



Revista de Humanidades: Tecnológico de  
Monterrey

ISSN: 1405-4167

[claudia.lozanop@itesm.mx](mailto:claudia.lozanop@itesm.mx)

Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores  
de Monterrey  
México

Osorio Olave, Alejandra  
Usos y consumos de la fotografía en la construcción de la representación del concepto de  
modernidad en México

Revista de Humanidades: Tecnológico de Monterrey, núm. 23, 2007, pp. 171-192

Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey  
Monterrey, México

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=38402307>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en [redalyc.org](http://redalyc.org)

[redalyc.org](http://redalyc.org)

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

# Usos y consumos de la fotografía en la construcción de la representación del concepto de modernidad en México

Alejandra Osorio Olave  
*UAM - Cuajimalpa*

En un periodo de apenas 30 años, desde la aparición del daguerrotipo en 1839, la vida cotidiana de los ciudadanos se vio sumergida en una revolución de imágenes gracias a los avances técnicos en reproducción e impresión. Esto, argumentamos, alteró profundamente los imaginarios sociales y culturales de la época. A través de algunos ejemplos fotográficos, intentamos hacer un recorrido del modo en que los diversos usos y consumos de la imagen construyen la fantasía de ser parte integral de los procesos de modernidad y modernización en México.

In a period of barely 30 years, after the appearance of the daguerreotype in 1839, the daily life of city dwellers appeared as a revolution of images due to advanced techniques in reproduction and printing, which profoundly altered the social and cultural imaging of the times. A series of photographic examples displays how different uses and applications of images construct the fantasy of being an integral part of Mexico's modernity and modernization.

Ser moderno es encontrarnos en un entorno que nos promete aventuras, poder, alegría, crecimiento, transformación de nosotros y del mundo y que, al mismo tiempo, amenaza con destruir todo lo que tenemos, todo lo que sabemos, todo lo que somos. Los entornos y las experiencias modernas atraviesan todas las fronteras de la geografía y la etnia, de la clase y la nacionalidad, de la religión y la ideología: se puede decir que en este sentido la modernidad une a toda la humanidad, sin embargo, constata la erosión de la *idea de modernidad* para organizar y proporcionar sentido a la vida. La modernidad proporciona una unidad paradójica: la unidad de la desunión: nos arroja a todos en una vorágine de perpetua desintegración y renovación, de lucha y contradicción, de

ambigüedad y angustia. Ser modernos es formar parte de un universo en que, como dijo Marx, “todo lo sólido, se disuelve en el aire”.

*Marshall Berman*<sup>1</sup>

A pesar de que la discusión del término “modernidad” se podría rastrear ya en el siglo V<sup>2</sup> y, particularmente, en el Renacimiento<sup>3</sup>, para fines de este ensayo, tomaremos el concepto tal como fue comprendido y utilizado, de manera común, en América Latina durante el siglo XIX y principios del XX: como sinónimo de desarrollo industrial y tecnológico y donde se funda –debido a “la combinación de procesos de urbanización, industrialización educación superior, bajo analfabetismo, desarrollo de medios de comunicación masiva, alta participación política y económica (...)” (Arce 174)– una experiencia vital dentro de la cual se configuran los “sujetos modernos”.

Propongo ejemplificar el modo en que la modernidad, o más bien el “sentirse moderno”, se representa a través de usos y consumos de lo audiovisual, en el caso latinoamericano y, particularmente, mexicano.

Como ha sido bien documentado en el debate de la posmodernidad, en América Latina existe una diferencia fundamental entre tres conceptos claves: “la *modernidad* como etapa histórica, la modernización como proceso social que trata de ir construyendo la modernidad, y los modernismos, o sea los proyectos culturales...”<sup>4</sup> Debido a la radicalmente desigual distribución de casi todo en nuestros países, comenzando por la riqueza, la educación, la apropiación de la tecnología, del arte, de la política, de la cultura, etc., la modernidad, como experiencia y como fenómeno social, se despliega de modo elitista y heterogéneo en América Latina, principalmente en el siglo XIX y principios del XX. Como subraya García Canclini:

La modernización llega tarde y queda crónicamente inconclusa en nuestros países. Puesto que fuimos colonizados por las naciones europeas más atrasadas, sometidos a la contrarreforma y otros

movimientos antimodernos, sólo con la independencia pudimos iniciar la actualización de nuestras sociedades. Desde entonces, hubo olas de modernización: a finales del XIX y principios de XX, impulsadas por las oligarquías progresistas. (...) Pero estos movimientos no lograron desarrollar plenamente las operaciones de la modernidad europea (12).

Para dar un ejemplo significativo, el ser culto, en el sentido moderno, equivalía a ser letrado. Mientras que en Francia el índice de alfabetización es del 90% para 1890, en Chile es del 10% para la mitad del siglo XIX<sup>5</sup>.

La modernidad en América Latina es, así, una experiencia social y cultural exclusiva de las clases dominantes quienes, en este constante desajuste entre modernidad y modernización, preservan su hegemonía.

Delimitados por este contexto, quisiera hacer un recorrido histórico que nos ayude a develar los modos con que la imagen –en su intento de darle sentido al quehacer vital y social moderno– se inserta en México y se convierte en propiedad del grupo social dominante.

### **El daguerrotipo**

En la transición del retrato pictórico al retrato fotográfico, sería posible leer una alteración radical del orden social, económico, político y simbólico de las sociedades de mediados de mil ochocientos en adelante. Estrechamente ligado a la pintura de retrato aristocrático, la fotografía es el medio más barato y popular a partir del cual una extensa clase media encuentra su ansiada representación social. La posibilidad adquisitiva de una burguesía, con un aparente gusto por la imitación de lo aristocrático, se apropia paulatinamente de espacios de representación antes exclusivos de la aristocracia. Como comenta Gisèle Freund en su libro *La fotografía como documento social*: “El retrato, que en Francia era, desde hacía siglos, privilegio de algunos círculos, se somete, con el desplazamiento social, a una democratización” (13). Se popularizan los retratos en miniatura, robándole su carácter aristocrático; asimismo, se divulga una técnica de papel cortado llamado *silhouette*, el cual, como explica Freund, consistía en cortar en papel de charol negro el perfil del retratado

(15). Esta técnica de habilidad manual, por llamarla de algún modo, marcó las pautas para un invento significativo de la época: el fisionotrazo<sup>6</sup>, creado en 1786 por Gilles-Louis Chrétien. Con este tipo de antecedentes técnico-artísticos, el daguerrotipo, el primer tipo de impresión fotográfica, irrumpe en Francia en 1839.

El retrato fotográfico, a pesar de tener indiscutibles vínculos con el retrato en miniatura<sup>7</sup> y el fisionotrazo<sup>8</sup>, inaugura un nuevo orden en el sistema de representación artístico-estético: la reproducción “auténtica” de la naturaleza. Por esto, cuando surgen en Francia las “cajas deguerreanas”, el fenómeno fotográfico determina absolutamente todas las artes y las técnicas dedicadas a la representación, particularmente las artes retratísticas, ya que como comenta Oliver Debroise, “por primera vez con la fotografía, el hombre copia técnicamente la naturaleza e iguala a la divinidad” (24).

El año de 1839, marcará, entonces, una nueva era en las artes dedicadas a la representación, principalmente del retrato, ya que –debido a la posibilidad de asir el espejo, de obtener el verdadero reflejo en la imagen fotográfica– artes y oficios, como la ceroplástica, el papel de sombra, la misma pintura, etc., quedarán obsoletas o tendrán que reinventarse de otra manera<sup>9</sup>.

Debido a los incesantes avances tecnológicos y científicos, en apenas diez años desde su aparición pública, la fotografía logra consolidarse en toda sociedad moderna. Como anota Debroise, “el retrato fotográfico conquista el mundo”, ya que rápidamente “se convierte en herramienta de una idea de civilización” (25).

### **El daguerrotipo latinoamericano como signo de la individualidad y la distinción**

Rosa Casanova informa que, en 1839, desembarcó en el puerto de Veracruz el francés Luis Prelier, trayendo, entre muchos otros objetos para vender en la Ciudad de México, las primeras máquinas para realizar daguerrotipos (3). El mismo comerciante realizaría, entre 1839 y 1840, las primeras imágenes del país.

Para 1840, llegaron a América Latina, en particular a Brasil, Perú y Argentina, las primeras cajas daguerrarianas traídas por viajeros extranjeros y se realizaron los primeros daguerrotipos,

determinando así, en muchos sentidos, lo “fotografiable” en el continente americano<sup>10</sup>. Estas primeras imágenes harán visibles muchas de las constantes que encontraremos en la fotografía latinoamericana y, en particular, mexicana, desde las primeras décadas en que asienta “raíces profundas en la sociedad”, tales como:

La aceptación incondicional de las nuevas tecnologías desarrolladas en Europa y posteriormente en Estados Unidos; la incuestionable identificación entre imagen y naturaleza; la dependencia en la importación de equipo y materiales; la introducción de temas y técnicas por extranjeros; el predominio del retrato; la escasa presencia de una visión autorial; los cambios profundos generados en el ámbito personal del recuerdo y en el espacio social y permanente de la memoria (Casanova 3).

La dependencia frente a Europa no recayó solamente en el ámbito de la tecnología, sino que fue mucho más profunda, instaurando y reafirmando un “buen gusto” estético europeo, que poco tendría que ver con un país mestizo y pobre como México. Estos daguerrotipos, como se verá, tanto en las poses como en los vestuarios pretenden igualar a los retratados con sus contemporáneos europeos.

Sobre esto, mucho tendrá que ver el hecho de que los daguerrotipistas eran, en su mayoría, extranjeros. En 1847, entran al país algunos daguerrotipistas estadounidenses encargados de documentar a las tropas de su país. De 1850 a 1854, la mayoría de los fotógrafos eran itinerantes extranjeros que cargaban sus cámaras de una ciudad a otra. También existían los fotógrafos, especialmente franceses y alemanes, encargados por sus gobiernos para realizar vistas de la ciudad, de las ruinas arqueológicas y de algunos tipos populares<sup>11</sup>. Como podemos observar, se trata de una imitación del canon establecido.

Además, no se trataba solamente de la inscripción a Europa y su buen gusto, sino del reconocimiento, dentro del propio país, de una clase social particular que buscaba en el daguerrotipo una forma de aparición social y pública. Como apunta Boris Kossoy, durante la década de 1840 a 1850, los primeros retratos en daguerrotipo “correspondían a las dimensiones de la oligarquía agraria, es decir a los propietarios de extensos terrenos y de esclavos, los jefes políticos,

la nobleza oficial” (34). Clase social, en su mayoría criolla o mestiza de rango, que buscaba los modos de diferenciarse del pueblo en general y de reconocerse entre sí a partir de sus pertenencias, su vestido y su buen gusto.

El daguerrotipo, en estos primeros años, todavía conservaba estrechos vínculos con la pintura; los representados debían quedarse largamente estáticos frente a la cámara; la representación era única e incluso los esmerados estuches en los que se conservaba hablaban del valor del objeto y de la estimación por la representación que éste guardaba. El daguerrotipo obligaba a un tipo de experiencia particular, como lo explica Walter Benjamin, ya que, debido a que las primeras placas eran menos sensibles a la luz, el retratado debía permanecer largamente expuesto al aire libre, por lo que el procedimiento mismo “inducía a los modelos a vivir, no fuera, sino dentro del instante” y los retratados “crecían, por así decirlo, dentro de la imagen” (31).

El daguerrotipo se presenta como la experiencia por medio de la cual el retratado se inscribe en la modernidad y, sobre todo, en la contemporaneidad del mundo. Por eso este fenómeno, desde su aparición, goza de un éxito sin precedentes y rápidamente se instaura en toda sociedad que pretendía estar al día con el mundo que le rodeaba.

### **Las tarjetas de visita**

Para la década de 1850, en apenas diecinueve años, la fotografía cobra las dimensiones técnicas conocidas hoy en día, debido a que se popularizan dos innovaciones de decisivo impacto: el papel albuminado para conseguir copias fotográficas perfeccionado por Desiré Blanquart-Evrard, y la técnica del negativo con base en el colodión húmedo sobre placas de vidrio, a cargo de Frederick Scott Archer. Como señala Kossoy:

Estos avances marcaron la era de la reproducción de la imagen. Con la introducción del colodión, el retrato fotográfico se popularizó gracias al ambrotipo, ferrotipo y a la *carte-de-visite*, innovación técnica y estética que promovería una considerable reducción del precio del producto final (34).

Desde su aparición, la tarjeta de visita o *carte-de-visite*, es sin duda la pregonera de la masificación de la imagen fotográfica. A partir de

este formato se reproducen las imágenes propias y familiares, haciéndose accesible a un público mucho más generalizado que aquel del daguerrotipo.

Con las tarjetas de visita se consolida una experiencia de representación moderna del mundo, debido a que es el primer medio que permite una representación pública y masiva desde un aparato tecnológico.

El cambio, en apenas quince años, de la representación pictórica al daguerrotipo y, después, a la tarjeta de visita, debe verse como una revolución profunda y sustancial que alteró para siempre la relación con la imagen, con la representación y sobre todo, con el imaginario que esta publicitación impuso.

En México, las tarjetas de visita o *cartes-de-visite* se introdujeron en 1856, año en que la mayoría de los fotógrafos en el país eran todavía extranjeros e itinerantes. Sin embargo, esta nueva práctica gozó de tal éxito que, para 1860, algunos fotógrafos lograron asentarse en la capital y montar sus primeros estudios, por lo que había más de veinte estudios fotográficos en la Ciudad de México para este año (Canales 287). En 1864, año de la Intervención Francesa, la mayoría de los integrantes de las clases acomodadas mexicanas habrían o estarían a punto de desfilarse frente a la cámara, familiarizándose, cada vez más, con el evento fotográfico.

En apenas veinte años, desde la incursión de los daguerrotipos, los precios de los retratos fotográficos habían cedido considerablemente. Si bien un daguerrotipo, en 1840, costaba de 8 a 16 pesos, dependiendo del tamaño y la calidad del estuche (Debroise 27), los salarios eran, como anota Frances Calderón de la Barca, de 30 pesos mensuales para un cocinero francés; de 5 pesos para una recamarera o de 3 pesos para una costurera (140). Por esto, para el común de la población del país, un daguerrotipo resultaba algo prohibitivo. Sin embargo, para 1860, una vez que el avance tecnológico hizo de la fotografía un lujo más accesible, sabemos que los precios de las tarjetas visita eran de dos pesos por un juego de seis retratos: “(lo que) representaba un poco más de dos días de trabajo de un dependiente de almacén o de cualquier otro empleado medio de la ciudad de México” (Massé 45).

Tomando ventaja de esta nueva accesibilidad, una extensa clase media mexicana desfiló masivamente frente a los estudios fotográficos. Así, los retratos en tarjeta de visita de este sector medio se multiplicaron notablemente, abriendo la posibilidad de intercambiarlos, regalarlos y coleccionarlos, accionando la popularidad de los álbumes familiares en el país. El álbum familiar, conformado por una serie bastante variada de tarjetas de visita, rápidamente se convierte en un instrumento imprescindible de la familia mexicana pudiente. En éste se encontraban no sólo las imágenes propias, de familiares y amigos, sino también las tarjetas de vista de personajes importantes, políticos y artistas. Justamente en esta colección de imágenes podemos encontrar el momento preciso en que la fotografía se interna en el ámbito privado de la vida familiar. Anterior a este formato, la fotografía, debido a su alto costo, había estado restringida a un núcleo muy pequeño, por lo que las imágenes que circulaban lo hacían en un ámbito limitado del mundo social. Con la innovación de las tarjetas de visita, aparte de “democratizar” de algún modo la fotografía, lo que verdaderamente ocurre es una primera masificación de la imagen fotográfica en la vida cotidiana. Así, bajo el mismo formato y en el mismo espacio, conviven los retratos de figuras ilustres con los retratos de familiares y amigos. Como anota Debroise al respecto:

En varios de los álbumes de tarjetas de visita que se han conservado en México se intercalaron, no sólo retratos de los miembros de la familia, sino una serie de figuras públicas que acaban formando parte, de esta manera, del mundo “privado familiar”, y sitúan al grupo ideológicamente. En esta especie de santoral civil, aparecen políticos con sus propias familias (Benito Juárez, su esposa, sus hijas y yernos, por ejemplo, o Maximiliano, Carlota y los miembros de la familia imperial austriaca). Algunas veces, se agregan pensadores, filósofos y poetas –el que más, Guillermo Prieto, pero también Ignacio Manuel Altamirano y Víctor Hugo, el defensor de Juárez (40).

### **Fotografía y control**

Es muy importante señalar que, paralelamente a los retratos de estudio fotográficos de las clases medias y altas mexicanas, aparecen dos registros que pretenden catalogar a los marginales de la sociedad:



en 1855 se realizan las primeras imágenes de filiación de reos y, en 1865, por mandato del emperador Maximiliano, se elabora el primer registro fotográfico de “mujeres públicas”. A partir de estos registros, se intentaba controlar y reconocer a todos aquellos “personajes” que representaran algún peligro a la sociedad, ya fuera por razones de salubridad o de pillaje. En el caso del registro de prostitutas, cada fotografía, como anota Antonio Aguilar, contiene:

(El) nombre, lugar de origen, edad, oficio previo, domicilio, categoría (primera, segunda o tercera) forma de trabajo, enfermedades padecidas, cambio de estado civil, muerte o retiro del oficio por casamiento o fuga, y por supuesto el número que le corresponde en el registro<sup>12</sup> (83).

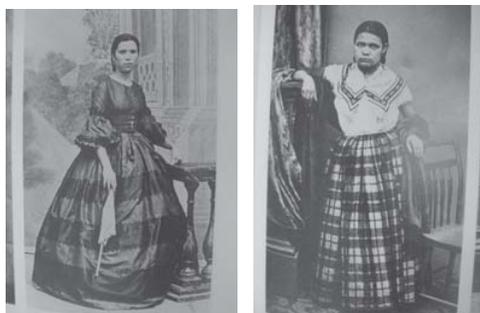


Fig. 1 Imágenes del registro de las mujeres públicas

Cabe señalar que las imágenes –donde, como podemos observar, las “señoritas” aparecen bien ataviadas y peinadas, incluso adornadas por el entorno de un estudio y su paisaje– no se compadecen de su posición marginal. Imitan, al igual que los retratos burgueses de la corte, las poses, los peinados e incluso la forma de vestir de las “señoritas de bien”. Sin embargo, no están siendo fotografiadas por y para su individualidad, sino por su estatus de “mujer pública”, con una clasificación sanitaria. El pueblo, la multitud, la población, habían sido, y continuaban siendo, un gran enigma para los gobiernos y, ahora, para el Imperio que recurre a la fotografía para un uso documental-policíaco.

A la par de estos primeros registros, surge también otra representación clasificatoria: las primeras imágenes de los llamados “tipos populares”.

Bajo un orden establecido desde la propiedad privada, existían grupos amenazantes que no se organizaban conforme a pautas reconocidas (Casanova 36), por lo que, para poder insertarlos en la sociedad, se les vacía de todo contenido peligroso, como en el caso de los “tipos populares”, o se les identifica en los registros como un peligro público.

### Los “tipos populares”

Françoise Aubert, el fotógrafo de la corte de Maximiliano y Carlota, es el primer fotógrafo que documenta en su estudio a “tipos mexicanos” en formato fotográfico, llamando a esta primera serie: “personajes del mercado”.

A continuación, mostraremos cuatro imágenes de la serie. Sin haber podido establecer la fecha exacta en que las imágenes fueron realizadas, valdrá la pena señalar que fueron plasmadas sobre placas de vidrio y no en el acostumbrado formato de fácil divulgación y que, Aubert conocía bien, eran las tarjetas de visita.



Fig. 2 Personajes del mercado del fotógrafo francés Aubert

Todas las imágenes son planos completos de los personajes, lo que nos permite ver su fisonomía y vestido. En este sentido no son imágenes que pretenden mostrar detalles específicos, sino más bien se detienen en el conjunto de elementos que conforman al personaje. En la primera imagen podemos observar a un niño que fue llevado al estudio con sus verduras para demostrar el oficio que le corresponde. La segunda imagen nos muestra a un vendedor de ollas; se ha quitado el sombrero, lo que permite observar su desordenado y sucio cabello. La tercera imagen nos muestra a un personaje, posiblemente un cargador, que simplemente posa frente a la cámara en una actitud un tanto desafiante. La última imagen nos deja ver a una niña muy mal nutrida que mendiga con su hermano a cuestas. Podemos asumir que ningún personaje ha sido embellecido para la fotografía y que fueron llevados directamente del mercado al estudio. Aubert no se preocupó ni siquiera de ocultar los bordes de la manta tirada en el suelo, quizá para obtener más contraste, por lo que el cuadro parece aun más descuidado. La iluminación es también precaria, resaltando los contrastes de la piel con la tela, del vestuario con su suciedad. Llama la atención la estética realista que eligió para retratar a los personajes, cuando el estilo nacional para retratar a estos “tipos populares” era más bien el costumbrismo y el romanticismo. Recordemos, además, que él mismo era un fotógrafo acostumbrado a la estetización de los retratados, a partir de su experiencia en el estudio, donde realizó fotografías de lo más notable de la burguesía nacional y la corte de Maximiliano. Esto nos hace pensar que, probablemente, estos “personajes de mercado” no fueron tratados como “sujetos” en el sentido del retrato burgués autocomplaciente, sino que más bien eran “personajes” tratados como parte del paisaje nacional. Obviamente, sin nombre propio y sin estatutos que defender. Casi seguramente fueron llevados ante la cámara del fotógrafo alentados por una mínima retribución y, probablemente, nunca vieron el resultado final de su retrato.

En las artes plásticas existía una fuerte y significativa polémica entre la escuela francesa realista y la escuela mexicana con su pujante romanticismo y costumbrismo. Esta diferencia estética y temática en el modo de concebir la representación denota una forma radicalmente distinta de comprensión de la realidad en México. El

liberalismo francés se abrazó a las formas realistas de una verdad racional y, a ratos, cruenta, mientras que el liberalismo mexicano abrazó las formas devenidas del romanticismo en un costumbrismo sincrético de las influencias estéticas y temáticas europeas con las culturas indígenas autóctonas. Recordemos que el país estaba todavía tratando de conformar sus ideales nacionalistas, por lo que la corriente francesa y su realismo no se amalgamaban con el proyecto artístico-nacional del arte costumbrista que se deseaba en México. Como comenta Rita Eder, el costumbrismo mexicano poco tenía que ver con la realidad social, económica y política del país, pero reflejaba absolutamente su deseo por escenificar un paraíso nacional unificado, pacífico e idílico.

Las imágenes pictóricas producidas en la América Latina del siglo XIX poco corresponden a la turbulenta vida política y los consecuentes cambios en la estructura social que caracterizaron a su historia en este momento. La pintura, regida por estrictos cánones académicos, mantenía el firme prejuicio heredado del Renacimiento donde la forma más alta de su realización se encontraba en los temas históricos del pasado. El interés por la descripción de la vida moderna que rigió el arte francés entre 1840-1870 no encontró eco entre artistas y críticos mexicanos. El repudio al realismo en el medio mexicano parte de la vieja idea de la imperfectibilidad de la naturaleza (24).

Para la Academia Mexicana, liderada por los liberales del momento, el arte debía tener una función muy específica, como lo señala el crítico Manuel Revilla, y ésta “consiste en corregir la realidad”, eligiendo de “ella lo que es bello y dejar en la sombra lo mezquino y defectuoso”. Para Revilla, el arte debía procurar los conceptos de belleza en la búsqueda de arquetipos ideales, “ha de ser la operación inefable y misteriosa, por la cual el ideal contemplado por el artista toma carne en la realidad sensible que, a su vez, se sublima e idealiza bajo su influencia” (Eder 56).

El tipo de imágenes que Aubert eligió tomar de los “tipos populares” definitivamente no calzaban con los preceptos de belleza, sublimación e idealización de la realidad que comentaba Revilla. Es indiscutible que las imágenes de Aubert provienen de la tradición pictórica y gráfica de los “artistas viajeros”, sin embargo, no se insertan bajo cánones costumbristas y el romanticismo está

definitivamente fuera de su intención. Esto nos hace pensar que esta primera versión fotográfica de los “tipos populares”, a pesar de provenir de esta extensa trayectoria pictórica, no estuvo planeada bajo esta continuidad a su expresión fotográfica.

Quizá valdrá la pena pensar que estas primeras imágenes fueron incentivadas desde otros intereses. Sabemos que Napoleón, en su proyecto científico-enciclopédico, se afanó en el Nuevo Mundo y, desde 1857, proyectó una serie de misiones oficiales de exploración para el continente americano. Una de las primeras misiones arribó a México este mismo año documentando monumentos, ruinas y personajes que más tarde fueron exhibidos en el Museo del Louvre. En esta primera misión arribó el fotógrafo francés Desiré Charnay, quien realizó a lo largo de cuatro años una extensa colección fotográfica de lo más prominente de la cultura mexicana, particularmente de su arqueología<sup>13</sup>.

Años más tarde, y como parte del triunfo de la Intervención Francesa, Napoleón impulsó la creación de la “Comisión Científica de México” en 1864. Esta comisión, consignada a un grupo de científicos, artistas y fotógrafos prominentes, se dedicó a estudiar todo ámbito social, natural e historiográfico del país, desde un plan enciclopédico y científico<sup>14</sup>. A pesar de no poder establecer una conexión política directa entre la “Comisión Científica” y la obra de Aubert, podemos determinar una relación estética y temática entre sus fotografías de “personajes típicos” y el proyecto de la comisión. Estas imágenes claramente responden a las tendencias científicas francesas, parte central del liberalismo europeo, alejándose radicalmente del costumbrismo y romanticismo mexicano. Como anota Aguilar, Aubert no realizó estas fotografías “pensando en un público mexicano, pues no hay anuncios específicos de su venta en los periódicos”; además, “las fotos no se encuentran en México, sino en museos militares de Bélgica y Francia, lo que hace suponer que las mandó directamente a Europa o se las llevó a su regreso” (116). Estas primeras imágenes, de haber circulado en el país, habrían desatado una fuerte polémica; y es que éste no es el modo con que los mexicanos querían ver retratados a sus personajes insignes y, sobre todo, no es éste el modo en que querían darse a conocer al mundo.

Como comenta Massé, estamos ante un “contexto social que tiende a marginar todo lo que no es aceptable”, que rechaza la diferencia y necesita estandarizar sus semejanzas (16), por lo que la fotografía se brinda como medio ideal para el escaparate del inventario social burgués donde:

Mediante ciertos signos de integración social, se pretende adquirir una acreditación de ciudadanía, que podría funcionar como carta de civilidad, que era una manera de sentirse incorporado en la modernidad. Tales signos convencionales acreditan un estatus social, le otorgan al fotografiado un sitio dentro de la escala de bienestar material (Massé 103).

Sin embargo, en esta búsqueda por la integración a la modernidad, una extensa clase media latinoamericana se homogeneiza bajo las mismas convenciones estéticas europeas y, por tanto, bajo la misma simplificación carente de identidad propia. El retrato burgués de la época resulta ser, al final, igual de falto de identidad como los retratos con fines clasificatorios de los que pretendía diferenciarse.

### **Las imágenes inundan la vida cotidiana: la imagen como consumo**

Partiremos del supuesto de que la relación que actualmente tenemos con las imágenes es una determinación dada por la tecnologización de ciertas artes y oficios, propiciada por un anhelo de modernidad al centro de las sociedades de finales del siglo XIX. Si bien la imprenta ya había revolucionado el medio impreso desde el siglo XVI, no es sino hasta el siglo XIX cuando dos inventos masificarán el mundo visual e imaginario de una manera irrevocable: el perfeccionamiento de la litografía y el desarrollo de la fotografía.

La litografía permitió, por primera vez, reproducir ilustraciones de forma mecánica, con lo que se desarrolló una vasta variedad de revistas y periódicos ilustrados. La fotografía y los procesos fotomecánicos derivados, por otro lado, permitieron aprehender y reproducir fielmente lo que el ojo humano percibía como la “realidad”, alterando significativamente todas las artes dedicadas, hasta ese

momento, a la representación. El perfeccionamiento y la divulgación de los productos derivados de estos medios, la litografía, desde mediados el siglo XIX, y la fotografía y la fotomecánica, a finales del mismo siglo, originaron una nueva relación de la imagen y del imaginario visual con profundos cambios culturales y sociales en el centro de las sociedades de finales del siglo XIX y principios del XX.

Antes de su posibilidad de reproducción, la imagen había sido una fuente de validación social y oficial, manteniendo un carácter sacro y lejano. En palabras de Walter Benjamin, aún conservaba el “aura”<sup>15</sup> que la mantenía en un espectro alejado de la vida social. La posibilidad de reproducir no una, sino miles de copias de casi cualquier imagen, le roba al original su carácter privado y abre su intimidad al ojo público. Esto, en términos de la vida social de la época, significó una cotidianidad que, en veinte años, se vio sumergida en anuncios, pósters, publicidades efímeras, en intercambios y coleccionismos de imágenes seriadas, en álbumes de historias familiares, en medios impresos ilustrados, por nombrar algunos. Como señala W. M. Ivins, para finales del siglo XIX:

Las imágenes estaban destinadas a todas las clases sociales y perseguían todos los fines imaginables... Se habían convertido en algo corriente tanto en los libros como en las revistas y periódicos. Su empleo se extendió a las fachadas de los edificios para publicidad y propaganda, y a las paredes exteriores para decoración... Cuando la comunidad se vio sumergida en ese mar de imágenes impresas, buscó en ellas la mayor parte de su información visual (Ortiz 27).

La reproducción de la imagen vino mano a mano con la posibilidad de publicitar productos y servicios, como desarrolla Julieta Ortiz Gaitán: “dentro de todos los fines imaginables que perseguían las imágenes, uno de los más imperiosos fue, sin duda, el que incitaba a adquirir bienes y objetos para su posesión y consumo” (27). La producción de bienes, ahora masivos a partir del cambio tecnológico industrial que devino con la revolución de las máquinas, necesitó de medios adecuados para distribuir y vender tales productos y precisó, a su vez, de modos que incentivarán su consumo. Como apunta Ortiz:

Ante esta nueva situación los productores requirieron de un medio de comunicación efectivo con poder de persuasión, no sólo para apremiar a los consumidores a la adquisición de bienes, sino para establecer estrategias de fascinación por la idea de poseerlos (27).

Estos productores encuentran en la reproducción de imágenes su posibilidad persuasiva y utilizan a los mismos artistas –ahora también a técnicos versados en litografía y otros medios de reproducción– para el diseño de sus propagandas<sup>16</sup>.

A esta revolución visual habríamos de sumar otra de gran importancia para toda sociedad moderna: la llegada del cinematógrafo en 1896.

### **El cine y la pulsión de la modernidad**

El 5 de agosto de 1896 se anuncia la llegada del cinematógrafo Lumière a la Ciudad de México, y el 14 del mismo mes se realiza la primera exhibición para reporteros y un “grupo de científicos”. Como atinadamente subraya Aurelio de los Reyes en su libro *Los orígenes del cine en México*<sup>17</sup>, existe una relación indisoluble entre la llegada del cine al país y el positivismo científico de Porfirio Díaz. Es más, el cinematógrafo encumbra la idea del “orden y el progreso” y se suma a otra serie de eventos civilizatorios como las obras de drenaje, alcantarillado y alumbrado público de la ciudad (por no nombrar las ya consabidas líneas del ferrocarril y carreteras). El progreso se convierte en la promesa de integrar a México en la modernidad, como señala un columnista en *La voz de México*: “progresar... no es solamente no volver hacia atrás, un caer hacia abajo, ni aun para adelante, sino que en rigor, es ir hacia arriba... Lo demás será girar, agitarse, moverse, precipitarse o estrellarse; pero progresar no...”<sup>18</sup>. Si, como hemos visto, la dependencia tecnológica y estética con Europa, y después con Estados Unidos, fue radical al inicio de la fotografía, con el cine es aun mayor. Los cortos y las películas que se proyectaban eran, en su mayoría, francesas, como los filmes de Méliès: *Viaje a la luna*, *El reino de las hadas* y *Juana de Arco*. Existían, ciertamente, algunos cortes mexicanos como *La inundación de Guanajuato* o las innumerables “vistas” de la ciudad donde comentaban que era una pena que “...aparezcan tantos encamisados

y tantos sucios...”<sup>19</sup> En realidad, las primeras imágenes cinematográficas mexicanas responden a eventos extraordinarios, como temblores, inundaciones, nuevos alumbrados en las calles, a algunas vistas de los monumentos insignes de las ciudades mexicanas, a desfiles o eventos donde figura el general Díaz y a la filmación de escenas y secuencias tomadas del teatro o de la zarzuela. A pesar del gran impacto que significó mirar por primera vez imágenes en movimiento, y a pesar de que en un inicio la experiencia estaba limitada a las elites, fue tan rápido el avance en materia de filmación y tan visible el lucro que podía hacerse con la proyección, que un sinnúmero de pequeños empresarios pronto se encargó de “vulgarizar”, por llamarlo de algún modo, la experiencia cinematográfica<sup>20</sup>. Los precios dicen mucho al respecto; el costo inicial de un peso bajó en tres años hasta cinco y tres centavos. El cinematógrafo, que en un principio había sido el signo del progreso, devino en un síntoma de lo que le estaba pasando a los mexicanos con tan vertiginosos cambios. Así lo comenta un columnista para *El Mundo (Ilustrado)* al tratar de explicar la ola de suicidios que surgieron, por estos años, entre jóvenes de clases acomodadas: “los refinamientos de la civilización, el aumento perceptible del bienestar humano... van haciendo predominar el amor al placer sobre el amor a la vida...la vida en sí misma nada vale”<sup>21</sup>.

### **La nostalgia**

Curiosamente, toda esta “pulsión” de modernidad, que en apenas veinte años resignifica todo aspecto de la vida cotidiana de las personas, trae consigo un halo de nostalgia. El hecho de participar, asistir e impulsar a los inminentes procesos de modernización, abre una conciencia particular hacia una inherente desaparición de lugares, oficios y costumbres “premodernas”. Se vive de manera latente una pulsión hacia la modernización, como metáfora de una vertiginosa e inevitable maquinaria que promete arrasar a su paso con un sinnúmero de modos de vida “tradicionales”. Paralelamente a la euforia modernizadora, surge una conservadora nostalgia, como desarrolla Riego:



Estamos ante una sociedad que desde las primeras décadas del siglo está viviendo la *tensión de la modernización*, y la vieja tranquilidad decimonónica está dejando paso a un *mundo dual*, en el que coexisten lo tradicional, en un ámbito que se percibe como ancestral, y nuevas formas sociales urbanas que, paradójicamente, miran con nostalgia a ese mundo que tarde o temprano está destinado a transformar su apariencia sempiterna (38).

### **Imagen, acontecimiento y representación**

La reproducción fotográfica y cinematográfica de las imágenes, además de servir para masificarlas, también valió para homogeneizar al mundo bajo criterios estéticos y tecnológicos establecidos. Asimismo, trajo consigo un problema fundamental con respecto a la relación entre el acontecimiento y su representación. Es decir, aquello que acontecía, para poder acceder a su verosimilitud social, debía quedar registrado en imágenes.

La imagen, en este contexto, altera una relación sustancial con la “realidad”: sólo lo que está documentado fotográficamente realmente existió. Sin más, la verdad y la existencia quedan sujetas a su impresión. La representación del mundo moderno, a través de las imágenes fotográficas y cinematográficas, se convierten, entonces, en el testigo por excelencia del acontecimiento mismo, el cual, de ahora en adelante, dependerá de esta fidelidad testimonial para revelarse “objetivamente”. Bajo esta perspectiva, manejar una cámara fotográfica y cinematográfica significó ser el testigo visual de una verdad que no podría ya sustentarse de ninguna otra forma y en ningún otro formato.

Estamos, sin duda, frente a la revolución cultural que impone el sentir burgués, ahí donde la representación de lo real atraviesa la representación de la imagen propia y de todo aquello que cree pertenecerle material y simbólicamente. Para el hombre “moderno” de principios del siglo XX, los retratos de la burguesía, los reos, las prostitutas, los tipos populares, así como la experiencia del cine, se convierten en pequeñas afirmaciones transables del nuevo orden de cosas, que trae consigo la idea del sujeto insertado cabalmente en los procesos de modernización.

## Notas

<sup>1</sup> Marshall Berman, *Todo lo sólido se desvanece en el aire* (México: Siglo XXI, 1988).

<sup>2</sup> Jauss lo define como “la conciencia de una época que se mira a sí misma en relación con el pasado”. Hans Robert Jauss en Jürgen Habermas, “La modernidad, un proyecto incompleto,” *El debate modernidad posmodernidad*, ed. Nicolás Casullo (Buenos Aires: Puntosur, 1989).

<sup>3</sup> Nicolás Casullo lo explica como el momento en que, en los siglos XV y XVI, surgen “(las) ideologías de libertad, de individualidad creadora, incursiones neoplatónicas, cabalísticas y alquimias hacia los saberes prohibidos por el poder teocrático preanuncian y promueven las representaciones de la cultura burguesa: un sujeto camino a su autonomía de conciencia frente al tutelaje de dios, un libre albedrío alentado por la experimentación científica frente a los dogmas eclesiásticos, un conocimiento humanista de la naturaleza regido por ansias de aplicación, de utilidad y hallazgo de verdades terrenales, en un marco cultural trastocado por los estudios copernicanos” (20).

<sup>4</sup> Ver García Canclini, “¿Modernismo sin modernización?” *Revista Mexicana de Sociología* 51.3 (jul-sept, 1989).

<sup>5</sup> García Canclini 167.

<sup>6</sup> Este invento seguía los contornos de cualquier dibujo o modelo y realizaba copias paralelas a cualquier escala y en una sola sesión, lo cual permitía abaratar significativamente el costo.

<sup>7</sup> Las miniaturas eran, por lo general, escenas o retratos pintados, a pequeña escala, en joyas u objetos preciosos. Eran comunes en las cortes francesas e inglesas desde el siglo XVI.

<sup>8</sup> El fizionotrazo era una máquina que, a partir del seguimiento de los bordes de cualquier perfil, podía reproducir retratos a escala; después, el artista se dedicaba a detallarlos para acercarlos lo más posible a los clásicos retratos pictóricos del siglo XVIII.

<sup>9</sup> Algunas artes quedarán “liberadas” y podrán entregarse a la tarea de ser, ahora sí, artes puramente interpretativas.

<sup>10</sup> En México existen también otras referencias como un anuncio publicado en *El Cosmopolita* el 26 de febrero de 1840, donde se publicita la venta de un daguerrotipo (García Canclini 13). Asimismo, tenemos la información, tomada del libro de Frances Calderón de la Barca, *La vida en México*, la cual comenta, en una carta, que su esposo ha recibido un equipo para realizar daguerrotipos en el mismo año que indica Canclini.

<sup>11</sup> Cronología sumariada de Claudia Canales en el libro *Imaginario y fotografía en México 1839-1970*, coord. Emma Cecilia García Krinsky (México y Madrid: CONACULTA-INAH-Lunwerk, 2005).

<sup>12</sup> El registro de reos de 1855, conocido como *Reglamento para asegurar la identidad de los reos cuyas causas se sigan en la Ciudad de México*, pretendía retratar a cada reo para su reconocimiento. Sin embargo, debido a la larga permanencia estática que la fotografía suponía en estos primeros años, muchos reos gesticulaban de maneras que los hacían irreconocibles y terminaban estando inscritos dos o más veces bajo diversos nombres. Ver anotación al respecto en Debroise, *Fuga mexicana* 42.

<sup>13</sup> Algunos autores adjudican a Charnay las primeras fotografías de “tipos populares”; sin embargo, las mismas imágenes aparecen atribuidas a Aubert en otros estudios. Sólo sabemos que algunas de las primeras imágenes que realiza Charnay, en México, aparecen en el libro *El álbum fotográfico mexicano* de 1858, con textos del historiador Manuel Orozco y Berra, editado por el francés Julio Michaud. Ver Massé 124 y Casanova, “De vistas y retratos” 10.

<sup>14</sup> Ver el extenso artículo que Paul N. Edison hace al respecto, “Conquest Unrequited: French Expeditionary Science in Mexico 1864-1867.” *French Historical Studies* 26.3 (2003, summer).

<sup>15</sup> “La aparición irreplicable de una lejanía, por cerca que pueda hallarse” (Benjamin 99).

<sup>16</sup> Como señala Ortiz, en lugares como Francia, quizá el caso más conocido, se hizo sumamente famosa e incluso creó escuela la extensa variedad de póster comerciales realizados por artistas como Dominique Ingres, Théodore Géricault, Eugene Delacroix y Henri Toulouse-Lautrec (25).

<sup>17</sup> Aurelio de los Reyes, *Los orígenes del cine en México* (1896-1900) (México: Fondo de Cultura Económica-SEP, 1983).

<sup>18</sup> En Reyes 48.

<sup>19</sup> En Reyes 41.

<sup>20</sup> En tres años, desde su aparición, había al menos veintidós salones de exhibición en la Ciudad de México (Reyes 56).

<sup>21</sup> Reyes 74.

## Bibliografía

- Arce, Valenzuela. “Modernidad, postmodernidad y juventud.” *Revista mexicana de sociología* 53. 1. (Ene-Mar, 1991).
- Benjamin, Walter. *Sobre la fotografía*. Argentina: Pre-textos, 2004.
- Berman, Marshall. *Todo lo sólido se desvanece en el aire*. México: Siglo XXI, 1988.
- Calderón de la Barca, Madame. *La vida en México*. México: Miguel Ángel Porrúa, 1978.
- Casanova, Rosa. “De vistas y retratos: la construcción de un repertorio fotográfico en México 1839-1890.” *Imaginario y fotografía en México*. Ed. Emma Cecilia García Krinsky. Madrid: Lunwerg Editores, 2005.
- Casullo, Nicolás. *El debate modernidad posmodernidad*. Buenos Aires: Puntosur, 1989.
- Debroise, Olivier. *Fuga mexicana. Un recorrido por la fotografía en México*. México: CNCA, 1994.
- Freund, Gisèle. *La fotografía como documento social*. Barcelona: Gustavo Gili, 1993.
- García Canclini, Néstor. “Uso social y significación ideológica de la fotografía en México.” *Imagen histórica de la fotografía en México*. Ed. Eugenia Meyer. México: Museo Nacional de Historia-Instituto Nacional de Antropología e Historia, 1978.
- “¿Modernismo sin modernización?” *Revista Mexicana de Sociología* 51.3 (jul-sept, 1989).

- Kossoy, Boris. "La fotografía en Latinoamérica en el siglo XIX." *Image and Memory. Photography from Latin America 1866-1994*. Ed. Wendy Watriss. Texas: UTPress, 1998.
- Massé Zendejas, Patricia. *Simulacro y elegancia en tarjetas de visita. Fotografías de Cruces y Campa*. México: Instituto Nacional de Antropología e Historia, 1998.
- Ochoa Aguilar, Arturo. *La fotografía durante el imperio de Maximiliano*. México: UNAM-Instituto de Investigaciones Estéticas, 1996.
- Reyes, Aurelio de los. *Los orígenes del cine en México (1896-1900)*. México: Fondo de Cultura Económica-SEP, 1983.

**CONTACTO CON LA AUTORA:**

osorio24@yahoo.com

**TÍTULO:**

"Usos y consumos de la fotografía en la construcción de la representación del concepto de modernidad en México."

**FECHA DE RECEPCIÓN:**

10 de diciembre de 2006

**FECHA DE ACEPTACIÓN:**

7 de junio de 2007

**PALABRAS CLAVE:**

Fotografía en México; modernidad e imagen; fotografía y representación.

**TITLE:**

"Uses and Achievements of Photography to Construct the Representation of the Concept of Modernity in Mexico."

**DATE OF SUBMISSION:**

December 10th, 2007

**DATE OF ACCEPTANCE:**

June 7<sup>th</sup>, 2007

**KEY WORDS:**

Photography in Mexico; modernity and image; photography and representation.