

**UNIVERSIDAD DE VALLADOLID**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, JURÍDICAS Y DE  
LA COMUNICACIÓN**



---

**Universidad de Valladolid**



# **FOTOGRAFÍA: ARTE Y PUBLICIDAD**

**GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS**

CURSO 2018-2019

AUTOR: DANIEL MARTÍN DE BLAS

TUTOR: JESÚS FÉLIX PASCUAL MOLINA  
(SEGOVIA, 4 de MARZO de 2019)

A Laura González por  
su paciencia y apoyo.

## **RESUMEN**

La siguiente investigación se fundamenta sobre tres ámbitos diferentes, pero relacionados a lo largo de la historia: fotografía, arte y publicidad.

En la primera parte del trabajo se analizará la historia de la fotografía, su afianzamiento como arte y la influencia de las vanguardias y dos de sus técnicas (collage y fotomontaje) y en la segunda parte, la presencia de fotografía en la publicidad.

Palabras clave: fotografía, arte y publicidad.

## **ABSTRACT**

This research deals with three different, but related areas throughout history: photography, arts and advertising.

The first part of the paper will discuss the history of photography, its consolidation as art and the influence of the avant-garde and two of his techniques (collage and photomontage) and in the second part, the relation between advertising and photography.

Key words: photography, art and advertising.

# ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	5
2. OBJETIVOS.....	6
3. LA FOTOGRAFÍA.....	7
3.1 Nacimiento e historia de la fotografía.....	8
3.2 Afianzamiento como arte.....	9
4. FOTOGRAFÍA DE VANGUARDIA.....	20
4.1 Contexto histórico.....	20
4.2 Las vanguardias fotográficas.....	20
4.2.1 El cubismo.....	20
4.2.1.1 Collage.....	22
4.2.2 El futurismo.....	25
4.2.3 Dadaísmo.....	31
4.2.3.1 Fotomontaje (Alemania).....	31
4.2.4 El surrealismo.....	38
4.2.5 Constructivismo ruso.....	40
5. FOTOGRAFÍA, PUBLICIDAD Y ARTE EN LA BAUHAUS.....	43
5.1 La Bauhaus.....	43
5.1.1 Tipos de fotografía como disciplina artística.....	48
6. LA FOTOPUBLICIDAD.....	51
6.1 Definición y características.....	51
6.2 Fotopublicidad en la actualidad.....	52
6.2.1 Chema Madoz.....	60
7. CONCLUSIONES.....	65
8. BIBLIOGRAFÍA.....	67

## 1. INTRODUCCIÓN

La fotografía es hoy en día un medio audiovisual al alcance de cualquiera con los nuevos adelantos técnicos. Además, hoy la fotografía se ha convertido en un arte y en una herramienta que la publicidad emplea en sus creaciones.

Esta técnica, inventada en 1839, tiene un largo recorrido y una gran evolución, ya que ha servido de recurso e influencia en diversos estilos artísticos desde las Vanguardias hasta la actualidad, siendo una de las artes “hermanas” de la pintura. Además, se ha convertido en una herramienta muy útil para la persuasión en manos de la Publicidad. En el actual siglo XXI ha cobrado un gran protagonismo en un mundo en el que las nuevas tecnologías son fundamentalmente visuales y todo nos “entra por los ojos”.

Este proyecto tiene como objetivo realizar un análisis sobre la historia de la fotografía, su afianzamiento como arte y su relación con la publicidad, ya que, a día de hoy, es una de las técnicas más utilizadas en el mundo publicitario para ayudar a potenciar el consumo de todo tipo de productos. Se pretende conocer la fotografía más en profundidad y ver la importancia que ha tenido y tiene en la Historia del Arte y en la Publicidad.

El trabajo de análisis consta de seis apartados. En los dos primeros apartados se introducirá y se tratará la definición, el origen y afianzamiento como arte de la fotografía para contextualizar el tema del trabajo y para conocer las bases y los cimientos de la fotografía, viendo así su evolución a lo largo del tiempo. En los apartados tres, cuatro y cinco, se analizará y se hará un seguimiento de la fotografía en las Vanguardias, el movimiento cubista y futurista y las diferentes técnicas que surgieron en su contexto (collage y fotomontaje), la relación de la fotografía con la Bauhaus y los tipos de fotografía como disciplina artística según Moholy Nagy. Finalmente, en el apartado seis, se tratará la fotopublicidad, en la que se profundizará en los orígenes de la misma, en la paradoja publicitaria y en las prácticas discursivas en el registro publicitario. Finalmente, se indican las fuentes bibliográficas empleadas para la realización del trabajo.

## **2. OBJETIVOS**

El objetivo principal del trabajo es conocer más en profundidad la historia de la fotografía, la evolución que ha experimentado desde su origen hasta la actualidad, su afianzamiento como arte y cómo la publicidad ha usado como técnica la fotografía a la hora de incrementar las ventas de los productos. En definitiva, conocer un poco más la vida de este medio desde que nació y su relación con el arte y la publicidad.

Partiendo de este objetivo principal se definen los siguientes objetivos específicos:

1. Profundizar en la historia de la fotografía
2. Establecer la relación de la fotografía con el arte
3. Analizar las relaciones entre la fotografía y algunos movimientos de vanguardia.
4. Estudiar el uso que la publicidad hace de la fotografía como herramienta persuasiva.

### 3. LA FOTOGRAFÍA

Para comenzar es necesario tratar de definir qué es la fotografía. Laura González nos ofrece una definición que trata de ser lo más precisa posible en forma de una pequeña fórmula: “*Fotografía = cámara + luz + materiales fotosensibles + procesado en el laboratorio*” (González, 1998: 114).

Según el diccionario *Artlex art dictionary*, relacionado con el arte, fotografía se define como: “Arte, habilidad y ciencia de producir imágenes permanentes de objetos sobre superficies fotosensibles” ([www.artlex.com/Artlex/p/photography.html](http://www.artlex.com/Artlex/p/photography.html)).

Otras definiciones afirman que la fotografía es el “Procedimiento y arte que permite fijar y reproducir, a través de reacciones químicas y en superficies preparadas para ello, las imágenes que se recogen en el fondo de una cámara oscura” (<https://definicion.de/fotografia/>), o la “Técnica de captar imágenes permanentes con una cámara, por medio de la acción fotoquímica de la luz o de otras formas de energía radiante, para luego reproducirlas en un papel especial” (<http://conceptodefinicion.de/fotografia/>).

Por su parte, Lavrentiev (1996) afirma que:

Estamos descubriendo todos los milagros de la fotografía como en una maravillosa fantasía, como en un sueño, y estos milagros acontecen ahora una realidad extraña. Desde su posición auxiliar, la fotografía se ensancha y avanza a través de su propio camino. Es como un estallido entero que exhala sus esencias propias. Sus posibilidades insospechadas son ahora reveladas. La complejidad de los planos, la delicadeza del diseño, que se apoderan del fotomontaje [...] desde un primer plano hasta el más delicado y refinado entretejido [...]. Técnicamente la fotografía es tan simple, tan rápida y esencial para su aplicación a la ciencia, a la vida y a la tecnología que aún no es considerada como profeta [...] (p. 6).

Partiendo de las definiciones de varios autores se puede decir que la fotografía es: un proceso de captación de imágenes permanentes, que, a través de reacciones químicas, se pueden tomar con una cámara fotográfica. La fotografía puede hacer presentes momentos

del pasado. Al mismo tiempo, el instante fotográfico es efímero e irrecuperable. Y como documento del pasado puede ser un elemento de análisis social.

### 3.1 Nacimiento e historia de la fotografía

Inventada en Francia en 1839 y posteriormente exportada a América, la fotografía fija es una mezcla entre arte y técnica (mecánica y química) que consigue congelar un momento de la realidad.

Los primeros experimentos se relacionan con los trabajos de William Henry Fox Talbot partiendo de la *cámara lúcida* que Wollaston, intentaba llevar a cabo. Talbot regresó a Inglaterra y experimentó con el nitrato de plata, el cloruro y el yoduro, para obtener lo que él llamó “Nuevo Arte” ante la *Royal Society* el 31 de julio de 1839. De forma paralela Louis Jaques Mandé Daguerre, empresario de origen parisino y creador del Diorama, se adelantó en su camino presentando desde la *Academie des Sciences* el invento de la fotografía llamado *Daguerrotipo* (Ortiz, 1997: 58-59).

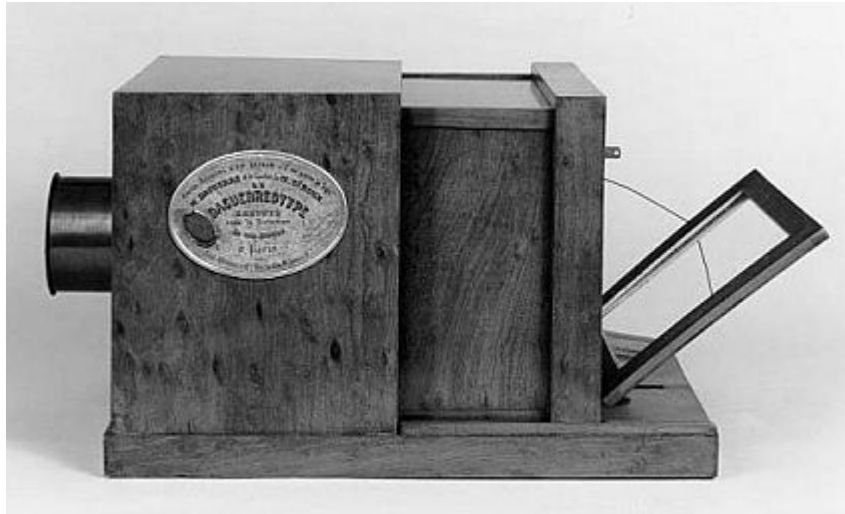


Ilustración 1. Daguerrotipo. Fuente: <http://meristation.as.com/zonaforo/topic/1426862/>

Joseph Nicéphore Niepce, un físico francés, experimentó la fotografía a principios de los años veinte y se reunió en 1827 con Daguerre por primera vez para intercambiar entre ellos sus experimentos sobre la captación de imágenes. En el 1829 formaron una sociedad, pero tras la muerte de Niepce en 1833, Daguerre se presenta como el descubridor del invento (Ortiz, 1997: 59).



Por un lado, Niépce y Daguerre, buscaban una fotografía de *escritura de luz* para poder fijar la reproducción de las apariencias y por otro lado Talbot se decantaba por los *photogenic drawings*, cuyo objetivo era producir la huella fotogénica de los objetos interpuestos entre la luz y el fondo fotosensible (Aumont, 1992: 174).

Dominique François Arago, diputado francés de los Pirineos Orientales, hizo público el 3 de julio de 1839 en París el invento fotográfico en el pleno de la Cámara de Diputados en la Academia de las Ciencias de Francia anunciando oficialmente el nacimiento del mismo. En su discurso, Arago destacó los servicios incalculables que la fotografía podría brindar a la Arqueología y a las Bellas Artes así como a la astronomía, la fotometría y las ciencias de la Naturaleza (“Sesión de la Cámara de Diputados del 3 de julio de 1839 (Bachelier, París, 1939)”, en *La Decouverte de la Photographie en 1839*, Arno Press, New York, 1979) (Coronado e Hijón, 2000: 2). Es decir, desde su mismo nacimiento, la fotografía se entendía como una herramienta auxiliar para otras disciplinas. Y comenzó a usarse en física, para verificar las intensidades absolutas de fuentes luminosas; en astronomía y a través de la microscópica para tener una idea de cómo es el mundo y la fisiología. A pesar de su implantación en diversos ámbitos, un siglo después del descubrimiento, en 1931, se seguían cuestionando su origen e inventor.

### **3.2 Afianzamiento como arte**

Una vez que se hizo público el invento, la fotografía comenzó a recorrer su camino para convertirse en arte. Sin embargo, desde sus orígenes hubo mucha controversia al presentar la fotografía en las academias de bellas artes. Aunque hubo posturas en contra y a favor, pero los pintores, en general, se oponían radicalmente a la nueva invención.

En efecto, uno de los objetivos de la pintura de este tiempo era reflejar la realidad, algo que se conseguía más fácilmente con la fotografía. El objetivo de la fotografía desde su nacimiento era precisamente este, mejorar las técnicas existentes para la representación de la realidad con nueva tecnología. Con la fotografía, la sociedad moderna había descubierto un modo en el que se unían los avances técnicos con el arte de la representación, sin deber nada al pasado y pudiendo reflejar la realidad ellos mismos. Curiosamente, la falta de habilidad para el dibujo fue uno de los estímulos para los

inventores de la fotografía (González, 1998: 197) y los primeros fotógrafos como Daguerre, Octavius Hill o Nadar, fueron antes pintores o dibujantes.

Ya en su momento, Paul Delaroche anunció la muerte de la pintura por la llegada de la fotografía, ya que esta posibilitaba retratar una realidad más detallada y verosímil a la cual no podía llegar la pintura. A comienzos de la era moderna la base de todo conocimiento era puesta por la experiencia científica y, por lo tanto, la posibilidad de captar la realidad externa mediante la fotografía, auguraban para este arte un buen futuro (<http://www.jornada.com.mx/2008/09/09/index.php?section=opinion&article=a08a1cul>)

Uno de los autores más importantes que plantea el debate de la fotografía como arte es Baudelaire. Charles Baudelaire nació en París en 1821 y murió en el 1867. Fue un poeta vinculado al movimiento romántico y también un importante crítico de arte.

Baudelaire perseguía un ideal estético inspirado en la originalidad creadora, la armonía ideal y original, con la que el hombre sueña para recuperar la plenitud perdida. Su pensamiento va encaminado a lo análogo-místico y se encuentra dentro de la corriente romántica del arte. Afirmaba que los primeros fotógrafos eran pintores frustrados por falta de talento y entendía la fotografía como algo mecánico y por ello no podía aspirar a hacer verdaderas creaciones. Baudelaire le aconsejaba a la fotografía conformarse con ser solo una herramienta de las bellas artes, destacando su valor técnico y su capacidad de reproducción, pues su vínculo con la realidad era estrecho, como ocurrió con la imprenta desde su nacimiento.

Sin embargo, la fotografía poco a poco fue quitándole el puesto a la pintura en el retrato y más tarde al dibujo y al grabado en la ilustración de textos y periódicos, lo que provocó que muchos dibujantes profesionales abandonaran su oficio y utilizaran el nuevo invento para trabajar. No obstante, es necesario precisar que, incluso en estos temas, la fotografía no se asimila a la realidad, como podría deducirse de las críticas de los pintores que le achacaban ser algo meramente mecánico, sino que hereda una manera de ver – según la perspectiva descubierta en el Renacimiento– que busca acercarse lo más posible a la visión humana. Cuando la pintura se aleje de lo real –en el desarrollo de las vanguardias–, esta perspectiva geométrica se perpetuará de alguna manera en la cultura visual moderna a través de la fotografía y el cine (Baudelaire, 2005: 232-233).

A pesar del enfrentamiento ambas disciplinas, pintura y fotografía, se relacionaban. Los pintores utilizaron los enfoques de la fotografía para aplicarlos a sus cuadros y los académicos, a pesar de no considerarla un arte, utilizaron la fotografía para inspirarse (Herrera-Navarro, 1976) y algunos pintores eran también fotógrafos, como Degas.

En la Francia de 1862 se desató una polémica en torno a la fotografía y el arte. La audiencia territorial de París, debido a un pleito por venta de fotografías apropiadas, dio la razón a los demandantes considerando que los “dibujos fotográficos” no debían, necesariamente y en todos los casos, ser considerados como desprovistos de carácter artístico. Fue un veredicto con valor de jurisprudencia, lo que provocó el enfado de los pintores académicos que acusaban a los fotógrafos de malos pintores, y que firmaron un manifiesto desmintiendo la asimilación que pudiera hacerse entre pintura y fotografía (Lemagny, 1992). Debido a esta polémica, que reconocía valor artístico en las imágenes fotográficas, los fotógrafos se dieron cuenta de las posibilidades estéticas e innovadoras y del valor social que tenía la fotografía.

Uno de los grandes artistas de la fotografía directa en torno a 1920 fue Jean-Eugène-Auguste Atget, que fue prácticamente un desconocido hasta su muerte en 1927. Nunca llegó a exponer, ninguna de las fotografías que hizo de su querida París de 1898 y nunca fueron reproducidas en ninguna revista. Los surrealistas, amantes de una buena imagen, reprodujeron algunas de las fotografías de Atget en 1926 en su revista *La Révolution Surréaliste*.

Atget nació en 1857 cerca de Burdeos. Quedó huérfano muy joven por lo que le crió un tío suyo y después le mandaron al mar como grumete. Fue actor teatral de provincias, probó la pintura y finalmente en el 1898 se hizo fotógrafo. Se denominaba a sí mismo *Photographe d'art* e hizo a mano el rótulo “*Documents pour artistes*” en la puerta de su apartamento y cuarto oscuro de Campagne Première. Este rótulo indicaba de algún modo el carácter de la fotografía supeditada a otras artes, como medio de inspiración o para obtener modelos. La gran mayoría de su obra se focalizó en fotografiar los edificios históricos de París, entre ellas destacan las series de rejas, fuentes, las estatuas de Versalles y las iglesias medievales. Estas series las vendió a los museos de la ciudad. A parte de esto, fotografió todas las caras de París como escaparates, carruajes o vendedores

ambulantes de las calles. También fotografió interiores de palacios, de casas burguesas, de casas de vagabundos, arboles, floras y hojas caídas. Cada una de estas temáticas tiene cientos de fotografías, ya que Atget era un coleccionador de imágenes.

Su técnica era simple, una cámara grande sobre trípode para placas de 18x24 cm. Su lente era una Rapid Rectilinear, con un diafragma lo más bajo posible. La distancia focal se desconoce, ya que la lente se perdió después de su muerte, aunque se cree que era bastante corta porque en muchos de sus negativos se puede ver una enfática perspectiva y en la parte superior muestra un cristal desnudo donde finaliza la imagen. Pasaba las placas con luz de día a papel de copia *aristo*, dotando de tono las copias con cloruro de oro. Se puede decir con esto, que su estilo técnico era el del siglo XIX y a veces al ver sus obras, se hacía difícil creer que fueran del 1900. Una de sus cualidades era dotar de cualidad humana a los espacios donde no había personas en ellos. Con sus interiores te lleva a sentir a los dueños de estos detrás de la cámara. Los exteriores los hacía a primera hora de la mañana, para evitar ser molestado por los viandantes y porque quería plasmar en sus fotografías la luz temprana de la mañana (Newhall, 2002: 195 y 197).



**Ilustración 2. Fotografía de una calle de Eugene Atget. Fuente: <https://erickimphotography.com/blog/2013/09/30/6-lessons-eugene-atget-has-taught-me-about-street-photography/>**



Ilustración 3. Cartel de la casa de E. Atget. Fuente: [https://oscarenfotos.files.wordpress.com/2012/06/eugente\\_atget\\_auteur\\_editeur.png](https://oscarenfotos.files.wordpress.com/2012/06/eugente_atget_auteur_editeur.png)

El movimiento pictoralista de finales de siglo XIX, fue una reacción de oposición frente a la tendencia que no consideraba la fotografía un arte, ya que se afirmaba que era muy fácil que todo el mundo pudiera dedicarse a ella. El término Pictorialismo proviene de la palabra inglesa *picture*, que significa imagen y no pintura, que es *painting* en inglés. En este sentido, el Pictorialismo se encuadra dentro de los movimientos artísticos de fin de siglo que, considerando el arte como un objeto autónomo cuyas reglas hay que buscar en el mismo proceso de creación, abrieron las puertas al fenómeno de Vanguardia. Anthony Bannon afirma que el Pictorialismo puso los fundamentos seguros para la exploración fotográfica característica del siglo XX: bien fuera por negación o por extensión de sus principios, toda conquista fotográfica que le siguió dependía del Pictorialismo (Bannon, 1981: 29).



Ilustración 4. Imagen pictoralista de Peter Henry Emerson. Fuente: <https://historiadela fotografia.wordpress.com/2012/10/22/el-pictorialismo-un-movimiento-artistico/>

El inicio de la fotografía como arte moderno surgió en Manhattan. Nueva York aceptó las artes modernas gracias a los fotógrafos. La *Photosecession* de Stieglitz hizo que la fotografía tuviera el estatus de obra de arte y coló a la Vanguardia europea en América. En 1908, se expusieron por primera vez obras de Cézanne, Picasso, Matisse y Arte negro, en la galería 291 de la Quinta Avenida, donde también se exponían fotografías junto a las demás artes, sin discriminarla. En conexión con la Vanguardia, la fotografía americana aportó planteamientos formalistas al nuevo arte. Del grupo de Stieglitz surgió la fotografía directa (*straight photography*) que podría relacionarse con el posterior fotoperiodismo la experimental, la publicitaria (teniendo a Edward Steichen como uno de los pioneros) y la “abstracta” (como las imágenes de nubes de Stieglitz) (Latorre, 2012: 28).

La fotografía directa fue un movimiento cuyo objetivo era reivindicar la fotografía como un medio artístico sin preparar o intervenir en el tema que se representase en las imágenes. Se buscaba la espontaneidad, lo natural, fuera de poses forzadas ni manipulaciones. Los fotógrafos de esta tendencia tomaban fotografías en exteriores con poco tiempo de exposición. Además, hacían que los modelos decidiesen su propia pose, alejándose de las poses artificiales de la fotografía pictoralista.

Alfred Stieglitz fue el máximo exponente de este tipo de fotografía y por tanto, se puede decir que la Fotografía directa comienza en 1910, después de su obra *La cubierta del barco* (realizada en 1907 y publicada en 1910) (Newhall, 2002: 167-168).



**Ilustración 5. *La cubierta del barco* (1907) de Stieglitz. Fuente: <http://espina-roja.blogspot.com/2017/02/el-entrepunte-del-fotografo-alfred.html>**

Es la primera vez que se fotografía a raíz de experiencias y vivencias. Aquí es donde el fotógrafo se da cuenta de que la fotografía tiene más posibilidades de las que pensaban en un principio y comienza a afianzarse la independencia de la fotografía con respecto a otras manifestaciones artísticas. Con el desarrollo de las vanguardias y los avances técnicos, comenzarán a surgir nuevos tipos de fotografía, explorando sus posibilidades creativas.

La fotografía experimental se caracteriza por la manipulación de la imagen, esta técnica es cercana al collage y el fotomontaje, que hoy se lleva a cabo con filtros y herramientas digitales que permite el retoque fotográfico. Esto se plasma según la intención del autor y a veces se puede observar el montaje o el corte entre imágenes o la alteración de tonos. También con el retoque digital o la impresión de la fotografía se puede resaltar la textura visual en diferentes tipos de materiales y de soportes, tanto lisos como texturados. A esto se le añade la simulación fotográfica para parecer una imagen

más realista, a modo de *trompe l'oeil* o cambiando su tamaño para producir un mayor asombro visual (Elizalde, 2017: 107).

Uno de los máximos exponentes de la fotografía experimental fue Man Ray (1890-1976), maestro en este tipo de fotografía, pintor, cineasta, poeta, ensayista, filósofo y líder del modernismo americano. Sus fotografías fueron provocadoras, atractivas y desafiantes.



**Ilustración 6.** *El violín de Ingres* (1294) de Man Ray. Fuente: <https://historia-arte.com/obras/el-violin-de-ingres-de-man-ray>



**Ilustración 7.** *Retour à la Raison* (1923) de Man Ray. Fuente: <https://aphelis.net/torso-man-ray-1923>

La fotografía publicitaria es aquella que un cliente encarga para que sea la imagen de esa campaña publicitaria. Dentro de la fotografía publicitaria estaría la fotografía de producto, de alimentos, de modelos o de interiorismo, entre otras. La fotografía publicitaria busca el impacto visual y la creatividad de la obra, con el fin de llegar al espectador y no quede indiferente y se le quede grabado en la cabeza, calando con profundidad. Este tipo de fotografía busca resaltar las características del producto o servicios, mostrándolos de manera atractiva para deleitar los sentidos de los espectadores incidiendo en las emociones y usando la seducción como arma. La complejidad de este tipo de fotografía se encuentra en el mensaje que se pretende transmitir, ya que hay que hacerlo con precisión, con una sola imagen y no dejando nada al azar, el resultado final debe estar completamente controlado y debe ser exactamente lo que se quiere proyectar (Bourgeot, 2018: 16).





**Ilustración 8. Ejemplo de publicidad publicitaria de la marca de *New Balance*. Fuente: <https://www.pinterest.es/pin/52917364345820155/?autologin=true>**

Por último, la fotografía abstracta es uno de los tipos más modernos de fotografía. La única regla de este tipo de fotografías es que no hay reglas. Se basa en el sentido más primitivo de la forma, el color y las curvas, no haciendo tanto hincapié en los detalles. La fotografía abstracta se mezcla en muchas ocasiones con la fotografía surrealista, la conceptual y la artística. (<https://clubdefotografia.net/fotografia-abstracta-definicion-y-ejemplos/>).



**Ilustración 9. Ejemplo de fotografía abstracta. Fuente: <https://mott.pe/noticias/claves-esenciales-que-te-ayudaran-en-la-fotografia-abstracta/>**

Walter Benjamin escribió acerca de la creación de un lenguaje artístico por parte de la fotografía y el cine, unido a técnicas que ofrecen. Así, la obra de arte surge por dos valores: exhibitivo (de manifestación cultural) y cultural (concepto de Aura). A través de

los medios de reproducción hay más posibilidades de exhibición y se convierte en un arte manifestativo dejando atrás lo contemplativo (Benjamin, 1976, 54). La fotografía se convierte en el primer motivo para el desarrollo de la cultura visual de las sociedades democráticas del siglo XIX.

Desde una perspectiva marxista, Benjamin (1976) decía que, debido a las técnicas de reproducción al infinito, específicas de la fotografía, la referencia al original de la obra del arte desaparecería, con su pérdida del “aura” artística, dando lugar una nueva visión “desacralizada” de las imágenes, a favor de la cultura popular: “la masa es una matriz de la que actualmente surge, como vuelto a nacer, todo comportamiento consabido frente a las obras artísticas. La cantidad se ha convertido en calidad; el crecimiento masivo del número de participantes ha modificado la índole de su participación” (Benjamin, 1976: 52).

Así la única oportunidad para el arte que muestra lo normal es el museo. Fuera todo es excitante y exitoso desde el punto de vista visual, atrayendo a las masas con los mitos de siempre (ataques de alienígenas, historias de Apocalipsis y redención, héroes con poderes sobrehumanos, etc.), fascinantes e instructivos, pero que no aportan nada nuevo que no figurara ya en las colecciones y archivos de arte tradicional. Para encontrar lo banal, no recogido en los Media por falta de interés para la gente, se debe ir a los museos de arte contemporáneo. La presencia de la fotografía en los museos es muy esclarecedora al respecto; cuanto más orientado está un museo de cara a la colección de arte moderno, más se suele permitir exponer fotografías de temas cotidianos sin ningún valor estético formal explícito (Latorre, 2012: 32).

Joan Fontcuberta, fotógrafo e historiador, defiende que la fotografía no es una técnica realista, como muchos artistas defendieron en el debate de 1951. Fontcuberta defiende que no existe la verdad absoluta y que precisamente este tipo de medios modernos son más representativos y por tanto más manipuladores. Por este motivo Fontcuberta dice:

Todo debe ser cuestionado, hay que derrocar todo atisbo de dogma, y para ello se impone adoptar una actitud beligerante. La confrontación con el realismo dogmático en el estadio de la representación constituye una llave simbólica para acercarnos a la realidad de objetos y hechos en la que vivimos. Es en este contexto de confrontación que resulta pertinente la adopción de una estrategia "contravisual" (Fontcuberta, 1997: 45).

A día de hoy, no hay debate sobre la presencia artística de la fotografía en los museos porque aparecen y tienen el mismo peso que los ejemplos pictóricos de la época tradicional. Este debate retorna en la época de Vanguardia. Ya Kracauer decía que la defensa del surrealismo creativo de artistas como Moholy-Nagy o Man Ray tenía mucho en común con la visión artística decimonónica, puesto que se alejaban de la realidad documental, como si esta fuera un impedimento para la creatividad. En concreto, afirma Kracauer que los “*subjective photographers*”, siguen obsesionados por la capacidad personal de controlar el proceso: en su deseo de potenciar las cualidades del medio, ponen atención sobre la selección que hace el fotógrafo, como si fuera un poeta o pintor (Kracauer, 1996: 261) y llega hasta la fotografía postmoderna, estando más convulso todo después de la revolución digital.

La revolución digital ha mostrado, por la desubicación del factor registro, que la visibilidad no lo es todo en una imagen o no es el único elemento, ya que intervienen también los procesos y pensamientos que la provocan. El material de la fotografía digital es el lenguaje, los códigos y los algoritmos; puede tener cosas en común con el texto y el sonido y cabe la posibilidad de que exista en las mismas redes de difusión.

## **4. FOTOGRAFÍA Y VANGUARDIA**

### **4.1 Contexto histórico**

La vanguardia artística se puede definir como el conjunto de manifestaciones artísticas que se desarrollan en el primer tercio del siglo XX y se caracteriza por centrarse en la innovación y el punto de vista opuesto contra las normas estéticas canonizadas. Las vanguardias se desarrollaron a comienzos del siglo XX y hasta mediados del siglo. Los denominados “ismos” –Cubismo, Futurismo, Constructivismo, Dadaísmo, Surrealismo, etc.– nacen con actitudes sociales con carácter progresista y tuvieron influencia en la pintura, la literatura, el teatro, el cine, la fotografía, la arquitectura y la escultura. El objetivo de las vanguardias era la libertad de expresión mediante el arte y la ruptura con la tradición.

### **4.2 Las vanguardias fotográficas**

#### **4.2.1 El Cubismo**

Es un movimiento artístico que surge entre 1907 y 1914 en Francia. Sus máximos exponentes son Pablo Picasso, Georges Braque y Juan Gris. Su origen está en dos causas: la influencia en París de la escultura africana e Ibérica (simplificaban las formas) y la influencia de Cézanne con su tendencia de reducir volúmenes a cilindros, cubos o esferas. Picasso y Braque, viéndose influenciados por Cézanne, aportaban a los objetos pintados solidez y densidad, alejándose de los impresionistas.

Otro antecedente de este movimiento es la posición en contra del fauvismo, tendencia pictórica en la que destacaba por el estallido de color. El cubismo se caracteriza por su pintura plana y bidimensional, opuesta a técnicas clásicas de claroscuro. Trata las formas de la naturaleza a través de la geometría, la fragmentación de líneas y superficies. El cubismo rechaza la idea de que el arte es una imitación de la naturaleza, por este motivo los cuadros cubistas se centran en figuras humanas, rostros y naturalezas muertas (bodegones). Creó un nuevo lenguaje pictórico y estético, que implicaba una relación del espectador con la obra. El espectador debía reconstruir la obra en su mente aparte de observarla. La nueva estética se desliga de la interpretación de la naturaleza, significando

esto que la obra de arte adquiere un valor en sí misma como medio de expresión de las ideas (Antigüedad del Castillo-Olivares, 2012: 41-42).

El cubismo fue el primer movimiento artístico que necesitó una explicación por parte de la “crítica”, llegando a ser considerado de igual importancia que un discurso escrito como la práctica estética. Las primeras vanguardias históricas tenían un carácter formalista. Los intereses de los artistas eran redefinir los presupuestos pictóricos dejando un poco de lado el mensaje narrativo o conceptual de la obra. Los cuadros de manzanas de Cézanne acabaron con una concepción artística que procedía del Renacimiento. El cuadro pasa a ser un fin en sí mismo, en vez de ser un medio para reflejar la realidad, dándole importancia a la composición artística y creativa de las obras. Cassandre asume los presupuestos cubistas y los lleva a sus carteles. Los artistas procedentes de las vanguardias adaptan el lenguaje publicitario. Los movimientos constructivos posteriores como el Futurismo, Suprematismo o Constructivismo entre otros, integrarán ambos lenguajes. Cuando Moholy-Nagy ordena la ejecución de una pintura por teléfono en 1922 se está transformando en director artístico, así el arte se acerca a la forma de trabajar de la publicidad. Se empieza a alejar al artista del estereotipo cultural que se le relaciona con un creador plástico con el genio táctil. (Bozal, 1991).



Ilustración 10. *Las señoritas de Avignon* (1907) de Picasso. Fuente: <https://gustavoarielschwartz.org/2012/08/06/einstein-picasso-relatividad-y-cubismo/>

#### 4.2.1.1 El collage

El collage es una técnica artística, que consiste en el pegado de diferentes fragmentos de materiales en una superficie, es decir, en cohesionar diferentes elementos en una sola composición. El collage se aplica sobre todo a pintura, pero puede referirse a cualquier otra expresión artística como la música, el cine, la literatura o el videoclip. El nombre de “collage” viene de la palabra francesa *coller*, que significa pegar. Surgen en el año 1912, de la mano de los cubistas Pablo Picasso, Juan Gris y Georges Braque. (Antigüedad del Castillo-Olivares, 2012-51-52).



Ilustración 11. La "guitarra" de Pablo Picasso. Fuente: <https://www.pinterest.es/pin/65513369549970205/?lp=true>

## Relación entre el cubismo y la fotografía

Entre las influencias del cubismo se encuentra la fotografía. Pablo Picasso aparte de pintor fue fotógrafo. Al ser uno de los “padres” del cubismo, tuvo mucha influencia la fotografía en el cubismo debido a que Picasso también se dedicaba a la fotografía. La fotografía busca captar la realidad tal cual como es, por el contrario, el cubismo busca todo lo contrario, deformar la realidad y no mostrarla tal cual es. La fotografía fue el motivo que inspiró una rama del cubismo fotográfico, creado por David Hockney. Hockney en su obra lo que hace es tomar diferentes fotografías en diferentes momentos y las junta a modo de *collage*, dando un resultado final de la idea representada, de modo que el objetivo de esta técnica es que el que observa unifique la obra ([https://moovemag.com/2018/11/cubismo-geometria-y-fragmentacion/#Cubismo cine y fotografía](https://moovemag.com/2018/11/cubismo-geometria-y-fragmentacion/#Cubismo%20cine%20y%20fotograf%C3%ADa)).

Tiempo después del fin de esta vanguardia, David Hockey fue considerado el creador del cubismo fotográfico en 1984. Hockey decía que la fotografía tradicional no era suficientemente potente y por ello inventó esta nueva corriente, aunque no alcanzó la influencia de la corriente madre (Cubismo). A raíz del concepto de collage fotográfico, fue probando y poco a poco fue construyendo un mosaico cubista con fragmentos fotográficos a través de la mirada fotográfica. En 2001 publicó *El conocimiento Secreto*,

obra en la que se trataba la teoría de cómo los pintores clásicos como Johannes Vermeer manejaban diferentes sistemas ópticos como la cámara oscura o los epidiáscopos, en el momento en que trasladaban al lienzo las imágenes, técnica que fue generalizada en la pintura desde el año 1430, había sido guardado en secreto por parte de los propios pintores y personas del círculo artístico. Del mismo modo que relaciona la pintura clásica con la primitiva fotografía, experimentó con esta partiendo de los hallazgos del Cubismo (<https://rawfotografia.wordpress.com/2014/11/28/el-ubismo-fotografico/>).



**Ilustración 12. Ejemplo 1 de cubismo fotográfico. Fuente:**  
[https://www.google.com/search?q=cubismo+fotografico&tbm=isch&source=iu&ictx=1&fir=2ilVsbNSPEMBiM%253A%252CdhfofQx-xoIVnM%252C\\_&usg=AI4\\_-kSIb-7CUgBxb1iSK3URYhDcZJ7zog&sa=X&ved=2ahUKEwif7J6Y-NbgAhVc8uAKHaROBLUQ9QE](https://www.google.com/search?q=cubismo+fotografico&tbm=isch&source=iu&ictx=1&fir=2ilVsbNSPEMBiM%253A%252CdhfofQx-xoIVnM%252C_&usg=AI4_-kSIb-7CUgBxb1iSK3URYhDcZJ7zog&sa=X&ved=2ahUKEwif7J6Y-NbgAhVc8uAKHaROBLUQ9QE)



**Ilustración 13. Ejemplo 2 de cubismo fotográfico. Fuente:**  
[https://www.google.com/search?q=cubismo+fotografico&tbm=isch&source=iu&ictx=1&fir=2ilVsbNSPEMBiM%253A%252CdhfofQx-xoIVnM%252C\\_&usg=AI4\\_-kSIb-7CUgBxb1iSK3URYhDcZJ7zog&sa=X&ved=2ahUKEwif7J6Y-NbgAhVc8uAKHaROBLUQ9QE](https://www.google.com/search?q=cubismo+fotografico&tbm=isch&source=iu&ictx=1&fir=2ilVsbNSPEMBiM%253A%252CdhfofQx-xoIVnM%252C_&usg=AI4_-kSIb-7CUgBxb1iSK3URYhDcZJ7zog&sa=X&ved=2ahUKEwif7J6Y-NbgAhVc8uAKHaROBLUQ9QE)



#### 4.2.2 El Futurismo

Es un movimiento literario y artístico que nace en Italia a principios del siglo XX. Surgió como un manifiesto y fue formándose y creando sus propios enunciados en una serie de manifiestos de la mano de Filippo Tomasso Marinetti. El 20 de febrero de 1909 Marinetti publicó “*Le Figaro*” de París, el primer Manifiesto futurista, en el que proclamaba formas de expresión del futurismo como la agresividad, la temeridad, el salto mortal, la bofetada y el puñetazo y se exaltaba la belleza de la máquina, la velocidad y el dinamismo.

Filippo Tomasso Marinetti (1877-1944) fue un escritor, poeta y novelista italiano. Pasó su juventud en París, donde publicaría sus primeras obras escritas en francés. En su Manifiesto publicado en *Le Figaro* en febrero de 1909, critica los valores tradicionales, exaltando el dinamismo de la vida moderna, los mitos de la máquina y de la guerra y la violencia como afirmación de la individualidad. En el Manifiesto de literatura futurista de 1910 teorizó poéticas y medios expresivos para conseguir la dinámica de la sensación, del movimiento, de la materia, a través de la sintaxis y la puntuación, palabras en libertad y los caracteres de imprenta dispuestos de forma atractiva y habitual (Méndez: 2013).



**Ilustración 14. *Le Figaro* (1909), primer manifiesto Futurista de Tomasso Marinetti. Fuente: (<https://prezi.com/dl9j-apae3g8/la-fotografia-directa-fue-un-movimiento-en-el-que-se-buscaba/>).**

El futurismo aparte de ser una corriente cultural y artística tuvo repercusión también en otras áreas de la vida como por ejemplo en la fotografía. Autores como Tato, Luigi Veronesi y Fortunato Depero, llevaron a cabo fotogramas, fotomontajes e imágenes superpuestas, dotando al movimiento de un registro propio, idea concedida por Filippo Marinetti. Como se puede observar en los manifiestos, los futuristas pusieron mucho esfuerzo en los procesos técnicos y mecánicos. Los futuristas no querían aceptar la influencia de Marey y Muybridge de sus obras fotográficas a finales del XIX, siendo latente que la relación entre el futurismo y cronofotografía es un hecho. La parte de la fotografía donde los futuristas utilizaron más este arte es en la fotodinámica, impulsada por los fotógrafos italianos Luigi Cantú y los hermanos Bragaglia. Estos autores le querían dar otra perspectiva a la fotografía ampliando la visión convencional a través de un lenguaje de creación alcanzado rompiendo la visión objetiva de la fotografía.

Anton Giulio Bragaglia (1890-1960) fue el mayor representante de de la fotografía futurista y fue también escritor, director teatral y cinematográfico, en el cual publicó en

1913 un manifiesto para la fotografía futurista llamado *Fotodinamismo futurista*. Junto con su hermano Arturo Bragaglia querían crear la fotografía en movimiento y un nuevo arte fotográfico. Ambos estuvieron influenciados por la fotografía científica de Ernst Mach y por la filosofía de Bergson, ya que los futuristas estuvieron influenciados en los trabajos llevados a cabo por Marey, Mach y Muybridge a finales del XIX, en cronofotografía, la secuencia de fotogramas y la instantánea. En cuanto a lo científico llevan a cabo teorías sobre la simultaneidad e interpretación de formas, basándose en los artículos de divulgación de Röntgen (1895) sobre rayos X y los trabajos de Bergson (1911). Los hermanos Bragaglia eran aficionados de la fotografía y poseían conocimientos de cine, queriendo capturar mediante la cámara las formas primarias de la energía y hacerlas visibles (Mulet Gutierrez y Seguí Aznar, 1993: 284-285).

Anton creó la teoría estética y Arturo se encargó de las primeras imágenes futuristas de su propuesta. En 1911 aparecen sus investigaciones sobre fotodinamismo, en el que el interés estaba en realizar la figuración de gesto repentino y la evanescencia de la forma, el cual significaba inmediatez y continuidad del acontecimiento cinético. Para los hermanos, la *fotografía movida* representa la carga emocional del movimiento; sus obras rechazan el *realismo* y el *naturalismo*. Los Bragaglia eran artistas que se centraban en captar la esencia interior y espiritual del ser con un carácter más conceptual y filosófico fuera de la visión analítica y positivista. El objetivo de los hermanos era superar la reproducción mimética a través de la captación del nacimiento del gesto más allá de la materia. Los Bragaglia hacían un búsqueda científica o basada en supuestos de divulgación científica, cuestionándose la fotografía y la esencia de ésta. Los pintores no apoyaban a los Bragaglia, ya que opinaban que la fotografía conseguía captar mejor la realidad de manera intrínseca que la pintura futurista, el gesto y el movimiento (Mulet Gutiérrez y Seguí Aznar, 1993: 286).

En 1913 el fotodinamismo es incluido oficialmente en las nuevas expresiones futuristas, años en el que los hermanos establecen contacto con el movimiento futurista. Los Bragaglia movían al modelo de delante de la cámara con el fin de conseguir captar la *huella del movimiento* en la imagen fotográfica. Con este método los Bragaglia hicieron imágenes que representaban en una dimensión psicológica la progresión cinética y el paso del tiempo. El análisis de las *sensaciones* y la psicología, fundamentadas en un empiriocriticismo de la época, A. G. Bragaglia pudo reivindicar la dimensión científica de sus experiencias. Para Anton, según las teorías de Bergson, el fotodinamismo propiciaba la continuidad del movimiento, de su realidad indivisible, expresado en su totalidad. En la obra de *Fotodinamismo futurista (1912)*, Anton Giulio Bragaglia dice:

Queremos llevar a término una revolución de la fotografía: se hace necesario limpiarla, ennoblecerla y elevarla al estatus de verdadero arte. Afirmo que de los medios mecánicos de la fotografía sólo puede salir arte si se supera la mera reproducción de la realidad estática, o de la realidad congelada en una instantánea y se consigue con ayuda de otros medios y experimentos que la fotografía sea también expresión y vibración de la vida viva; si se logra sacudirse de encima, lejos ya del realismo verdaderamente obscuro y brutal de lo estático, los conceptos recibidos, para llegar a una condición que hemos llamado Fotodinámica (fotografía dinámica, fotografía de lo dinámico) (Fontcuberta, 1984; 91).

El fotodinamismo de los hermanos Bragaglia hizo una profundización en la poética del movimiento del arte y revolucionó la fotografía de Vanguardia. En 1911, la fotografía de los Bragaglia permitió salir a la fotografía creativa de la inmovilidad en la que estaba en el debate entre la vuelta del *pictorialismo*, de Emerson y el *realismo documental* de Stieglitz. En sus comienzos e influido por la pintura futurista, el fotodinamismo volvió a la idea del perfeccionamiento del arte representativo y conformó la asociación pictórica de las imágenes. Con la proyección de los contenidos de conciencia, se producía la *sobrimpresión* de las imágenes y por lo tanto las dotaba de movimiento aboliendo la dimensión clásica de espacio tiempo que había hasta ese momento. Se veía en ello la pintura de estado de ánimo, apropiándose de la *fotografía espiritista*.

Los hermanos Bragaglia trabajaron mucho con *médiums* e hicieron muchas fotografías de “materializaciones” psíquicas: ectoplasmas, desdoblamientos inconscientes, condensaciones del cuerpo astral”. Anton publicó varias fotografías de este tipo. De este modo quería descubrir los fraudes que había alrededor de la *fotografía espiritista* y el procedimiento fotográfico de la *doble impresión* sobre una placa sensible. Gracias al uso que hicieron los hermanos Bragaglia de los fotomontajes, realizados a través de la “superposición de varios negativos” pudieron hacer fotografías equivalentes a las pinturas de estado de ánimo de los artistas futuristas. No es hasta la posguerra cuando llegaron elementos del fotodinamismo a los grupos dadaístas, a Suiza o a la Bauhaus alemana (Capristán, 2008: 72-74).

El rechazo de los Bragaglia del movimiento futurista, a pesar de tener el apoyo inicial de Marinetti, provocó su censura en la exposición colectiva de futuristas en Roma de 1913. El escultor Boccioni al sentirse acusado escribió a Marinetti para que quitasen las fotodinámicas de Bragaglia y para que dejaran de investigar sobre fotografía. Esta situación hizo que no se pudiera difundir el fotodinamismo en la Vanguardia internacional, pero poco a poco los futuristas consiguieron volver a aceptar a los Bragaglia en la fotografía, en el nuevo credo estético y en el ámbito artístico. Debido a todo esto, los Bragaglia dejan sus investigaciones de lado y sólo Antonio Giulio lo retoma en 1929, publicando *Fotodiámica, cronofotografía y cine*, haciendo hincapié en su carácter científico y en lo que le diferencia de Marey. En 1932, Turín y Trieste, incluyeron la muestra *Fotografía futurista*, en la que Arturo Bragaglia presentó algunas fotodinámicas como *El violoncelista o El fumador*.



Ilustración 15. *El violinista* (1913) de Anton Giulio Bragaglia. Fuente: <https://www.pinterest.es/pin/535576580675478589/?lp=true>



Ilustración 16. *El fumador* (1913) de Anton Giulio Bragaglia. Fuente: (<https://prezi.com/dl9j-apac3g8/la-fotografia-directa-fue-un-movimiento-en-el-que-se-buscaba/>)

Las aportaciones de los Bragaglia fueron olvidadas en la historia del movimiento futurista pasado un tiempo y solo Raffaele Corriere en 1961, reprodujo unas pocas en su estudio *II Futurismo*. Aunque las fotodinámicas fueron unas de las técnicas mas

conocidas del futurismo junto al fotomontaje en relación con los movimientos constructivistas y dadaísta. .(Mulet Gutiérrez y Seguí Aznar, 1993: 286-287).

### **4.2.3 Dadaísmo**

Se funda en 1916 por un grupo de artistas y escritores (Jean Arp, Hans Richter y Tristán Tzara), en el *Cabaret Voltaire* en Zúrich. El dadaísmo se caracteriza por su actitud anarquista y revolucionaria, siempre en contra de los valores tradicionales. Se desarrolla al final de la Primera Guerra Mundial en tres ciudades alemanas: Berlín, Colonia y Hannover, desarrollándose la vertiente más política y los fotomontajes más importantes de Hausmann, Höch y Heartfield, al igual que las sátiras de Otto Dix y Georg Grosz en Berlín. El dadaísmo también se desarrolla en Nueva York donde se encontrarán artistas como Man Ray, Marcel Duchamp (1887-1968) y Francis Picabia (1879-1953), persona que sería el nexo entre Estados Unidos y Europa.

Sus bases literarias y sus técnicas creativas como el fotomontaje, con un contenido antibelicista primero y antinazi después, serían aprendidas posteriormente por el Surrealismo (Max Ernst), el Constructivismo (El Lissitzky) y la Bauhaus (Moholy-Nagy). El Dadá termina en París en 1922 debido a las críticas de la obra *Le Coeur à gaz* de Tristan Tzara, aunque seguirá su actividad en otros movimientos vanguardistas como el Surrealismo (Sougez, 2007: 310).

#### **4.2.3.1 Fotomontaje**

El fotomontaje es una técnica fotográfica que forma una sola imagen a partir de la unión de dos o más fotografías. La manipulación de la fotografía se inicia en el siglo XIX para hacer retoques, agregar colores y fondos. El arte del fotomontaje empezó en Europa después de la Primera Guerra Mundial.

El fotomontaje fue un invento dadaísta del club berlinés, integrado entre otros por John Heartfield, George Grosz, Raoul Hausman y Hannah Höch, para poner nombre a su práctica, desarrollada entre el 1918 y 1922, en la que su práctica era *hacer “cuadros” enteramente compuestos de fotos recortadas* (Hausmann, 2004: 42). Desde el estudio de Dawn Ades en 1976 hasta la actualidad los profesionales en este campo suelen utilizar los términos *fotocollage* o fotomontaje para referirse a la práctica vanguardista de cortar y pegar fotografías creada por los dadaístas.

Pero en 1918 el fotomontaje no era algo novedoso, ya a mediados del siglo XIX existía la “impresión combinada” o ensamblaje de negativos en la misma superficie, así como la costumbre de combinar, recortar y pegar varias fotografías como *collage*. Por todo esto, Hausmann y Höch destacan la inspiración en prácticas populares como en la litografía militar vista en la isla de Usedom (Hausmann, 2004: 42), el mestizaje fotográfico entre un paisaje pintoresco y un grupo familiar u otros montajes a modo de broma para postales (Höch, 1989: 504-505). La aportación histórica del fotomontaje es la siguiente según el constructivista húngaro Moholy Nagy:

Los orígenes del fotomontaje –de la fotoplástica– se remontan a un procedimiento ingenuo, y sin embargo muy hábil, utilizado por los fotógrafos del pasado, y consistente en la composición de una imagen nueva a partir de fragmentos diversos. Si, por ejemplo, recibían el encargo de elaborar una imagen de un grupo de personas que por algún motivo no habían podido fotografiarse todas juntas, sino tan sólo de manera individual, copiaban o pegaban las imágenes independientes en un fondo común –la mayoría de las veces con decorados–, de manera que no se pudiera percibir que el grupo estaba formado por imágenes aisladas. Así surgió el primer fotomontaje. Los dadaístas ampliaron el sentido del fotomontaje –en parte con el fin de escandalizar, en parte como protesta, y en parte para crear poemas ópticos– al unir y pegar trozos de fotografías diversas. Los fragmentos de imágenes acoplados de esta manera producían con frecuencia un sentido difícil de desentrañar que, no obstante, podía ejercer un efecto subversivo. Estas imágenes estaban lejos de querer sugerir una ilusión de realidad; por el contrario, mostraban con crudeza sus procesos de elaboración, las roturas de las fotos individuales, el corte burdo de las tijeras (Moholy-Nagy, 2005: 148-149).

Moholy-Nagy es pionero en uso de la técnica del fotomontaje antes y después del Dadá, en otras palabras, en ubicar el cambio de paradigma producido por la necesidad de



ruptura con el pasado de las practicas vanguardistas. El fotomontaje dadaísta no hace uso de la especificidad de lo fotográfico en la técnica a diferencia de otras concepciones del fotomontaje, lo que quiere es disipar la barrera entre géneros, en la que participa de la fotografía, de la pintura, del cine, de la literatura, de la tipografía, etc.

El fragmento es una de las características revolucionarias de las fotografías dadaístas, en contraposición del uso de esta práctica a lo largo del siglo XIX. De este modo, la discontinuidad en el espacio-tiempo llevada a cabo por el grupo dadá hacia 1918 o 1919, no hubiera sido posible sin los caminos que abrió el cubismo de Píscasso y de Braque y con su concepción del cuadro como *imagen construida* (Bozal, 1996: 20-25). Por esto, se puede decir que la idea de descomponer, fragmentar, destruir formal y metafóricamente la imagen es aprendida del cubismo y del futurismo.

De la misma manera, el inicio del *collage* cubista fue aprendido por los dadaístas añadiéndole la inserción en el “cuadro” de recortes fotográficos, que los dadaístas berlineses se inspiraron de los montajes procedentes de los álbumes de fotografías familiares, de postales, de recuerdos militares o de anuncios publicitarios. El fotomontaje dadá es por tanto una mezcla entre el arte de elite vanguardista y la cultura visual popular. Para los dadaístas el *fotocollage* quedaría incompleto si no se hace uso de letras, palabras dispersas o fragmentos de texto. El pintor, fotomontador y publicista César Domela, recuerda que los dadaístas tienen el mérito de haber combinado por primera vez fotografía y tipografía (Nieuwenhuis, 1931: 211-215. Seguimos la traducción francesa en Domela, 65 ans d’abstraction, Paris, Musée d’art moderne de la Ville de Paris-Musée Grenoble, 1987: 221-229). Esta aportación de elementos textuales en el “cuadro” viene de los cubistas, aunque la fuente más próxima es la poesía sonora Dadá. También la poesía sonora Dadá, como ha estudiado Christopher Phillips, recurre a fuentes tanto de la cultura elitista como popular:

La poesía sonora Dadá presenta la misma mezcla de incongruentes fuentes culturales, incluyendo los desinhibidos juegos de palabras de las tradiciones populares y los juegos infantiles; el don religioso de hablar diversas lenguas o glosolalia; ocasionales ejemplos previos de versos disparatados de poetas alemanes como Paul Scheerbart y Christian Morgenstern, y la búsqueda de un lenguaje poético nuevo en los experimentos literarios del Futurismo y el Expresionismo (Phillips, 1994: 80).

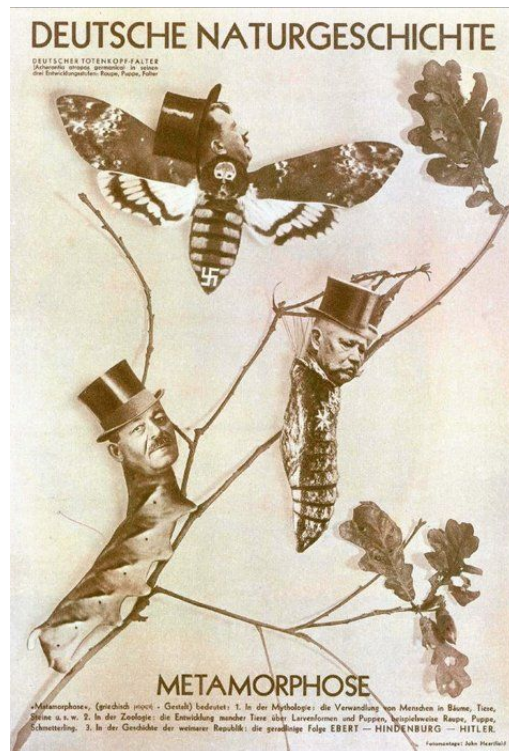
Hausmann lo hace patente en su testimonio:

Pero si revolucionarios eran el contenido y el enfoque del fotomontaje, no menos subversiva resultaba la forma, la utilización simultánea de fotografía y texto en una especie de film estático. Los dadaístas habían sido los «inventores» del poema estático, simultáneo y puramente fonético, y no es de extrañar que aplicaran los mismos principios a la representación plástica (Hausmann, 1931: 61, 62 y 256).

El montaje berlinés se crea como un arte sincrético (fotografía, cine, pintura y poesía mezcladas). Del *collage* cubista se va al concepto de *fotocollage* dadaísta, donde el corte de tijeras y el encolado de fotografías hacen latente la idea de fragmento. Por esto, en 1919 y 1920 se usan los términos como “cuadro o cola”, “construcción meta mecánica”, “montaje”, etc. (Ades, 1919: 21-24.). Para los dadaístas el uso de la fotografía hace que se supere el termino *collage*. Hausmann recuerda como la palabra fotomontaje hace referencia a la “aversión” del club berlinés por “representar el papel de artista”: “nos considerábamos como ingenieros (de ahí nuestra preferencia por los monos de trabajo), pretendíamos construir, “montar nuestros trabajos” (Hausmann, 1929: 42). Palabras parecidas a las que dice Grosz al dirigirse a Franz Roh en 1929: “(...) Heartfield y yo habíamos realizado interesantes experimentos de foto-encolado-montaje, en ese momento fundamos la empresa Grosz y Heartfield. Yo inventé el nombre ‘monteur’ para Heartfield, quien siempre iba vestido con un viejo traje azul, y cuya tarea en nuestra aventura común era lo más parecido a montar” (Ades, 1929: 19). Desde esta visión hay diferencias entre los términos *fotocollage* y *foto-encolado-montaje*; el segundo se refiere con más acierto a la práctica Dadá de cortar y pegar fotografías.

### **John Heartfield**

Heartfield utilizó el fotomontaje contra la República de Weimar y contra el ascenso del fascismo y la dictadura de Hitler. En *Metamorofosis: Ebert, Hindenburg, Hitler* (1934) Heartfield mantiene que la República de Weimar fue la oruga que salió de la calavera de Hitler (Ades, 2002: 41).



**Ilustración 17. *Metamorfosis* (1934) de John Heartfield. Fuente: <https://www.pinterest.es/pin/529243393683114196/?autologin=true>**

Heartfield destacó en los años veinte y treinta por sus fotomontajes de sátira política y esto se puede apreciar en la primera exposición dedicada al fotomontaje de Berlín en 1931. La mayor parte de los artistas que participaron en esta exposición fueron alemanes y soviéticos. Algunos artistas que expusieron fueron el artista holandés Paul Schuitema (1897-1973) y Piet Zwart (1885-1977) y los alemanes Jan Tschichold (1902-1974) y Friedrich Vordemberge-Gildewart (1899-1962). También participaron artistas tan reconocidos en el mundo de la fotografía como ex maestros de la Bauhaus como Herbert Bayer (1900) y László Moholy-Nagy (1895-1946), en las cuales tenían estudios comerciales en Berlín y estaban asociados con el grupo de diseñadores de publicidad, Schwitters. Lo que tienen todos estos artistas en común con Heartfield es que en sus comienzos todos hicieron pintura y escultura abstracta y el interés por la fotografía, la tipografía y los bloques de color a la hora de realizar los fotomontajes (Sougez, 2007: 312-313).

Entre 1923 y 1927 publicó y colaboró junto a Grosz en la primera revista satírica comunista, *Der Knüppel* (La Porra). Utilizó la fotografía de un modo creativo en los carteles electorales comunistas.



**Ilustración 18. *Adolf el superhombre: Traga oro y suelta tonterías* (1932) de John Heartfield. Fuente: <https://ar.pinterest.com/pin/339458890642530819/>**

Trabajó para la prensa comunista alemana y diseñó portadas e ilustraciones de libros publicados por Malik-Verlag. En 1929 destaca el fotomontaje realizado para el libro de Kurt Tucholski *Deutschland, Deutschland über alles*, aunque el grueso de sus fotomontajes fue publicado en periódicos y revistas como *Der knuppel* (1923-1927), en el semanario satírico de KPD (Partido Comunista alemán) que trabajaba con Grosz; *Die Rote Fahne* y *AIZ (Arbeiter-Illustrierte Zeitung)*, prohibida en Alemania en 1933 y publicada en ese año en Praga. Cuando aparecieron sus fotomontajes, Heartfield siempre quiso poner las revistas expuestas junto al fotomontaje original para recalcar que sus trabajos eran propaganda política dirigida al público y no obras de artes privadas, únicas e irrepetibles (Ades, 2002: 43).



Ilustración 19. *El sentido de ginebra* (1932) de John Heartfield. Fuente: <http://www.merzmail.net/heartfield.htm>

En 1930 empezó a publicar sus fotomontajes de continuo en la revista berlinesa AIZ (*Arbeiter-Illustrierte Zeitung*, o Periódico Ilustrado Obrero). El camino que escogió fue el de los países capitalistas de la Gran Depresión, apoyando el intento de hacer socialismo en un país en la Unión Soviética. Entre 1930 y 1938 publicó 237 fotomontajes en AIZ con un formato de página entera o de doble página, normalmente como portada o contraportada.

Los fotomontajes de Heratfield son claros y directos, guardaba imágenes de libros, revistas, agencias fotográficas y periódicos, o incluso fotografías hechas por él y siempre llamó a sus obras fotomontajes, aunque fueran fotografías sin manipular del pasado. Por este motivo, sus fotografías seguían pareciendo fotografías de periódico. Conseguía yuxtaponer las imágenes para que se hiciera latente su ideología, haciendo ver la estructura del sistema social o mostrando la amenaza del fascismo (Ades, 2002: 45 y 49).

#### 4.2.4 El surrealismo

El surrealismo, fue un movimiento cuya denominación fue inventada por Guillaume Apollinaire (1880-1918). Este movimiento, puesto en marcha en 1924 con la publicación del manifiesto de André Breton, propone la omnipotencia del deseo y la legitimidad de su realización, incluyendo el psicoanálisis de Freud, con componentes sexuales a modo de marcar las diferencias y para renovar los valores éticos para una sociedad en crisis después de la guerra. Fue un movimiento estético que se creó a partir de varias pautas vinculadas al Dadaísmo, movimiento el cual reaccionó por primera vez contra la burguesía, la sociedad, la política y la guerra (Picon, 1981).

La fotografía surrealista no se debe a una manifestación de grupo, con la intención de crear una estética propia dentro del grupo, y es notable el interés de André Breton por ella de modo que la incluyó en el *Manifiesto Surrealista* de 1924. En él se atribuye la invención de la fotografía. Como dijeron muchos surrealistas, la fotografía fue el único medio capaz de plasmar las dos bases freudianas de la teoría surrealista: el automatismo y el sueño.

Breton selecciona como artistas Surrealistas a Man Ray y Max Ernst. Siempre defendió la fotografía como medio y la puso en el centro de las publicaciones surrealistas, empezando por *Nadja* (1928), *Los vasos comunicantes* (1932) y *El amor loco* (1937).

El surrealismo recurre a técnicas literarias sin estatuto literario: el sueño hipnótico, la escritura automática, los textos colectivos, los collages y los cadáveres exquisitos entre otros y si se tiene en cuenta a Max Ernst diríamos que el surrealismo ayuda a la con la emancipación del hombre y que no hay arte sin cambios de ideas.

La fotografía surrealista existía como un medio, pero no por ella misma. Por este motivo el movimiento no estará sólo reservado a los fotógrafos, sino que cabe en las otras disciplinas como la pintura de Dalí, por ejemplo. Dentro de la fotografía surrealista hay imágenes sin manipular como las de Jacques André Boiffard, o las que planteaba el papel del testimonio fotográfico de los maniqués de Hans Bellmer (1902-1975).

En la fotografía surrealista existen dos tipos: la que se manipula técnicamente y la que depende de la búsqueda particular. Para la primera, se emplea el fotograma, originario del *photogenic drawing* de Fox Talbot. Christian Schad lo rebautizó como schadografía en 1918. Man Ray de manera accidental descubrió la técnica del fotograma llamándolo rayograma. El fotograma producía imágenes interpretadas como evocadoras del ámbito de la memoria. El quemado, era la técnica usada por autores como Raoul Ubac o David Hare, la emulsión se ablandaba en contacto con el calor, deformando la imagen final creando formas “fantasmagóricas”.

Los surrealistas usaron la solarización, la sobreimpresión, la fosilización, el fotomontaje y el collage para representar la reflexión personal. La solarización conocida como efecto Sabatier, se trataba de la insolación de la imagen durante el revelado. El resultado de esto es un efecto de subrayado o silueteado de la imagen; la sobreimpresión permite positivar imágenes (la mayoría desnudos) en la misma superficie, simbolizando una metáfora de dos estados diferentes del espíritu, una conjunción de mundos idénticos u opuestos; la fosilización es el desplazamiento ligero de un negativo, dejando una imagen tridimensional con un poco de relieve.

El fotomontaje era la técnica que se usaba para el inconsciente y no se usó mucho en este movimiento, ya que los surrealistas se decantaban por la unidad de sus ediciones. No hay muchos ejemplos de fotomontajes, pero un ejemplo de ello es la portada del libro *L'Écriture automatique*, de Breton.

La fotografía surrealista descubre la obra de Eugene Atget (1857-1927) un nexo entre una forma tradicional y la revolución vanguardista. Atget unirá dos momentos: la técnica antigua basada en la exposición de los papeles albuminados a la luz natural y el empleo de placas de vidrio de 18x24, virados después al oro, en los que se revelaban los objetos. Atget conoció el trabajo de Man Ray y los surrealistas le proclamaron precursor del movimiento. Su obra se rescataría después de su muerte por Berenice Abbott (Sougez, 2007: 334-337).

#### 4.2.5 Constructivismo ruso

Es un movimiento artístico de principios del siglo XX que tuvo una fuerte influencia en el arte europeo y fue fundado por el pintor y escultor ruso Vladimir Tatlin (1885-1953). Su nombre se debe a las construcciones de esculturas abstractas utilizando materiales industriales como el metal, alambre y plástico. Las primeras obras representativas del movimiento son los relieves de Tatlin de entre 1913 y 1917. En 1920 se añaden artistas como Alexander Rodchenko, El Lissitzky, Naum Gabo y Antonie Pevsner, Alexander Exter y Olga Rozanova, entre otros. En 1920 Gabo y Pevsner publican en Moscú el Manifiesto realista, en el que están reflejados los principios teóricos del nuevo estilo.

Al igual que el Suprematismo, el constructivismo rechaza la utilidad del arte, queriendo para el arte un cambio en el que hubiera movimiento y se utilizaran materiales contemporáneos, sobre todo los relacionados con las máquinas. Para los constructivistas, la obra de arte tiene que estar en contacto con el espacio que está a su alrededor, por este motivo la obra se adentra en el espacio y cuenta con elementos transparentes (muy a menudo), con formas geométricas, lineales y planas. El constructivismo defiende los ideales del utilitarismo, el funcionalismo y la abstracción. El constructivismo influyó en gran medida a la escultura, arquitectura y el diseño industrial del siglo XX. Los constructivistas defendían los materiales modernos y las líneas puras, ya que sostenían que servían para reforzar la naciente estética del funcionalismo (Simó, 2013).

Los constructivistas se interesaron por el fotomontaje por razones parecidas a los dadaístas, tenían la necesidad de alejarse de las limitaciones de la abstracción a lo dominante que era la pintura figurativa. El fotomontaje fue la primera solución creativa debido a la relación de la fotografía con la realidad. Después de la Segunda Guerra Mundial, el fotomontaje fue utilizado como herramienta política en Rusia. Esto es debido a que el fotomontaje estaba vinculado con la izquierda política, ya que era el medio ideal para expresar la dialéctica marxista (Ades, 2002: 41).

La propaganda se hacía a través de diferentes medios, como trenes y barcos cubiertos de pinturas. El fotomontaje iba de la mano del desarrollo de la cultura industrial y de la comunicación de masas, de modo que aparece la necesidad de utilizar un método



para expresar la potencia de las máquinas y la química a la altura de la industria socialista. Por ello, el fotomontaje vio la luz en la Unión Soviética entre 1919 y 1920. En la Unión Soviética, el objetivo del uso del fotomontaje era persuadir a la población rusa de los objetivos del estado soviético y sus logros. En 1924 el fotomontaje ya era un medio constructivista consolidado y tuvo mayor relevancia con la fundación de la revista *Lef* (Frente de Izquierdas de las Artes), siendo sus fundadores Maiakovski, Osip Brik, Tretiakov y Rodchenko (Ades, 2002: 70). Con esta fundación querían unificar la teoría constructivista con la práctica del artista autónomo y establecer la posición del arte en la sociedad revolucionaria. Se perfeccionó el uso del fotomontaje para la ilustración de carteles, cubiertas de libros y anuncios. Desde el 1923 hasta la década de los treinta, el fotomontaje se extendió. La combinación de fotomontajes con nuevas técnicas tipográficas dio a luz diseños audaces, llamativos y simples.

El Lissitzki, en relación con esto afirmó:

La mayoría de los artistas hacen montajes, esto es, con fotografías y sus correspondientes inscripciones componen páginas enteras que se reproducen luego fotográficamente. Se desarrolla así una técnica tan eficaz y fácil de aplicar, que puede fácilmente convertirse en mecánica, si bien unas manos poderosas pueden transformarla en el método más eficaz para alcanzar la poesía visual (Ades, 2002: 85).

### **Alexander Rodchenko**

Es uno de los artistas más importantes del constructivismo ruso y con una importante carrera fotográfica. En los años veinte, la fotografía será el núcleo del trabajo de Rodchenko. El contexto cultural y político de la Unión Soviética y su participación en el grupo militante de artistas intelectuales del LEF serán los hechos decisivos para que Rodchenko se metiera en el mundo fotográfico. Sus innovaciones estilísticas se desarrollaron al mismo tiempo que la vanguardia occidental, sobre todo en Alemania. Con corrientes de la nueva visión, la *Neue Schlickeit*, la Bauhaus, el fotomontaje, el surrealismo, etc., el mundo entero estaba encontrando nuevas formas de expresión. En un contexto hostil de la Primera Guerra Mundial, la fotografía sirvió como recurso significativo para dos posiciones enfrentadas: la naturalista y la antinaturalista.



Ilustración 20. Diseño gráfico de propaganda soviética (1924) de Alexander Rodchenko. Fuente: <http://artlistr.com/aleksandr-rodchenko-6-interesting-facts/>

La fotografía era un medio popular y no siendo un arte elitista, los artistas de vanguardia lo utilizaron para vengarse del arte puro. Rodchenko empezó en la fotografía en 1921 y proyecta en su arte con la creencia de que el nuevo arte ayudará a crear un *nuevo mundo* y un *nuevo hombre*, con nuevas costumbres y radicalmente cambiado (Sougez, 2007: 316-317).

## 5. FOTOGRAFIA, PUBLICIDAD Y ARTE EN LA BAUHAUS

### 5.1 La Bauhaus

En 1919 después de la proclamación de la República un año antes y después de un tiempo de negociaciones antes de la Primera Guerra Mundial, Walter Gropius (1883-1969), fundador de la Bauhaus en Weimar y el encargado de incluir la fotografía a la escuela, es propuesto como director de la Escuela Ducal de Artesanía y de la Escuela Ducal Superior de Artes Plásticas. Gropius fue el encargado de reorganizar estas dos escuelas y las refunde en una sola con el nombre de Das Staatliche Bauhaus (Escuela Estatal de Arquitectura), asentada en Weimar, una ciudad pequeña donde él mismo pensaba que era el mejor lugar porque aún quedaban restos de la antigua tradición artesanal para llevarlo a cabo.

La escuela tuvo profesores como Johannes Itten, el pintor Lyonel Feinger, el escultor y ceramista Gerhard Marcks, en las cuales estos dos últimos se incorporaron en 1919, Georg Muche en el 20, Paul Klee y Oskar Schlemmer en el 21, Wassily Kandisky en el 22, y el pintor, decorador, fotógrafo y tipógrafo László Moholy-Nagy en el 23. En el 1923 la escuela sufre problemas políticos de la ciudad de Weimar, entre los conservadores y las técnicas renovadas de Gropius y en el 24 la escuela cierra. Las ciudades de Frankfurt, Hagen, Mannheim, Darnstadt piden que se abra de nuevo, pero será Dessau donde se abrirá. En la nueva etapa de la escuela la fotografía será importante incluyéndose en los planes de estudio de 1929. Otras escuelas ya la habían incorporado como Lette Verein en Berlín, la Folkwangschule de Essen y la Kunstgewerbechule de Halle. Y el soviético VKhTEMAS, fundado en 1920, no impartió enseñanzas de fotografía como tal pero sí tuvo relaciones con la Bauhaus y ambas escuelas tienen puntos en común, esto se ve en el espíritu docente, en los programas de estudios y en coincidencias de profesores y colaboradores como László Moholy-Nagy o El Lissitzky.

En el 1938, el MoMA (Museum of Modern Art de Nueva York), llevó a cabo una muestra sobre la Bauhaus, en la cual salen autores como Herbert Bayer, Walter Gropius e Ise Gropius en su catálogo. Este se desarrolla en todos los campos que tiene la escuela incluida la fotografía.

La idea de unificar arte y técnica como la creación de un arte en serie, proclamó

un mayor uso de la fotografía, sobre todo enfocada a la publicidad como medio de ilustración. La técnica fotográfica fue impulsada también gracias a la comercialización de la Laica en 1925, una máquina de fácil manejo y pequeña entre otras cualidades. En 1920 la fotografía en un medio familiar, con uso frecuente en revistas y periódicos influyendo notablemente a profesores como Moholy-Nagy, Herbert Bayer o Josef Albers. Las primeras fotografías eran testimonios cotidianos de la escuela. La técnica era cara ya que aparte de la compra de la maquina había que incluir la película y el revelado de la misma. Algunos maestros cedieron una habitación para la creación de la cámara oscura, donde se abrió un laboratorio para alumnos y profesores (Newhall, 2002: 326-27).

El mayor defensor en la escuela fue el húngaro László Moholy-Nagy (1895-1946), llegado a la escuela por petición de Gropius, quien le encomendó llevar el taller de metalurgia. Su rechazo por las obras artesanales o la pintura tradicional hizo que se enemistara con otros miembros de la escuela como Paul Klee. Consideraba que lo que captaba la cámara era la imagen como expresión del espíritu en la modernidad. Debido a esto técnicas como el fotograma se convirtieron en uno de las grandes exponentes de la industrialización. La marcha de Gropius y la entrada de Hannes Meyer (1889-1954), un arquitecto, potenciaron los temas sociales dentro del grupo. Nombró de manera oficial al primer profesor de fotografía en 1929 y este profesor fue Walter Peterhans (1897-1960). Ya que la fotografía por estas fechas se empezaba a tomar en serio, se incorporó al taller de publicidad, impresión y diseño (Newhall, 2002: 328-29).

Su arte se enfocaba a la estética en vez de la practicidad, consiguiendo un arte no figurativo en el que el objetivo era cambiarlo.

El mundo del arte se contrapuso a la realidad y la abstracción se convirtió en la expresión de la utopía de un mundo mejor. Con el fin de convertir la realidad el sueño que permitía conducir a la humanidad a un mundo mejor mediante el arte, debían cumplirse dos condiciones primordiales: por un lado el arte tenía que ser armónico, claro y puro. Por otro lado, este nuevo arte tendría que abrirse camino en la vida cotidiana, para poder actuar en toda la sociedad (Kraube, 2005: 96).

Bauret (1992) decía:

La fotografía se relacionaba con la arquitectura en primer lugar a nivel documental, reproduciendo las obras de sus creadores. Pero se inspiró también en las tendencias estéticas que determinaron las construcciones de la época, las líneas, las formas

geométricas. (...) La fotografía de los artistas de la Bauhaus se inscribe forzosamente en este proceso experimental, en el que hubo una búsqueda de nuevos ángulos de toma, novedosos procedimientos de copiado, fotomontajes inéditos, audaces combinaciones de materiales, nuevos efectos ópticos, collages, manipulación del negativo, renovación de los géneros, como por ejemplo el de la naturaleza muerta (1992, 112).

## Ellen Auerbach

Ellen Auerbach (1906-2004) fue una de las fotógrafas más consolidadas de la escuela, entre otras, por sus imágenes en blanco y negro. Sus fotografías capturan la esencia de lo que fotografiaba.

En 1929 conoció a Grete Stern (1904-1999) en la escuela y tuvieron a Walter Peterhans de profesor. Las dos formaron “Ringl + Pit”, un estudio de fotografía publicitaria. Mostraron a la mujer libre y se desligaron del modelo cultural de la época. En la época nazi Ellen huyó a Nueva York y Grete a Buenos Aires, donde se convertiría en una influencia para la fotografía local.



Ilustración 21. Ilustración 15: Head Island (1940) de Maine de Ellen Auerbach. Fuente: <https://www.pinterest.com/pin/403212972866963702/>

Tarkovski (2002) decía que el artista es quien refleja con mayor exactitud al pueblo y por tanto al mundo, dotando con sus obras de un carácter histórico y cultural. Por otro lado, el espectador interpreta las obras de manera subjetiva y le da otro punto de vista dotando a la obra de histórica o no. Esto es lo que refleja Ellen en sus fotografías. En muchas de sus fotografías muestra mujeres libres desnudas o en su vida cotidiana. El objetivo de éstas era que se viera a la mujer desde otra perspectiva. Ellen falleció con 98 años el 30 de julio de 2004 en Nueva York.

Una de sus obras más importantes fue *The dancer renate schottelius* es el claro ejemplo del concepto que la caracteriza, ya que muestra una mujer con actitud libre, hecho

poco habitual para la época:

Estas fotografías son una expresión de la época, aunque no conscientemente pensé en las mujeres, esto y aquello, pero estaba en el aire. Siempre es así, que algo no sucede porque sí. Lo que hicimos entonces ahora hay que admirarlo como “precursores” de algo. En primer lugar, cuando se está ejecutando no se sabía que se estaba ejecutando, pero la modernidad de esas fotos fue porque era un tiempo de paso Ellen Auerbach (1998) ([www.missomnimedia.com/2009/10/art-herstory-ellen-auerbach-grete-stern/](http://www.missomnimedia.com/2009/10/art-herstory-ellen-auerbach-grete-stern/)).

## **Walter Peterhans**

Walter Peterhans (1897-1960), otro de los grandes fotógrafos de la Bauhaus, nacido en Fráncfort en 1897 y sirvió de militar e hizo de prisionero de guerra y falleció en Stetten (cerca de Stuttgart) en 1960. Después de esto estudió en la Escuela Técnica de Munich y en 1921 realizó matemáticas, filosofía e Historia del Arte en la Universidad de Gotinga. En 1925 a 1926 comienza su carrera fotográfica en la escuela Estatal *Printing and Graphic Art* (Academia De Artes Visuales de Leipzig). Tras obtener su título de fotógrafo en Weimar se instaló en Berlín en 1926-27. En el 1928 trabajó como fotógrafo independiente industrial.

Su interés por la fotografía es gracias a su padre, director de la Zeissikon AG y desde muy pequeña se lo inculcó. Potenció sus conocimientos sobre fotografía (sobre todo procesos de reproducción e impresión fotográfica) en un curso que hizo en la Academia Estatal de Artes Gráficas e Industria del Libro de Leipzig, entre 1925 y 1926). Ese año aprobó el examen como maestro fotográfico en Weimar y debido a esto abrió un estudio en Berlín y comenzó su carrera como docente en la Bauhaus como fotógrafo industrial y de retrato independiente con un gran caché.

En 1929, fue nombrado profesor de fotografía y director del departamento por Hannes Meyer, en la Bauhaus Dessau, quien fue pionero en fotografía. En 1933, cuando la Bauhaus se separó, trabajó en la escuela de fotografía *Werner Graeff* (Berlín). Estuvo en la escuela alemana hasta 1933, cuando se disolvió por orden del nuevo gobierno nacionalsocialista. La labor de Peterhans es muy importante porque aportó a la creación de la escuela fotográfica objetiva. Una corriente contraria a la del húngaro Moholy-Nagy que fue por un camino más experimental y la de Peterhans era mas austera de la practica fotográfica. En esta visión, la representación objetiva del objeto fotografiado tiene mayor

peso que la experimentación formal y técnica, dejando de lado la creación subjetiva.

En 1934 formó parte de la Escuela Reimann de la capital alemana tras el cierre de la escuela Werner Graeff y en 1936 trabajó con Hugo Häring hasta 1937, cuando la situación política impidió que siguiera. Peterhans escribió manuales de fotografía y trabajó independientemente y entre 1933 a 1936, escribió cuatro publicaciones de la editorial Knapp-Verlag. Debido al nacionalsocialismo Peterhans abandonó Alemania y en 1938 Mies Van der Rohe (ultimo director de la Bauhaus), llamó a Peterhans para colaborar en el Instituto de Tecnología de Chicago. Desde 1945 a 1947 trabajó como investigador asociado de filosofía en la Universidad de Chicago. En 1953 trabajó como profesor invitado en la Escuela de Diseño de Ulm. Y, por último, de 1959-1960 enseñó como profesor invitado en la Universidad de Bellas Artes de Hamburgo (<http://biografiadefotografos.blogspot.com/2014/09/biografia-del-fotografo-walter-peterhans.html>).



**Ilustración 22. *Retrato del amado* (1929) de Walter Peterhans. Fuente: <https://www.bauhaus100.de/en/past/people/masters/walter-peterhans/>**

### **5.1.1 La fotografía como disciplina artística (Moholy Nagy)**

Moholy-Nagy (1895-1946) fue un pintor, diseñador gráfico, escenógrafo, fotógrafo, arquitecto, pedagogo y teórico húngaro, fue “una de las inteligencias más creadoras de nuestro siglo” (Moholy-Nagy, 1997: 7).

Moholy-Nagy introdujo la fotografía en la Bauhaus, quien según Walter Gropius era considerado como un “artista de naturaleza versátil y un talento múltiple quien desarrollaba constantemente nuevas ideas, que resultaban tan provechosas para la escuela como para su propia evolución” (Moholy-Nagy, 1997: 15).

Su trabajo consistía en dirigir un curso introductorio y el taller metal en la escuela. Con sus obras *Pintura, Fotografía y Film* (1915) y *La Nueva Visión* (1928), marcó claramente su postura en la diferencia entre la pintura y la fotografía. La pintura la veía como herramienta para dar forma al color y la fotografía la veía como un medio para investigar y para la exposición del fenómeno de la luz. Lo que pretende su trabajo es que la fotografía se convierta en un medio de expresión artística.

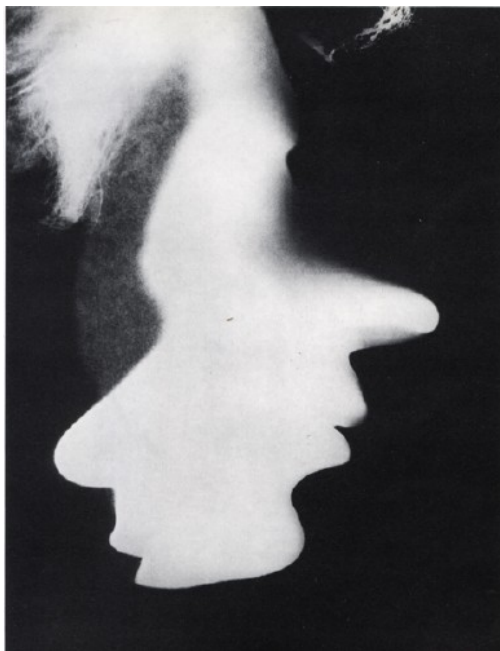
La visión es uno de los temas más importantes para Moholy como afirma que, “puesto que el ojo está limitado en su percepción, ciertas técnicas, sobre todo la fotografía y el cine, pueden engendrar nuevas aprehensiones del espacio en movimiento, del tiempo, de la luz, y ampliar así el campo de nuestra experiencia. Para él, el objetivo de tales medios artificiales no consiste en corregir las debilidades de la óptica humana, sino por el contrario, en elaborar una nueva visión capaz de “dar forma” a la vida” (<http://www.fundaciotapies.org/site/spip.php?rubrique216>). Respecto a esto afirma también “quien no supiera nada de fotografía era un analfabeto visual, y que un artista que se limitaba a un sólo medio no merecía tomarse en serio” (Whitford, 1991: 123).

#### **Técnicas desarrolladas por Moholy-Nagy**

El fotograma fue uno de sus fuertes, era como una fotografía sin cámara, quienes Christian Schad y Man Ray también trabajaron en ello.



Tiene dos métodos de trabajar: uno se trata de colocar los objetos opacos o transparentes, de forma directa en el papel fotográfico especial, poner este conjunto ante la luz natural o artificial para quedarse con los contornos y sombras que desprenden los objetos; el segundo se lleva a cabo en una cámara oscura (un laboratorio), donde las formas de los objetos no se ven a tiempo real, sino que al revelarse y con la fijación de la copia se podrá observar el resultado final.



**Ilustración 23. *Double Portrait* (1923) de Moholy Nagy. Fuente: <https://www.wikiart.org/es/laszlo-moholy-nagy>**



**Ilustración 24.** *Large painting of the railroad* (1920) de Moholy-Nagy. Fuente: <https://www.wikiart.org/es/laszlo-moholy-nagy>

Su preocupación era retratar gracias a la luz, el tiempo y el movimiento. Creó la fotoplástica, muy usada en sus montajes. Respecto a esto:

Se trata del acoplamiento de diversas fotografías , de una (...) tentativa metódica de representación simultánea: superposición de juegos de palabras y visuales; una fusión extraña e inquietante, a nivel imaginario, de los procedimientos imitativos más realistas. Pero ellos pueden al mismo tiempo narrar algo, sólidos y concretos, más veraces que la misma vida. (Bieger-Thielemann, 2013: 446).

Moholy, reflejar la realidad con la cámara fotográfica, movía encuadres, usaba el *picado* o el *contrapicado*, enfoques oblicuos y de vez en cuando reflejaba la sombra de una reja en los personajes de manera que se encargaba de no usar métodos convencionales.

## 6. LA FOTOPUBLICIDAD

El origen de la imagen publicitaria que conocemos hoy día tiene diferentes hipótesis. La primera es que se debe a los fotógrafos y diseñadores de la vanguardia, que trabajaron en el campo comercial y la influencia del retrato *glamour*. La segunda se debe al arte renacentista ya que la imagen publicitaria moderna se encuentra muy codificada por códigos establecidos en el Renacimiento (Eguizábal, 2001:7-8).

### 6.1 Definición y características

La fotografía publicitaria es una herramienta de entre todas las que tiene la publicidad en la que utiliza la imagen fotográfica con un fin comercial. La fotografía publicitaria surge en la segunda mitad del siglo XIX, estando muy influenciada por la vanguardia y sus artistas, que querían plasmar en sus obras las ciudades, las máquinas, las fábricas y en definitiva el presente que estaban viviendo, un presente que mira hacia delante va encaminado al progreso, entorno en el cual se mueve la publicidad.

Por tanto, ya en los años 20 y 30 del siglo XX es cuando se puede ver a la fotografía como una creación en la comunicación publicitaria. Ya en esta primera fotografía se puede apreciar una serie de valores documentales como la representación del presente y los valores estéticos, en los diversos trabajos fotográficos. En la publicidad se mezclan corrientes como la fotografía documental, de moda y artística, aunque también podemos incluir, la seducción y en los mejores casos, inspiración. La fotografía publicitaria constituye una parte constitutiva de la publicidad con unos objetivos comerciales y corporativos. La imagen publicitaria no busca ni verdad ni belleza, aunque en ocasiones puede ser ambas cosas (Eguizábal, 2001: 11-12).

La fotografía había “aburguesado” el retrato, produciendo en el siglo XX que este género del retrato sería una de las primeras incorporaciones que la publicidad hace de la fotografía llamándola “publicidad testimonial”. Según Sobieszek (1988), recoge en el París de 1852 que los hermanos Bissons utilizaron la fotografía en carteles con el fin de vender sus tierras. En Norteamérica se utilizó en catálogos y directorios comerciales desde 1865. A la llegada del nuevo siglo la fotografía pasó a formar parte de la prensa del día a día y con el tiempo de la publicidad. En esta última lo que se quería era una imagen realista y no una imagen estética de la realidad retratada. En los años 20 los vanguardistas

descubrieron en la fotografía su capacidad documental y los anunciantes vieron esto y lo llevaron a su terreno con fines comerciales, ya que a lo que se le daba importancia en la imagen publicitaria es el valor documental y la originalidad. De este modo la nueva fotografía era capaz de ofrecer estos dos valores. Durante años la publicidad utilizaba el dibujo y la ilustración, ya que para las agencias era más barato que contratar a un fotógrafo y aparte de eso el público no aceptaba la fotografía como algo igual a la ilustración. Es a partir de 1920 cuando la publicidad comienza a adaptar la fotografía a sus necesidades, compitiendo con el dibujo y la ilustración. Un ejemplo de esto es el de Moholy-Nagy, que utilizó la fotografía en un anuncio de neumáticos (publicado en la revista *Vanity Fair*) como ejemplo en sus clases de la Bauhaus.

Uno de los mayores descubrimientos de la vanguardia era trabajar al mismo tiempo con la baja y alta cultura, no haciendo caso a la distinción entre ambas y sacando ideas de las dos siempre y cuando les ayudase a llevar a cabo sus intenciones y a la búsqueda de una visión moderna del mundo (Eguizábal, 2001:12-15).

## **6.2 La fotografía publicitaria en la actualidad**

### **Fotografía publicitaria como arte en la actualidad**

La publicidad en la actualidad aparte de ser creíble necesita ser deseable y por ello no solo valdrá con convencer de manera racional a los consumidores, sino que habrá que seducirlos con solo una imagen. Más allá del mensaje lanzado, el objetivo de la publicidad es persuadir y seguidamente conseguir una adhesión a la marca del producto mediante la imagen que se muestra del producto comercializado.

Frente al cartel, antigua técnica publicitaria, la fotografía será la principal técnica hoy en día por dos características:

1. Se produce una lectura automática de la misma y sin tener que descifrar la imagen que se está mostrando, de manera que es ideal para mandar un mensaje universal.
2. Se puede colocar una imagen acorde a poder desarrollar mejor la perspectiva y la identificación psicológica que tiene la publicidad, para poder llegar a cualquier target independientemente de su nivel sociocultural o económico.

Tan exagerado ha sido el desarrollo llevado a cabo por la industria Foto-publicitaria en la actualidad que podríamos decir que el siglo XX es dominado por la Fotografía publicitaria como se manifiesta en la prensa ilustrada actual, pero sobre todo la publicidad exterior de la actualidad (Coronado e Hijón, 307-308).

Para llegar a ese punto, la Fotopublicidad actual se caracteriza sobre todo en la manipulación y rotulación continua de lo invisible de lo referencial fotográfico, con esfuerzo en imponer el mensaje connotado sobre el mensaje denotado. La posibilidad de creación de espacios de ficción mediante una imagen analógica como es la fotografía, es producido solo por la consecución del borrado y el enmascaramiento real debido a los procedimientos de retoque y composición típicos de la ficción publicitaria. Ningún ejemplo prevalece tan latente como la carta que Baudelaire le envió a su madre, pidiéndole un retrato:

Me gustaría tener tu retrato. Es una idea que se apoderado de mí. Pero me temo que esto ahora no sería posible; yo tendría que estar presente. Tú no lo entiendes, pero todos los fotógrafos tienen manías ridículas: consideran que es una buena imagen aquella en la que todas las verrugas, todas las arrugas, todos los detalles de la piel resulten bien visibles: cuanto más dura es la imagen, más contentos se muestran. En París no hay nadie que sepa hacer lo que yo deseo; es decir, un retrato exacto, pero que tenga la indefinición de un dibujo. (Baudelaire, 1865. En: Frizot, 1991).

La fotografía publicitaria nace en tiempo de entreguerras (época en la que nace la fotografía propagandística), aunque ya en el siglo XIX se constaba de la existencia de muchos anuncios fotográficos.

Fueron tres los motivos para que la fotografía publicitaria naciera en esas fechas:

1. Aceptación del público
2. Crecimiento exponencial de la publicidad como herramienta de las economías modernas
3. Autonomía de la fotografía respecto a la pintura (Evidentemente no tenía mucho sentido emplear la fotografía en la publicidad mientras ésta se mantuviese en el terreno del pictorialismo. Para qué emplear un sucedáneo del arte, cuando la

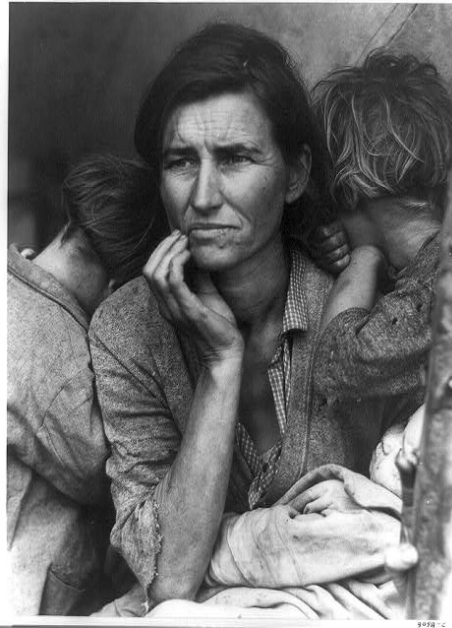
publicidad disponía de algunos de los grandes artistas de la época.). Baudelaire sometió la pintura al nuevo invento («Si se permite a la fotografía suplir al arte en algunas de sus funciones, bien pronto lo habrá suplantado o corrompido por completo, gracias a la alianza natural que encontrará en la necesidad de la muchedumbre. Es preciso, pues, que vuelva a su verdadero deber, que es el de ser la sierva de las ciencias y de las artes» (Baudelaire, 1988: 251).)

En post de la fotografía y su estatus artístico, surge la imagen informativa, positivando el “reflejo de la realidad” y la imagen seductora, distribuida en la fotografía comercial, nutriendo los intereses de la moda y el cine. La propaganda es de los primeros en hacer uso de la fotografía con fines de manipulación política e ideológica. En cuanto a la publicidad, la fotografía es más secundaria, ya que sirve para mostrar el producto fotografiado. Ya en los sesenta es cuando la fotografía conquista a la sociedad con la imagen publicitaria. En estos años, la fotografía trata de acabar con la ilustración y la televisión se vuelve abusiva. La fotografía sustituye a la palabra y esto se ve reflejado en la publicidad, ya que los directores de arte sustituyen a los redactores. Por lo que aparece la fotografía acompañada de la palabra en la publicidad. Los medios de comunicación de época como el cine o la televisión derivan de la fotografía o se vieron influidos por ella, como el fotoperiodismo o las revistas gráficas de finales de los treinta (Life, 1936), exceptuando la radio.

La fotografía caló tan bien en la publicidad, no solo por el interés de esta, sino por intereses generales de la sociedad de mercado, debido a la inmediatez que conseguía la fotografía. En publicidad era útil porque creaba deseo y distracción en los consumidores a través de las imágenes publicitarias. En el cine también fue útil, lo explicaban Adorno y Horkheimer diciendo “a la fantasía ni al pensar de los espectadores dimensión alguna en la que puedan moverse por su propia cuenta” (Horkheimer y Adorno, (1974: 184). Es exagerado decir que no deja «dimensión alguna» (fruto del pesimismo mediático frankfurtiano), pero es una experiencia compartida el que las adaptaciones cinematográficas (fotografía en movimiento) de las obras literarias resultan siempre decepcionantes y empobrecedoras frente a la lectura de las mismas).

En cuanto a las ventajas de la fotografía con la escritura, esta última llevaba más tiempo y esfuerzo, por el contrario, el nuevo medio, aportaba velocidad e impacto

comprometido penetrante. Una de las características de la fotografía publicitaria es la suavidad, no debe albergar nada brusco en sus imágenes, que sea agresivo o cause rechazo. En cambio, en la fotografía periodística, incluso en la artística, no es así, el impacto es uno de sus objetivos. La fotografía *Madre desarraigada* (1936) de Dorothea Lange, es un ejemplo de esto, con un resultado doloroso pero bello a la vez. Esta fotografía pertenece a la tradición iconográfica de las “madonas”.



**Ilustración 25. “Madre desarraigada”, Dorothea Lange. Fuente:**  
<http://giorgiocinematographer.blogspot.it/2009/07/dorothea-lange-la-mirada-de-la-gran.html>

Comparemos la fotografía de *Farm Security Administration* de Dorothea Lange de nuevo y una fotografía de Edward Steichen, para un anuncio social de la agencia J. Walter Thompson, y que, por ello, en ese momento, se convirtió en el fotógrafo mejor pagado. La fotografía de Steichen tiene un gran formalismo, una iluminación tenebrista de las cabezas y miradas de los personajes y tiene un clima depresivo y trágico en una composición trabajada, frente a al resultado directo e intenso de la de Lange.

En la publicidad el sentido y la estrategia se hallan en la fotografía. Las fotográficas documentales del fotoperiodismo, van en busca de la “verdad”. La fotografía publicitaria se puede repetir en muchas ocasiones e incluso editar “alterando” la realidad, en cambio, las segundas se basan en el “instante decisivo”.

La diferencia entre la fotografía publicitaria y la artística reside en que en la primera la imagen debe obtener un sentido pleno, mientras que en la segunda no es necesario que tenga estrictamente un sentido.

La fotografía publicitaria no puede mostrar su significado siempre y cuando se muestre como publicidad. Si no hay texto o no aparece el logo de la marca, no podemos considerarla publicitaria. Lo que hace que una fotografía sea publicitaria es su significado.

En fotografía artística al igual que en el arte moderno uno de los ingredientes a tener en cuenta es el azar, sin embargo, en la fotografía publicitaria es un factor indeseado.

La fotografía documenta y conmueve, por lo que se puede decir que ha dado un salto más allá en las artes modernas. La fotografía consigue un nuevo valor, el artístico, en la que el significado no es tan importante como la materialización.

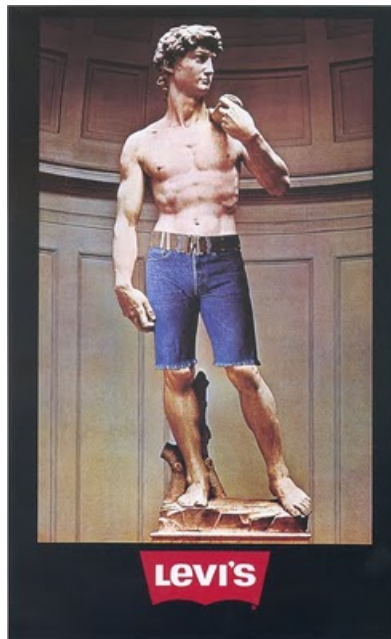
La imagen publicitaria como hemos dicho anteriormente no busca conmover sino incentivar al consumidor al consumo del producto anunciado. La fotografía pues, es un arma muy eficaz de la publicidad para conseguir sus objetivos. La fotografía publicitaria capta la realidad, pero esta realidad está estereotipada, que sólo funciona en el mundo de los tópicos. Esta realidad solo se da en dos iconos: el mediático (actrices, famosos, cantantes, deportistas, etc.) y el artístico, como la *Venus de Milo*, los *Girasoles* de Van Gogh, el *David* de Miguel Ángel, el *Guernica* de Picasso. El arte fácilmente reconocido puede convertirte en la creación del discurso publicitario de manera funcional.

El icono mediático, es el testimonial, con la misma vida que la publicidad de antigua. El segundo icono, el artístico, lo podemos llamar “*publicidad pastiche*”. La incorporación de algún elemento artístico en la publicidad nos habla de determinados valores y significados de la misma. Del mismo modo que la pieza de arte referida pierde su esencia, trascendencia y significado artístico. Así pues, la publicidad no quita valor al arte, lo iguala. De esta manera, “todo vale” en publicidad (imitación, la parodia, el hurto exagerado...).

La fotografía publicitaria ridiculiza y el gran arte. Ejemplo de esto es el anuncio de *Levis*, en el que el *David* de Miguel Ángel se muestra con un pantalón de la marca. Otros



ejemplos son el de la Gioconda anunciando salsa de espaguetis, Vermeer sirviendo lácteos.



**Ilustración 26. David de Miguel Ángel, Levis. Fuente:**  
<https://joranpacahistoria.wordpress.com/category/arte-y-publicidad/>

Debido al miedo en el tema económico y el éxito de la campaña para que la empresa no muera, la publicidad tiende a trabajar en ámbito conocido y esto puede causar un discurso repetitivo, poco significativo y falta de creatividad. Por ello, la publicidad usa mucho los tópicos y estereotipos conocidos socialmente por todos.

En la primera etapa de la publicidad, la de producto, se hacía una fotografía objetiva del producto que se quería vender, después se pasó a la exaltación del producto comercial o industrial, adaptándose al discurso publicitario y sus necesidades. En este tipo de discurso no hay cabida para lo feo, sino que se muestra gente guapa, feliz y autorrealizada.

El referente al que se debe la publicidad es la marca, el producto y esto hace que no haya error. Los anuncios televisivos es el primer contenido de la publicidad y que los niños ven y encuentran placer a la hora de verlos. Pero todo este “mundo idílico” ya aburre a los espectadores.

Y para finalizar este apartado, queremos resaltar tres aspectos de la fotografía publicitaria contemporánea:

1. El proceso de sustitución del texto verbal. Ya no se usa la publicidad argumentativa. Esto se debe a que los consumidores ya conocen las grandes marcas y estas deben impactarlos. Esto es muestra de la autonomía de la publicidad.
2. La tecnología hace una publicidad más creativa. No hay límites con los avances tecnológicos de hoy en día.
3. El impacto que produce. La fotografía publicitaria actual busca señalar y herir al espectador. Este tipo de publicidad, busca acabar con el aburrimiento que es latente desde hace unos años. Por ello, a veces, lo que se pretende es puro espectáculo.

### **Publicidad como arte**

Tarda medio siglo en obtener una identidad propia alejada de los modelos artísticos. Los acontecimientos que hicieron establecer diferencias entre ambos lenguajes fueron:

1. Posibilidad técnica que permitió la impresión de fotografías, en blanco y negro y más tarde en color.
2. La Bauhaus y movimientos afines.
3. Estudios sociológicos aplicados al mercado.

Las diferencias entre los reclamos de principios de siglo y los dibujos de artistas de la misma época, es que en los primeros había presencia de textos escritos, ya que la temática era muy similar. Sin los textos es imposible diferenciar una obra de Lautrec de uno de sus dibujos o un cartel de Cassandre de una obra de un artista cubista. Cuando se incorpora la fotografía a la publicidad, la relación de ambos cambia. La publicidad deja de tener ese toque manual del arte para adoptar una posición más industrial que tanto les gustaba a los miembros de la Bauhaus.

Con el auge de la publicidad aparecen las agencias de publicidad y con estas una estrategia de producción. La publicidad deja de ser una tarea individual, como lo es el arte y pasa a ser un lenguaje, como lo es el cine, en la que el trabajo se divide en muchas personas. Desaparece el toque especial del artista y obtiene un acabado final industrial.

En este punto las diferencias entre el arte y la publicidad son muy notorias, ya en los años 80 será cuando se produzca un acercamiento, sobre todo conceptual. El modelo bidimensional de representación de la realidad se hereda del arte, lenguajes posteriores como la fotografía o la publicidad han recurrido y recurren con asiduidad al método renacentista.

A lo largo de este siglo el arte ha ofrecido una amplia gama de imágenes elaborada por procesos y puntos de vista diferentes. La publicidad ha cambiado de manera brusca con los cambios de década. Esto ha producido que la publicidad acuda al arte como inspiración.

El surrealismo ha sido uno de los movimientos artísticos que más ha influido en la publicidad, sólo un artista como Magritte ha sugerido decenas de imágenes publicitarias, muchas de las cuales sin censura ninguna.

Dalí, Ernst o Man Ray han sido otros artistas que también han marcado en la publicidad. Desde las vanguardias hasta hoy, el arte ha sido fuente de inspiración para las agencias, que casi siempre fueron un paso por detrás de las artes plásticas. En los 50 la publicidad recurre a las imágenes estereotipadas de la propaganda bélica, pero en los 60 la relación entre arte y publicidad vuelve a ser fluida. El director de arte Helmut Krone y el redactor Julian Koenig, ambos de origen alemán, crean junto al director creativo Dane Bernbach, una de las campañas más significativas de la historia de la publicidad, la realizada para Volkswagen. En estas obras, podemos ver las claras referencias a la Bauhaus y al constructivismo. En el anuncio <Think small> (Piensa en pequeño), se aleja del engaño visual y adopta las reglas de la bidimensionalidad. En otro de los anuncios de la serie <It was the only thing to do after the mule died> (era la única cosa que podíamos hacer después de que muriese la mula), la imagen del granjero y su esposa tiene un vínculo con el <American gothic> de Grant Wood y con las fotografías de Ansel Adams.

La publicidad de los años 60 y 70 mantiene como característica de composición, una estructura de retícula muy fuerte. Casi todas las páginas están construidas sobre un entramado de líneas verticales y horizontales que evitan que nada aparezca descolocado, desequilibrado, o inestable. Esta manera de componer está enfrentada a las técnicas

intuitivas que en esos años dominaban el panorama artístico, el *dripping*, *action painting*, *automatismo*, etc.

Los movimientos contestatarios de finales de los 60 y principios de los 70, eran reclamos frescos, abiertos y dinámicos. Estos grupos se fijaron en los carteles de principios de siglo, en la que Lautrec, Chéret y sobre todo Mucha y Beardsley eran los referentes. El ritmo, el colorido y el movimiento de esas composiciones sirvieron de base para nuevas imágenes.

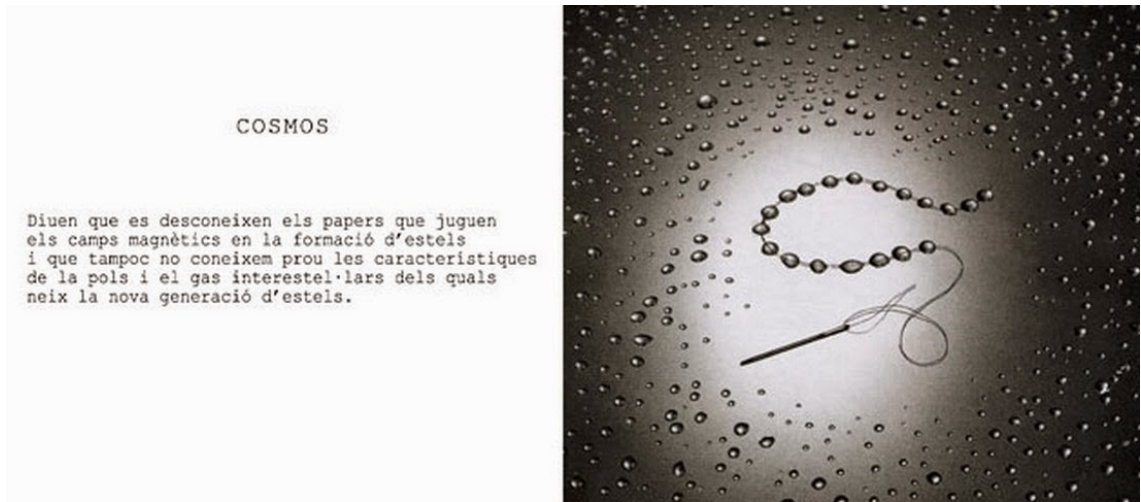
En los 60 otro movimiento social, el Punk, creó otro modo de hacer las cosas. En este caso tanto el arte como la publicidad se influenciaron y lo adoptaron a sus respectivos lenguajes (Coronado e Hijón, 309-313).

### **6.2.1 Chema Madoz**

En 1958 José María Rodríguez Madoz nace en Madrid y empieza los estudios de Historia del arte en 1980. A la par estudió fotografía en el Centro de Enseñanza de la imagen, Madoz no quería dedicarse a la fotografía en un principio, ya que él se sentía más espectador que creador.

A finales de los 80, Madoz ya había hecho varias exposiciones en Madrid, en 1985 algunas de ellas se hicieron en la Real Sociedad Fotográfica y en la Galérie Perraine de París o en el Círculo de Bellas Artes de Madrid.

En 1990, el artista apuesta por no utilizar la figura humana y empieza a investigar la fotografía y a probarla con objetos de manera creativa en su taller de Galapagar, en Madrid. Un año después recibe el premio Kodak. En 1995 sale a la luz su primera monografía (*Chema Madoz (1985-1995)*). En 1996 empieza su trabajo en El Mundo un suplemento semanal, lo que hace que Joan Brossa lo llame para pedirle una colaboración en el libro “Fotopoemario”, publicado en 2003.



Il·lustració 27. Extracto del "Fotopoemario", 2003. Fuente: <http://nadiesalvoelcrepusculo.blogspot.com/2014/10/fotopoemario-joan-brossa-chema-madoz.html>

En el 2000 le conceden el Premio Nacional de Fotografía, nacido en el 1994 y credo por el Ministerio de Cultura. Es el primer artista español en obtener este premio y el premio Higashikawa en Japón. Hace exposiciones a escala nacional e internacional como en el Palazzo Borromeo en Milán o la Galerie Esther Woederhoof en París.

En 2005, es el encargado de la publicidad de Purificación García, una firma de moda española en la cual sigue la relación actualmente (Campos Fernández, 2017: 8-10).



**Ilustración 28. Ejemplo publicitario en Purificación García. Fuente:**  
<https://www.purificaciongarcia.com/es/pg/campaign?id=7>

### **Analizando sus obras**

Sus obras tienen un propio mundo interior cada una de ellas, con la intención de hacernos pensar sobre el mundo en el que vivimos y de profundizar en los objetos empleados para poder sacar los diversos significados que cada obra ofrece. Madoz consigue plasmar las relaciones entre los objetos que muestra.

Nuestro inconsciente también trabaja en al observar las imágenes y adentrarse en los mundos que las obras ofrecen, de manera que nosotros al observar las obras podemos crear otro mundo aparte. Es una vía aleatoria, libre y sin intención previa en la cual nuestra mente crea este mundo a través de la obra de arte y es aquí donde radica el placer de disfrutar de este tipo de obras.

Los objetos fotografiados por Madoz dejan de tener su significado original y pasan a tener otro rol diferente del habitual. Estas imágenes hacen un desafío a la mente, llegan a ser hasta poéticas las imágenes reproduciendo varias ideas y convirtiéndolas en una.

Son contradictorias, plurales, instantáneas y polisémicas con un significado oculto (Madoz, 2011: 3-6).

Madoz es considerado como un artista que trabaja con fotografía surrealista y de la nueva objetividad con influencias de las vanguardias y elementos dadaístas y surrealistas y también se pueden encasillar sus obras en arte conceptual (Campos Fernández, 2017: 25).

Esta primera fotografía representa el anillo del compromiso, representando la trascendencia del ser humano, el compromiso y como una trampa.

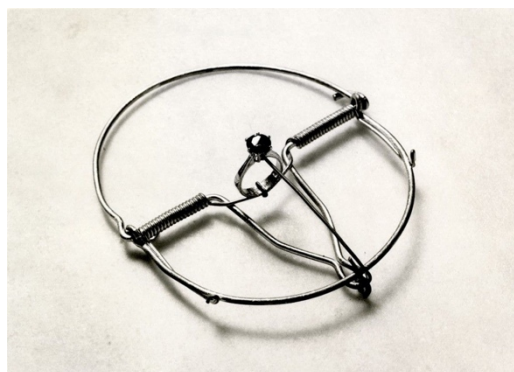


Ilustración 29. Fotografía "El anillo" de Chema Madoz. Fuente: <https://www.pinterest.com/pin/553872454146159754/>

En esta segunda foto el artista lo que pretende es intentar parar el tiempo, congelar la realidad haciéndonos ver que la nube está dentro de la jaula.



Ilustración 30. Fotografía "La nube en la jaula" de Chema Madoz. Fuente: <https://juan314.wordpress.com/2011/05/24/nube-jaula-cloud-cage-by-chema-madoz-2004/>

En esta tercera imagen lo que el autor quiere hacernos ver es que es un árbol, colocada encima de un árbol sin hojas, el efecto óptico es precisamente este, la nube actúa como copa del árbol.



Ilustración 31. "Árbol de nube" de Chema Madoz. Fuente: <http://www.rtve.es/noticias/20150512/chema-madoz-fotografia-esta-mas-proxima-poesia-prosa/1142881.shtml>

Madoz lo que busca es retar el raciocinio mental a través de sus obras, potenciando la creatividad y la imaginación para que con la observación saquemos diferentes conclusiones. En las obras de Madoz siempre está presente la metáfora a modo de puente entre deseo y realidad (Madoz, 2011: 6-7).



## 7. CONCLUSIONES

Tras haber realizado una investigación sobre el tema tratado, las relaciones entre la fotografía, el arte y la publicidad más a fondo, he llegado a la conclusión de que a pesar de los discursos que se han producido a lo largo de la historia de la fotografía, considero que sí se le puede poner la etiqueta de arte por todo lo aportado desde su nacimiento con el Daguerrotipo, pasando por las clases impartidas en la Bauhaus por los diferentes artistas de la época, entre ellos el maestro húngaro Moholy Nagy, hasta el uso que le da la publicidad en sus técnicas de venta para los productos.

He podido ver como la fotografía se ha inspirado en la pintura clásica y como a su vez, posteriormente, la fotografía ha influido a las artes que vinieron después de ella y como la han usado las diferentes técnicas artísticas como el *collage* o el *fotomontaje*.

En cuanto a las expectativas que tenía sobre realizar este trabajo se han cumplido. En primer lugar, porque al investigar el tema me he nutrido de información nueva sobre la fotografía que no sabía. En segundo lugar, porque al hacer el trabajo me he dado cuenta que todas las artes están más o menos relacionadas y que unas se inspiran de las otras.

Y respecto a la realización del trabajo, decir dos cosas: la primera que, al ser un tema elegido junto con mi tutor, nos gustaba a ambos y ha sido ameno a la hora de buscar la información sobre el tema en cuestión y que salgo satisfecho con el trabajo realizado al igual que con la ayuda prestada por mi tutor.

En relación con los objetivos, hay que decir que se han llevado a cabo con éxito. En cuanto al objetivo principal, que era el de conocer más en profundidad el medio de la fotografía y la evolución que ha experimentado desde su origen hasta la actualidad y su relación con la publicidad, considero que he adquirido, a la hora de buscar y de analizar el trabajo, conocimientos sobre este tema que me permiten poder entender y comprender mejor la fotografía como medio audiovisual en la actualidad.

Respecto a los objetivos secundarios, también han sido cumplidos después de realizar el trabajo. El primero (profundizar en la historia de la fotografía), ha sido superado

buscando información en diferentes bibliografías sobre esta cuestión en concreto. El segundo (buscar la relación de la fotografía con el arte), ha sido superado habiendo analizado el contexto de la fotografía, algunos de los autores más importantes que hablan sobre esto y comprendiendo, después de estudiar un poco el ámbito del arte, la relación y el momento en el que entró en la categoría artística. En tercero (analizar las relaciones entre la fotografía y algunos movimientos de vanguardia), ha sido superado estudiando y analizando la Bauhaus y algunas corrientes como el cubismo o el futurismo. Y, por último, el cuarto (estudiar el uso que la publicidad hace de la fotografía como herramienta persuasiva), ha sido superado analizando ambos mundos y la inserción de la fotografía en el mundo publicitario, llegando a conseguir ser una de las técnicas persuasivas más usadas por la publicidad para la venta de productos.

En definitiva, todas las expectativas puestas en el trabajo se han cumplido tras la investigación realizada sobre la línea elegida.

## 8. BIBLIOGRAFÍA

- ADES, D. (2002).** *Fotomontaje*. Barcelona: Gustavo Gili.
- ÁGUILA GÓMEZ, J.M. (2005).** *Las ideas estéticas de Baudelaire*. A Parte Rei: Revista de filosofía, nº 39, 2005, pp. 1-11.
- ANTIGÜEDAD DEL CASTILLO OLVIARES, M<sup>a</sup>. D. y NIETO ALCAIDE, V. y SERRANO DE HARO SORIANO, A. (2012).** *El arte del siglo XX*. Madrid: Editorial Universitaria Ramón Areces.
- AUMONT, J. (1992).** *La imagen*. Barcelona: Paidós.
- BANNON, A. (1981).** *The Photopictorialists of Buffalo*. Buffalo: Media Study.
- BAUDELAIRE, C. (1846).** *Salón de 1846: DELACROIX, Traducción de Hermes Salceda*. Argentina: Publisher.
- BAUDELAIRE, C. (1999).** *Salones y otros escritos sobre arte*. Madrid: Visor
- BENJAMIN, W. (1976).** *Discursos Interrumpidos*. Madrid: Taurus.
- BIEGER-THIELEMANN, M. (2013).** *La fotografía del siglo XX*. Colonia: Taschen.
- BOURGEOT, E. D. (2018).** *Fotografía publicitaria: El poder de la imagen*. Madrid: Grupo Anaya.
- BOZAL, V. (1991).** *Los primeros 10 años. 1900-1910, los orígenes del arte contemporáneo*. Madrid: Antonio Machado Libros.
- CAMPOS FERNÁNDEZ, I. (2017).** *Imagen emocional y racionalidad en la fotografía de Chema Madoz*. Trabajo de fin de grado. Castellón: Universitat Jaume I.
- CAPRISTÁN, J. B. (2008).** *Fotomontaje*. Manuales Arte. Madrid: Cátedra.
- CARRASCO, N. (2016).** *Arte y fotografía en Walter Benjamin: Raíces de una vieja controversia*. Fedro, Revista de estética y Teoría de las artes. Número 16, julio de 2016, pp. 157-174.
- CORONADO E HIJON, D. (1999-2000).** *De la publicación de la fotografía a la*

*fotografía publicada: en torno a los orígenes decimonónicos publicitaria.*  
ÁMBITOS. Nº 3-4. 2º Semestre 1999-1er Semestre 2000, pp. 221-245.

**CORONADO E HIJON, D. (2000).** *Arte, fotografía y publicidad.* Laboratorio de Arte.  
13 (2000), pp. 301-320.

**DOMÍNGUEZ MÉNDEZ, R. (2013).** *El movimiento futurista y su propuesta para la  
sociedad moderna,* La Razón Histórica, nº 21, 2013, pp. 104-113.

**EGUIZÁBAL, R. (2001):** *Fotografía publicitaria.* Madrid: Cátedra.

**ELIZALDE, L. (2017).** *Somatización en la fotografía experimental.* Buenos Aires:  
Universidad Autónoma del Estado de Morelos, segundo semestre 2017, pp. 105-  
117.

**FONTCUBERTA, J. (1984).** *Estética y fotografía.* Barcelona: Blume.

**FONTCUBERTA, J. (1997).** *El beso de Judas. Fotografía y verdad.* Barcelona: Gustavo  
Gili.

**HERRERA NAVARRO, J. (1976).** “*Fotografía y pintura en el siglo XIX*”. Goya, no.  
131 (marzo-abril). Pp. 45-46.

**HERRERA-NAVARRO, J (1996).** *Documentos inéditos sobre la vanguardia artística  
española (II). El joven Borges y la vanguardia ultraíctica.* Norba: Revista de arte,  
Nº 16, 1996, pp. 341-349.

**KRACAUER, S. (1995).** *Photography,* en Thomas Y. Levin (edit.), *The Mass  
Ornament: Weimar Essays,* Cambridge: Mass Press.

**KRAUBE A.C (2005).** *Historia de la pintura, del renacimiento a nuestros días.*  
Barcelona: Konemann.

**LATORRE, J. (2012).** *Fotografía y Arte: Encuentros y Desencuentros.* Revista de  
comunicación 11, 2012, pp. 24-50.

**LEMAGNY, J.C. (1992).** *L'ombre et le temps. Essais sur la photographie comme art.*  
París: Présentation.

- MADOZ, C. (2011).** *Metamorfosis del pensamiento*. Venezuela: Odalys.
- MOHOLY-NAGY (2005).** *Pintura, fotografía, cine y otros escritos sobre fotografía*. Barcelona. Editorial Gustavo Gili.
- MOHOLY-NAGY, L. (1997).** *La Nueva Visión. Principios básicos del Bauhaus*. Buenos Aires: Infinito.
- MULET GUITÍERREZ, M. J. y SEGUÍ AZNAR, M. (1993).** *Fotografías y vanguardias históricas*. Laboratorio de arte, 5 (1993), pp. 279-305.
- NEWHALL, B. (2002):** *Historia de la fotografía*. Barcelona. Editorial Gustavo Gili.
- ORTIZ, M. (1997).** *La fotografía como una de las bellas artes*. Revista de ciencias nº 45 ENERO-MARZO 1997, pp. 58-61.
- PICON, G. (1981).** *Diario del Surrealismo: 1919-1939*. Génova: Skira.
- PICON, G. (1981).** *Diario del surrealismo: 1919-1939*. Madrid: Destino.
- SIMÓ MULET, T. (2013).** *Características y divergencias en las prácticas del montaje de john heartfield y alexander rodchenko*. ASRI - Arte y Sociedad. Revista de Investigación. Núm. 4, 2013, pp. 1-12.
- SOUGEZ, M.- L. (2007).** *Historia de la Fotografía*. Madrid: Cátedra.
- WHITFORD, F. (1991).** *La Bauhaus*. Barcelona: Destino.

## **FUENTES DE INTERNET:**

Biografía de fotógrafos. Biografía de Walter Peterhans, “Vanguardias”.

<http://biografiadefotografos.blogspot.com/2014/09/biografia-del-fotografo-walter-peterhans.html>.

Recuperado el 1/03/2019.

Club de la fotografía: Fotografía abstracta: definición y ejemplos.

<https://clubdefotografia.net/fotografia-abstracta-definicion-y-ejemplos/>.

Recuperado el 22/05/2018.

Concepto definición. Definición de Fotografía. F Tecnología - Definista.

<http://conceptodefinicion.de/fotografia/>.

Recuperado el 23/03/2018.

Definición. Definición de la fotografía. Qué es, significado y concepto.

<https://definicion.de/fotografia/>.

Recuperado el 23/03/2018.

El Universal. Colectivo círculo rojo. La fotografía directa de Paul Strand.

<http://www.eluniversal.com.mx/blogs/colectivo-circulo-rojo/2015/09/15/la-fotografia-directa-de-paul-strand>.

Recuperado el 2/04/2018.

Fundación Tapies (1997). Laszlo Moholy-Nagy. Fotogramas 1922-1943.

<http://www.fundaciotapies.org/site/spip.php?rubrique216>.

Recuperado el 26/03/2018.

La Jornada. Teresa del Conde. “Sobre la muerte de la pintura”.

<https://www.jornada.com.mx/2008/09/09/index.php?section=opinion&article=a08a1cul>

Recuperado el 20/10/2018.

Missomnimedia, Art Herstory: Ellen Auerbach y Grete Stern (2009).

[www.missomnimedia.com/2009/10/art-herstory-ellen-auerbach-grete-stern/](http://www.missomnimedia.com/2009/10/art-herstory-ellen-auerbach-grete-stern/).

Recuperado el 25/03/2018.

Moove magazine. Arte. Corrientes artísticas. Cubismo, geometría y fragmentación en el arte a principios de del XX.

[https://moovemag.com/2018/11/cubismo-geometria-y-fragmentacion/#Cubismo cine y fotografía.](https://moovemag.com/2018/11/cubismo-geometria-y-fragmentacion/#Cubismo%20cine%20y%20fotografia)

Recuperado el 27/02/2019.

Raw.r fotografía wordpress. El cubismo fotográfico.

<https://rawrfotografia.wordpress.com/2014/11/28/el-ubismo-fotografico/>.

Recuperado el 13/02/2019.