control - estatura, contextura, edad, mirada - se delineaba el perfil del rey sol, del soberano deificado, y la construcción de su imagen en la memoria colectiva, coherente a su mandato divino. Los egipcios representaban a sus faraones en colosos de piedra, fuera de toda medida humana. En sus tela, Le Brun hacía del minúsculo Luis XIV un gigante. La monarquía absolutista cuidó meticulosamente el arte de lo imaginario. Enrique IV, Luis III y Luis XIV no se hicieron representar por azar como Apolo, Hércules o Júpiter. La heroización por la imagen - cuadros, monedas, medallas, tapicería, grabados - responde a un programa. Luego con la aparición de la imprenta y la estampa, para controlar los factores de riesgo, Enrique II y Carlos IX instituyeron monopolios y delegaciones de poder para ocuparse de todo lo referente a la efigie del príncipe. En 1839, con la aparición de la fotografía, la política se casó con la técnica. Pero la imagen mecánica no era tan cortesana y restituía la apariencia corriente de un hombre corriente, desmitificaba y era ingrata. La fotografía era un arma de doble filo. Los primeros en comprenderlo fueron los regímenes totalitarios. En la década del 30, Stalin enviaba a Siberia a cualquiera de sus fotógrafos autorizados que permitiera la publicación de una foto suya no revisada por él y no retocada. La oficina de asuntos culturales de Adolf Hitler, creada en 1933, consideró que en los retratos de **August Sander** no estaban representados los ideales germánicos y por lo tanto confiscó los negativos. El dirigente comunista rumano Nicolae Ceaucescu, llegó al límite durante los '70, haciéndose incluir por fotomontaje en todo acto público si esta aparición lo beneficiaba.

En occidente, mientras tanto, el lenguaje publicitario se extendía paulatinamente al mundo de la política.

En 1967, el filósofo francés **Guy Debord** escribió su texto «La sociedad del espectáculo», donde auguraba, adelantándose a nuestros días, que en el campo político los votantes serían concebidos como espectadores que -básicamente- contemplaban la apariencia de los actores políticos. En este supuesto se enmarca «la fabricación marketinera» de candidatos. El electorado es el target y el candidato, el producto que se ofrece, por lo tanto son contruidos a imagen y semejanza de lo que se supone desean los votantes, a partir de la elaboración de un brief donde se resumen los objetivos comunicacionales, el público objetivo al cual dirigirse, el posicionamiento subjetivo en la mente del electorado, etc. Cientos de asesores trabajan su discurso y su aspecto. Se establecen condiciones por testeo de audiencia: parecer honesto, imagen familiar tradicional, verse como un votante más, las manos deben aparecer a la vista, etc. Se busca moldear al representante según el representado, fundir el signo en la cosa. El alma en el cuerpo.⁸

Existe una importancia creciente de los elementos no verbales del mensaje que el marketing calcula. Y esto se evidencia en que aquellos indicadores de distancia utilizados hace unos años en

el retrato político (P.G.C. a P.Pe, decoración austera, símbolos patrios, etc.) fueron reemplazados por decorados menos oficiales, ángulos mas favorecedores y planos más cortos - el P.P.P. sobre un rostro marca la máxima intimidad-, buscando fascinar con el acercamiento.

4. Principios básicos del retrato

Ya sea una simple fotografía de identidad o bien como una forma de expresar los valores morales de un individuo, el retrato ocupa, como vimos, un importante lugar dentro de la fotografía. Y a lo largo de los años y según las diversas corrientes y autores, admitió múltiples y variadas propuestas estéticas y fue utilizado con fines diversos. A partir de estos postulados, estética y objetivos, podemos intentar una clasificación.

A medida que la fotografía se desarrollaba, los objetivos de la retratística se fueron sucediendo cronológicamente, sumándose los nuevos a los existentes.

Comercial. Se realiza a pedido del interesado con fines familiares o sociales. Puede ser en estudio o al aire libre, con diversidad de fondos o decorados, la iluminación se aplica de forma correctora para disimular ciertos rasgos o bien, en forma que acentúe otros. La expresión del sujeto está dirigida a producir un efecto positivo, por lo tanto es común la sonrisa. Las cartes de visite dieron comienzo al retrato comercial.

Estudio de carácter. Interpreta visualmente una personalidad y llegó a definirse como la representación psicológica del sujeto, por lo tanto supone un profundo conocimiento del modelo por parte del fotógrafo, para que el resultado sea revelador de su personalidad y su carácter. Es necesario el dominio de la técnica fotográfica, el lenguaje compositivo y el manejo de la iluminación en su aspecto técnico y estético. Puede realizarse tanto en estudio como en el entorno personal o laboral del modelo, incluso al aire libre. David Hill y Robert Adamson, Nadar, Étienne Carjat, Gustave Le Grey y Margaret Julia Cameron, cada uno con su estilo, en la segunda mitad del siglo XIX, establecieron las bases del estudio de carácter.

Identificadorio. Su prioridad es obtener el parecido del sujeto. Se realiza siempre en estudio y utiliza un fondo neutro plano, con iluminación formal sin grandes sombras modeladoras y el sujeto mantiene un gesto neutro en posición de frente, perfil o tres cuartos perfil, sin accesorios que distraigan la atención u oculten parte de la fisonomía. Este uso institucional del retrato se origina en 1872, al crearse en Francia el Servicio Judicial de Fotografía de Identidad ⁹.

Periodístico. El sujeto es fotografiado sin preparación previa en el lugar donde se encuentra. Lo que busca es registrar un gesto o expresión que sea coherente con lo que la persona significa, con lo que hace o dice y hasta con lo que el fotógrafo, o el medio para el que trabaja, opina sobre ella. En 1886 un medio francés publica la primer entrevista fotográfica de la historia.

Publicitario. Las técnicas utilizadas son variadas y la propuesta visual dependerá del mensaje que se quiere transmitir. Al servicio de éste estará la técnica fotográfica, el lenguaje compositivo y el manejo de la iluminación en su aspecto técnico y estético, como así también la aplicación de trucos, montajes y la hábil operación de procesadores digitales de imágenes. Hay que tener presente que nada es fortuito o irrelevante dentro del plano de la fotografía publicitaria, el significado podrá ser advertido conciente o inconcientemente.

La industria cinematográfica dió los primeros pasos en este sentido.

Otro de los aspectos a destacar es la relación proporcional entre sujeto y encuadre, y la manera en que interactúa con otros elementos secundarios o complementarios del entorno.

Primerísimo Primer Plano. Algunos fotógrafos lo denominan close-up. Es una fotografía de aproximación donde se encuadran los elementos mas significativos de la fisonomía - los ojos, nariz y boca.

Primer Plano. Es el retrato por excelencia, comprende la cabeza en su totalidad incluyendo cuello hasta la clavícula. La expresión o el gesto lo es todo. Hasta mediados del siglo XX podía incluir las

manos apoyadas en el rostro. El fondo aparece generalmente desenfocado o neutro.

Plano Pecho. Comprende la cabeza en su totalidad hasta el busto, nombre con el que también se lo conoce en otras artes visuales.

Plano Cintura. El sujeto aparece en el encuadre hasta la cintura, por lo tanto lo acompaña una porción mayor del entorno, entonces otros elementos cobran significado junto con la expresión (ropas, posición de brazos y manos, objetos, etc).

Plano Americano. Plano originado en la cinematografía, donde el encuadre del sujeto fluctúa sobre los muslos.

Figura Entera. Supone representar a la persona en su totalidad física, sus proporciones y volúmenes, la expresión del cuerpo tiene un papel protagónico. En este plano de presentación, como en el anterior, el entorno del sujeto dice tanto sobre él como él mismo.

Los grandes fotógrafos, desde los orígenes de la fotografía, no solo no disputaron con las vanguardias pictóricas, sino que se promovieron mutuamente.

Pictorialismo Esta corriente tiene sus inicios en la obra de **Margaret Cameron** y se extiende durante la primera década del S. XX. Su línea estética bajaba del Photo-Club de París. Poseía un corpus de rígidos conceptos de encuadre, composición e iluminación, compendiados en 1899 por **Robert Demachy**, un prestigioso integrante de la escuela. Se buscaba dotar a la fotografía de un aire impresionista¹⁰. Se caracterizó por el uso de lentes blandas para desvanecer la definición de la imagen y por la escenificación de inspiración alegórica. En Argentina, **Fernando Paillet**, revela la poderosa influencia de esta estética en obras como «Amor Maternal», 1906.

Fotosecesión o grupo de la 291¹¹, Este grupo neoyorquino, liderado por **E. Steichen y Alfred Stieglitz**, fue centro de una revolución que surgió del interior mismo del movimiento pictorialista. Entre 1904 y 1917 se recorre un camino entre las formas pictorialistas consagradas a la «*confluencia consciente entre documento social y bellas artes*» a través del concepto de objetividad. Es en la organización de la objetividad donde aparece la visión que el fotógrafo tiene de la vida y es imprescindible contar con una concepción formal producto de su emoción y su intelecto. El motivo debe ordenarse para que expresen las causas de las que son efecto.¹² Esto implicaba interrogar y explorar el fenómeno a fotografiar para descubrir los orígenes culturales complejos detrás del dato visual inmediato, una actitud nueva en la conciencia de los artistas. Se destacó, entre otros, **Paul Strand**, que gustó de los retratos frontales que implican respeto e integridad, con personajes que expresan sus propias ideas, como el retrato de «Archie MacDonal» (1954). **Kertész**, «Joven durmiendo», 1912.

Las vanguardias. Los comienzos del nuevo siglo dieron lugar a las vanguardias artísticas. Estas corrientes artísticas que se inclinaban hacia una ruptura de las normas vieron la versatilidad de la fotografía en este sentido. Las técnicas de laboratorio -como el efecto Sabattier o solarización¹³-, el fotomontaje, la doble exposición y la velocidad de obturación, permitieron experimentar en la obtención de retratos según los cánones estéticos de movimientos como el surrealismo, el dadismo, el futurismo.

Man Ray (1890-1976). En 1934 edita su libro surrealista de la fotografía **La edad de la luz**, con textos poéticos de Paul Eluard, André Bretón, Marcel Duchamp y Tristan Tzara, en el cual incluye fotografías realizadas en París desde 1920. El título de la obra se apoya casi exclusivamente en el motivo de la luz artificial que sustituye al sol y convierte las imágenes en figuras oníricas. En los capítulos Los rostros de la mujer y Hombres en el Espejo, con textos de Breton y Duchamp respectivamente, el artista enfoca su objetivo en la exploración del retrato.

Fotografía viva. El retrato sociológico, la interpretación de una situación o de condiciones sociales a través de la representación del rostro humano, de sus gestos, fue lo que caracterizó a este estilo. A partir de 1932, el trabajo de **Dorothea Lange** (1895-1965) impuso esta estética, que identifica toda la obra de la Farm Security Administration, proyecto gubernamental para la seguridad rural que contaba con un archivo histórico. Este relevamiento es reflejo y sintetiza el momento histórico durante la gran crisis económica de los Estados Unidos.

Nuevo Documentalismo. Esta estética, inspirada en la frontalidad de larga tradición en la fotografía norteamericana, se interesa en la década del '50 por fotografiar personas en la calle, en sus casas o ambientes cotidianos. **Diane Arbus** (1923- 1971) fue pionera en este estilo. En la Argentina, se consolida recién en 1974, con la obra de **Sara Facio** y **Alicia D'Amico**, Retratos y Autoretratos¹⁴, con fotografías de escritores e intelectuales latinoamericanos.

Popart. La civilización del consumo se convierte en objeto artístico. Los temas dominantes se extraen de las revistas ilustradas populares, de la publicidad, los comics, de los mitos y los ídolos del rock, del cine, de la televisión, de la iconografía comercial, de la cultura de masas. Se reafirma el carácter de producción en serie de forma mecánica y la fotografía ya no es solo un medio para la obtención de imágenes, sino que forma parte de la obra artística.

Andy Warhol. (1928 - 1987) En el marco de este estudio del retrato para diseñadores el trabajo de Warhol es sin duda un punto de inflexión. Introdujo la fotografía en su arte, no ya como modelo, sino de forma visible como fragmento de la realidad. El retrato seriado, la repetición, refleja la constante presencia de la persona pública -estrellas de cine, políticos, delincuentes¹⁵- en los medios masivos. Todos ellos poseían un valor simbólico en la conciencia colectiva de la sociedad americana.

Personalidades como Elizabeth Taylor, Marilyn Monroe, Elvis Presley, Marlon Brando, personificaban el ideal de belleza y éxito, e irradiaban un componente sexual provocador, que contrastaba con la inocencia de la imagen hollywoodense de los años 30 y 40. Estas imágenes y su significado, fueron convertidos en iconos de la era de la civilización de masas.

Durante la década del 70, acompañando los movimientos sociales y con el avance en las tecnologías de impresión y reproducción, el retrato fotográfico es aplicado en diversos productos de consumo. Así, los retratos de Ernesto Che Guevara, Charles Manson, John Lennon, son exhibidos en prendas de vestir, calcos para automóviles y posters, mitificados a tal punto que hoy han perdido su verdadero significado.

Citas

- (1) Jorge Frascara Jorge, El poder de la imagen, reflexiones sobre comunicación visual, Ed. Infinito, 1999
- (2) Gisele Freund. La fotografía como documento social. G.G. España 3o Ed. 1983
- (3) En 1842, John Bennet, instaló el primer estudio de Montevideo, Uruguay. Un año después, hizo lo mismo John Elliot, en Buenos Aires. Ambos eran americanos. También en 1843, el impresor porteño Gregorio Ybarra importó directamente desde Francia dos equipos para daguerrotipos, anunciando en La Gaceta Mercantil su intención de instalar una galería de retratos, aunque no existen pruebas de que lo haya concretado.
- (4) Gisele Freund. La fotografía como documento social. G.G. España 3o Ed. 1983
- (5) En 1886, cuando se celebró el centenario del químico Michel-Eugene Chevreul, Nadar le hizo un reportaje mientras su hijo Paul hacía las tomas, siendo esta la primer entrevista fotográfica de la historia. Pero muchos otros méritos tiene la obra de este fotógrafo, como haber utilizado la iluminación artificial para fotografiar las catacumbas de París y en 1858, abordo de un globo aerostático, realizar las primeras tomas aéreas.
- (6) William Henry Fox Talbot es el inventor del calotipo en 1841, sistema casi simultáneo al daguerrotipo, que consistía en un negativo en papel que se copiaba, por contacto, sobre una hoja de papel también sensibilizada. Debido a las fibras de este material, la calidad de la imagen, en términos de definición y contraste, era muy inferior al daguerrotipo. Pero con la posterior posibilidad de sensibilizar un material rígido y transparente como el vidrio (Frederick Scott Archer, 1851), el sistema negativo / positivo adquirió una nueva dimensión: calidad de imagen y multiplicidad de copiado.
- (7) No es coincidencia que el deporte se reinstale en la cultura social a partir de 1906, fecha de las primeras Olimpiadas modernas, luego de dos mil años de olvido.
- (8) Es necesario recordar ciertas definiciones conceptuales para interpretar esta frase. El ícono es un signo que tiene conexión física con el objeto que indica, al que hace referencia en virtud de

su semejanza y/o de sus propiedades, según define Umberto Eco en su libro Signo. Según Morris (1946) un signo es ícono en cuanto posee las propiedades de su denotado.

El conjunto de particularidades de determinada configuración superficial es lo que la Real Academia Española define como topografía.

(9) Régis Debray. El estado Seductor, Ed. Manantial, 1995

(10) En 1890 se establece el método Bertillon de fotografía judicial, que propuso la conjunción del retrato de perfil y de frente, con las descripciones antropométricas y descripción de los rasgos característicos del individuo, para su fidedigna identificación.

(11) La primera muestra de un pintor impresionista, Claude Manet, se exhibió en el estudio fotográfico de Nadar en París.

(12). La Photo Gallery Secesion, en el «291» de la Quinta Avenida, N.Y.

(13) Paul Strand, La Fotografía, 1917

(14) A causa de sus similitudes estas dos técnicas de laboratorio a veces son confundidas. La solarización es la inversión completa de la imagen debida a una sobreexposición de unas 1000 veces, pero dada la tolerancia de los materiales actuales, es muy difícil de conseguir. El efecto Sabattier se produce cuando un material parcialmente revelado es expuesto nuevamente a la luz y se continúa el revelado, dando como resultado una imagen con partes positivas y otras negativas. Donde se reúnen las dos aparece una clara línea subrevelada que las divide (línea Mackie).

(15) Esta fue una experiencia editorial que reunía imágenes y textos de 21 escritores de América Latina. Las fotografías, en 1993, se exhibieron en el Centro Pompidou de París.

(16) Los retratos de Los trece hombres mas buscados se basan en fotografías policiales del FBI sacadas del archivo criminal, fotos de delincuentes, en cada caso una vista de frente y de perfil.

Bibliografía

Catalá Doménech, Josep M.. La violación de la mirada, FUNDESCO,1993 Debray, Régis. El estado seductor, Editorial Manatial, 1995

Eco, Umberto. Signo, Editorial Labor, Barcelona 1994

Enciclopedia Planeta de la Fotografía, Editorial Planeta - De Agostini, Barcelona, 1987

Facio, Sara. Fotografía en la Argentina. Editorial La Azotea, 1995

Fotomundo No 296, diciembre 1992,

Frascara, Jorge. El poder de la imagen, reflexiones sobre comunicación visual, Editorial Infinito, 1999

Freund, Gisele. La fotografía como documento social, Editorial Gustavo Gili, 1983 Haime, Hugo. Votando imágenes, Editorial Tesis, 1988

Haus, Andreas. Man Ray. Fotografías. Editorial Gustavo Gili, 1980

Honnef, Klaus. Andy Warhol. El arte como Negocio. Editorial Taschen, 1991 Técnicas de los grandes fotógrafos, Editorial Hermann Blume, 1983

Viva, la revista de Clarín, no 1196, 4/4/99, pag. 30 a 42, autores varios.