

de la muerte de la obra» en la medida en que la visión del artista en el taller se desplaza a la visión del público en el museo, donde un halo de autoridad filtra la percepción en tanto que lugar de «idealización espiritual» o de culto. Esta noción del museo como templo (espacio de culto) está arraigada con mucha fuerza en el dominio popular. La razón hay que buscarla en la autoridad de la institución, pero, en tal caso, ¿cómo se genera esa autoridad y a santo de qué se sigue respetando? El código de comportamiento en un museo es muy similar al de un hospital o una iglesia. Pero, más allá de las actitudes de sumisión de los visitantes, habría que indagar por qué ese efecto regenerador y de transformación sigue funcionando. Debemos preguntarnos por ejemplo si cuando se extrajeron las imágenes de las iglesias para confinarlas en los museos, fue justamente el aura mágica que las imágenes conllevaban lo que impregnó de sacralidad el contexto museal, o si por el contrario es la autoridad solemne del museo, arropada ya por valores ideológicos seculares, lo que perpetúa la idealización espiritual de las imágenes.

En el catálogo de la exposición «*From Here On*»,¹ Clément Chéroux llama nuestra atención sobre esa nueva carrera del oro a la que va de cabeza el arte contemporáneo. El epitafio de la tumba de André Breton en el cementerio de Batignolles, en París, reza: «Yo busco el oro del tiempo». Su amigo Paul Éluard era un apasionado coleccionista de tarjetas postales, de las que decía que no eran arte sino, «como mucho, la calderilla del arte», pero que daban «a veces la idea del oro». ¿Qué nos indica hoy el camino de la fortuna? Entre una obra maestra consagrada y su reproducción en una modesta tarjeta postal no hay tanto una diferencia de auras como de vidas, no es tanto una cuestión del valor que le asignemos como del lugar donde habita. Vida y habitación marcan el ciclo de la imagen. Igual que con las banderolas y los bolsos de Vaho.

1. «*From Here On*, *Rencontres Internationales de la Photographie*», Arles, 2011. Traducción al catalán y castellano en *D'Ara Endavant*, Barcelona/México D.F., Ediciones RM, 2013.

La danza sélfica

Te miras y te dices que sin duda eres alguien,
que ese del espejo eres tú.
Y eres tú. Pero no hay nadie.

MIGUEL MOREY¹

SELFÍO, LUEGO ESTOY²

Un *spot* televisivo de la firma Samsung para anunciar el modelo de una de sus cámaras digitales compendia en sesenta segundos todo un tratado fenomenológico de la evolución de la fotografía. Nos encontramos en una playa solitaria y una muchacha avanza paseando hacia la orilla. De repente descubre un cadáver mecido por las olas y empieza a chillar despavorida. Sin embargo, saca su cámara y dispara una y otra vez con fogonazos de *flash*. Después de algunas tomas, agarra unas algas y las echa al lado del cuerpo, para que entren en el encuadre. Sin dejar de disparar, habla a alguien con su móvil. Finalmente, se da la vuelta y se hace un *selfie* con el ahogado de fondo. El anuncio termina con el eslogan: «¡Hay tantas escenas interesantes en la vida!». ³

1. *Deseo de ser piel roja*, Barcelona, 1994.

2. Un ensayo de la psicoanalista Elsa Godart presenta un título similar: *Selfío, luego soy (Je selfie donc je suis*, Ed. Albin Michel, París, 2016)

3. <https://www.youtube.com/watch?v=8b3PWpYU8Ns>

Conclusión: necesitamos tener nuestra cámara siempre dispuesta para no perdernos esas ocasiones irrepetibles.



Fotograma del spot televisivo de cámaras digitales Samsung, 2006.

Este corto relato entroniza tres estadios de la expresión fotográfica. La primera etapa revela el impulso documental, la acción que satisface la curiosidad y la sorpresa, y podemos asociarla a los primeros pasos de la fotografía: la necesidad de registrar y conservar la imagen de una realidad «en bruto». En la siguiente, etapa la joven fotógrafa interviene en la escena «retorizándola» con las algas. Esa acción que surge con espontaneidad apuntaría al afán de interpretar, y no sólo de testimoniar, la situación que tenemos enfrente, con lo que se logra una imagen más explícita y más expresiva. Desde el punto de vista de la metodología documental estricta, la muchacha comete una infracción, pero es una infracción perdonable porque permite que aflore de forma incipiente lo que podríamos llamar *staged photography* o «fotografía escenificada», la cual implicaría un uso artístico y no meramente instrumental de la cámara. En la primera etapa ponemos el foco sobre un hecho, en la segunda, sobre una intención. En ambos casos nos debatimos aún en el dominio de la fotografía, pero en la tercera etapa irrumpe ya la postfotografía: en un giro copernicano la cámara se despega del ojo, se distancia del sujeto que la regulaba y, desde la lejanía de un brazo extendido, se vuelve para fotografiar justamente a ese sujeto. Acabamos de inventar el *selfie*. Aunque



Selfie de Anastasia Nikolaevna Romanova, 1914.

tras una frase lapidaria como ésta, lo primero que nos apeetece es rastrear el pasado en busca de precedentes y es obvio que los encontramos. Los autorretratos fotográficos efectuados a lo largo del siglo XIX se inscribían dentro de los patrones gráficos y pictóricos de sus predecesores. La plasmación de uno mismo constituía en esa época una atribución limitada a los artistas. Clément Chéroux señala al pintor Edvard Munch como el precursor del *selfie* cuando en 1908, convaleciente de una depresión en una clínica de Copenhague, giró el aparato hacia sí mismo para ilustrar su estado anímico (sentando así las bases de la terapia que, como hemos visto, seguiría mucho más tarde Pasqual Maragall). Otro famoso *selfie* incipiente lo tomó en 1914 la gran duquesa Anastasia Nikolaevna Romanova, a la edad de trece años, cuando se autorretrató para enviar la foto a un amigo. En la carta que acompañaba a la imagen impresa, escribió: «Tomé esta foto de mí misma mirando al espejo. Era muy difícil porque mis manos estaban temblando». Pero el caso de *selfie* ancestral más aparatoso nos lo regalaron en diciembre de 1920 un grupo de fotógrafos de la Byron Company (Joseph Byron y Ben Falk aparecen empuñando una

voluminosa cámara, junto a sus colegas Pirie MacDonald, Coronel Marceau y Pop Core), en el tejado del Marceau's Studio en Nueva York, frente a la catedral de San Patricio, en una fascinante instantánea conservada en la colección del Museum of the City of New York que ha cobrado especial relieve tras la inusitada euforia por los *selfies*.



Selfie de los fotógrafos de la Byron Company en la azotea de su estudio en Nueva York, 1920. Colección del Museum of the City of New York.

En la ergonomía del *selfie*, cabe destacar en primer lugar que la exploración de la realidad no se efectúa con el ojo pegado al visor de la cámara. La distancia física y simbólica que se interpone entre ambos, acrecentada a menudo por ese ridículo adminículo que es el *selfie-stick* o palo-*selfie*, en fin, la pérdida de contacto físico entre el ojo y el visor desprovee a la cámara de su condición de prótesis ocular, de dispositivo ortopédico integrado a nuestro cuerpo. Ya no hay proximidad, ahora la realidad aparece en una proyección fuera del cuerpo, distinta de la percepción directa, en una imagen que ocupa una pequeña pantalla digital y que ya ha sido procesada. Podría parecer que no se trata tampoco de un fenómeno nuevo: con las antiguas cámaras de banco óptico o de fuelle, el operador tampoco se servía de un visor directo, ya que debía cubrirse la cabeza con un paño negro y sumergirse en la penumbra necesaria para atisbar la tenue

proyección de una escena sobre el cristal esmerilado que servía para encuadrar. Pero en ese caso se trataba de una simple proyección, con un funcionamiento fácil de entender; lo único que resultaba extraño para el profano era que la imagen aparecía invertida. En la pantalla digital, en cambio, la imagen aparece en diferido y provista de un verdadero cuadro de mandos: sobre la representación de la escena se superpone un sinnúmero de datos y de reglajes.

Pero es en el ámbito de lo epistemológico donde el *selfie* introduce un cambio más sustancial, ya que trastoca el manido noema de la fotografía: «esto-ha-sido», por un «yo-estaba-allí». El *selfie* tiene más que ver con el estado que con la esencia. Desplaza la certificación de un hecho por la certificación de nuestra presencia en ese hecho, por nuestra condición de testigos. El documento se ve así relegado por la inscripción autobiográfica (en cierta forma, como cuando los periodistas se convierten a sí mismos en la noticia, el mensajero deviene mensaje). Una inscripción que es doble: en el espacio y en el tiempo, es decir, en el paisaje y en la historia. No queremos tanto mostrar el mundo como señalar nuestro estar en el mundo.



El *selfie* como nuevo rito social. Inauguración de exposición, Montreal, 2015.

Que el sujeto se anteponga al objeto supone en el estado vernacular de la fotografía un cierto descalabro del canon objetivista documental. El afán de inscripción autobiográfica implica la inserción del yo en el relato visual, con un arrabato de subjetividad que a menudo se equipara al narcisismo. Cabe entonces preguntarse si el *selfie* es la expresión de una sociedad vanidosa y egocéntrica. La respuesta es que no necesariamente: de hecho, aunque internet funcione como un gran altavoz del narcisismo, la afirmación del yo y la vanidad recorren toda la historia de la humanidad; pensemos en las momias del antiguo Egipto, los bustos de mármol del Imperio romano o muchas facetas del retrato fotográfico en el siglo XIX. La diferencia estriba tal vez en que hoy disponemos de los medios para manifestar esa vanidad. Los *selfies* apelan a precedentes históricos, pero, como cuenta Jennifer Ouellette, funcionan en la era digital como «reguladores de sentimientos»¹ que siguen alimentando la necesidad psicológica de extender la explicación de uno mismo. La gran diferencia es que esta explicación se encuentra, por un lado, al alcance de todo el mundo y, por otro, se ve amplificada a través de la caja de resonancia de las redes sociales y los servicios de mensajería electrónica.

A veces se ha considerado la fotografía analógica como una disciplina propia de los elfos, esos seres de la mitología escandinava sobresalientes por su belleza e inmortalidad. Ambos dones han contribuido a perfilar el horizonte de lo fotográfico: la verdad y la estética, el tiempo y la memoria. Jugando con los parónimos, se podría decir que si la fotografía ha sido *élfica*, la postfotografía está siendo *sélfica*. Y esta dimensión *sélfica* no constituye una moda pasajera sino que consolida un género de imágenes que ha llegado para quedarse, como los retratos de pasaporte, la foto de bodas o la foto turística. Aunque nos pueda desagradar su diagnóstico, los *selfies* constituyen un material en bruto que nos

1. Jennifer Ouellette, *Me, Myself, and Why: Searching for the Science of Self*, Nueva York, Penguin Books, 2014.

ayuda a entendernos y a corregirnos, y del que ya no sabemos renunciar.

DEL ESPEJO DESMEMORIADO AL ESPEJO MEMORIÓN

En cualquier caso, la puesta de largo del *selfie* tuvo lugar a comienzos de la segunda década del siglo XXI. En 2012, la revista *Time* incluyó ese neologismo entre las diez palabras más populares del año y el *Oxford English Dictionary* la encumbró definitivamente en noviembre de 2013 como la palabra del año. Luego se sucederían hechos mediáticos con personalidades populares del espectáculo y de la política tomándose *selfies* en público o divulgando sus resultados. Alcanzaron especial notoriedad, por razones obvias, el polémico *selfie* del presidente estadounidense Barack Obama en el funeral de Nelson Mandela, los simpáticos *selfies* del papa Francisco con grupos de fieles en el Vaticano o el glamuroso retrato de grupo orquestado por la actriz Ellen DeGeneres en la 86.ª ceremonia de entrega de los Oscar en Hollywood (imagen que fue retuiteada 2,8 millones de veces en tan sólo veinticuatro horas).

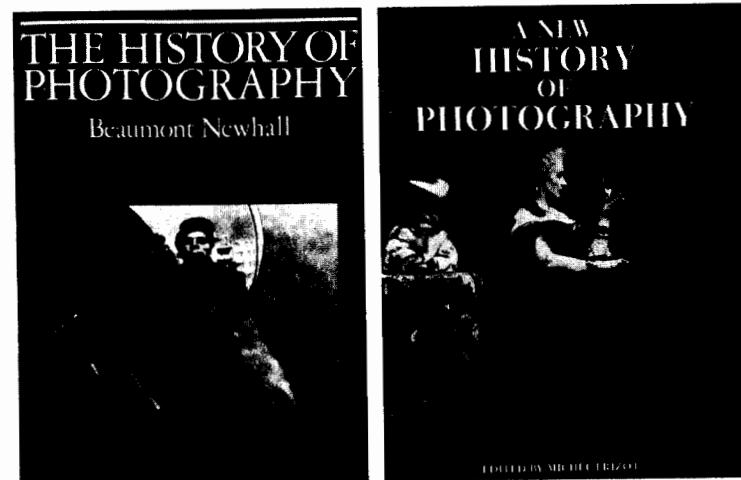
Un vistazo rápido a la multimillonaria producción de *selfies* permite diferenciar dos modalidades operativas que pueden ser designadas con sendos neologismos: *autofoto* y *reflectograma*. Para la primera sólo es menester un objetivo gran angular y un brazo lo suficientemente largo como para encajarnos en el encuadre en base a un sistema de prueba y error, porque aunque algunos teléfonos van provistos de cámaras por ambos lados —como concesión a la *selfmanía*—, lo más habitual es tener que disparar a ciegas. En el reflectograma, en cambio, nos hacemos el autorretrato frente a un espejo, lo cual, aunque siempre intervenga cierta dosis de aleatoriedad, aporta un mayor grado de control del resultado. Sin duda esa ventaja justifica que los reflectogramas hayan precedido a las autofotos tanto en la fotografía analógica como en el imaginario digital. Desde la perspectiva de la

cultura fotográfica, la presencia simultánea de la cámara y el espejo implica sustanciosos elementos sobre cuyo alcance vale la pena entretenerse.

Sin duda alguna, el libro de historia de la fotografía que más influencia ha ejercido es la *Historia de la fotografía* de Beaumont Newhall. Redactado inicialmente como catálogo de la exposición con que el MoMA de Nueva York quiso saludar en 1937 el primer siglo de vida del arte de la luz, el texto ha sido revisado y ampliado en progresivas reediciones. Desde la quinta y postrera de esas reediciones, que apareció en 1982 (Newhall falleció una década más tarde, aunque el libro prosigue su éxito imparable de reimpressiones y traducciones), la cubierta está ilustrada con una fotografía de 1933 de Alexander Rodchenko, titulada *Chauffeur*. La imagen condensa los malabarismos visuales de ese artista constructivista que capta aquí su propio reflejo sobre el volumen cromado del foco de un automóvil, apostado tras la prominente figura de un chófer que fuma en pipa.

Frente al valor canónico de la obra de Newhall surgieron diversas revisiones alternativas. La más ambiciosa de ellas, *Una nueva historia de la fotografía*, culminó en 2003 el fruto conjunto de un equipo internacional de historiadores dirigido por Michel Frizot. La obra pronto se convirtió en la nueva biblia fotográfica. En este caso, para la cubierta, Frizot eligió un retrato de la condesa Castiglione con su hijo, una imagen de Louis Pierson que se cree que fue tomada en 1864. De esta intrigante personalidad de la corte de Napoleón III (amante del emperador y espía al servicio de Italia), era conocida su propensión obsesiva a hacerse retratar en poses sugestivas. En este retrato la condesa luce su aristocrático perfil pero, con la mano izquierda, sostiene un espejo ovalado, inclinado en el ángulo preciso para que el rostro se refleje frontalmente a la cámara y su mirada se dirija directamente al espectador.

¿Es mera coincidencia que los dos tratados históricos de referencia sobre la fotografía hayan escogido la presencia de un espejo en el diseño de su cubierta, que se supone desti-



Historia de la fotografía de Beaumont Newhall, con la fotografía *Chauffeur*, de Alexander Rodchenko, en la portada (edición de 1982). *Una nueva historia de la fotografía*, dirigida por Michel Frizot, con el retrato de la condesa de Castiglione realizado por Louis Pierson (edición de 2003).

nada a condensar y promocionar su contenido? La respuesta es obvia: nada mejor que un espejo para evocar el acto fotográfico. Oliver Wendell Holmes, médico, hombre de letras y fotógrafo aficionado, tuvo la precoz intuición de bautizar el daguerrotipo como «espejo con memoria», en un artículo aparecido en *The Atlantic Monthly* en junio de 1859. Desde entonces, el espejo y la memoria se convierten en los pilares de la *fotograficidad*: el espejo apela a la mirada; la memoria, a su preservación.

Numerosos teóricos e historiadores interpretan la cámara fotográfica como un dispositivo que culmina la secuencia de progresivas «máquinas de visión», como la linterna mágica, la silueta, el fisionotrazo, el vidrio de Claudio y la cámara lúcida. De hecho, el único referente del que disponía la primera generación que asistió al nacimiento de la fotografía era el espejo, que desde mucho antes había sido el medio que duplicaba lo visible de una forma precisa, clara y bri-

llante, como posteriormente lo haría el daguerrotipo. Leonardo da Vinci escribió: «El espejo de superficie plana contiene en sí mismo la pintura más genuina. [...] Vosotros, pintores, reconoceréis en la superficie de un espejo plano a vuestro maestro». ¹ Si el espejo ejerce de maestro para la pintura, se infiere que para la fotografía devendrá su matriz.

SCIENTIA CATOPTRICA²

No obstante, dado que los espejos sólo cobran sentido cuando alguien se mira en ellos, la historia de los espejos equivale a la historia de la visión, de la conciencia y del conocimiento. Paradójicamente, las superficies reflectantes han servido tanto para revelar la realidad como para ocultarla y, en consecuencia, los espejos se han hecho un hueco en la religión, el folclore, la literatura, el arte, la magia y la ciencia. Los espejos facilitan la observación empírica, pero simultáneamente devienen ventanas a la imaginación y a lo ilusorio: traducen, en definitiva, la insalvable contradicción de la naturaleza humana. En 1529, Lucas Furtnagel pintó a una pareja sujetando un espejo convexo que refleja sus rostros como calaveras; en el marco del espejo se lee el aforismo griego: «Conócete a ti mismo». Como réplica irónica, Pieter Brueghel dibujó a un hombre que se observa en un espejo y añadió la pesimista inscripción: «Nadie se conoce a sí mismo». El tema de la vanidad y la muerte se popularizaba en Europa en una época en que la tasa de mortalidad era muy alta y los espejos comenzaban a utilizarse cada vez más.

1. Diego Mormorio, *Una invenzione fatale. Breve genealogia della fotografia*, Palermo, Sellerio, 1985.

2. Jurgis Baltrusaitis, *El espejo*, Madrid, Miraguano / Polifemo, 1988 [*Le miroir*, París, Elmayan / Éditions du Seuil, 1978]. Mark Pendergrast, *Historia de los espejos*, Barcelona, BSA, 2003 [*Mirror, Mirror. A History of the Human Love Affair with Reflection*, Londres, Basic Books, 2004].

Los arqueólogos encuentran dificultades para precisar la fecha en que una civilización creó la primera superficie reflectante artificial. Los espejos primitivos más antiguos datan de la Edad de Piedra: el yacimiento de Çatal Höyük (cerca de Konya, en Turquía) sitúa hacia el año 6200 a. C. la presencia de espejos de obsidiana pulida, un cristal de roca negra que se origina durante las erupciones volcánicas. Alrededor del año 1000 a. C. ya se fabrican en todo el mundo espejos de metal, mercancías tradicionales para el comercio. Según Plinio el Viejo, los espejos de vidrio se inventaron en las fábricas de vidrio de Sidón: finas esferas de vidrio soplado cuyo interior se revestía con plomo fundido; una vez cortadas se convertían en espejos adecuados para uso doméstico, aunque también se utilizaban como amuletos. Sin embargo, durante siglos los espejos permanecieron como objetos suntuarios reservados a las élites pudientes; sólo con la revolución industrial se masificaría su producción y se convertirían en objetos banales de uso cotidiano. Es entonces cuando se entra verdaderamente en la era del espejo.

Para Lewis Mumford, la invención del espejo había significado «el inicio de la biografía introspectiva en el estilo moderno, es decir, no como un medio de edificación, sino como una pintura del yo [...]. El yo del espejo se corresponde al mundo físico que fue expuesto a la luz por las ciencias naturales en la misma época; era el yo abstracto, sólo una parte del yo real, la parte que uno puede separar del fondo de la naturaleza y de la influencia de los demás hombres». ¹ También el psicoanálisis se vale del espejo para explicar la etapa del desarrollo psicológico del niño en la que éste se reconoce en su reflejo y se identifica con su imagen. Para Lacan, este «estadio del espejo» constituye el hito fundacional del yo y del sujeto. El paso siguiente es la decepción que se experimenta al reconocerse para, casi inmediatamente después, desconocerse: se accede sólo a una imagen especu-

1. Lewis Mumford, *Técnica y civilización*, Madrid, Alianza, 1982.

lar, separada de nosotros, que no nos pertenece, y que es a postre una ilusión o un engaño. En un orden metafórico, interpone la dialéctica entre Eros y Tánatos: la carga erótica/tanática de la imagen se manifiesta en el vaivén de desplazamientos que Barthes denomina «intermitencia», es decir, el juego entre lo que asoma y lo que se oculta.

ANIMALES DE LOS ESPEJOS

A algunos pájaros en cautividad doméstica, como los periquitos, se les coloca un espejo en el interior de la jaula para que su reflejo les haga creer que tienen compañía. Resulta empíricamente dudoso que tal estratagema funcione, pero seguro que tranquiliza nuestra conciencia y nos exime de comprarle una pareja a nuestra solitaria mascota. A la postre, es cierto que la capacidad de reconocerse en un espejo es privativa de los primates superiores; los demás animales sólo ven en el reflejo un rival o un aliado. Nosotros los humanos, los primates más superiores, podemos tanto reconocernos en nuestros reflejos como, simultáneamente, creer en nosotros mismos a un rival o a un aliado: no nos extraña, pues, que utilicemos los espejos para indagar en la identidad y construir nuestros símbolos.



Periquito con espejo, Barcelona, 2011.

En su cuento «Animales de los espejos», Borges refiere que antaño el mundo de los hombres y el mundo de los espejos no estaban, como ahora, comunicados. «Una noche, la gente del espejo invadió la tierra. Su fuerza era grande, pero al cabo de sangrientas batallas las artes mágicas del Emperador Amarillo prevalecieron. Éste rechazó a los invasores, los encarceló en los espejos y les impuso la tarea de repetir, como en una especie de sueño, todos los actos de los hombres.»¹ El espejo encapsula por tanto una realidad simétrica y oculta, cuyo acceso es tentador. Por eso cuando Lewis Carroll hace que Alicia atraviese el espejo, en la segunda entrega de sus aventuras, la introduce en un universo que resulta aún más prodigioso que aquel país de las maravillas ya visitado en sus primeras escaramuzas. Alicia no quiere reconocerse en el espejo, no desea en absoluto que el espejo le devuelva la verdad, como en la leyenda de Blancanieves y la bruja envidiosa de su belleza; lo que pretende es escabullirse en su ficción. Alicia no alcanza en este caso la senda mágica a través de la madriguera de un conejo, sino traspasando el umbral del espejo, que la transporta a una realidad enigmática donde todo, lo que creemos y lo que sabemos, se ve trastocado.



Giovanni Bellini, *Mujer peinándose ante el espejo* (1515). / Diego Velázquez, *Venus del Espejo* (1647-1651).

1. Jorge Luis Borges, «Los animales de los espejos», en *El libro de los seres imaginarios*, Madrid, Cátedra, 1998.

En el arte clásico, los espejos están presentes en numerosas obras convertidas en iconos culturales, como la *Mujer peinándose ante el espejo* (1515) de Bellini, *Venus ante el espejo* (c. 1555) de Tiziano, *Venus y Cupido* (1606-1611) y *Venus ante el espejo* (1614-1615), ambas de Rubens, y por descontado la *Venus del Espejo* de Velázquez (1647-1651), entre otras. Lo más frecuente es que en esas escenas la inclusión del espejo justifique situaciones de aseo personal o de acicalamiento por parte de figuras femeninas, pretexto, a su vez, para que el cuerpo desvele con naturalidad su desnudez. La justificación última sería la belleza y el arte con intención de trascendencia, en el sentido que recogen las palabras de Khalil Gibran: «La belleza es la eternidad que se contempla a sí misma en un espejo. Pero vosotros sois la eternidad y vosotros sois el espejo». El Barroco y el manierismo introdujeron el gusto por los juegos de imágenes y de miradas: mirar al que mira e incluir al propio pintor en el cuadro anticipaban la idea de incluir el propio dispositivo de representación en la imagen. Ese precursor gesto velazqueño será depurado en las vanguardias del siglo xx: Picasso, Miró, Delvaux, Kirchner... El entusiasmo con que la Modernidad asume la fotografía dará paso a los autorretratos calidoscópicos de Florence Henri o los reflejos deformados de Bill Brandt. Este tipo de ensayos visuales traducen experimentaciones compositivas de raíces constructivistas y surrealistas, en las que el espejo actúa como factor distorsionante de la percepción. También en el cine encontramos secuencias gloriosas que pivotan alrededor de un espejo. Recordemos la trepidante persecución y el intercambio de disparos en el interior de un laberinto de espejos en una feria de atracciones con que culmina *La dama de Shanghai* (1948), de Orson Welles. En esa acción final los dos contendientes se tirotean sin la certeza de estar apuntando al personaje de carne y hueso o a su reflejo; en medio de esos memorables efectos visuales, los espejos ejemplifican el solapamiento indiscernible entre objeto e imagen, entre realidad y ficción. O el clásico *Peeping Tom* (traducida como *El fotógrafo del pánico*, 1960) de Michael Powell, en el

que un cineasta aficionado asesina sádicamente a una serie de mujeres mientras las filma con una cámara dotada de un espejo, que fuerza a la víctima a contemplar su propia agonía.

BIENVENIDOS A LA NOOSFERA

Cual poroso entramado de comunicación universal, internet sitúa al alcance de la mano la utopía de la noosfera que vislumbraron Vladímir Ivánovich Vernadski y Pierre Teilhard de Chardin como una posibilidad de conexión nodal de toda la inteligencia humana. Ambos profetas del ciberespacio y de sus consecuencias espirituales no darían crédito al estadio actual de los acontecimientos. Veamos algunos datos ilustrativos sobre la era de cambios exponenciales en la que estamos instalados:¹

- En uno de cada ocho matrimonios celebrados en Estados Unidos en 2008, los contrayentes se habían conocido a través de plataformas *online*, es decir, el primer contacto de interacción social, que conduciría a una pareja casada, tuvo lugar frente a la pantalla de un ordenador.² No consta cuántas rupturas subsiguientes se han comunicado mediante mensajería instantánea.
- La red social MySpace contaba en 2008 con más de doscientos millones de usuarios registrados. Si MySpace fuese un país, tendría la quinta población más numerosa del mundo, entre Indonesia y Brasil. [En septiembre de 2015

1. Según investigación de Karl Fisch, Scott McLeod y Jeff Brenman, aparecen en el vídeo *Did you know* que la multinacional Sony presentó en octubre de 2008, en su Consejo de Administración celebrado en Roma (<http://www.youtube.com/watch?v=cL9WuzkWWvSY>).

2. El sistema de flirteo *online* ya ha sido explotado con profusión por guionistas y escritores. Mencionemos por ejemplo el líder de ventas internacional *Contra el viento del norte* de Daniel Glattauer, Madrid, Alfaguara, 2010 [*Gut gegen Nordwind*, Viena, Deuticke im Paul Zsolnay Verlag, 2006].

Facebook alcanzó los 1.500 millones de usuarios; sería el país más poblado del planeta.]

- En 2008 se efectuaron más de 31.000 millones de búsquedas al mes en Google; en 2006, esa cifra era de sólo 2.700 millones. (Para 2016 se estiman 105.000 millones de búsquedas al mes.) ¿Quién resolvía todas estas preguntas a. G.? (a. G. = antes de Google).
- El primer SMS comercial fue enviado en diciembre de 1992. Hoy, el número de mensajes enviados y recibidos al mes excede el total de la población en el planeta.
- Se calcula que en 2008 se generaron cuatro exabytes (traducción: 4×10^{19} o cuatro por diez elevado a la decimonovena potencia) de información original. Esta cantidad supera la globalidad de toda la información producida en los 5.000 años precedentes.
- La cantidad de información técnica se dobla cada año. Los estudiantes que emprendan los estudios de una carrera técnica de cuatro años se encontrarán con que la mitad de lo que han aprendido habrá quedado obsoleto en su tercer curso.
- En 2013 estaba prevista la construcción de un superordenador que superase las capacidades computacionales neuronales de un cerebro humano. (De momento, la predicción se retrasa.) Hacia 2049, un ordenador que costará menos de mil dólares superará la suma de las capacidades computacionales de toda la especie humana.

REFLECTOGRAMAS

En la estela de la tradición de retratos con espejo, la confluencia de internet con la proliferación de cámaras digitales y teléfonos inteligentes da lugar a un nuevo género tremendamente popular, como evidencian los blogs y foros de internet y la mensajería instantánea: los ubicuos autorretratos frente a espejos realizados por todo tipo de personas, pero sobre todo jóvenes y adolescentes (sin duda los usuarios na-

turales de la red porque son nativos digitales y han crecido en un paisaje del que internet ya formaba parte). Como particularidad específica de esos autorretratos, y como trasfondo simbólico de una pregnancy que cierra el círculo perceptivo, la propia cámara con la que se ha efectuado la toma aparece también reflejada en la imagen resultante, en tanto que dispositivo de registro. Por sí solo, este requisito convierte ese corpus gráfico en un exhaustivo y variopinto catálogo de cámaras que recorre una evolución de modelos y diseños entre la «primitiva» Mavica y los actuales iPhones.

De los *selfies* en general y de los reflectogramas en particular, aunque las cuestiones técnicas terminarán dirimiendo aspectos estéticos, nos interesa más comenzar interpretando las circunstancias de algo que va más allá de una moda imparable para convertirse en un *fenómeno* sociológico: una infinitud de *reality shows* a escala individual. Se puede afirmar que, en el punto en que se encuentra en la actualidad nuestra civilización de la imagen, los espejos atañen a la necesidad y al gusto de mirarnos, pero también a la necesidad y al gusto de compartir esa mirada. Espejos y cámaras pasan a definir el carácter panóptico y escópico de nuestra sociedad: todo se ofrece a una visión absoluta y a todos nos guía el placer de mirar. Se trataría de desproveer el mito del Gran Hermano de sus connotaciones centralizadas, autoritarias y represivas para, por el contrario, abrirlo a un sistema democrático, voluntario y participativo. Demos por aceptable este marco de interpretación y sigamos indagando.

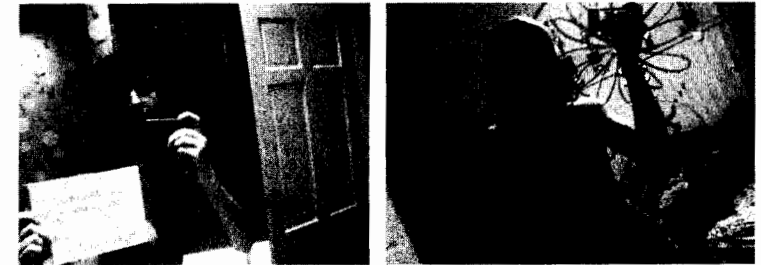


El reflectograma como constancia autobiográfica.

Existen centenares de miles, seguramente millones de reflectogramas, circulando en diferentes tipos de páginas que, como contenedores, determinan la naturaleza del contenido. Encontramos en primer lugar los blogs de carácter personal, cuyo punto de partida se encuentra en los diarios íntimos y en los dietarios de otro tiempo en cuanto a la selección y el tratamiento de los temas; pero a diferencia de aquéllos, los blogs se sustentan en una voluntad de airear públicamente los contenidos para compartirlos y obtener *feedback*. Muy a menudo estos blogs incorporan documentos gráficos que, de forma esporádica, pueden ser reflectogramas. Así, el rango funcional de los autorretratos abarca un amplio espectro: desde los amigos separados por la geografía que se envían mutuamente reflectogramas, como mensaje de recuerdo cariñoso, hasta la joven que, en el probador de unos grandes almacenes, se fotografía vistiendo una prenda y solicita con la imagen la aprobación de alguien de su confianza. Aparecen también redes sociales más establecidas que actúan como una extensión de los blogs y que suelen estar dotadas de una interfaz sofisticada y versátil, destinada a agilizar el intercambio y la participación a mayor escala. Pensemos en portales como Facebook, Twitter, Tuenti, Meetic, Badoo o MySpace,¹ verdaderas herramientas de interacción social en las que abunda el tráfico de reflectogramas, filtrado por las codificaciones inherentes a los diferentes grupos y colectivos. Allí, tomarse y compartir fotos forma parte de los juegos de seducción y los rituales de las tribus más jóvenes: cuantas más fotos, más *glamour*, más diversión, más «vida»... Los reflectogramas son una forma de señalarse como miembro de un núcleo distinguido, una forma de afirmar el sentimiento de pertenencia a

1. No hay que perder tiempo en la enumeración de estos portales ni en los ejemplos que se citan más adelante, porque entre el momento de redactar estas líneas y el momento en que un lector las lea, aquellos portales que nos parecen más encumbrados habrán desaparecido dando paso a otros hoy inexistentes: las transformaciones a velocidad vertiginosa son la primera de las vorágines a las que internet nos somete.

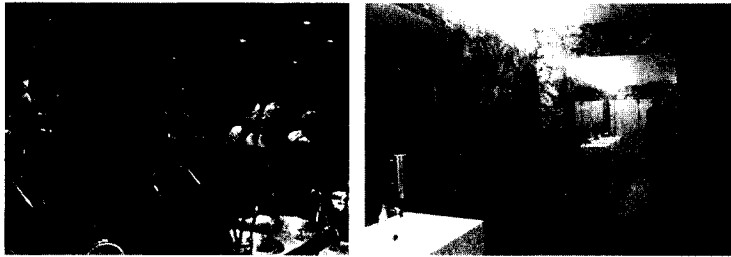
una comunidad. Más que eso: la foto deviene un material que crea y cohesiona comunidad.¹



Reflectograma: un mensaje con mensaje.

Existe finalmente una tercera categoría: los portales especializados. Algunos, como Flickr, Instagram, Pinterest, Picasa, Photobucket o el ya desaparecido Fotolog, se centran en la fotografía *in extenso* y se organizan a base de subgrupos cuyos miembros se relacionan por afinidades de intereses. Por ejemplo, en Flickr existe un grupo llamado «The Mirror Project», en el que los participantes cuelgan fotos realizadas frente a un espejo para compararlas y comentarlas, y en el que, obviamente, prevalece una búsqueda de originalidad, así como de otras cualidades tradicionales de la fotografía. Otro grupo es más selectivo y se autotitula «Bar/Public Bathroom Self Portraits»: aquí sólo valen los autorretratos tomados en servicios públicos. Entre la genialidad y el *freakismo*, en otro grupo destaca una participante que deambula por el mundo autorretratándose exclusivamente en retrovisores de camionetas Volkswagen (quién sabe si cumpliendo alguna suerte de promesa a la Virgen de los Pistones). En fin, en Flickr también está el grupo «365», en el que los miembros deben suministrar puntualmente un reflectograma cada día del año, en un proyecto en el que los valores estéticos se supeditan a la disciplina de la experiencia en sí.

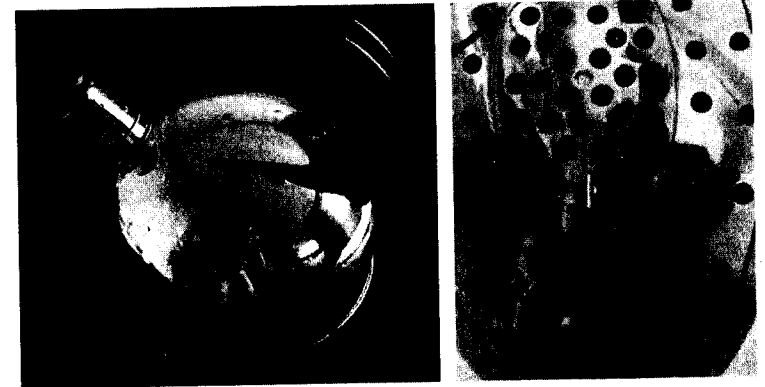
1. Jocelyn Lachance, Yann Leroux y Sophie Limare, *Selfies. Une pratique adolescente?*, Toulouse, Érès, 2016.



La profusión de reflectogramas tomados en lavabos ha sugerido la categoría del «auto-retrete».

Como capítulo aparte de los portales especializados, están las páginas de búsqueda de relaciones sentimentales y/o sexuales, y las páginas de contenido erótico más o menos *amateur*, en sus progresivas modulaciones, según el grado de insinuación velada o mostración explícita (es decir, desde el desnudo «artístico» hasta el *hardcore*). Entre las más prolíficas con etiqueta *softporn* se pueden citar www.selfshotphotos.com o www.mirrorgirls.com. Una página pertinente para este estudio, aunque de difícil clasificación, es www.ishotmyself.com o Project_ISM,¹ que se autocalifica como un «dispositivo de arte público posfeminista para explorar

1. ISM constituye un caso de estudio particular como plataforma de un erotismo conscientemente intelectualizado. Puede detectarse su ideología a través de algunas pistas que encontramos en su propia presentación: «ISM no es la primera página web que invita a aficionadas a enviar autorretratos desnudas, pero sí es la primera en plantearlo dentro de un contexto artístico y con unos mínimos estándares de calidad. Aunque las fotografías tienen libertad para proporcionarnos imágenes de cualquier estilo, las alentamos a desafiar y subvertir los paradigmas convencionales». Más adelante añade: «Entre las participantes de ISM se encuentran artistas de todas las disciplinas, fotografías aficionadas y profesionales, estudiantes, amas de casa, profesionales liberales, trabajadoras en paro... Mujeres ordinarias de todas las edades y condiciones. ISM aspira a ser un proyecto verdaderamente global que represente a todos los continentes... ¿ISM es arte o es porno? Sobre todo se trata de mujeres que controlan su propia imagen. También es *performance*, di- versión, una experiencia liberadora, y es la Realidad».



Reflectoporn: desnudez y sexo ridiculizados por las distorsiones.

cuestiones de desnudez, microcelebridad e internet»; administrado mayoritariamente por mujeres, las organizadoras del proyecto ISM solicitan autorretratos en los que se muestre el cuerpo desnudo (el espejo no es aquí un requisito, pero interviene con profusión). Otra página que sobresale por su excentricidad es www.reflectoporn.com en la que los participantes proporcionan imágenes del acto sexual reflejadas en superficies insólitas (tostadoras de pan, teteras cromadas); los desenlaces son tan abstractos que lo humorístico eclipsa cualquier propensión lasciva.

MISE-EN-SCÈNE DEL YO

«París es la ciudad de los espejos —escribía Walter Benjamin en 1929—, de ahí la particular belleza de las mujeres parisinas. Antes de que un hombre las mire, ellas mismas se han visto reflejadas decenas de veces. Pero el hombre mismo también se ve reflejado en espejos todo el tiempo; en cafés, por ejemplo. [...] Los espejos son el elemento espiritual de la ciudad, su escudo de armas.»¹ Suiza es un país pequeño y

1. Walter Benjamin, *Libro de los pasajes*, Rolf Tiedemann

necesita duplicarse en los espejos; por eso están presentes en cada cruce de calles y en cada bifurcación de carreteras. Un observador distraído pensará que sirven para prevenir la colisión con un vehículo que proceda de un ángulo ciego, pero no es así. Su misión oculta es paliar la angustia de la estrechez; funcionan metafísicamente como placas amplificadoras del espacio. Es la misma razón por la que Borges abominaba tanto de la fornicación como de los espejos: todo eran argucias diabólicas para multiplicar la raza humana.

Por un motivo u otro, nos vemos invadidos por los espejos, es imposible escapar a su asedio. Así visitamos todas sus tipologías, las más obvias y las más inusuales. Espejos en lugares de privacidad como cuartos de baño, en habitaciones de estudiantes, de hoteles, en lavabos de discotecas y de otros locales de ocio, en probadores de tiendas de ropa y ascensores, espejos en la vía pública, retrovisores en los automóviles... Periscopios, espejos odontológicos, mosaicos esféricos en la salas de baile para dispersar los rayos de luz al ritmo frenético de la música, metacrilatos que protegen las obras en los museos, cajeros automáticos, falsos espejos de vigilancia policial... Lunas de escaparates, lámparas, utensilios de cocina, gafas, llantas de ruedas, superficies relucientes, mármoles pulidos, líquidos, CD, monedas plateadas... Y, en el marco de ese acopio de superficies que persiguen devolver nuestro rostro, se apuntan, sobre el denominador común de una voluntad lúdica y autoexploratoria, diferentes horizontes. Horizontes variables, según los matices del enfoque que se aplique, y que además nunca se dan en estado puro, sino hibridizados en variadas proporciones. Sus directrices principales serían los siguientes:¹

(ed.), Madrid, Akal, 2005 [*Das Passagen Werk*, Frankfurt am Main, Suhrkamp, 1982].

1. Edgar Gómez Cruz establece cuatro agrupaciones que en el fondo engloban lo mismo: juegos de identidad, la experimentación fotográfica, las narrativas del yo y los autorretratos como terapia. En

- **Utilitario.** Corresponde al registro de algún dato que conviene retener: ¿con quién estábamos ese día? ¿Qué celebridad consintió fotografiarse con nosotros? ¿Cómo íbamos disfrazados por Carnaval? ¿Me favorece este maquillaje o este peinado? ¿Cómo evoluciona tal cicatriz? Se trataría de la sustitución postfotográfica del carnet de notas, en el que los sucesivos apuntes indican los datos visuales a retener. En esta categoría persiste el mandato documental de la cámara y sus funciones probatoria y recordatoria.



Reflectogramas como documento: constatar la apariencia después de una intervención quirúrgica o la conveniencia de una prenda antes de comprarla.

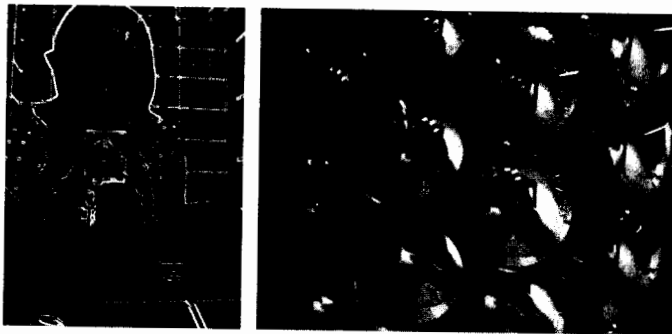
- **Celebratorio.** Corresponde a la recuperación del ritual fotográfico predigital: la cámara se incrusta en la trama ceremonial de los festejos y consagra una situación particular: un encuentro con amigos, una efemérides familiar, el aniversario de algún evento significativo, una inauguración... cualquier acontecimiento destacable por una u otra razón. Si la presencia de la cámara ha devenido una condición innegociable para la historicidad de cualquier acontecimiento, todavía lo es más como certificadora de festividad. En nuestros días, una fiesta sin cámaras ya no es una fiesta, es un puro fiasco.

De la cultura Kodak a la imagen en red. Una etnografía sobre fotografía digital, Barcelona, UOCpress, 2012.



La cámara hace celebración.

- **Experimental.** Corresponde al esfuerzo más pretencioso y, por consiguiente, más desdeñable, ya que entronca con una tradición que simplemente persigue el entretenimiento con lo novedoso, la búsqueda de efectos estéticos, un pictorialismo de nueva hornada. Photoshop y otros programas de procesamiento electrónico de imágenes ya no son exclusiva de profesionales y especialistas, sino que dan rienda suelta a un *hobby* practicado por usuarios que se esmeran en obtener el máximo virtuosismo y espectacularidad. En esa misma dirección apuntan los filtros y *plugins* de sistemas como Instagram, que instauran la intervención en la imagen como un puro divertimento, como unas manualidades de la era digital, para las que uno mismo siempre sigue resultando el modelo que queda más a mano.



El reflectograma como oportunidad para un bricolaje de la imagen.

Más interesantes son los siguientes estadios:

- **Introspectivo.** Corresponde a un intento de dialogar con nuestro doble en el espejo a efectos de escudriñar el yo múltiple o, lo que es lo mismo, de recrear un repertorio de personajes. Así se vive la plenitud de los propios anhelos y, como con los falsos dobles de los periquitos, se evita la angustia del sentimiento de soledad. Se trata de imágenes que intentan responder a las preguntas: «¿Cómo estoy?» y «¿Cómo me gustaría estar?». Con las respuestas obtenidas se componen viñetas fotobiográficas, valiosas herramientas clínicas para psicólogos y terapeutas. Descifrados por un profesional, estos autorretratos constituyen una reconciliación con la propia imagen que dibuja «una guía para que cada uno pueda reencontrarse con su pasado, aprender a leer el lenguaje de las emociones en los cuerpos retratados y ponerle voz a los silencios en determinados periodos de la vida». ¹ Ni que decir tiene que el reflectograma introspectivo sumi-

1. Véase Fina Sanz, *La Fotobiografía*, Barcelona, Kairós, 2007. En el análisis de las fotos leídas como viñetas de un relato fotobiográfico, la profesora Sanz aconseja atender los siguientes aspectos:

- Cómo se cuenta la historia: cuál es el tono afectivo, la emoción que subyace, creencias, valores...
- Mitos, ritos, símbolos que aparecen.
- Guiones de vida.
- El lenguaje del cuerpo de los personajes.
- La relación emocional y de lenguaje del cuerpo en la interacción entre los personajes. Expresividad, bloque emocional, expresión de conflicto.
- La relación entre el afuera y el adentro dentro del círculo afectivo (familia, colectivo, comunidad).
- La sexualidad: la relación con el propio cuerpo, el erotismo, la seducción, la vivencia del placer, la relación con las mujeres y con los hombres.
- Situaciones de crisis y cómo se plasma esa crisis en el cuerpo, cómo se ve en la foto.
- La relación con la madre y el padre.

nistra fructífero material de estudio a psicólogos y terapeutas.



El reflectograma como gesto lúdico y como juego. A la derecha, autorretrato de Martin Parr, 2011.

- **Seductor.** Corresponde a imágenes destinadas al galanteo, para inducir la atracción de una pareja potencial, como etapa preliminar para el establecimiento de una relación que puede incluir amor, sexo, cohabitación y descendencia, pero también otros objetivos no necesariamente ligados a la biología, sino al poder (la seducción puede perseguir, por ejemplo, una relación de dominación o de reconocimiento en el seno de un grupo). Hasta hace unas décadas el cortejo era una actividad estructurada con reglas específicas y formales, pero en las culturas postindustriales e hipermodernas, la globalización, el multiculturalismo e internet han liberalizado por completo las conductas de apareamiento. Si renunciáramos a tecnicismos antropológicos, podríamos concluir simple y llanamente que la fotografía se inscribe hoy entre las técnicas para ligar; intercambiarse fotos se ha institucionalizado entre los jóvenes como una forma de flirteo. Los reflectogramas siguen enfatizando la ostentación de las caracterís-

- El contexto social donde se da la situación (espacio y tiempo): lugar, momento histórico, ropa, etc.
- Valores de la familia (juego, disciplina, seriedad, etc.) y de los grupos de pares, y valores personales.

ticas físicas, aunque pueden igualmente transmitir otros valores atractivos de la personalidad (simpatía, cordialidad), o del estatus social (posesiones materiales, lujo), que constituirían un tipo de reclamo distinto pero igualmente eficaz. Por otra parte, no hay que descartar que muchas de estas fotos se sitúen en una dinámica de simple diversión y broma, esto es, en el contexto de una actuación gamberra de cachondeo reglado. Pero, en cualquiera de los casos, funcionan en clave de mensaje publicitario, ya que lo que uno intenta con ellas es gustar, presentarse apetecible, divertido y ocurrente y, a la postre, vender un yo. Por eso compiten en el mercado de las imágenes asimilando los recursos y las reglas propios de los medios. Se trata de conquistar la atención del receptor: impactar, transgredir los límites, aparecer como una tentación irresistible que pone a trabajar ferozmente las hormonas del otro. Los protagonistas de los reflectogramas se muestran en posturas procaces y excitantes como una promesa de la felicidad que va a concederse. Y las diferentes etapas de exhibición, de las más púdicas a las más insinuantes, se escalonan según el grado de respuesta y complicidad mostrado por el pretendiente a quien se desea encandilar. La foto deviene un mensaje que aguarda respuesta y, cuando el mensaje gráfico no es suficientemente claro, se refuerza con un texto caligrafiado, ya sea en una nota de papel o escribiendo con el pintalabios sobre el espejo del tocador.



Hacer del reflectograma insinuación y ostentación.

- **Erótico.** Corresponde a la integración de la imagen en la consumación del juego sexual. La imagen ha sido proverbialmente uno de los juguetes eróticos más estimulantes, pero la fotografía analógica imponía la espera para poder contemplar los resultados y, las más de las veces, era necesario recurrir a técnicos externos que se ocupaban del revelado. La tecnología digital permite en cambio respetar las exigencias de intimidad para ese menester; la inmediatez del procedimiento y el destierro de aquellos operadores indiscretos convierten las cámaras de bolsillo en adnículos imprescindibles en la alcoba. La cámara, ya sea para fotografiar o para filmar, ha pasado a engrosar la nómina de artículos eróticos esenciales. Autofotografiarse mientras se practica el sexo, en sus diferentes facetas, constituye una forma de intensificar el goce y dilatarlo psicológicamente en el tiempo. Contemplar luego fotos osadas es una invitación a revivir el placer.



La cámara como vigorizante erótico.

- **Pornográfico.** Corresponde a la apropiación del modelo iconográfico de los reflectogramas por parte de la industria del porno. La pornografía profesional se extingue, básicamente porque el estilo de cuerpos atléticos y de curvas siliconadas, ensamblados en fornicios acrobáticos, ha acabado por agotar; los consumidores empiezan a preferir una pornografía *amateur*, *home made*, casera, sin figuras de culturismo ni situaciones impostadas, con

personajes de carne y hueso y estética antimaquillaje, naturales en sus defectos físicos. En definitiva, personas corrientes en las que sea posible reconocerse. Harto de ostentaciones sobreactuadas y de lujuria mercenaria, el público se excita imaginándose a su vecina o a su compañero de trabajo en el fragor de escarceos libidinosos. Los cerebros del negocio detectan este cambio y pasan entonces a producir una falsa pornografía *amateur* (fotos defectuosas, borrosas, modelos «imperfectos» que sugieren situaciones «reales»). El negocio del sexo se decanta poco a poco hacia este tipo de pornografía, minuciosamente cuidada para que parezca descuidada. La paradoja es cómo el capitalismo fagocita sus supuestas lacras y cierra un bucle: muchos reflectogramas «picantes» o decididamente obscenos se inspiraron al principio en la pornografía tradicional; la copiaron con una penuria de recursos y sin ningún tipo de destreza técnica. El ciclo se cierra precisamente cuando esa imaginaria doméstica y de estética pobre es lo que rejuvenece y salva de su anquilosamiento la pornografía tradicional.



El reflectograma como reivindicación de lo escatológico y de lo obsceno.

- **Político.** Corresponde al propósito de transgresión que muchas de estas imágenes conllevan. Recordemos que en las manifestaciones callejeras los revolucionarios solían romper los cristales de las ventanas y las lunas de los escaparates en un intento de abolir violentamente la barrera que protege el espacio privado del espacio público. El

mismo principio rige la pulsión del reflectograma por franquear la compartimentación reglamentada entre lo privado y lo público. Conlleva una expresión de libertad que debe leerse en clave antisistema: contra el protocolo social, contra el decoro, en fin, contra la moral burguesa y la norma religiosa. Fundir lo «decente» con lo «indecente», cruzar el umbral de lo tolerable equivale a un lance de provocación con los poderes reguladores de la intimidad y de su gerencia moral y legal. Por eso, en la puesta en circulación de cierta clase de reflectogramas, subyace, más allá de la contestación individual y/o de la insumisión impertinente, todo un cuestionamiento subversivo del *statu quo* social y político.



El reflectograma como provocación anti-tabú.

LA IMAGEN PARA EL QUE LA TRABAJA

Un aspecto habitualmente pasado por alto al estudiar la postfotografía es que ésta culmina el proceso de secularización de la imagen. Desde Altamira y Lascaux, las representaciones pictóricas eran prerrogativas de la magia instituida por chamanes y brujos, seres singulares dotados de un don que les permitía invocar lo sobrenatural mediante la imagen. Superar la prehistoria situó a los artistas como simples

artesanos laicos, aunque ungidos con el genio de una creatividad plástica que se manifestaba en la habilidad para plasmar su entorno con sus formas y colores. El arte —la imagen— era entonces una curiosidad reservada a los estamentos sociales más opulentos. El advenimiento de la fotografía en el primer tercio del siglo XIX supuso otro hito fundamental: la habilidad manual ya no era un requerimiento indispensable, porque la misión de formar la imagen se delegaba en un apéndice mecánico: la cámara. Es cierto que al principio el procedimiento fotográfico era hartamente complejo. Los pioneros preparaban sus placas cual alquimistas y todo el proceso se basaba en un conocimiento técnico limitado a los especialistas. Pero la vía a la socialización de la imagen quedaba expedita y, en su escalonamiento progresivo, otro protagonista de la revolución social de la fotografía, George Eastman, realizó en 1888 la contribución fundamental al industrializar y distribuir cámaras sencillas y baratas, con las que se ofrecía el servicio de revelado incluido. Se daba la bienvenida con ello al inicio de una nueva era, en la que se escindía la pulsión de producir y consumir imágenes del dominio de las facultades visuales y técnicas correspondientes. Los avispaños cerebros de la mercadotecnia ya anticiparon entonces que el verdadero negocio procedería de la venta de copias sobre papel por parte de los laboratorios comerciales. Lógicamente, el desarrollo de la industria fotográfica apuntaló el camino de la simplificación en el manejo de las cámaras, dotándolas de sistemas electrónicos cada vez más automatizados: desde la medición de la exposición y el enfoque, hasta la detección de sonrisas en los rostros. El fotógrafo moderno ya no tiene que preocuparse de los enojosos requerimientos técnicos y puede concentrarse en lo que verdaderamente interesa: aquello que se quiere fotografiar. Por tanto, hoy todo el mundo, incluso aquellos que se encuentran en la categoría de los más ineptos, puede tomar fotos decentes: la imagen ha dejado de ser una potestad minoritaria.

Las cámaras digitales han trastocado tanto las leyes del mercado como la cultura visual. Aunque la adquisición de

una cámara representa un cierto dispendio, ahora las fotos no tienen costo. Las imágenes digitales están destinadas a ser visionadas en pantallas (a pesar de que persista el uso de impresoras y *plotters* como reminiscencias caducas de la fotografía analógica), con lo que desaparece el consumo de película y papel. Para corporaciones legendarias como Kodak o Polaroid esto ha supuesto una tragedia con un impacto parecido al hundimiento del *Titanic*; la empresa líder hoy día, la que sitúa en el mercado el mayor número de cámaras, no es ninguna de las tradicionales firmas japonesas como Canon, Nikon u Olympus, sino inicialmente Nokia y luego Samsung. La industria de la telefonía marca el rumbo de la fotografía: lo primordial ya no es imprimir la imagen, sino enviarla integrándola en un proceso conversacional. Según datos facilitados en el contexto de las jornadas de estudio organizadas por la feria de telefonía móvil *Mobile World Congress* (Barcelona, 16-19 de febrero de 2009), la edad media en que los españoles acceden a la posesión de un móvil es de diez años. Es decir, a partir de los diez años los chavales llevan en el bolsillo un complejo dispositivo de computación y comunicación que, entre muchísimas otras cosas, permite tomar fotos. La ubicuidad de las cámaras, unida a la gratuidad de los disparos, multiplica de forma exponencial las situaciones que son registradas fotográficamente, así como la cantidad de imágenes obtenidas.

Con ello la fotografía se desritualiza, deja de reservarse a los momentos solemnes. Al contrario: la disponibilidad, la facilidad y la oportunidad de fotografiarlo todo empuja a la foto digital a infiltrarse en el tiempo y en el acontecimiento de lo cotidiano. Si la fotografía nos hablaba del pasado, la postfotografía nos habla del presente, porque lo que hace justamente es mantenernos en un presente en suspensión, eternizado. Vivimos en un presente continuo que es la tierra de nadie entre el horizonte de las experiencias y el de las expectativas. Jocelyn Lachance afirma que la memoria del pasado ha sido sustituida por la nostalgia del presente, sobre todo por la forma en que los adolescentes se sirven de la cá-

mara; y son los adolescentes los que marcan decididamente el rumbo futuro de la fotografía.¹ En una línea muy similar se expresa Don Slater en «*Domestic Photography and Digital Culture*»: «Las imágenes que tienen un lugar en nuestra vida cotidiana son aquellas que están ligadas a la práctica en lugar de a la memoria o el recuerdo. Que son consecuencia más de la necesidad de un consumo inmediato del presente que de un momento histórico, como ocurría con las incluidas en el álbum familiar. [...] Las fotografías se han convertido en una manera de actuar y relacionarse con el presente».² Kodak prometía preservar los momentos fugaces de nuestra vida; el iPhone nos instala en un ahora dilatado como experiencia de vida.

En la actualidad, todos somos autores de nuestras propias imágenes; en nuestro corazón de *Homo photographicus* palpita a la vez el *Homo pictor* y el *Homo spectator*. Es cierto que, en esta tesitura, el carácter autoral está en entredicho, pero a cambio somos por fin responsables y dueños de nuestra imagen. O al menos, podemos serlo más que antes. Este logro tiene, para la mujer, especial importancia, puesto que conquista por fin el derecho a su propia imagen, después de milenios sometida a la mirada patriarcal. No sólo desbarata el monopolio de los especialistas, sino que también, y sobre todo, se libera del hecho de que los especialistas hayan sido tradicionalmente hombres. Tal vez eso explica un dato sorprendente pero estadísticamente objetivo: los reflectogramas femeninos son muchísimo más numerosos que los masculinos; su abundancia puede interpretarse justamente como el estrépito que supone la emancipación de tantos siglos de estereotipos impuestos. La mujer se libera del tributo de esos filtrajes y puede pasar a construir sus pro-

1. Jocelyn Lachance, *Photos d'ados à l'ère du numérique*, Québec, Presses de l'Université Laval, 2013.

2. Don Slater, «*Domestic Photography and Digital Culture*» en *The Photographic Image in Digital Culture*, Martin Lister (ed.), Londres, Routledge, 1995.

prios modelos. Pero ¿realmente lo logra?, ¿o sigue apegada a la iconografía tradicional de cosificación de su cuerpo y sometimiento a la autoridad falocrática? ¿Siguen las expectativas de la mujer formateadas por los fantasmas masculinos? Apuntemos otro dato: en situaciones de parejas heterosexuales, mayoritariamente, suele ser el hombre quien empuña la cámara. Lo cual podría indicar, a su vez, que el control de la imagen equivale a una posición de poder todavía detentada, y/o que las imágenes constituyen material de placer más para los hombres que para las mujeres (como hipótesis de una mayor sexualidad visual en los varones).

En cualquier caso, desde el feminismo clásico somos testigos de un fracaso: las adolescentes siguen padeciendo una alienación que las incapacita para desprenderse de los roles transmitidos por la cultura popular. Sin embargo, según el posfeminismo y la teoría *queer*, sucede todo lo contrario: las adolescentes son perfectamente conscientes de que sólo administrando su erotismo por sí mismas están en condiciones de doblegar al varón. Sea como fuere, ahora, al menos, la reacción está en sus manos. Disponen de la técnica; falta tan sólo que en su cuerpo y en su razón exista voluntad firme y capacidad crítica para decidir por sí mismas. Algunas artistas posfeministas parodian justamente el género *selfie* para abordar este tipo de cuestiones. Del mismo modo que, como ya he apuntado, la industria del porno, pero también la publicidad y los medios, han corrido a sacar filón de los *selfies* como práctica popular en la que los consumidores se identifican, también el arte más radical bucea en esas mismas aguas pantanosas. Artistas como la holandesa Hester Scheurwater siguen la vena del *post-porn* al estilo de Annie Sprinkle y realizan *reenactments* de reflectogramas impúdicos a los que nos habitúan tanto las páginas profesionales dedicadas al sexo, como las instantáneas sexualmente explícitas tomadas en la intimidad por celebridades, pero cazadas por *hackerazzis* y acto seguido divulgadas viralmente por internet. Scheurwater ilustra ese salto del reflectograma pornográfico al político: sus autorretratos deliberadamente

groseros y antielegantes reivindican el exhibicionismo extremo como forma de empoderar la sexualidad femenina y desvictimizarla. Pero mediante la reiterada brutalidad de cullos en pompa o de entrepiernas abiertas con la vulva ofrecida sin veladuras ni misterio, también desenmascara nuestra mirada y la desvela como un acto de violencia *voyeurística*. Scheurwater introduce intención emancipadora donde sólo subyacía un vacío de programa.



Hester Scheurwater, *My daily Facebook Uploads*, 2010.

FOTOS COMPARTIDAS, FOTOS CONVERSACIONALES

Retomemos esa genealogía del *Homo photographicus* como apogeo del trayecto que se inicia en la pintura rupestre y prosigue con los artistas pintores, los fotógrafos profesionales y finalmente con los fotoaficionados. De hecho la aparición del *Homo photographicus* nos permite hablar de una revolución de los aficionados que necesariamente pasa por una revisión de la figura del *amateur*. La noción suscita valoraciones opuestas. Un *amateur* es alguien que antepone el gusto y el pasatiempo, y carece de la exigencia y de los recur-

sos de un «profesional»; en consecuencia, no parece capaz de garantizar el mismo nivel de calidad. En ese sentido, el *amateur* ha sido estigmatizado como alguien que desarrolla una actividad sin competencia ni rigor. Pero, por otra parte, un *amateur* es alguien que obra sin más recompensa que la mera satisfacción personal, o el placer del descubrimiento, o el entretenimiento o el éxtasis narcisista. Pero siempre sin supeditarse a intereses económicos ni a motivaciones utilitarias, guiado en cambio por aspiraciones nobles o que al menos no se ven manchadas con una contrapartida monetaria. Según esa definición, la era digital nos hace a todos *amateurs* de alguna cosa. Y además lo somos en un ámbito de actividades que hace tan sólo unas décadas requería una dedicación especializada.

Pero dentro de la categoría de aficionados cabría diferenciar entre los simples usuarios (aquellos que se limitan a tomar fotos ocasionalmente, que emplean la imagen de una forma instrumental, y que se despreocupan de su preservación y destino) y los usuarios avanzados (aquellos que plantean sus fotos según determinados criterios y luego gestionan su difusión, por ejemplo, publicándolas en páginas web). Para los simples usuarios, el acto fotográfico prevalece sobre la fotografía: esgrimir la cámara, así como la carga simbólica de su uso, revisten más significado que el que a la postre puedan conllevar las tomas efectuadas. En nuestra calidad de simples usuarios, incurrimos incluso en la paradoja de poder destinar tanto tiempo a tomar fotos que luego no nos queda tiempo para mirarlas. Es decir, aunque parezca un contrasentido: en muchos casos las fotos ya no se hacen para ser vistas, sino que se han convertido en una ocupación que va mucho más allá de sus usos originales (la representación, la memoria, etcétera) para convertirse en sí misma en una actividad inalienable de la propia vida, «a caballo entre la adicción y el placer»,¹ como sugiere Jordi Pou.

1. Jordi Pou, *El álbum familiar en la época de las redes sociales*, Huesca, UIMP/Visiona, 2013.

El aspecto positivo de esta aparente sinrazón es que los simples usuarios inventan una nueva categoría de fotografía: la fotografía conversacional. Las fotos pasan a actuar como mensajes que nos enviamos unos a otros. Antes la fotografía era una escritura, ahora es un lenguaje. Nos comunicamos con fotos, y además lo hacemos con total naturalidad, como si la fotografía rebasase el estadio del texto impreso para conquistar el estadio del lenguaje oral. Ahora las fotografías también funcionan como palabras dichas, como palabras habladas que una vez alcanzan a su receptor ya no hay necesidad de guardar, pues ya han cumplido su misión comunicativa.

Pero es duro tener que aceptar que las imágenes ya no nazcan para ser miradas. Una imagen no mirada es una imagen invisible, es una no-imagen. En la época de la fotografía analógica, se daba por supuesta su razón de ser en la existencia de espectadores, ya compusieran una colectividad reducida o general, o una colectividad de carácter doméstico o público. Frente a esa condición necesaria de espectador o de público, la postfotografía se reorienta hacia la necesidad de compartición e intercambio. Los usuarios avanzados, que encarnan el mito del *amateur* virtuoso, desinteresado y productivo, se vuelcan entonces en plataformas visuales regidas por la voluntad de compartir e intercambiar contenidos, y éstas, a una velocidad inesperada, se convierten en repositorios de nuevos compendios enciclopédicos de alcance ecuménico. Las imágenes no se dirigen a interlocutores concretos, sino que quedan a la disposición de todo el mundo con un acceso libre y democrático en permanencia. Pensemos por ejemplo en los modelos de Wikipedia y YouTube, que son plataformas alimentadas de forma espontánea por usuarios en función de criterios que responden a intereses personales; hoy ambas articulan el acceso, una, a un patrimonio de todo el saber actual, otra, a un patrimonio de toda la cultura audiovisual, en los dos casos a una escala universal. El éxito de los diferentes portales de *photo sharing* (su principal exponente sería Flickr, fundado en

2004) no se debe a la simple acumulación de las imágenes almacenadas, sino a haberlas convertido en nodos de interacción cultural y social, en herramientas de conversación y circulación. Así como el primer periodo de la red estática se caracterizaba por ser una plataforma de autores o un medio de comunicación de voces unidireccionales, las capacidades de interacción promovidas por internet 2.0 hacen que la publicación de fotos *online* pueda entenderse como una conversación. No una conversación sobre las fotos, sino una conversación mediante las fotos. Y lo que esto significa es la asunción definitiva de la práctica de la fotografía como lenguaje. La fotografía podía ser un arte y un medio de comunicación, podía ser una escritura cuya caligrafía quedaba reservada a los profesionales y a los expertos. Pero la postfotografía accede ya definitivamente a la universalidad como lenguaje.

Como nos sugiere André Gunthert, igual que sucedió con la invención de la fotografía en relación con la pintura y el consiguiente descrédito de la trivialización de las imágenes, la transición digital podría hacernos temer un fenómeno de desvalorización parecido. Pero no es esto lo que pasa. La fuerza fundamental de las plataformas visuales radica en un principio de colectivización de las imágenes. De este principio surge un nuevo estatuto de la imagen como propiedad común o como propiedad compartible. Hoy el principal pilar de la imagen es su compartibilidad.¹

POR UNA FOTOGRAFÍA SIN CALIDAD: EL ERROR COMO HERRAMIENTA COGNITIVA

La fotografía practicada por profesionales y por aficionados avanzados hace gala de una irreprochable factura técnica; en cambio, la realizada por los meros usuarios surge

1. André Gunthert, *L'image partagée. La photographie numérique*, París, Textuel, 2015.

plagada de defectos y fallos. Las fotos que más abundan por las redes sociales han sido tomadas por operarios sin cualificación, que se limitan a encuadrar y disparar, prefigurando el lema de los acólitos de la nueva iglesia lomo-gráfica: *Don't think, just shoot*.¹ Disparar sin pensar: la depredación visual prevalece sobre el propósito de la experiencia, el acopio sobre la cualidad. Exentas de ambiciones expresivas, y desde una total orfandad estética, esas instantáneas descuidadas no persiguen otro objetivo que sustanciar efímeros documentos personales. La impericia de sus operadores, aunada a la urgencia de su producción, introducen en los resultados una retahíla de «errores». Errores que, lejos de parecernos perturbaciones, nos resultan muy bienvenidos.

Muchas fuentes enarbolan la bandera del error como motor de la creatividad y del progreso estético. Para Picabia, «el arte es el culto al error».² A su vez, Aragon escribía: «No quiero volver a privarme de los errores de mis dedos, de los errores de mis ojos... Ahora sé que no son meras trampas burdas, sino curiosos caminos hacia un fin que sólo ellos me pueden revelar. A los errores de nuestros sentidos corresponden las extrañas flores de la razón».³ Y, en fin, Moholy-Nagy: «La salvación de la fotografía está

1. Título del álbum aparecido en 2007 y compilado por Fabian Monheim, diseñador gráfico y embajador del movimiento lomográfico. Reúne más de dos mil fotos (se supone que todas hechas sin pensar mucho) de 233 lomógrafos de todo el mundo, seleccionados entre más de doscientos mil entusiastas de «este revolucionario medio fotográfico» (sic). Más info en <http://www.lomography.com/>. Al «disparar sin pensar» le había precedido en 1931 su antagónico *Knipsen –aber mit Verstand* («Disparen pero con inteligencia»), Berlín, Ullstein, 1931, un valioso manual de fotografía para principiantes.

2. Francis Picabia, *Sin título*, 491, 4 de marzo de 1949, reeditado en Francia en *Francis Picabia, Écrits 1921-1953 et posthumes*, Olivier Revault d'Alones y Dominique Bouissou (eds.), París, Belfond, 1978.

3. Louis Aragon, *Le Paysan de Paris* [1926], París, Gallimard, 2001.

en la experimentación. El que experimenta no tiene un idea preconcebida de la fotografía. No cree que la foto como se piensa hoy, sea la repetición y la transcripción exacta de un punto de vista ordinario. No cree que los errores fotográficos deban ser evitados, pues sólo desde un punto de vista histórico convencional se los puede considerar accidentes banales».¹



Fuera de control: el arte de equivocarse bien o defectos que hacen efecto.

*Breve historia del error fotográfico*² es un conciso ensayo de Clément Chéroux que hace honor a la máxima conceptista de «lo breve, si bueno, dos veces bueno». En ese texto, Chéroux argumenta que las fotos fallidas o malogradas han constituido un rico filón iconográfico, del que han ido bebiendo las sucesivas vanguardias para templar el lenguaje de la fotografía moderna. La fecundidad del azar ha proporcionado a la postre un gran cúmulo de recursos expresivos. Lo errado, por tanto, no puede definirse como juicio de valor en oposición a lo correcto, sino como el resultado de una acción que es accidental o deliberada y, por consiguiente, ajena o integrada a un programa estético. En la práctica podemos pensar, en efecto, que los errores son desviaciones respecto de ciertos estándares normativamen-

1. László Moholy-Nagy, *Vision in motion*, Chicago, Paul Theobald and Company, 1956.

2. Oaxaca, México, Amadía, 2009 [*Fautographie. Petite histoire de l'erreur photographique*, Bélgica, Yellow Now, Crisnée, 2003].

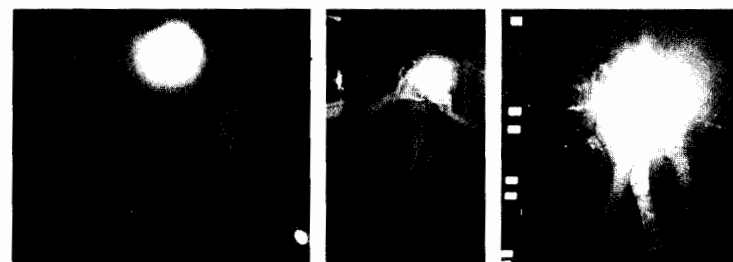
te aceptados. Pero ¿aceptados por quién? ¿Por los profesionales? ¿Por los «artistas»? ¿Por los fabricantes de cámaras? Quienes manejan los reflectogramas en la red no consideran malogrados sus autorretratos, sino perfectamente plausibles, o con defectos disculpables que, en cualquier caso, no interfieren en el principio funcional y la expresividad de la imagen. De lo contrario, los reflectogramas no estarían en la red. Recordemos que una de las ventajas de la foto digital es que, si uno no queda satisfecho, se limita a borrarla y la repite tantas veces como haga falta, y sin incurrir en costo alguno. Si los reflectogramas se han hecho públicos es sencillamente porque cumplen el papel que se les asignó. Por ello, internet aparece como un limbo caracterizado por asumir todos los cánones o, lo que es lo mismo, por carecer de canon, de un único canon normalizado. Y, frente a esa suspensión del canon, se abre la veda.

La fotografía trufada de equivocaciones, de fiascos y de infortunios deriva en una estética de la imperfección, en la foto-basura, en tendencias *trash* o antifotográficas, que se basan en el aprovechamiento de los accidentes sorprendentes. Normalmente se tiende a anatemizar todo aquello que nos aparta del modelo realista de la semejanza y la analogía. La mimesis de lo real constituye uno de los baluartes convencionales de la *fotograficidad*. La falta de mimesis es enjuiciada como un defecto. Todo lo que trastorne la lectura directa de la imagen, e implique una mayor dificultad para identificar su referente, se convierte en «ruido». Los ruidos pueden proceder del dispositivo técnico, del ojo del operador y/o de la propia realidad. Habitualmente, estos ruidos parasitan los reflectogramas. Su elenco discurre por tomas borrosas debidas al desenfoque o al movimiento, encuadres mutiladores de la figura, elementos que obstruyen el objetivo, colores exageradamente artificiales, densidades demasiado claras u oscuras, aberraciones ópticas, texturas granuladas o pixeladas...

Capítulo aparte merece el uso del *flash*. Casi todas las cámaras de bolsillo llevan hoy un *flash* incorporado que se

dispara automáticamente. El uso de esta fuente de iluminación se añade al paquete de medidas *performativas* de los reflectogramas: el *flash* artificializa la situación en concimancia con la propia artificialización de la puesta en escena, o del pequeño *happening* provocado en la situación que se fotografía. Pero lo más común es que los profanos desconozcan el manejo adecuado del *flash*. Es hilarante comprobar con qué ingenuidad se disparan los *flashes* de las gradas de un estadio, o hacia las pantallas en las que se proyectan películas; implica no comprender en absoluto cómo funciona la luz ni prever cuán decepcionante será el resultado. Algo parecido sucede cuando nos colocamos frontalmente frente a un espejo (y es necesario colocarse frontalmente para vernos a nosotros mismos). En esos casos, el fogonazo del *flash* produce, frente al objetivo de la cámara, un potente contraluz, que vela zonas importantes del encuadre y origina extraños destellos fantasmales. Paradójicamente, la fuente de iluminación, que debería hacer factible la toma, lo que hace es cegar —parcialmente— la cámara, lo cual es más interesante, en tanto que puede privar de la visión de las partes púdicas o del rostro, para garantizar, si así se desea, el decoro y el anonimato. Esta modalidad de autocensura o de autoocultamiento ha llegado a convertirse en un signo de identidad de muchos reflectogramas, incorporándose al paquete de efectos gráficos obtenidos mediante el *flash*, cuya supremacía había ostentado hasta ahora una técnica como el *open-flash* o *photographic interruptus*.¹

1. La denominación la propuso Allan Porter, entonces director de la revista suiza *Camera*. El procedimiento, que se hizo muy popular en los años setenta, consistía en disparar el *flash* con una velocidad de obturación lenta y en unas circunstancias de suficiente luminosidad ambiental. El resultado era una duplicación de los contornos: uno nítidamente congelado por el destello del *flash* y el otro borroso debido al tiempo de exposición.



La luz para no ver.

REFORMULAR LA CONCIENCIA AUTORAL

Querría concluir este capítulo insistiendo en lo que constituye el núcleo doctrinal de la postfotografía, esto es, la problematización de la condición de autor. Una imagen siempre superpone miradas: las miradas de quienes la producen y las miradas de quienes la observan. Podemos considerar, especulativamente, que toda imagen concita también la superposición de autorías. Ya hemos visto que esta idea no es inédita; fue desarrollada a finales de los años sesenta en el ámbito de la teoría literaria por Umberto Eco, con su noción del «lector modelo», y por Hans Robert Jauss, con su *Estética de la Recepción*. En ambos casos se estipulaba que el espectador es imperiosamente coautor. Sólo que internet ha ampliado los parámetros en que esa opción se vuelve preceptiva, porque disuelve o disipa la estática —y caduca— noción al uso de «autor».

En los reflectogramas, la conciencia de autor es manifiestamente frágil. En la mayoría de los casos hay voluntad no tanto de creación como de gesto comunicativo: el sentido ya no procede del contenido de las imágenes, sino de su manejo y circulación. En perspectiva, la historia de la fotografía puede entenderse como una progresiva terapia de adelgazamiento: de la obesidad a la anorexia, de una fotografía «gorda» a una fotografía «flaca». El daguerrotipo

nació grueso y su evolución natural fue haciendo su soporte cada vez más liviano, hasta desaparecer y volverse inmaterial. Esta idea, que ya empecé a apuntar en el capítulo de un ensayo anterior, *La cámara de Pandora* (2011), nos lleva ahora a entender que en la fotografía han coexistido dos facetas necesarias, indisociables y perfectamente soldadas: por un lado, la imagen como información visual; por otro, el soporte físico, su dimensión objetual. El daguerrotipo no era una imagen fijada sobre una plancha metálica, sino más bien lo contrario, una plancha que contenía una imagen; su constitución material resultaba ostensible. La tendencia se decantó, por motivos prácticos, hacia la obtención de soportes más ligeros. A lo largo de la historia, se ha privilegiado uno u otro componente al vaivén de usos y doctrinas; en el dominio del archivo, por ejemplo, se prioriza el aspecto informativo, y en el del museo, en cambio, el objetual. Hoy, la tecnología digital está acentuando la fractura entre imagen y soporte, entre información y objeto. Dicho con otras palabras, la tecnología digital ha desmaterializado la fotografía, emplazándola en una nueva configuración completamente distinta: la fotografía deviene hoy información en estado puro, contenido sin materia, visualidad sin sostén físico.

Esta duplicidad de naturalezas nos remite a la oposición de alma versus cuerpo: el *corpus mysticum* (el ingenio creador) versus el *corpus mechanicum* (el resultado material de la obra como objeto artístico). Pero la desmaterialización de la imagen, es decir, la emersión de un *corpus mysticum* desprovisto de un *corpus mechanicum*, la pura virtualidad que habita en el ciberespacio, aviva el desencuentro entre los defensores del derecho de autor y algunas legislaciones, como la española, que establecen la figura de la «mera fotografía», carente de derechos o con derechos muy limitados. Es cierto que la Ley de Propiedad Intelectual española (de 1987) distingue entre «obras fotográficas» y «meras fotografías», pero no concreta las pautas para discernirlas más allá del requisito de originalidad. La

ambigüedad de la ley, por tanto, traslada el problema a la discreción de los jueces. Como criterio orientativo, el Tribunal Supremo señaló que la cualidad de «obras originales» implicaba que éstas «debían ser hijas de la inteligencia, el ingenio o la inventiva del hombre». Pero la originalidad, desde Grecia lo sabemos, es un tema complejo y scurridizo; el sentido común simplemente dicta que la obra fotográfica es aquella que despliega una intención, mientras que la mera fotografía se reduce a un simple registro mecánico.

Pero, además de forzarnos a debatir la intencionalidad autorial, internet problematiza otros aspectos de la creación contemporánea relacionados con el ordenamiento jurídico. Veamos algunos:

- ¿Cómo afrontar legalmente las prácticas de la adopción y de la cita artística (crear una obra derivada a partir de otra)? ¿Cómo abordar hoy la propiedad de las ideas en una plataforma nacida precisamente para compartirlas y regida por un principio de socialización de los contenidos? ¿Cómo expandir la libertad de creación sin lesionar los derechos ya existentes? Y, en un sentido más lato: ¿cómo conjugar los derechos de expresión y de acceso a la cultura con los derechos de autor en un mundo en el que, como ya se ha dicho, los valores de circulación de las imágenes predominan sobre los contenidos?
- La idea del creador como genio individual tiende a quedar obsoleta y, en cambio, surgen modalidades de creación compartida, colectivos y comunidades que emprenden procesos de creación en los que la definición tradicional de autor queda en entredicho. ¿Cómo dar respuesta al fenómeno de la pluriautoría?
- Asimismo, la idea de un público pasivo que se limita a consumir imágenes está completamente desfasada. La tendencia hacia la interactividad, hacia procesos donde los roles de artista y de público se alternen, implica

planteamientos imaginativos que den cabida a esta nueva situación.

- Por último, habría también que considerar la gama de nuevos comportamientos artísticos (arte de proceso, sistemas generativos, estética relacional) en los que el resultado de la creación es un intangible del que la imagen sólo supone un accidente, una ilustración, un acompañamiento explicativo.

En definitiva, las prácticas artísticas postfotográficas aspiran a ir más allá de la descontextualización y de la adopción, como estrategias radicales antiproductivas. Establecen un diagnóstico de la conciencia contemporánea en la era de los espejos (internet es el gran espejo del mundo) y constatan que el gesto de creación más genuino, más coherente, no consiste en fabricar imágenes, sino en saber asignar *su* sentido a las existentes, despertándolas de su somnolencia. Con ello, la artísticidad ya no subyace en el acto físico de la producción de imágenes, sino en la prescripción de los valores que puedan acoger. Este acto de prescripción, que remata el amago duchampiano, corrobora la formulación de un nuevo paradigma de autoría que, como toda propuesta innovadora, entraña riesgos y provoca conflictos. Pero ése es el peaje a pagar por intentar extender los derechos del público-autor y la libertad de expresión, así como por pretender confrontar nuestros límites de tolerancia (por ejemplo, en términos de escándalo o alarma social) y el marco legal vigente (por ejemplo, en cuanto a los derechos de autor y a los derechos de imagen) con las contradicciones a que nos aboca el desarrollo actual de la cultura y la tecnología.



Hay una chica en el espejo
 Me pregunto quién es
 A veces siento que la conozco
 A veces desearía de verdad conocerla
 Hay una historia en sus ojos
 Nanas y adioses
 Cuando ella me mira
 Me doy cuenta enseguida de que su corazón está roto

Porque la chica en mi espejo
 Está llorando esta noche
 Y no hay nada que pueda decirle
 Para hacerla sentir bien
 Oh, la chica en mi espejo
 Está llorando por ti
 Y desearía que hubiera algo
 Algo que yo pudiera hacer

Si pudiera
 Le diría
 Que no esté asustada
 El dolor que siente
 La sensación de soledad se diluirá
 Así que seca tus lágrimas y descansa segura
 De que el amor te encontrará como antes
 Cuando ella me está mirando
 Yo sé que realmente nada funciona tan fácilmente

Porque la chica en mi espejo
 Está llorando esta noche
 Y no hay nada que pueda decirle
 Oh, la chica en mi espejo
 Está llorando por ti
 Y desearía que hubiera algo
 Desearía que hubiera algo
 Oh, desearía que hubiera algo
 Que yo pudiera hacer

No puedo creer lo que veo
 Esa chica en el espejo
 La chica en el espejo
 Soy yo

No puedo creer lo que veo
 No...
 La chica en el espejo
 La chica en el espejo soy yo
 Ohh... Soy yo

Porque la chica en mi espejo está llorando esta noche
 Y no hay nada que pueda decirle
 Para hacerla sentir bien
 Oh, la chica en mi espejo
 Está llorando por ti
 Desearía que hubiera algo
 Desearía que hubiera algo
 Oh, desearía que hubiera algo
 Que yo pudiera hacer¹

1. Traducción de «Girl in The Mirror», tema de Britney Spears de 2000.

Un ojo, una cámara, un espejo

Buscando cualquier evidencia que pudiera descifrar el rostro del desconocido, encontró, entre otras cosas, una mueca imperceptible en las fotografías que conserva...

Mirarse en el agua sucia de un charco y no entender nada. Columpiar a las estrellas y escalar el hierro. Cazar con lazo las nubes y convertirlas en globos. Escupir a las gaviotas que en el cielo tragaste. Oxidar los soles, congelar el viento... Salir con lágrimas y regresar a tu rostro. Acomodarse en un pómulo clavando un ancla de las fosas nasales. Buscar un espejo, una imagen, un ojo. Encontrarte en el reflejo e ignorar quién eres.

LOLITA BOSCH, *Esto que ves es un rostro*¹

Los reflectogramas ponen sobre la mesa la deuda que tiene la fotografía con el espejo. En sus diferentes rutas, el *selfie* aporta materiales productivos a las ciencias sociales y es fuente de toda una renovación estética. De todas formas, y como contrapunto, vale la pena prestar atención a algunos heterodoxos de la fotografía contemporánea que ya previeron que el espejo constituye a la vez un dispositivo y una metáfora de la fotografía.

Después de dedicar toda su vida a documentar la escena artística internacional, Ugo Mulas quiso legarnos como testamento fotográfico la serie de las *Verifiche* («verificaciones»). Mulas se dispuso a realizar a partir de 1968 una suce-

1. México, 2009.