

La dinámica del fotomontaje



Demetrio E. Brisset

*Telos. Cuadernos de
Comunicación, tecnología
y sociedad nº 47 (1996),
pp. 46-56*



La dinámica del fotomontaje

Imágenes con voluntad de comunicación

Demetrio E. Brisset

El fotomontaje tiene una larga y brillante historia de creación y estética, de intervención y voluntad comunicativa. Sus principios se potencian ahora en la publicidad o a través de las nuevas tecnologías de la imagen.

En 1996, la prensa y la publicidad hacen uso destacado del fotomontaje o de sus principios de funcionamiento

En torno al comienzo de 1996 ha divulgado la prensa internacional varias muestras de una técnica fotográfica (el fotomontaje) que parecía estar superada. Como caracterizado ejemplo de su manifiesto uso político (dentro de la campaña mundial de rechazo de los ensayos nucleares franceses en Mururoa) tenemos el retrato del presidente Jacques Chirac, retocado por Olivero Toscani para dar la sensación de que parte del rostro ha sido carcomido por la radioactividad. Acompañadas por la polémica se encuentran las fotos difundidas por la agencia DEM, donde unos soldados turcos exhiben como trofeo las cabezas cortadas de dos guerrilleros kurdos: aprovechando la presencia de extraños contornos y sombras, el gobierno de Ankara las denunció como "fabricadas" por fotomontaje, aunque es un comprobado hecho las atrocidades que se están cometiendo contra el pueblo kurdo. De modo ya declaradamente ficticio, está la foto publicada en portada por la revista norteamericana *Spy*, en la que se ve a Hillary Clinton con la falda levantada luciendo unos calzoncillos, con la que se pretende ilustrar los sorprendentes cambios de imagen de la primera dama.

En España, los políticos suelen ser objeto de críticas con esta técnica, habitual en el

repertorio de los ilustradores de prensa. Y en una campaña publicitaria de *Saatchi & Saatchi* para la tarjeta VISA, un viejo de pueblo con boina y garrote aparece lo mismo sentado en un patio de la Alhambra como junto a Marilyn Monroe cuando el viento alza su blanca falda. Como se aprecia, aunque las nuevas tecnologías han casi convertido a los fotomontajes artesanales de tijera y pegamento en "especie al borde de la extinción", este modo de integrar imágenes reales para ampliar su campo semántico, reforzando la expresión visual al servicio de una voluntad comunicativa, sigue teniendo múltiples usos.

Para el abordaje teórico del fotomontaje, bueno será ubicarlo previamente dentro de los más relevantes planteamientos del hecho fotográfico, esos que Dubois (1992) tipifica como los discursos "del espejo, la transformación y la huella de lo real".

El primer (y primario) discurso sobre la fotografía la considera como una imitación, y la más perfecta, de la realidad. Está tan generalizada esta postura que me limitaré a mencionar que ya en 1859 Baudelaire separaba a la fotografía como "simple instrumento de una memoria documental de lo real", del arte como "pura creación imaginaria"; considerándola como una ayuda para el recuerdo, cuya función sería salvar del olvido "las cosas preciosas cuya forma va a desaparecer y que exi-

gen un lugar en los archivos de nuestra memoria" (1).

Una concepción opuesta es la propugnada por los críticos hacia la omnipotencia del "efecto de realidad". Entre ellos se pueden destacar:

- a) Teóricos de la imagen que se inspiran en la psicología de la percepción, como Arnheim, quien señala las diferencias aparentes que la imagen presenta respecto a lo real. Esta *deconstrucción* del realismo fotográfico está basada en el análisis de la técnica fotográfica y sus efectos perceptivos (2).
- b) Teóricos que niegan la pretendida "neutralidad" de la cámara, como Bourdieu, para quien la fotografía es el resultado de una selección arbitraria, es un sistema convencional al que se le han asignado unos usos sociales considerados "realistas" y "objetivos" (3); otros del campo de la iconología, como Gombrich con sus observaciones sobre la estrecha relación entre convención y significado; J.L. Baudry y los "efectos ideológicos"; y el equipo de redacción de *Cahiers du Cinema* al revalorizar la "puesta en escena" por parte del fotógrafo y los efectos visuales del gran angular.
- c) Los discursos que se refieren a la utilización antropológica de la foto. Su idea central es que la significación de los mensajes fotográficos está de hecho culturalmente determinada, no se impone como evidencia para todo receptor: *El dispositivo fotográfico es un dispositivo codificado* (desde todos los puntos de vista: técnico, cultural, sociológico, estético, etc.). Esta postura, que se levanta contra el discurso de la mimesis y de la transparencia, sin embargo admite que la *foto etnográfica* posee la capacidad de "registro o documentación visual" (en lo que se acerca a las anteriores ideas de Baudelaire). Pero se subraya que cada foto depende del contexto para su interpretación, ya que en su proceso interpretativo se evidencia su carácter polisémico. Según Has-

trup, la representación visual posee una capacidad de descripción *estrecha* (muestra formas, incluso de conducta), más limitada que el lenguaje verbal y escrito, que rinden cuenta de los significados. Y para descubrir éstos, hay que examinar la naturaleza de los productores, de las condiciones de producción y de la audiencia receptora. Sin olvidar que pueden coexistir varios discursos interactuando. De ahí se desprende que "de un lugar construimos un espacio de práctica cultural" (4).

Aunque es irrefutable la anterior postura, hay que tener en cuenta con el Barthes de *La cámara lúcida* que: "el referente se adhiere, a pesar de todo", denominando *referente fotográfico* "a la cosa necesariamente real que ha sido colocada ante el objetivo, a falta de la cual no hubiera habido fotografía" (5). El "eso ha sido" (que identifica como la esencia de la Fotografía), aunque "es evidente que hay códigos que influyen en la lectura de la fotografía" (entre los que resalta los creadores de connotación, como los trucajes y lo fotógeno (6). Como resumen de sus conocidas ideas:

"La fotografía es literalmente una emanación del referente (que) puede mentir sobre el sentido de la cosa (...) pero no puede mentir sobre su existencia (...) Toda fotografía es así un certificado de presencia" (1992:134).

En una línea parecida se encuentran las reflexiones de Benjamin (7) y las de Bazin, con su admiración hacia el "poder irracional de la fotografía que gana nuestra confianza" (8). Y a partir de ellos han surgido recientes investigaciones postestructuralistas que se apoyan en Charles Peirce, para quien los signos se dividen en: el orden del icono (representación por semejanza); el del símbolo (repre-

(4) Kirsten HASTRUP: "Anthropological visions" en *Film as ethnography* (Ed. P.I. Crawford/D. Turton), Manchester University, Manchester, 1993, pp. 8-25.

(5) Roland BARTHES: *La cámara lúcida*, G. Gili, Barcelona, 1982, p. 120.

(6) El trucaje, que interviene en el plano denotativo "manipula la imagen, pero no introduce ninguna connotación convencional (...) para ser eficaz, debe permanecer ignorado". En "Le message photographique", *Communications #1*, Seuil, Paris, 1961.

(7) El espectador está obligado a buscar "la pequeña chispa de azar, de aquí y ahora, gracias a la cual lo real, por así decirlo, ha quemado el carácter de imagen" en Walter BENJAMIN: "Petite histoire de la photographie" (1931) en *L'homme, le langage et la culture*, Denoël, Paris, 1971, p. 61.

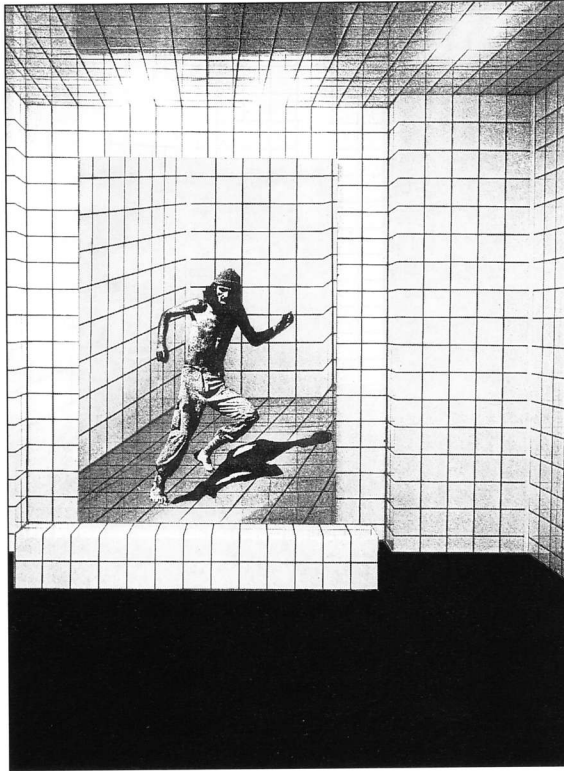
(8) André BAZIN: "Ontología de la imagen fotográfica" (1945) en *¿Qué es el cine?*, Rialp, Barcelona, 1990.

(1) Charles BAUDELAIRE: "Le public moderne et la photographie", en *Salon de 1859*, apud Dubois (1992:24).

(2) Rudolf ARNHEIM: *El cine como arte* (1932), Paidós, Barcelona, 1986, cap. "Film y realidad".

(3) Pierre BOURDIEU: *Un art moyen, essai sur les usages sociaux de la photographie*, Minuit, Paris, 1965, pp. 108-109.

Las técnicas del fotomontaje están especialmente facultadas para crear nuevos discursos en la obra fotográfica



Las obras de Frank Hurley, precursor del fotomontaje ideológico, se consideran imágenes arquetípicas de la I Guerra Mundial

sentación por convención general); y el del index (representación por contigüidad física del signo con su referente), que en este caso está dotado de un valor absolutamente singular o particular, puesto que está determinado únicamente por su referente, y sólo por éste: es la huella de una realidad. Ya en 1895 Pierce dijo que: "las fotografías instantáneas (...) pertenecen a nuestra clase de signos por conexión física [index]". Emparentada por tanto, con esa categoría de signos que tienen en común "el hecho de ser realmente afectados por su objeto", de mantener con él una relación de *conexión física* (9).

Esta postura teórica tiene entre sus recientes valedores a Philippe Dubois, para quien, de las cualidades de la imagen *indicial* (singularidad, poder de designación, funcionamiento como testimonio) se desprende la dimensión esencialmente pragmática de la fotografía: "no tienen significación en sí mismas, su sentido es exterior a ellas (...) La fotografía no explica, no interpreta, no comenta... mues-

tra simplemente" (10). En cuanto a la problemática del realismo y del valor documental de la imagen fotográfica, puesta de manifiesto con las tres posiciones teóricas reseñadas, concluye que: "La foto es ante todo index. Es sólo a continuación que puede llegar a ser semejanza (ícono) y adquirir sentido (símbolo)" (Ib. p. 51).

CONSIDERACIONES TEÓRICAS SOBRE EL FOTOMONTAJE

Por una parte, están quienes afirman que la fotografía directa posee por sí misma suficiente fuerza como para que no haga falta modificar la imagen original. Como ejemplo en este sentido se tiene a Susan Sontag cuando proclama que: "La corriente principal de actividad fotográfica ha mostrado que una manipulación o teatralización surrealista de lo real es innecesaria, cuando no francamente redundante" (11). Y en la vertiente opuesta tenemos a Bertold Brecht, para quien la simple *reproducción de la realidad* nos dice poco respecto a tal realidad, ya que "una foto de las fábricas Krupp o de la A.E.G. prácticamente no revela nada sobre tales instituciones. La realidad propiamente dicha ha resbalado hacia lo funcional. La reificación de las relaciones humanas, por ejemplo la fábrica, no revela más que lo que está en esta última. Es necesario pues, de hecho, *construir algo*, algo artificial, fabricado", que dé cumplida cuenta de la codificación de las relaciones humanas y haga visibles las asociaciones oscuras u ocultas, por lo que considera legítimo "el arte de desenmascarar o de la construcción" (12).

Desde un punto de vista semiótico, y volviendo al primer Barthes, el mensaje fotográfico se connota por prácticas que tienden a superponer al puro mensaje analógico o indicial diversos sentidos secundarios. Y entre las prácticas de modificación de la imagen fotográfica, tenemos las *técnicas del fotomontaje* (*collage*, impresión múltiple, supresiones, alteraciones) como especialmente facultadas para crear nuevos discursos en la obra fotográfica, gracias a su incorporación de mensa-

(10) Philippe DUBOIS: *El acto fotográfico* (1983), Paidós, Barcelona, 1992, p. 80.

(11) Susan SONTAG, *Sobre la fotografía* (1973), Edhasa, Barcelona, 1992, p. 62.

(12) Bertold BRECHT: *El compromiso en literatura y arte* (1931), Peninsula, Barcelona, 1973, p. 113-114.

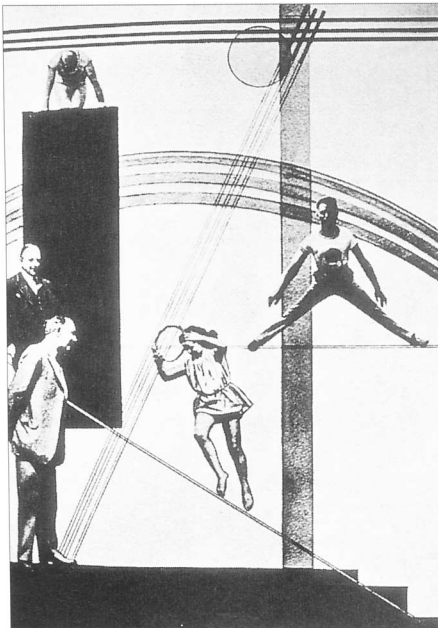
(9) Charles PEIRCE: *Ecrits sur le signe* (Recop. G. Deledalle), Seuil, Paris, 1978, pp. 138-165.



Courret (1896).



D. E. Brisset (1974).



Moholy-Nagy (1925).



Prusakov (1927).

Los artistas revolucionarios soviéticos integraban todo tipo de imágenes, tratando de reflejar la nueva cultura industrial

jes intencionales más o menos codificados y su capacidad de ruptura formal. Por otra parte, el fotomontaje es capaz de compartir las dos capacidades que este autor atribuye a la fotografía: el *studium* o la organización de sus estructuras, ya que "es evidente [que] hay códigos que vienen a modificar la lectura de la foto", y el *punctum*, porque "nada puede evitar (que la fotografía sea en primer lugar) una emanación de un real pasado" y si una foto conmueve, es por su poder de contingencia que apunta (*punctum*) al espectador (1982:137).

En cuanto al carácter único, *ontológico*, que Bazin resaltaba en la fotografía, ese carácter documental con aparente ausencia de subjetividad, es un hecho que el fotomontaje está capacitado para poseerlo, ya que aisladamente sus imágenes participan de los signos informacionales, con una precisión de detalles cargados del "poder de convicción" que confiere *autenticidad* a tal tipo de representaciones visuales. Pero el mecanismo manipulador que los origina depende totalmente de la *visión motivadora* del autor. Aunque para Schaeffer la imagen fotográfica es "esencialmente un

signo de recepción" que no está necesariamente codificado, por lo que hay que considerar estas imágenes como *obra*, como resultado de un hacer sujeto a *flexibilidad pragmática*. En el caso de la imagen transformada, el criterio que guía a la comprensión "sólo podría ser la confianza implícita del receptor en la supuesta honestidad del que presenta la imagen como imagen fotográfica, o que deja que se presente como tal" (13). En palabras de Zunzunegui, al ser toda foto una *construcción significativa*, "no hay razón para suponer que existan fotografías más verdaderas que otras" (14).

Finalmente, aplicando los análisis de los mensajes de Moles, se pueden diferenciar netamente en los fotomontajes un aspecto semántico y otro estético. También se le puede situar en un *espacio léxico* propio, distinto del de la fotografía documental (tomando la acepción metziana de *lexis* como unidad de lectura). Y como definición clásica del fotomontaje tendríamos la de Stepanova en 1928: "unión y combinación de elementos expresivos extraídos de fotografías" (15).

EVOLUCIÓN HISTÓRICA DEL FOTOMONTAJE

Al comenzar la segunda mitad del siglo XIX, la introducción de la placa de cristal y de procedimientos de reproducción de gran tirada (como la fotolitografía), impulsaron a la fotografía hacia el reconocimiento público. Pronto se integraron varias imágenes fotográficas, como hizo en 1857 el pintor sueco Oscar G. Rejlander con su barroca alegoría *Las dos sendas de la vida*, compuesta a partir de 30 negativos acoplados, pero disimulando el artificio para imitar una pintura académica (16). También los retratistas utilizaron una tosca técnica sintética para unir a los miembros de la familia en la misma imagen. Este fue el método empleado por el francés Laurent (una de



J. P. Witkin (1987).

(13) Jean-Marie SCHAEFFER: *La imagen precaria (Del dispositivo fotográfico)* (1987), Cátedra, Madrid, 1990, p. 85.

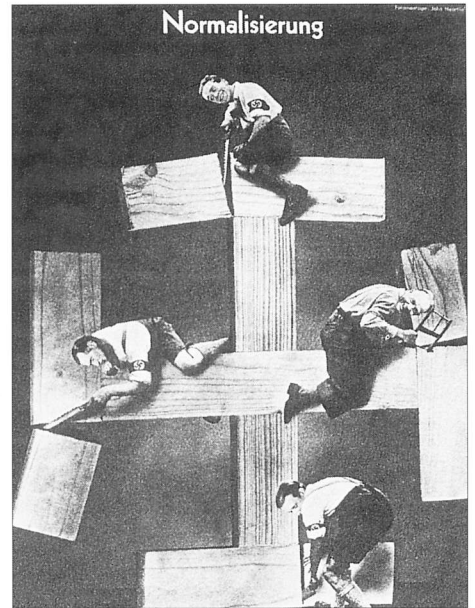
(14) Santos ZUNZUNEGUI: *Mirar la imagen*, Univ. del País Vasco, Erandio, 1985, p. 248.

(15) En *Nouvelle histoire de la photographie* (Dir. R. Frizot), Bordas, Paris, 1994, p. 431.

(16) Ya en 1843 el escocés David O. Hill "fotografió individualmente a los 474 miembros fundadores de la Iglesia Libre de Escocia y los reunió luego artificioosamente en una ambiciosa composición pintada, que no concluyó hasta 1866". Román GUBERN: *La mirada opulenta*, G. Gili, Barcelona, 1987, pp.169-170.



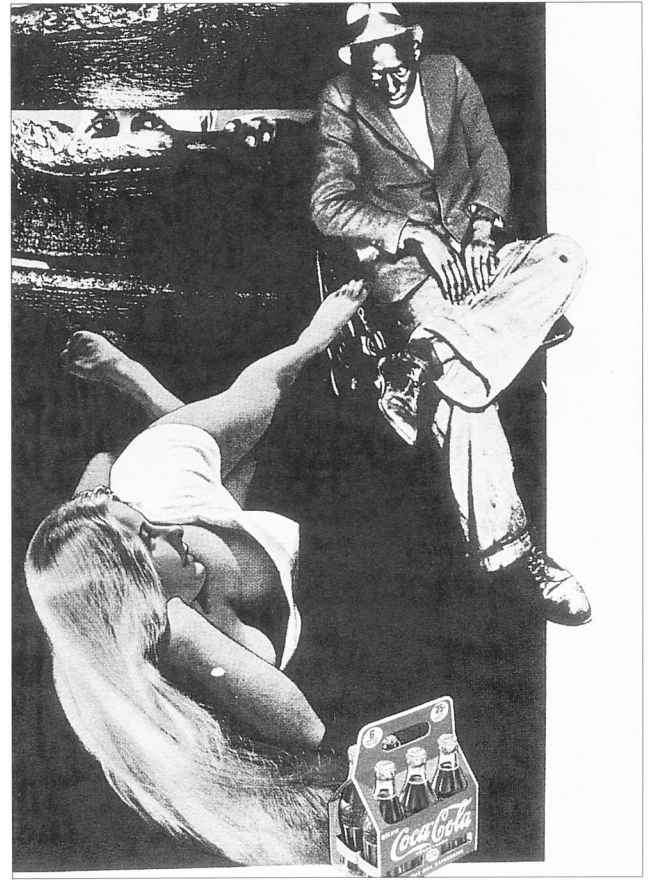
D. Vertov (1928).



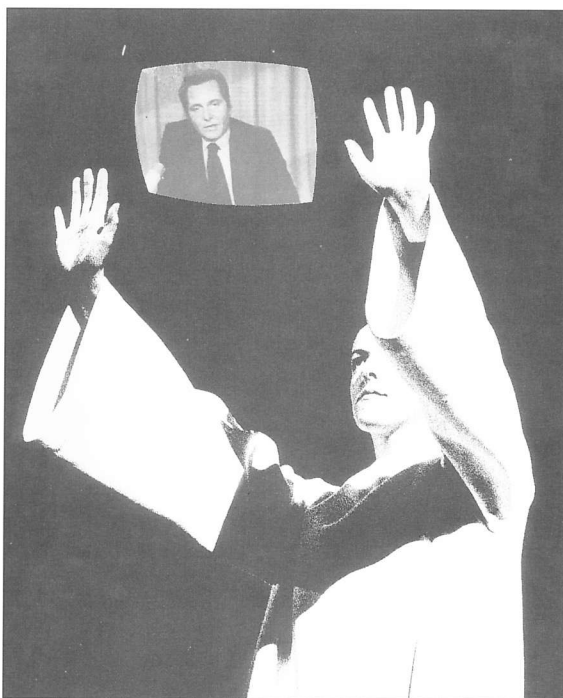
J. Heartfield (1936).



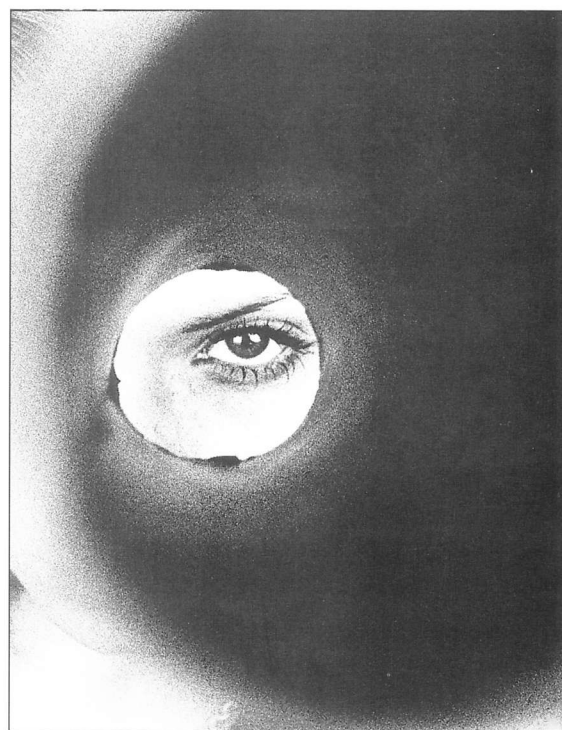
J. Heartfield. *Ningún miedo es vegetariano.* (1936).



J. Reanu (1957-1965).



Demetrio E. Brisset.



Demetrio E. Brisset.

El valenciano Josep Renau fue un maestro del fotomontaje, con obras de fuerte compromiso político

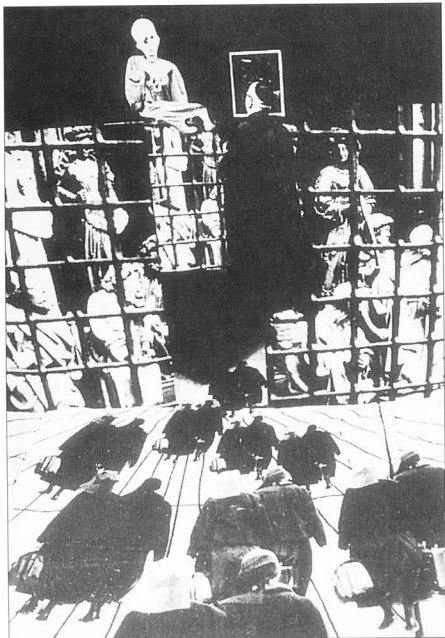
las figuras claves en la fotografía española, tanto en el sentido artístico como comercial (17)) para configurar hacia 1860 su macroretrato u orla de los 22 componentes de la familia real de España. Con la misma técnica se elaboraron imágenes conmemorativas de los episodios patrióticos, como la *Fotografía compuesta para honrar a los héroes de la escuadra española* (de José Martínez Sánchez, 1866) que muestra en un rectángulo central a la fragata *Numancia*, rodeada por los retratos ovalados de los 10 oficiales a su mando. Y en esta línea formal, destaca una exuberante y deliciosa composición de 1896 de Courret titulada *Flores peruanas*, que muestra los risueños rostros de un gran número de mujeres del Perú. Estos ingenuos fotomontajes se prolongarían en nuestro siglo a través de las tarjetas postales de tipo romántico, que no pretendían disimular su artificio, como en la sobreimpresión de un bello rostro femenino y la luna, obra de Tuck (1902). Hoy día siguen haciéndose tarjetas humorísticas en esta lí-

(17) Véase el estudio de Lee FONTANELLA en VV.AA.: *La fotografía en España hasta 1900*, Min. de Cultura, Madrid, 1982, pp. 41-45.

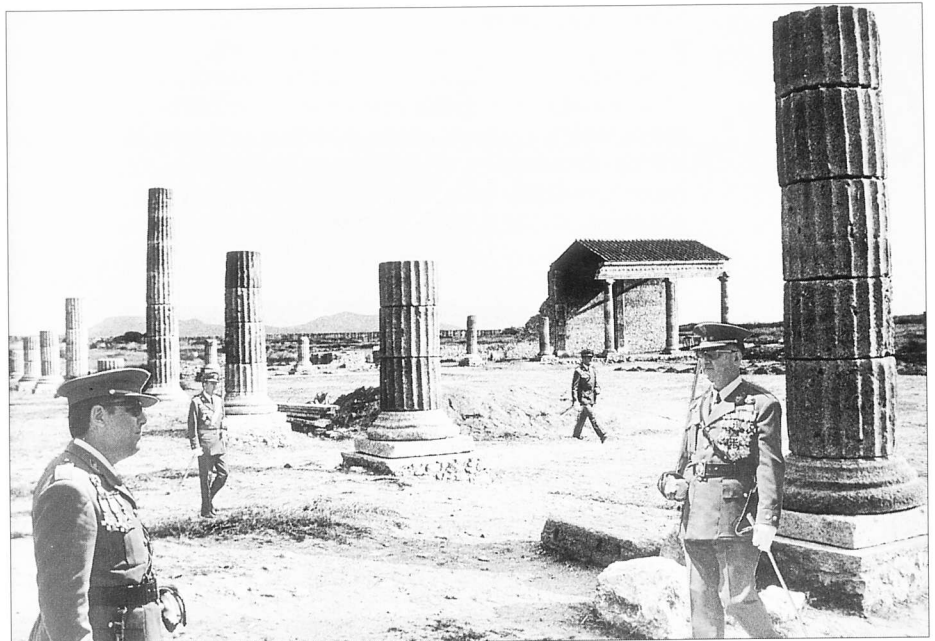
nea. Otra fuente de inspiración eran los álbumes de fotos familiares, donde a veces se jugaba con personajes recortados y cambiados de contexto.

Al nivel teórico, el futurista italiano Anton Bragaglia (1911) fue uno de los pioneros en considerar a la cámara como una máquina capaz de producir una realidad visual independiente de la mimesis de lo visible, como demostraba con sus obras de exposición múltiple. A este uso de la cámara para extender la percepción humana lo llamó *fotodinamismo futurista* (18). En cuanto al fotomontaje como medio ideológico, se considera como precursor en su empleo al inglés Frank Hurley en 1917-18, con sus impactantes imágenes de la guerra de trincheras. Una de sus fotos (*Sobre la cima*), se convirtió en imagen arquetípica de la I Guerra Mundial, siendo de hecho una composición múltiple a partir de doce negativos diferentes: "Intenté e intenté incluir los acontecimientos en un negativo simple, pero

(18) Bernd HÜPPAUF: "Modernism and the photographic representation of war and destruction", en *Fields of Vision* (Ed. L. Devereaux/R. Hillman), Univ. of California, Berkeley, 1995, pp. 102-104.



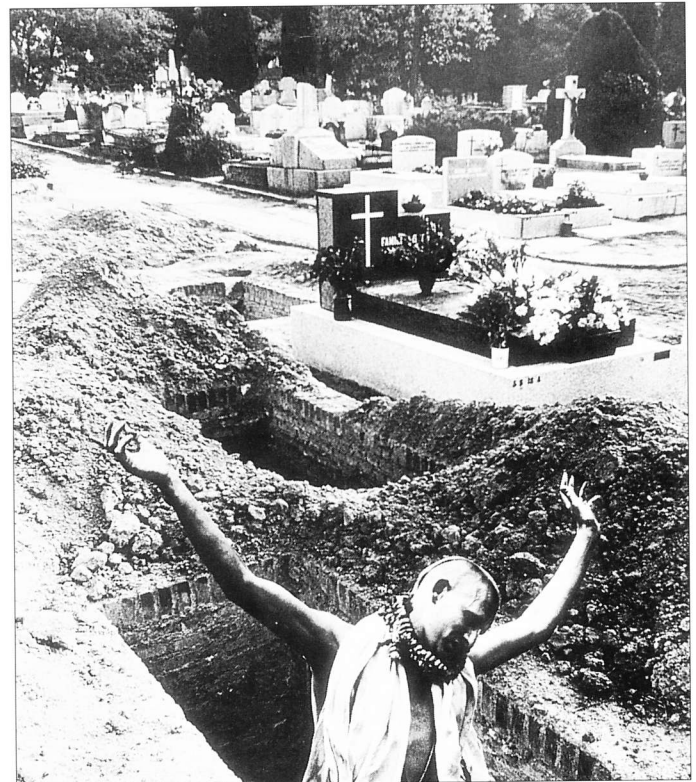
D.E. Brisset (1970).



D. E. Brisset (1973).



R. Hausmann. *Dadá Berlin*. (1919).



D. E. Brisset (1976).

A partir de los setenta, el fotomontaje se aplica a la publicidad comercial y se vuelca en la televisión y el vídeo

los resultados eran desesperanzadores" (Ib., p. 103). Hurley llamó a su nueva técnica *impresión por combinación*, y la usó para transmitir sus ideas pacifistas. Pero su propósito de respetar la mimesis fotográfica mediante la manipulación de los negativos, le llevó al embellecimiento estético del campo de batalla, obteniendo un resultado contrapuesto a sus intenciones.

A partir de esta guerra surgen innovadoras teorías y prácticas artísticas. Por un lado, el fotoperiodismo: la imagen al servicio de la información. Por otro, el constructivismo: la preocupación por la composición formal de la imagen (recuérdese la frase de Moholy-Nagy de que fotografiar es "estructurar mediante la luz"). Y al mismo tiempo, la subversión Dadá prolongada por el surrealismo: para atacar la sociedad decadente también hay que emplear nuevos modos de expresión. De la confluencia de estas tres posiciones, y de las herencias del cartelismo artístico con su uso creativo de la tipografía y de los trucajes filmicos experimentados por Méliès, nacen en 1924-25 los fotomontajes explícitamente políticos, que en franca ruptura con el realismo buscaban desvelar el sentido de acontecimientos *notables*.

En la naciente Unión Soviética de la década de los veinte, se aliaron las revoluciones formal y política, dando lugar al *constructivismo soviético*. Entre los artistas revolucionarios que experimentaron con las posibilidades de la fotografía, especialmente en su uso propagandístico a través de los carteles, tras el pionero Rodchenko destacaron El Lissitzky (especialista en tipografía), Prusakov y el cineasta Dziga Vertov. Para ellos, tanto la tipografía como la pintura geométrica y cualquier tipo de imágenes, incluso de filmes, eran susceptibles de integrarse en un todo coherente, reflejando la nueva cultura industrial (19). Aunque pronto marchó a Alemania para enseñar en la recién fundada Bauhaus, el ruso Moholy-Nagy, mantuvo posiciones cercanas. Más interesado por el aspecto formal de la composición, sin embargo comprendió que las nuevas técnicas del cine (montaje, trucos fotográficos, angulaciones de cámara) podían usarse como elementos creativos en los carteles.

(19) En los años 30 dijo el artista soviético G. Klucis que "el nombre *fotomontaje* nació de la cultura industrial: montaje de máquinas, montaje de turbinas" (Op. cit. nota 15, p. 432).

Otros miembros de la Bauhaus también experimentaron plásticamente con el fotomontaje.

Por su parte, caracterizados propagadores del revulsivo Dadaísmo berlinés, como Hausmann, Grosz y Baargeld, desde 1916 habían creado obras a medias entre el *collage* y el fotomontaje, amalgamando retratos, fotos de prensa, catálogos publicitarios y pintura. Pero será su compañero John Heartfield quien desarrolle la técnica del fotomontaje en sentido estricto (desde el que hizo en 1924 para conmemorar el 10º aniversario de la I Guerra, mostrando al kaiser que pasa revista a una tropa armada de niños, mientras los esqueletos de sus padres, en posición de firmes, les contemplaban), llevando a la cumbre su uso como arma política con sus muy trabajadas escenificaciones antinazis. Este "creador de arte para el pueblo", que trabajó como grafista, tipógrafo, decorador teatral y portadista de libros, partía de fotos de actualidad, que eran alteradas con trucajes diversos y pintura, y las solía complementar con otras fotos que encargaba realizar a fotógrafos profesionales. Finalmente, les añadía textos (a menudo con frases entresacadas de discursos de los jefes nazis) que remachasen la intencionalidad. Su obra, que trataba de reflejar la propaganda política del día de modo muy militante a favor del proletariado y en contra del nazismo, estaba dirigida al gran público ("Existe en las masas un hambre de imágenes", diría en 1925), siendo varias las publicaciones que las sacaban en portada, entre ellas –desde 1927– el *A-I-Z (Arbeiter-Illustrierte-Zeitung)*, revista obrera semanal que llegó a tirar medio millón de ejemplares. En ella publicaría 238 fotomontajes, uniéndose así el fotoperiodismo con una técnica publicitaria de combate político. A partir de 1933, tanto la revista como Heartfield tuvieron que exiliarse en Praga. En la posguerra se instaló en Berlín Oriental, permaneciendo desconocido para el público occidental hasta sus exposiciones antológicas de finales de los sesenta. Falleció en 1968 en Berlín, cuando se le empezaba a reconocer como "inventor del fotomontaje".

También se dedicaron a la propaganda revolucionaria con el empleo cartelístico de fotomontajes, los húngaros Bereny y Por. Y en la España de la Guerra Civil hizo lo mismo el valenciano Josep Renau. Bajo la inspiración de Heartfield, en 1929 realizó su primer fotomontaje en blanco y negro. En 1938 fue designado

Director de Propaganda Gráfica del Estado Mayor de la República, exiliándose al año siguiente. Entre 1940-58 trabaja en México, en donde elaboró una serie de fotomontajes que criticaban la política de los EEUU, tanto en sus discriminaciones racial y social como en el belicismo. Utilizaba fotos de actualidad, de reportaje y de publicidad, tanto en color como en blanco y negro, en muy cuidadas composiciones. Este material fue publicado en 1967 en Berlín en el libro *Fata Morgana USA*, feroz crítica de la mixtificación del autoensalzado "american way of life", presentado como "modelo" mundial:

"A fin de permanecer al nivel del tema y no rebasarlo, he adoptado el mismo lenguaje sofisticado de la publicidad yanqui, su mismo *sugestivo* naturalismo, es decir, las imágenes literales de ese monstruoso *trompe-l'oeil* cuya absurdidad sólo es plenamente discernible mediante un método tan drástico y terminante como el fotomontaje, en virtud de su índole documental y de su congelado dinamismo visual" (1977:91).

Renau coincidió en la RDA con su maestro Heartfield, y no regresó por España hasta 1976, cuando dio a conocer su obra de compromiso político.

Finalmente, a principios de los setenta –quizás a resultas del "redescubrimiento" de Heartfield y al triunfo del Pop Art– surgió un nuevo interés por el fotomontaje y su empleo ideológico. En España, varios autores lo utilizaron desde una posición crítica al oscurantismo franquista, como Jorge Rueda (el más radical del equipo de *Nueva Lente*), Demetrio Enrique Brisset (que los publicó en revistas como *Hermano Lobo* y *Sábado Gráfico*), Benito Román, los Yeti y los Onomatopeya, mientras que el *Equipo Crónica* lo introducía en su explosivo universo pictórico. Con una actitud más formalista, destacaron E. Dolcet, M. Falces y J. Fontcuberta. Entre los extranjeros, sobresalen las sobreimpresiones del norteamericano Uelsman; el perfeccionismo técnico del holandés Paul de Nooyer y los paisajes desolados de su compatriota Horree; el enigmatismo del belga Karel Fonteyne; la teatralidad del inglés Tim Mara; y el conceptualismo del alemán Gert Weigelt. Tras la revolución mediática aportada por el vídeo en los ochenta, se puede considerar como gran maestro del arte del

fotomontaje en esa década al neoyorkino Joel-Peter Witkin, cuyo mundo onírico es brutal y repulsivo, con complicadas escenificaciones.

A partir de los setenta, los publicistas se apropiaron de esta técnica de expresión, para acomodarla al llamativo despliegue visual de sus anuncios en vallas y revistas. El *chroma-key* posibilitó el empleo de una técnica similar (la incrustación de imágenes) en los programas de TV. Y con la expansión del vídeo, se propició la colaboración entre esta nueva tecnología y los fotomontadores, dando lugar a una variante de *videofotos* que está todavía en plena experimentación pero que promete espectaculares resultados, especialmente si cuenta con apoyo infográfico. El fotomontaje, que también se ha beneficiado de las facilidades operativas aportadas por las fotocopiadoras (dando lugar al *copy-art*) y el diseño por ordenador, es hoy día objeto de enseñanza incluso en algunas escuelas de primaria, como en las interesantes experiencias llevadas a cabo en Córdoba por Blas Segovia y su equipo (20). En conclusión, que sus posibilidades técnicas se han ampliado, y a pesar de su captura por los publicistas para fomentar tramposamente el deseo de posesión consumista (lo que puede alcanzar insospechadas cotas de subliminalidad con la *publicidad virtual* que ya empieza a emitirse por TV), como arma política se resigna a morir, debatiéndose entre dos líneas discursivas: lo manifiestamente obvio (herencia de la *agit-prop*) y la mera sugerencia, que suele ser más difícil de plantear con rigor. Pero en ambos casos, conseguir una belleza formal beneficiará su finalidad comunicativa, al ser atractiva para el espectador.

UNA PROPUESTA DE DEFINICIÓN

Partiendo de la clásica definición de Moles de la *fotografía* como "cristalización del instante visual" (21), considero que la fotografía se

(20) Blas SEGOVIA: "El fotomontaje", en *La revolución de los medios audiovisuales* (Coord. Roberto Aparici), Ed. de la Torre, Madrid, 1993, pp.303-329.

(21) "La fotografía es un método técnico de comunicación que *cristaliza* en un documento un fragmento del universo visual con el objeto de trasladarlo a través del tiempo y el espacio, y que le proporciona al receptor una experiencia vicaria visual relativa a esta imagen", Abraham MOLES: *La Imagen. Comunicación funcional* (1981), Trillas, México, 1991, p. 179.

El arte de la fotocopiadora o el diseño por ordenador han potenciado extraordinariamente las técnicas y principios del fotomontaje

puede dividir en los dos grandes campos operativos siguientes:

- FOTOGRAFÍA
- **Reportaje:** No se altera la situación
 - **DIRECTA - De Intervención:** Puesta en escena
 - **TRANSFORMADA** - Variados componentes y modos

Y de este esquema derivo la definición de *fotomontaje* como:

- "Una transformación fotográfica que, mediante distintas técnicas, integra imágenes diferenciadas –según diversos modos de producción– para mostrar una situación espacio-temporal manipulada, con variable verosimilitud, al servicio de una intencionalidad más o menos reconocible".

En cuanto a sus modos de producción, pueden ser puramente fotográficos o mixtos (con inclusión de dibujos, objetos reales y entornos, además de trucajes varios); las imágenes uti-

lizadas admiten una amplia gama de procedencia, desde todas de reportaje a todas de intervención (incluyendo sus posibles combinaciones); la autoría puede ser individual o repartirse (voluntariamente o no) entre varios autores; finalmente, se trata de imágenes únicas susceptibles de ser presentadas como *fotografía directa*. La comprensión del discurso construido dependerá de los códigos incorporados. Y en su evolución han influido tanto los hallazgos del cartelismo, las formas de los *collages* cubistas, las actitudes dadaístas/surrealistas y los usos de la agit-prop como los modos de producción de sentido del montaje cinematográfico. En esta definición enfatizo su consistencia como *proceso icónico* (22), cuyo resultado final es *la construcción intencional de una nueva significación que se expresa fotográficamente*.

(22) Recordando la formulación de Dubois de que: "La foto no es sólo una imagen, es también un verdadero acto icónico que no se puede concebir fuera de sus circunstancias, que incluye también el acto de su recepción y de su contemplación. Es un objeto totalmente pragmático" (1992: 11).

(*) Hace pocos meses Jacobo Bañuelas presentó en CC.II de Madrid una Tesis Doctoral sobre el Fotomontaje, que no he podido consultar.