La fotografía (II)

Posted on 2 de noviembre de 2016 by José Antonio de Ory

Muchas de las fotografías más conocidas y que con mayor peso forman parte de nuestra memoria colectiva han tenido vida propia previa a ser objetos de lujo incorporados al circuito galería-coleccionistas-salas de exposiciones.

En un barcito del centro de Cádiz lleno de fotos en la paredes está la celebre *Camarón*, de Alberto García-Álix, quizá la más famosa de ese gran cantaor de la Isla del León. Fue portada del número133 de la revista *El Europeo*, en junio de 1991, y muy posiblemente hecha por encargo.

La famosa *Lunch atop a Skyscraper* (Almuerzo en lo alto de un rascacielos) fue tomada en las alturas del Rockefeller Center y publicada por el *New York Herald Tribune* en el suplemento dominical del 2 de octubre de 1932. Durante muchísimos años, hasta 2003, se consideró de autor desconocido, porque las agencias simplemente enviaban a un empleado u otro a tomar fotos y el concepto de autoría no se tenía en cuenta. En 2003 se atribuyó a Charles C. Ebbets, pero ahora vuelve a estar en duda y la agencia que ostenta los derechos la ha vuelto a calificar de anónima. Se han debido de vender muchas copias a lo largo de los años sin que Ebbets o quien fuera su autor recibieran un penique. El beso de Robert Doisneau (*Le baiser de l'hôtel de ville*) fue una comisión de la revista *Life*, donde salió publicada y se hizo famosa; y el *Alabama Tenant Farmer* (Granjero arrendatario de Alabama), de Walker Evans, es una de las conocidísimas fotos del libro *Let Us Now Praise Famous Men* que James Agee y él publicaron en 1938.

Icarus atop Empire State Building New York (Ícaro sobre el Empire State Building de Nueva York) es la foto más conocida de la serie que Lewis W. Hine hizo en 1930 del proceso de construcción del rascacielos, también por encargo. En 1932 las publicó en el único libro que hizo en su vida, *Men at Work*, donde nuestro Ícaro tiene sólo el título más sencillo de *The Sky Boy*. Dorothea Lange tomó *Migrant Mother. Destitute Pea Pickers, Nipomo, California* y el resto de esa serie para la Resettlement Administration –una agencia federal creada durante el New Deal para ayudar a obtener vivienda a los migrantes y los refugiados de la sequía– y publicada en el *San Francisco News*.

Fotos por encargo que son iconos de la cultura popular, parte de la colección de imágenes que forman nuestro acervo –nuestro *imaginario*, parece que se dice hoy en día–, como la del Che Guevara de Alberto Korda, la izada de la bandera en Iwo Jima de Joe Rosenthal, la chica

afgana de Steve McCurry, el miliciano cayendo de Robert Capa o la niña huyendo del napalm de Huynh Cong Ut (o Nick Ut); y cuyos verdaderos originales por tanto, si es que en fotografía cabe ese concepto de *original* al que llevamos dando vueltas, son las versiones impresas en las revistas o libros para los que se tomaron.

Los fotógrafos posiblemente cobraron en su momento por el trabajo realizado, cerrando así un ciclo económico-laboral que cubría encargo, trabajo realizado, entrega de las fotos y su correspondiente remuneración, y publicación. Revelado el negativo, impresa la foto y pagado el trabajo, cada copia era *la fotografía*, iguales unas a otras, miles de copias originales en otros tantos ejemplares impresos que cualquiera podía comprar por unos centavos o unas pesetas.

No pensaban sus autores, no podrían imaginar seguramente, que artificialmente individualizadas –impresas de determinada manera, con determinados elementos accesorios añadidos (medidas, papel, numeración, firma, certificado) y ungidas por un supuesto sello de «autenticidad»–, unas copias pudieran considerarse superiores a otras y venderse al precio de una obra de arte.

Quien tenga un ejemplar de la revista *Life* con la foto del beso, el libro *Let Us Praise Famous Men*, de Walker Evans, la portada de *El Europeo* con Camarón o el número del *New York Herald Tribune* con los obreros almorzando sobre una viga del Rockefeller Center a más de doscientos cincuenta metros sobre el suelo, ¿no tiene una pieza original, mucho más que quien compre una edición reciente, por muy numerada y sellada que esté por la galería de turno que hoy se abrogue la representación de esos fotógrafos?

Es muy posible que un día esos ejemplares, legitimados y ennoblecidos por el paso del tiempo, alcancen un valor de cambio superior al de impresiones comerciales recientes, por superior que sea la calidad técnica de éstas, por mucho certificado ungidor que ahora tengan y por tanto como se haya podido pagar por ellas.

Pero ambas legitimidades, decantación por el tiempo y certificación comercial, son, en cualquier caso, valores adicionales y extraños a ese algo abstracto, *intangible* más bien, que es la fotografía. Sin cuerpo físico en que plasmarse –papel, pantalla, plástico…– no hay fotografía, pero el continente no es *la fotografía*. La portada de la revista o el objeto que vende la galería la recogen, la plasman, le dan existencia física, pero no la constituyen. Lo que por su naturaleza es intangible e infinitamente multiplicable –una canción, una obra literaria, una foto– sólo de manera artificial y convencional se puede individualizar. Que la copia sea nueva o vieja –*vintage*, se dice hoy también–, se conserve en el periódico donde salió publicada o en otro más reciente, tengamos en nuestras manos la primera edición de un

libro o alguna de las subsecuentes, es todo casuística que más tiene que ver con coleccionismo, inversión, bibliofilia o preferencias u obsesiones personales que con el carácter de *original* de una fotografía. Como decía en la anterior entrega, «dadas ciertas condiciones de calidad que aseguren que las características de la imagen (encuadre, proporción, color, nitidez, brillo…) son las que deben ser, cualquier copia de una fotografía es *esa* fotografía». Y la de Camarón que yo veo cada vez que voy por Cádiz no es menos original que el objeto que pueda vender su galería o veamos expuesto en un museo.