



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO**

FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS

**LA CONSTRUCCIÓN DEL PAISAJE MEXICANO Y SUS
REPRESENTACIONES GRÁFICAS, 1925-1955**

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

LICENCIADO EN GEOGRAFÍA

P R E S E N T A:

ADRIAN DARIO JACINTO ALVARADO

DIRECTOR DE TESIS:

DR. HÉCTOR MENDOZA VARGAS



CIUDAD UNIVERSITARIA, CD. MX., 2018



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Índice

Introducción.....	2
Capítulo I. Las consideraciones sobre la construcción del paisaje.....	5
a) El estudio del paisaje en la geografía cultural	6
b) La relación identidad-espacio	12
c) La imagen y el paisaje en el ámbito geográfico.....	19
Capítulo II. El paisaje lúdico en la mirada de un viajero: las fotografías de Franz Mayer	28
a) La creación de un acervo fotográfico a partir de un viaje por México.....	29
b) La fotografía del paisaje urbano	39
c) La fotografía del paisaje rural	47
Capítulo III. El paisaje atrapado en las tarjetas postales de la compañía México fotográfico.....	55
a) El origen de la compañía	56
b) Una vista hacia el centro histórico desde sus alrededores, la tarjeta postal de Guadalajara.....	62
c) El paisaje urbano representado en las postales: la Ciudad de México.....	73
Capítulo IV. El paisaje vivido en la revista MAPA y la exploración del territorio mexicano	83
a) Un medio privado en la producción cultural durante los años treinta	84
b) La fotografía del paisaje en un proyecto editorial	90
c) La sobreabundancia de paisajes en la revista MAPA.....	98
Conclusiones.....	108
Fuentes	111

Introducción

¿Qué vemos?, ¿Cómo lo vemos? Y ¿Por qué lo vemos? Son preguntas que la geografía ha intentado recuperar e integrar en sus investigaciones sobre la construcción y transformación del espacio, devolviéndole así un lugar a la imagen visual que poco a poco, se había relegado al olvido. El estudio de la imagen en la geografía encuentra en el paisaje uno de sus más prolíficos campos de investigación por integrar un análisis detallado de los atributos físicos y humanos presentes en un espacio determinado; y, aunque son muchos los enfoques dentro de la geografía, en esta investigación se optó por abordarlo desde su aspecto cultural, que estudia cómo surge y se consolida el simbolismo en los rasgos geográficos del paisaje, que son percibidos por diferentes culturas y los usan para construir, transformar y representar su entorno mediante imágenes, de las cuales utilizan diversas técnicas para registrarlas.

Una de estas técnicas es la imagen fotográfica, a la que se le debe de abordar como un documento cuya imagen nos remite a lo que se va a explicar y comprender, es decir, hay un discurso explícito de quien interpreta la imagen sin el cual no puede ser entendida. En ese sentido, se retoma la importancia de la imagen gráfica en los estudios geográficos y plantea la siguiente pregunta de investigación: ¿Cómo se incorpora el imaginario social en la construcción del paisaje mexicano y sus representaciones gráficas durante una parte del siglo XX?

Por ello, se planteó la importancia del discurso visual que existe en la construcción del paisaje como resultado de la interacción social y la experiencia visual, abriendo opciones para la interpretación de lo que representaba la imagen de México en un periodo posterior a la Revolución Mexicana; pues aunque se ha ido construyendo una imagen del paisaje mexicano desde la época prehispánica, este ha tenido transformaciones importantes que se han reflejado en la alteración de la organización del territorio y el paisaje, como consecuencia de las decisiones políticas y administrativas y el desarrollo económico de las primeras décadas del siglo XX, orientándose hacia la reintegración del territorio y la participación de la iniciativa privada en la construcción del paisaje mexicano, consolidando una imagen

de México como nación moderna, e influyendo en la manera en que se conocía al país, cambiando la percepción individual y social que se tenía del mismo.

Como objetivo general esta investigación propone mostrar cómo la construcción del paisaje mexicano, a mediados del siglo XX, consolidó la imagen del país a través de sus representaciones gráficas en diversos formatos, como la fotografía, la tarjeta postal y la revista ilustrada; para alcanzar este objetivo fueron planteados cuatro objetivos particulares, los cuales estructuran los cuatro capítulos que integran este trabajo. Ellos son:

- Exponer el estudio del paisaje como vínculo entre la identidad y el espacio
- Reconocer las características del paisaje mexicano a través de la fotografía de Franz Mayer en los años veinte del siglo XX
- Posicionar la tarjeta postal como promotora del paisaje y de una imagen del México moderno
- Proponer la difusión del paisaje mexicano como parte de la construcción de una cultura visual y de una identidad personal y social para reforzar elementos de identidad nacional

Esta investigación se compone de cuatro capítulos, el primero presenta el desarrollo del término paisaje y sus aportaciones para su estudio en la geografía cultural para la construcción de imágenes de paisajes desde el imaginario social, por eso se relaciona a la geografía con el estudio de la cultura visual.

El segundo expone la fotografía realizada por Franz Mayer en uno de sus viajes lúdicos por México en el año de 1927, donde se analiza lo que este fotógrafo reconocía como elementos visuales que componían la imagen del paisaje mexicano en su aspecto urbano y rural.

El tercer capítulo aborda el surgimiento de la compañía México Fotográfico como productora de tarjetas postales, principalmente de paisajes de México que promovían una imagen de estabilidad lograda durante el proceso de reconstrucción nacional, cuyas imágenes eran atrapadas para formar parte de la tonalidad espiritual gracias a la fuerte carga afectiva que contenían.

Finalmente, el cuarto capítulo analiza cómo la reproductibilidad técnica de la imagen fotográfica facilitó la promoción del paisaje mexicano a través de publicaciones como la revista MAPA, que incitaban a sus lectores a vivir el paisaje a partir de la exploración del territorio y el conocimiento de los lugares y sus rasgos geográficos a partir del contacto directo.

En conjunto, la tesis propone en cada uno de los capítulos maneras o formas diferentes de abordar la relación de la geografía con la imagen y, a la vez, vincular una serie de artefactos seleccionados con la geografía cultural, es decir los elementos que conforman y construyen el paisaje, y para ello durante esta investigación, se consultaron diversas obras que abordaban el estudio del paisaje no sólo desde su aspecto geográfico, sino también desde lo artístico y lo social, como los trabajos de Susan Sontag, Gisèle Freund, Walter Benjamin o John Berger enfocados en el uso social de la fotografía o bien, obras como la de Nicholas Mirzoeff, Julio Caro o Georg Simmel que proponen nuevas metodologías para abordar el estudio de lo visual.

También es importante mencionar que las imágenes del paisaje mexicano analizadas en este trabajo de investigación fueron recopiladas de varias fuentes, así, para el segundo capítulo se consultó el acervo fotográfico del Museo Franz Mayer de la Ciudad de México. Para el tercer capítulo se consultó el acervo de la Fototeca Nacional, ubicado en Pachuca Hidalgo y de una colección particular. Para el cuarto y último capítulo se consultó una serie de revistas ilustradas provenientes del Instituto de Geografía, el Instituto de Investigaciones Estéticas y de la Biblioteca Nacional, todos ellos bajo el resguardo de la UNAM.

Por último, este trabajo se realizó dentro del proyecto PAPIIT IN 301316, “La construcción del paisaje mexicano en la revista MAPA 1934-1955” (2016-2017), realizado en el Departamento de Geografía Social del Instituto de Geografía de la UNAM.

Capítulo I.

Las consideraciones sobre la construcción del paisaje

Introducción

Durante mucho tiempo el significado del paisaje ha transitado de término pictórico a noción y a concepto (Contreras, 2005:57), pero siempre se remite a aquella porción del territorio que se ve y cuyas dimensiones pueden ser registradas con la mirada. La definición y el enfoque del término paisaje para la geografía cultural, estudia el espacio en función de sus componentes, así, el paisaje como producto de la percepción de nuestra mirada, se puede explicar mediante imágenes (Campos, 2016; Cosgrove, 2002; Contreras, 2005; Claval, 2002; Fernández, 2006; Simmel, 2013 [1904]). El estudio del paisaje desde lo cultural se vuelve una manera de interpretar cómo las diferentes culturas perciben su entorno, permitiéndole al geógrafo conocer cómo cada sociedad construye y representa los lugares a lo largo del tiempo y del espacio.

En este capítulo se sitúa el paisaje en los estudios geográficos que abordan a la imagen como tema central de su investigación. En un primer apartado se estudia cómo el término paisaje se volvió un pilar en las investigaciones geográficas bajo un enfoque cultural. En el segundo apartado se busca entender cómo cada sociedad crea su entorno y la manera en que inventa un registro de ello a través del tiempo. Por último, se abre un apartado para situar la importancia del estudio de la imagen dentro de la geografía, en donde el paisaje como elemento gráfico dotado de un contenido cultural otorga una serie de elementos que replantean el papel de la geografía en la cultura visual.

a) El estudio del paisaje en la geografía cultural

Rastrear cómo el uso del término paisaje se ha posicionado en los estudios geográficos trae a consideración una serie de elementos que habían quedado rezagados en las investigaciones geográficas. La formación del concepto paisaje desde la geografía requiere explorar la manera en que ambos evolucionaron en el campo de lo cultural. No porque uno no pueda existir sin el otro, más bien porque el enfoque cultural en ambos tiene el mismo propósito, vincular las partes objetivas y subjetivas del espacio (Campos, 2016:19), esto es sin separar los componentes naturales de los sociales (Fernández, 2006:220).

El paisaje es un concepto que se analiza a partir de la inseparabilidad del tiempo y del espacio, cuya simultaneidad logra convertir al paisaje en una entidad visible y palpable (Contreras, 2005:58). Aunque ha sido utilizado para referirse a un espacio cuyos límites son percibidos con la vista, el paisaje es un concepto polisémico que transita del arte a la academia (Ramírez y López, 2015:66). Ambas visiones analizan una amplia gama de posibilidades visuales, en donde las formas de la superficie terrestre y su fisionomía encuentran en la representación de las formaciones mentales de cada individuo –adquiridas por la cultura- un aporte subjetivo al paisaje (Campos, 2016:20). Por lo que además de sus concepciones, definiciones y lenguaje, el paisaje más allá de su materialidad, proyecta valores, emociones, tradiciones, conocimiento y técnica (Ramírez y López, 2015:67).

El significado de la palabra paisaje en español y su equivalente en francés *paysage*, derivan de país y este del latín *pagus*, que se refiere a un distrito rural definido (Contreras, 2005:59; Fernández, 2006:223). Aunque palabras como *Landscape* (inglés), *Landschaft* (alemán) comparten la misma raíz germánica, su significado cambia. *Landschaft* puede descomponerse en dos partículas: la primera, *Land*, hace referencia a la tierra, es decir, a la parte natural, al relieve, al suelo, al ambiente original. La segunda *schaffen*, se refiere al modelado que la naturaleza o el hombre, dan al terreno (Fernández, 2006:223). En inglés, *Land* tiene el mismo significado que el usado en alemán, pero la partícula *scape* deriva de la misma raíz germánica *scapian*, que significa crear, trabajar u ocuparse (*Ibidem*:223).

Esta revisión etimológica apunta a que la definición de paisaje siempre está referida a un espacio con límites y que este concepto ha sido adoptado como propio y es utilizado indistintamente por varias disciplinas (Campos, 2016:22). Entre 1600 y 1900, el paisaje estuvo referido principalmente a la apariencia de un lugar; esta idea de poder representar visualmente los elementos geográficos comprendidos en una dimensión perceptible para el ojo humano, sentaron las bases para la definición actual del paisaje (Contreras, 2005:59). El uso de paisaje como concepto académico sucedió hasta el siglo XX, y en este sentido, toda disciplina que contemple al paisaje como objeto de estudio debe de diferenciar entre lo pictórico (que contempla las cualidades estéticas que despiertan un interés emocional en quién lo observa) y lo académico (a partir de teorías, métodos y técnicas).

En el ámbito geográfico, el paisaje es utilizado desde una perspectiva tanto física como social, reflejando un orden geográfico donde naturaleza y cultura quedan comprendidas (Ramírez y López, 2015:85), sin embargo, ¿cómo surge el enfoque cultural en la geografía?

La geografía a lo largo de su historia se le ha dividido en dos campos de estudio para explicar los distintos fenómenos que se manifiestan en el espacio, estas áreas son la geografía física y la humana (Fernández, 2013). Sin embargo, esta división no resulta eficaz al momento de interpretar la realidad espacial, la cual integra los fenómenos espaciales tanto físicos como sociales.

Para el enfoque cultural en los estudios geográficos, resulta de vital importancia mantener al espacio –su principal objeto de estudio- inseparable de sus componentes naturales y sociales, por lo que desde la antigüedad en la geografía no existía una necesidad de separar a los fenómenos espaciales por su naturaleza (*Ibíd*em:161). Sin embargo, durante el siglo XVII sucede la división entre geografía física y social, influenciada principalmente por la búsqueda y descubrimiento de aquellas leyes que operan en la naturaleza (*Ibidem*:161), por lo que trabajos como el que realizó Varenio en 1650, buscaron establecer las precisiones necesarias para que la geografía sea una ciencia de principios matemáticos (*Ibíd*em:161). A este giro lo llamó geografía general y con el buscaba describir un orden general en los

procesos espaciales dejando de lado aquella geografía encargada de buscar las particularidades de cada lugar.

Entre el siglo XVIII y XIX ocurrió en la geografía la consolidación del enfoque físico, donde el objetivo era entender el funcionamiento de la Tierra en relación con las leyes físicas y matemáticas, por lo que el estudio sobre la naturaleza humana fue reducido a teorías y leyes sobre el comportamiento de los grupos humanos, marcando una distancia entre los lugares y los humanos en función de que tan cuantitativo podía ser un proceso. Esta división entre geografía física y humana fue realizada en virtud de mostrar, a la primera, como una disciplina con aportaciones de tipo científico-cuantificables, mientras que al campo de lo humano se le relegó como aquello que analizaba los elementos cualitativos –muchas veces despreciados- que servían para comprobar la diversidad de grupos humanos y sus lugares transformados (*Ibidem*: 161). A la geografía se le trató como una ciencia natural con una metodología “infalible” para explicar las transformaciones de la Tierra, lo cual provocó una revaloración del trabajo geográfico en función de su aspecto físico, desprestigiando los estudios que se habían hecho sobre los grupos humanos (*Ibidem*: 162).

Durante el transcurso de la primera mitad del siglo XX, la geografía quedó definida por la división entre los estudios físicos y los estudios sociales en donde la geografía física se le asoció con la geografía moderna (Ortega, 2000:144), debido al perfil científico que le otorgaba la cercana relación que mantenía con la geología. A pesar de que la geografía física se había vuelto el tema central en la elaboración y desarrollo de proyectos geográficos, no ofrecía una explicación sobre el mundo social; la configuración de la relación entre la geografía física y la social buscaba vincular a la historia con el sustrato físico terrestre (*Ibidem*:147), por lo que el reconocimiento por parte de la comunidad científica hacia la geografía humana sucedió a través de la economía. El giro económico permitió vincular a la geografía con esta comunidad científica, sin embargo, muchos científicos no quedaron satisfechos por los resultados obtenidos al estudiar a los grupos humanos en su espacio mediante un enfoque económico, ya que se presenta a la sociedad y sus

características como un producto simplificado, a veces, por medio de índices y valores numéricos (Fernández, 2013:164) y como consecuencia lo particular carecía de importancia, reduciendo la complejidad del espacio a lo estrictamente cuantificable (*Ibidem*:164).

El enfoque económico no aportaba los elementos suficientes para explicar la realidad espacial en la cual los elementos geográficos se desenvolvían a través de las relaciones medio-hombre (Ortega, 2000:147), por lo que el giro hacia lo cultural fue una respuesta que muchos científicos formularon tras ver los resultados insatisfactorios que obtenían al estudiar a los grupos humanos en su espacio mediante un enfoque económico y cuantitativo (Fernández, 2013:164).

El primer giro cultural en los trabajos geográficos abandonaba estas interpretaciones sobre presentar pruebas de base matemática y en su lugar pensaba la relación entre el hombre y la naturaleza fuertemente influenciada por el romanticismo (Fernández, 2006:221).

El romanticismo como movimiento cultural se remonta al siglo XVIII y ya desde entonces se entendía como una forma de percibir al hombre y a la naturaleza a partir de una observación sensible. La geografía cultural surgió como una expresión para explicar la distribución de las diferentes culturas en el ambiente y su movilidad en los territorios (*Ibidem*:221), iniciando una nueva etapa en el análisis del espacio y sus componentes en dónde la cultura es el principal eje de transformación de los lugares. Se planteaba que los procesos modificaban a los pueblos y su entorno y, a la vez, también los transformaba a ellos, las transformaciones quedaron registradas en el territorio y constituyeron la síntesis espacial de lo que ahora llamamos paisaje.

A principios del siglo XX, la mayoría de los geógrafos promovieron la unidad de la geografía a partir de la idea de que los mismos hombres son los encargados de transformar el espacio en el que viven y no al contrario (Campos, 2016:28), por lo que geógrafos como Otto Schlüter, evitando tomar partido en la cuestión del determinismo, convierte al paisaje en el objeto de la geografía humana (Contreras, 2005:63). La geografía humana desde su nacimiento, otorgó un lugar importante a las realidades culturales (Claval, 1999:39), pero su orientación difiere de un país a

otro; mientras que a principios del siglo XX, los geógrafos alemanes dirigían sus observaciones y técnicas al estudio de los paisajes a través de análisis de la morfología de lo visible (*Ibidem*:39); en Estados Unidos, por su parte, la escuela de Berkeley hizo de la cultura el conjunto de herramientas y artefactos que permitieron al hombre actuar sobre el mundo exterior (Contreras, 2005:63).

El hecho de considerar el impacto de las culturas sobre el componente biótico, vegetal y animal de los paisajes (Claval, 1999:39) volvieron a las relaciones que el hombre guardaba con el medio, el objeto de estudio del nuevo giro cultural en la geografía humana. El enfoque social alrededor del paisaje no siempre consideró la dimensión cultural en su construcción; si bien es cierto que la geografía humana otorgó un amplio campo de estudio a la interrelación entre el hombre y la sociedad, la nueva geografía partía del estudio sobre el suelo y no de la sociedad (Ortega, 2000:149). El estudio del suelo desde la geografía humana era una revalorización cultural del uso que una sociedad le ha dado a lo largo de su historia. Por ello, a mediados del siglo XX la perspectiva subjetivista del paisaje ganó nuevas posiciones, esto por el hecho de que uno de los principales temas que abordaba era el de la percepción del paisaje. Para Contreras (2005), el análisis subjetivo del paisaje se estudia desde tres puntos de vista: la dimensión histórica cultural, la estética del paisaje y las conductas asociadas con paisajes.

En conjunto estos tres aspectos examinan cómo los sitios se cargan de significado para los sujetos a partir de la percepción del paisaje, ya que en él, quedan plasmados agentes y elementos contruidos por la sociedad a través de su cultura, sus estructuras de poder, sus modos de producción, el intercambio, sus prácticas cotidianas, su tecnología, sus relaciones simbólicas y sus procesos históricos (Ramírez y López, 2015:208).

El estudio del paisaje desde la geografía cultural, sobresale por la inclusión del sujeto en el giro cultural, esta nueva propuesta da más peso a las categorías de espacio y espacialidad a diferencia de la geografía cultural antecedente que enfatiza en el aspecto ambiental y material del paisaje, por lo que el simbolismo, el

significado, la identidad¹ y el territorio, son los aspectos culturales para el estudio del paisaje de esta “nueva geografía” (Contreras, 2005:66).

Este nuevo giro en la geografía cultural está más cerca de la teoría de las ciencias sociales y las humanidades que de la biología y las ciencias de la Tierra (*Ibídem*:66). Se busca vincular aquellos elementos geográficos –físicos y humanos- que permitan entender la construcción colectiva de los espacios en dónde los grupos humanos viven e interactúan. Contrario a las concepciones naturalista y funcionalista que dominaban fuertemente la investigación geográfica, descansaban en la idea de que la naturaleza y la sociedad son datos que el investigador no debía cuestionar (Claval, 2002:21). La nueva geografía cultural, de acuerdo con Fernández (2006), propone que la cultura dentro de las colectividades debe de ser estudiada desde los individuos que las conforman por lo que sugiere un cambio en la escala que permita abordar al objeto de estudio. El estudio de los grandes complejos culturales sobre los cuales se construyeron las grandes civilizaciones, este nuevo enfoque trata de entender cómo es que las personas, a través de sus pequeños barrios a los que son culturalmente afines, producen sus paisajes o utilizan sus espacios (*Ibídem*:227).

La nueva generación de estudios geográficos rechaza la idea de que la naturaleza, la sociedad, la cultura o el espacio son identidades globales y homogéneas (Claval, 2002:21). Al contrario, con este nuevo giro cultural, se replantea el uso del concepto espacio. El espacio geográfico ya no es una extensión natural o un soporte de la vida social, está compuesto por lugares y territorios a los que el hombre otorga afectividad (*Ibídem*: 34).

El espacio no es una extensión neutra y por lo tal requiere de nombres precisos - región, territorio, lugar- que complejizan la comprensión del uso del concepto espacio no como un objeto de estudio sino como una dimensión para el análisis de lo espacial. El espacio, a través de procesos de comunicación, se construye a partir

¹ Es la interiorización de imágenes y representaciones simbólicas, impregnadas de una fuerte carga afectiva (Arredondo, 2005:17). La identidad incluye asociaciones, por una parte, con los rasgos que caracterizan a los miembros de una colectividad frente a los otros que no pertenecen a la misma y, por otra, a la conciencia que un individuo tiene de ser él mismo y, entonces, distinto a los demás (Solórzano y Rivera :140).

de representaciones² (Claval, 2002:35) y en ese sentido, la geografía cultural estudia el espacio a través de la representación del paisaje.

Considerar los aspectos del paisaje como representaciones, muestra la relevancia de los sujetos en la estructuración de lo social, pues los intercambios entre los individuos les permiten tomar conciencia de lo que comparten con sus socios y aquello en lo que se diferencian (*Ibídem*:36), forjando sentimientos de identidad y construyendo imágenes de sí mismos y de los espacios que controlan. En el paisaje cultural, los geosímbolos³ están ligados a los sentimientos de identidad, cuya función principal es servir como punto de reunión y dotar de memoria colectiva a los hombres (*Ibídem*: 36).

El enfoque cultural parte de una visión diferente de lo real, poniendo a discusión tres aspectos básicos para la conceptualización del paisaje: la consideración del tiempo, la relación objetivo-subjetiva, visible-invisible; y la complejidad de los fenómenos del paisaje (Contreras, 2005:68). Así, el paisaje se entiende como una concepción del espacio en donde el individuo y la sociedad construyen una imagen de sí mismos en relación con su territorio, por lo que para entender cómo se construye un paisaje, se debe considerar la manera en que los grupos sociales se apropian del espacio.

b) La relación identidad-espacio

A lo largo de su desarrollo en la disciplina geográfica, el enfoque cultural se ha caracterizado por mantener la unidad entre elementos físicos y sociales (Claval, 1999; Fernández, 2006,2013; López, 2010; Ramírez y López, 2015;), convirtiéndose en un método de análisis espacial cuyo principal objetivo es el estudio del paisaje. La vigencia de esta idea es que el espacio no puede estudiarse de manera desintegrada y sus transformaciones no pueden explicarse sin su componente

² El término hace referencia al proceso de inter-relación que se da entre el objeto y el sujeto, quien no sólo tiene la imagen mental de esa realidad, sino que a través de su subjetividad le imprime un nuevo sentido y un significado diverso, por medio de imágenes autocreadas, que se contraponen como un espejo que distorsiona, a la par que refleja la realidad objetiva (Arredondo, 2005:27).

³ El geosímbolo es un lugar, un itinerario, una extensión o un accidente geográfico que por razones políticas, religiosas o culturales reviste, a los ojos de ciertos pueblos o grupos sociales, una dimensión simbólica que alimenta y conforta su identidad (Contreras, 2005:67).

cultural. Si la geografía cultural en un principio buscó explicar cómo los lugares eran modificados por los géneros de vida en una relación entre el hombre y el medio, el concepto de cultura se utilizó para analizar a los paisajes desde una perspectiva humanista. Sin embargo, durante las primeras décadas del siglo XX, el progreso técnico, la facilidad de las comunicaciones y la industrialización de las fabricaciones de herramientas, poco a poco borraban las fronteras culturales a través de la urbanización y uniformización del mundo (Claval, 1999:46), y con ello, parecía que el objeto de estudio de la geografía cultural se encontraba desvanecido al volverse hacia la uniformidad de métodos y técnicas para el estudio de la transformación espacial. Ante esto, los geógrafos culturales vieron en las representaciones espaciales un nuevo objetivo en el análisis del espacio que no solo contemplaba el aspecto material de los componentes espaciales, sino también el aspecto simbólico con el que cada sociedad interpretaba su realidad.

La identidad se concibe y se define dentro de un marco multicultural que siempre ha estado expuesto a cambios impuestos desde las estructuras de dominación (Hoffmann, 2007:432) que surgen en el espacio a través de la construcción de territorios. En este sentido, para una interpretación entre la relación identidad-espacio, es necesario mirar hacia los procesos que la configuran ya que la construcción territorial es una transformación del espacio en donde la identidad, otorga un sentido de pertenencia hacia los espacios creados desde la memoria colectiva, que no induce a un cambio de identidades o de prácticas culturales, sino que abre un abanico de posibles evoluciones (*Ibídem*:441).

Estas transformaciones culturales que surgen en los procesos espaciales a partir de la relación cultura-espacio nos ayuda a visualizar la capacidad que tiene una sociedad para percibir la dimensión espacial de algún bien (material o inmaterial) y de valorizarlo en otro tipo de recurso -político, económico, simbólico, social- (*Ibídem*:446). Es decir, da legitimidad a los imaginarios sociales que se asocian a ciertos lugares y cuya representación es parte de un proceso de construcción social y cultural del territorio. Esta construcción desarrolla un sistema de símbolos que permite una organización social en virtud de formas simbólicas, a partir de las cuales

los individuos se comunican entre sí, compartiendo experiencias, concepciones y creencias (Giménez, 2005:67) y en consecuencia, lo simbólico materializa en formas sensibles, el vasto conjunto de los procesos sociales de significación y comunicación (*Ibidem*:68).

La construcción del mundo social con materiales simbólicos, explica Girola (2012), puede ser entendida a través de las construcciones simbólicas que se manifiestan a través de imágenes, que han formado parte de la relación del ser humano con el mundo, con su entorno, con el medio (Hiernaux y Lindón, 2012:9); conceptos como el de representaciones colectivas, representaciones sociales e imaginarios sociales, nos adentran en la importancia de comprender a las construcciones simbólicas como un reflejo de la cultura⁴ y como un proceso para percibir y procesar mentalmente el entorno. El primero de estos conceptos es el de representaciones colectivas y establece que los elementos constitutivos de la conciencia colectiva que interpretan la realidad a partir de la expresión de sentimientos, angustias e ideales de un grupo son homogéneas (Girola, 2012:442). Es decir, aquellas ideas que son compartidas por los miembros de una comunidad se manifiestan como formas de pensamiento respecto al mundo en el que viven y se manifiestan a través de acciones concretas por ejemplo, ritos y ceremonias (*Ibidem*:442), permitiéndole a la sociedad tomar conciencia de su propia existencia a partir de la materialización de estos sistemas simbólicos.

Las representaciones colectivas permiten entender la relación entre el simbolismo y su manifestación espacial, pero esta forma de estudiar las representaciones no contempla los múltiples aspectos de la vida social que se manifiestan en nuevos tipos de manifestaciones; ¿cómo abordar aquellas representaciones que no son homogéneamente compartidas por todos sus miembros? En respuesta a este cuestionamiento, el concepto de representaciones sociales aborda la diversidad de representaciones pertenecientes a diversos grupos dentro de una sociedad que

⁴ La cultura hace referencia a aquél conjunto de conocimientos, creencias y modos de comportamiento que le es propio a una sociedad. Este conjunto de saberes se manifiesta en relaciones y actitudes producto de la adaptabilidad del hombre para colonizar diversos entornos, poniendo en marcha el proceso de hominización, mismo que ha llevado a los seres humanos a sustituir los instintos con una serie de acciones y estrategias que hoy acostumbramos a llamar culturas (Aime, 2015:14).

puede estar incluso en contradicción unas con otras ya que son creadas y renovadas continuamente (*Ibídem*:443).

Es importante definir a las representaciones sociales como construcciones simbólicas del pensamiento, que orientan las acciones de los individuos a interpretar al mundo en el que viven a partir de la percepción que los actores tienen de su realidad (*Ibídem*:444), pues aunque las representaciones constituyen un conjunto de imágenes producidas por la sociedad, también y al mismo tiempo, son nutridas, elaboradas y re-elaboradas a nivel individual (Berdoulay, 2012:49). Por tanto, podemos decir que las representaciones requieren de nociones y conceptos que permitan construir la realidad a partir de lo que se percibe y lo que se piensa, así, el mundo que se construye a través de la vida social, es el producto de las interacciones entre los individuos.

Otra función importante de las representaciones sociales es que posibilita la comunicación e interacción entre los actores a partir del uso de códigos culturales que son compartidos y acumulados por cada sociedad a lo largo de su historia, estos elementos dan una sensación de identidad, pertenencia y cohesión y permiten diferenciar individuos y grupos ya sea que compartan o no las mismas representaciones (Girola, 2012:444). Las representaciones sociales se construyen a partir de diversos procedimientos específicos que se vuelven mecanismos para contemplar de manera objetiva lo real, y que es posible a través de la transformación de conceptos que permiten entender la realidad en formas icónicas e imágenes de todo tipo, convirtiéndose en instrumentos de comunicación entre las personas y de comprensión del contexto de la interacción (*Ibídem*:445). Las representaciones sociales son utilizadas para interpretar, orientar y justificar los comportamientos de aquellas características que se consideran relevantes respecto de un objeto, una idea o una situación (*Ibídem*:446).

Los códigos culturales⁵ se manifiestan en el espacio a partir de representaciones; aunque las representaciones colectivas nos brindan una idea de la manifestación

⁵ Materiales que constituyen a las representaciones sociales y que provienen del fondo cultural acumulado en cada sociedad a lo largo de su historia (experiencias prácticas, creencias, valores, referencias históricas,

cultural de una sociedad, son las representaciones sociales las que nos muestran un amplio panorama y su estudio un proceso social-cognitivo como pensamiento constituido (*Ibídem*:445). Por ello, es apropiado sustituir el adjetivo de colectivas por el de sociales, pues este término ayuda a explicar la función de las representaciones sociales como un medio que posibilita la comunicación e interacción entre los actores.

Otro concepto que ayuda a explicar cómo se representa la realidad a partir de la idea del mundo simbólico que surge en cada sociedad, es el de imaginarios sociales. Este significado del mundo compartido es posible gracias a los supuestos culturales de trasfondo, que definen los términos en una relación, en este caso, en la manera en que los miembros de una sociedad orientan sus acciones a partir de cómo imaginan y suponen lo propio. El imaginario social es una construcción simbólica que permite instituir, crear y modificar a las sociedades concretas, a la vez que cada sociedad concreta constituye como imaginario un cúmulo de significaciones específicas (*Ibídem*:451). El imaginario social se vuelve entonces una forma de organización social, ya que se constituye como un material a partir del cual se elaboran los relatos que sirven para sustentar recíprocamente a los sujetos y los lugares (Berdoulay, 2012:50), expresándose en la manera de vivir y en las instituciones.

Las instituciones preservan las formas de organización social y el modo de vivir a través del tiempo, del espacio y de la memoria común (Girola, 2012:453). Los imaginarios se construyen dentro del contexto cultural de una sociedad y se plasman en complejos marcos conceptuales de trasfondo, contruidos socialmente dando sentido a la vida de las personas en momentos determinados (*Ibídem*:454). Así, la construcción del paisaje se basa en aquellas dinámicas espaciales dónde se internaliza la cultura, y que logran operar sobre medios físicos, económicos y sociales muy diversos por lo que a partir de un conjunto de informaciones,

memoria colectiva). Son procedimientos que implican mecanismos de objetividad de lo real, que suponen la transformación de conceptos abstractos en formas icónicas e imágenes de todo tipo; y mecanismos de anclaje, que suponen la inserción del objeto de la representación en un marco de referencia conocido y preexistente (Girola, 2012:445).

creencias, opiniones y actitudes en torno a objetos determinados, se crean sistemas cognitivos contextualizados (Giménez, 2005:82) en los que se acumulan transformaciones importantes y en los cuales se reconocen no solo las particularidades físico-biológicas, sino también a los actores económicos y políticos, que dotan de elementos para el análisis de las representaciones sociales en las que se manifiesta el paisaje.

En el imaginario social se construirán y difundirán instrumentos de percepción de estas representaciones en torno a lo que se considera “real”, ya que la cultura esquematiza en formas simbólicas la percepción de la realidad y ejemplo de ello son las imágenes referidas a formas objetivadas de la cultura popular de aquellos conocimientos propios de un grupo determinado, constituyendo formas internalizadas de la cultura (*Ibídem*:86).

Por medio de estas imágenes, los seres humanos entretejen significados y valores que permiten la producción y reproducción de la memoria, los prejuicios, las creencias, los valores y las formas convencionalmente aceptadas de expresión de la emotividad (*Ibídem*:457) y que orientan su vida práctica, es decir, su hacer en el mundo, su hacer el mundo y su ser en el mundo (Hiernaux y Lindón, 2012:11). Dotar de significado a una imagen, es plantear que un imaginario es un material a partir del cual se sustenta la co-construcción del sujeto y del lugar (Berdoulay, 2012:50). Por ello, la comprensión de lo social no se agota en la acción social, también requiere del tratamiento de la subjetividad que permite el análisis del paisaje a partir de los elementos simbólicos incorporados por los individuos y los grupos, de donde emergen los imaginarios sociales (Hiernaux y Lindón, 2012:11) y que son ligados a los lugares, a paisajes o territorios y que descansan en imágenes relacionadas con la materialidad –formas físicas y concretas- y con los géneros de vida (Berdoulay, 2012:50).

El estudio del imaginario social desde de la geografía cultural busca explicar las distribuciones espaciales desde las representaciones y no hacia la naturaleza o la biología (Claval, 2012:29), es decir, se analiza la relación hombre-medio en la construcción de los conjuntos territoriales a partir de una apropiación simbólica de

los lugares en los que vive, y a partir de la cual, modela el mundo en función de un determinado momento histórico, desarrollando maneras de pensar, de sentir y a partir de un conjunto de significados, comprender la vida en grupo (*Ibídem*:31), por lo que se puede decir que el sujeto y su subjetividad se conectan fuertemente con los imaginarios, por lo que al abordarlos desde la geografía es importante estudiarlos como una manera de entender la formación de un vínculo afectivo con el territorio que va más allá de la indagación sobre la naturaleza y la cultura, analizando la transición del individuo de ser biológico a ser cultural (Tuan, 2015:151). En ese sentido se asume que la realidad espacial no se reduce a una percepción material, por lo que los imaginarios permiten al individuo construirse y construir su mundo a través de las materialidades y las inmaterialidades, visualizando analíticamente lo que siempre estuvo presente (Hiernaux y Lindón, 2012:16) pero impregnándole sus historias personales impulsadas por emociones e ideales, capaces de salir de las convenciones grupales (Tuan, 2015:151).

La relación identidad-espacio vista desde la representación de los imaginarios sociales, crea imágenes internas a los sujetos que pueden ser reproducidas mentalmente sin dificultad, pero al mismo tiempo, se materializan como una expresión gráfica que registra la articulación del imaginario social con sus formas espaciales (*Ibídem*:17). Para el interés de la geografía, debe ser analizada desde la proyección cultural de una sociedad en un espacio determinado (Nogué, 2012:129). Esta manera de abordar el estudio de la transformación colectiva del espacio será entendida en esta investigación como el paisaje. El paisaje como concepto se construye a partir de connotaciones culturales, de valores y puede interpretarse como códigos dinámicos de símbolos (*Ibídem*:129), que intervienen y modifican el paisaje, trayendo importantes modificaciones territoriales que se prolongan en el tiempo y se incorporan en los seres humanos y en sus imaginarios sociales.

Situar a los paisajes e imaginarios también hace referencia a la creación de una identidad que dota a un lugar de un sistema de símbolos que le otorga categorías visuales imprescindibles para interpretar el paisaje. La generación de imaginarios sociales proviene de un proceso de comunicación intrapersonal que, posteriormente

y mediante el uso de aparatos tecnológicos -como la televisión y la cámara fotográfica- se traspasa al ámbito de la comunicación en masas (*Ibídem*: 130). La articulación entre el simbolismo del paisaje y su imaginario social, construye imágenes paisajísticas que se contemplan y se transmiten a través de múltiples vías y caminos como la pintura, la fotografía, entre otros (*Ibídem*:133). La legibilidad del paisaje y la consolidación del imaginario paisajístico tienen un peso predominante en la representación de aquellos elementos identitarios asociados a la imagen de un territorio; en este aspecto es que surgen los paisajes de referencia, transmitidos de generación en generación.

En este sentido, puede que el paisaje arquetípico y referencial diste mucho del paisaje real, ya que el primero es resultado de una “socialización” del paisaje que tuvo lugar en un momento determinado de la historia y que fue impulsado por una *élite* cultural, literaria y artística procedente de un determinado grupo social, que elaboró una metáfora y la difundió al conjunto de la sociedad (*Ibídem*:133).

Por ello, la importancia sobre el estudio del espacio y la cultura recae en el papel de la identidad como elemento que se manifiesta en el espacio a través de las transformaciones que presenta, y como ejemplo de ello es la manera en que las élites políticas, sociales y culturales, logran a través de los imaginarios sociales, influir en la elaboración del discurso ideológico desde un punto de vista territorial y paisajístico, donde la sociedad puede identificarse con estos elementos y así forjar un vínculo entre la identidad y el espacio representado a partir de sus imágenes.

c) La imagen y el paisaje en el ámbito geográfico

Para entender la construcción de la realidad de una comunidad a través de representaciones gráficas, el estudio del espacio y la cultura debe de partir desde el individuo como ser cultural (López, 2010:216), volviéndose partícipe en la construcción del mundo social. Para insertarse dentro de este sistema, el individuo se introduce en la conceptualización de las dos dimensiones en las que ha de moverse, el espacio y el tiempo (*Ibídem*:217). Las relaciones sociales resultantes del entendimiento de estos dos conceptos resultan en la configuración de nuestras

prácticas sociales, formas de expresión y de representación del mundo a través del estudio del paisaje. Esta nueva perspectiva cultural en la geografía, acepta que las imágenes son centrales en la producción y difusión del conocimiento geográfico (Hollman, 2008:120). ¿Cómo se produce un paisaje? El estudio del paisaje no solo se limita al análisis de los elementos materiales, también se analizan las conexiones entre la morfología de una región territorialmente delimitada y la identidad de una comunidad (Cosgrove, 2002:64). La creación y visualización de imágenes estudiadas desde la geografía nos señala a esta disciplina como un discurso visual del mundo (Hollman, 2008:123), en ese sentido, la geografía se vuelve una visualización de los elementos presentes en el espacio que buscan ser difundidos como formas de construcción del mundo en el que se vive a través de lo visual⁶.

Lo visual nunca ha sido ajeno a la geografía, al contrario, en la construcción del pensamiento geográfico se utiliza un conjunto de imágenes visuales para construir y enseñar su conocimiento (*Ibídem*:124). La geografía cultural centra lo visual en la construcción conceptual de la disciplina y ello se refleja en el uso de imágenes visuales que se traducen en el análisis de mapas, fotografías y demás imágenes que sirven para construir la representación de la realidad espacial.

Aunque interactuamos y aprendemos a través de nuestros sentidos, la vista toma un papel preponderante frente al resto de los sentidos con los que percibimos al mundo; el predominio de lo visual puede entenderse como un privilegio impuesto por las élites sociales que a partir de la visión representaba el espacio con ayuda de instrumentos como la fotografía, que le permitía extender la vista, exponiendo al ojo a una súper abundancia de imágenes (Walker y Chaplin, 2002:41). con ello, los observadores no son simplemente un par de ojos, cada uno de ellos adquiere conocimientos del mundo, nombrando y clasificando la realidad a partir de un conjunto de imágenes previamente existentes (*Ibídem*:41). Mirar socialmente implica que la visión no es sólo un proceso físico-fisiológico, es un acto cultural en

⁶ Este concepto plantea cuestiones complejas relacionadas con la visión y la visualidad; y sugiere que dentro del cerebro/mente, la información visual que proviene de los ojos se mezcla con información que llega de los otros sentidos y con conocimientos y memorias ya existentes, de tal forma que se produce una síntesis de todo ello (Walker y Chaplin, 2002:37).

el que convergen diversos intereses y deseos del observador y por las relaciones sociales que existen entre quien percibe y lo percibido (*Ibídem*:42).

El estudio de lo visual es algo que se ha desarrollado desde la cultura visual bajo la premisa de que la experiencia humana es, hoy, más visualizada que antes (Mirzoeff, 2003:17). Antes de analizar cómo la cultura visual interactúa con la geografía es necesario definirlo. Encontrar una definición para este método de análisis de la imagen es pensar que su conceptualización se desarrolla desde la posmodernidad con el objetivo de entender a la globalización de lo visual como parte de la vida cotidiana y desde la perspectiva del consumidor, el cual busca la información, el significado o el placer conectados con la tecnología visual (*Ibídem*:19). No podemos hablar de cultura visual a lo largo de la existencia de la cultura impresa por diversas razones. La cultura visual no está interesada en cómo las personas ven el mundo, sino en cómo ven a las imágenes; la proliferación de lo visual produjo en la modernidad una gran cantidad de imágenes como nunca antes se había visto, creando objetos para ser mirados. En este sentido, existe una relación recíproca al momento de mirar a determinadas imágenes como retratos realistas del mundo y su influencia en nuestra percepción de la realidad.

El auge de nuevas tecnologías para la representación de la realidad permitió que más personas pudieran ser partícipes en la difusión, pero sobre todo en el consumo de imágenes. La cultura visual es una técnica para estudiar la genealogía, la definición y las funciones de la vida cotidiana posmoderna desde la perspectiva del consumidor más que la del productor (*Ibídem*:20), y uno de sus propósitos es entender cómo visualizamos la existencia de este mundo, creando y definiendo sus imágenes y significados, los cuales son una comprensión de los elementos que forman parte de la condición del espectador (*Ibídem*:24).

El uso de imágenes en la geografía es imprescindible, sin embargo, ¿Cómo se construye lo visual en la geografía? Partimos del hecho de que la imagen no es solo un reflejo de lo que se ve, es una construcción visual de lo que se registra y se imagina a través de la visión. La visión se vuelve una forma de acceso al conocimiento y como forma de consulta de la verdad en el conjunto de prácticas

que involucran explorar, captar y registrar la variedad y diversidad de la Tierra (Hollman, 2008:125). La visión como constructora de imágenes también nos reencuentra con ellas. Asignarle el “status de verdad” a las imágenes usadas por la geografía para interpretar la realidad, era quitarles su carácter cultural. ¿Qué miramos? ¿En qué momento histórico y desde qué lugar estamos mirando? ¿Qué dejamos de ver? Son preguntas que surgen como una propuesta para integrar a la cultura visual y sus elementos como una forma para mirar de otro modo, imágenes que podríamos catalogar como geográficas (*Ibídem*:126).

La imagen no es una simple fuente que sirve para recolectar y clasificar conocimiento geográfico, la geografía debe de pensar a la imagen con una mirada histórica, cargada de múltiples significados en donde siempre está presente la subjetividad como un elemento que promueve emociones a través de sus representaciones gráficas. Por ello, las imágenes se vuelven indispensables en la comprensión de la vida cotidiana, interviniendo en la conformación de un sentido común geográfico, donde las imágenes moldean las formas de entender el mundo en un determinado momento histórico y contexto espacial (*Ibídem*:130). La cultura visual complementa este análisis al interesarse por los acontecimientos visuales en los que el consumidor busca la información, el significado o el placer conectados con la tecnología visual (Mirzoeff, 2003:19). Uno de los conceptos de la geografía cultural adaptado a esta perspectiva es el de paisaje.

Discutir el paisaje como expresión visual y ver en sus representaciones gráficas un medio para plasmar los imaginarios sociales, obligan a pensar este concepto más allá de una simple manera de registrar lo que se ve. Hay una profunda relación entre la creación del paisaje, su representación y la vista. La visión se vuelve el principal medio de asociación entre ese espacio y las preocupaciones humanas (Cosgrove, 2002:64), es decir, se analiza las relaciones entre la ocupación y apropiación por parte de la sociedad y su representación a través del paisaje.

El centrar la atención visual en las conexiones que mantiene con el paisaje, destaca la importancia que tienen los espacios imaginados y la geografía en la explicación de cómo se conforma el mundo individual y colectivo provocando una revalorización

de la primacía cultural de la visión y, como consecuencia, una reformulación de las relaciones entre paisaje, geografía y el sentido de la vista (*Ibídem*:65).

El surgimiento del mundo visual moderno se da a partir de una reinterpretación estratégica de los modernos medios visuales de comunicación entendidos de forma colectiva y no fragmentada (Mirzoeff, 2003:34). El constante cambio en los medios de comunicación y sus usos, hace importante mencionar que la cultura visual no se define por el medio, sino por la interacción entre el espectador y lo que mira u observa. Este acto puede definirse como acontecimiento visual, el cual es un proceso de interacción entre el signo visual, la tecnología que posibilita y sustenta dicho signo y el espectador (*Ibídem*:34).

Los significados del paisaje son resultado del acto de ver; El ver desde una perspectiva cultural representa darse cuenta de qué elementos se identifican y se conservan como los valores del paisaje (Cosgrove, 2002:68). Es evidente que no todas las sociedades construyen sus espacios bajo las mismas relaciones sociales, por lo que tampoco su visión, percepción y representación del mundo será igual. Estas diferencias son el resultado de relaciones sociales muy diferentes con la tierra, relaciones que se expresan en la propiedad de la tierra y los derechos de propiedad (*Ibídem*:67).

Para analizar al paisaje como una imagen, es necesario exponer la diferencia entre vista y visión, lo primero hace referencia al acto fisiológico de registrar lo que existe en el mundo exterior, lo segundo implica un acto de contemplación hacia un objeto de interés; el modo en que vemos a una imagen es una habilidad aprendida. En este sentido la vista es una conformación de imágenes del pasado, experiencias individuales, recuerdos e intenciones, donde gran parte de la visión es un aprendizaje individual y social que impone lo que se debe ver, quién lo debe ver y en qué contexto (*Ibídem*:69).

Las relaciones existentes entre la acción de ver, la vista y el espacio producen imágenes creadas desde la imaginación cuyo poder afectivo se representa en imágenes visuales. Geográficamente la idea del paisaje es la expresión más significativa del intento histórico de reunir imagen visual y mundo material

(*Ibídem*:71). El origen de la utilización de este concepto radica en la efectividad para producir conexiones entre los grupos humanos y sus derechos de propiedad sobre los elementos presentes en un área delimitada. La conceptualización del paisaje guarda más que la materialidad, valores, emociones, tradiciones, conocimiento y técnica. El paisaje, como género pictórico, plantea que la simple contemplación de los elementos físicos que conforman la naturaleza, no son suficientes para decir que nos encontramos frente a un paisaje. Para ello, debemos de entenderlo como la porción de un territorio que el ojo humano puede contemplar y la posición desde dónde se hace, se vuelve estratégica; el paisaje establece una relación de dominio y subordinación entre el espectador y el objeto de visión (*Ibídem*:72), es decir, la percepción del espectador respecto a lo que se mira es un ejercicio visual en donde se seleccionan, se componen y se delimitan los componentes del espacio que se convierten en paisaje. El paisaje muestra cómo se percibe, se retrata y se imagina a la geografía y su uso deriva en un primer ejercicio de observación donde se privilegian los elementos físicos que componen al paisaje; aunque muchas veces son los elementos naturales los que se privilegian en la construcción de un paisaje, Nogué (2010), señala que paisaje y naturaleza no son lo mismo.

Entendemos por naturaleza un entramado físico, químico y biológico cuya organización y dinámica se fundamenta en interrelaciones de carácter material y energético; el paisaje, en cambio, es un complejo cuya organización y dinámica se fundamenta en interrelaciones de carácter social y cultural sobre una base natural, material (Nogué, 2010:124).

Esta diferenciación explica que el paisaje está vinculado a un lugar cuya superficie terrestre ha sido moldeada, percibida e interiorizada a lo largo de décadas o de siglos por las sociedades que viven en ese entorno (*Ibídem*:124). La acción colectiva en lo que se observa, provoca que la apariencia visual del paisaje sea considerada principalmente por su atractivo público y aunque muchas personas nunca han visitado estos lugares, los conocen a través de las imágenes visuales. La relación entre imagen, acción y entre lo material y lo imaginativo en el paisaje han evolucionado en conexión directa con los cambios que se ha producido en las

tecnologías que tienen que ver con la visión y representación del espacio (Cosgrove, 2002:73).

La vista humana es individualmente deliberada y está culturalmente condicionada por la relación entre las tecnologías de la visión y lo visual. Los modos de ver y contemplar el paisaje se transforman gracias a que la tecnología potencializa las capacidades del ojo a través de una amplia serie de ayudas mecánicas como lentes, cámaras, proyectores de luz, retículas, telescopios y microscopios (*Ibídem*:76).

El conocer sobre la riqueza y la belleza de una región significó elaborar representaciones visuales con los materiales y tecnologías disponibles que en muchos casos, requería de materiales costosos y de una gran habilidad manual. El desarrollo tecnológico de los medios para representar la realidad influyó en la percepción que se tenía en torno a la representación del paisaje; el estilo paisajístico dentro de la pintura hasta el siglo XIX, había servido para legitimar la propiedad de tierras. Sin embargo a comienzos del siglo XX, el gusto por las representaciones del paisaje fue una marca cultural característica de las clases medias europeas (*Ibídem*:76).

Representar imágenes más realistas indicaba la relación existente entre la recopilación de información espacial y su representación en imágenes visuales, que poco a poco se han ido perfeccionando a través de la constante modernización de los medios mecánicos para la reproducción de lo visual. El aumento de imágenes visuales utilizadas para la exploración del espacio influye en la relación entre la visión, la tecnología y el paisaje (*Ibídem*:76). La visión se vuelve el mejor medio para conocer el mundo; el hecho de privilegiar el paisaje como agente para configurar la realidad, hace que la mecanización de la visión obligue a mirar escenas como reales a través de ojos entrenados por las imágenes pictóricas. De este modo, el paisaje y su representación visual no es creado desde un punto de vista neutro, en él se contiene una fuerte carga moral y política, alterando los modelos y las formas del mundo exterior adaptándolas para que coincidan con la idea del paisaje que se representa de forma pictórica.

La manera en que las imágenes pictóricas abordan a los espacios reales, es un reflejo del deseo del hombre por difundir una imagen que evoque a la perfección el mundo socialmente construido, manipulando y reorganizando los elementos naturales, diseñando plazas, ciudades, parques y jardines. Estas alteraciones en el espacio implicaban eliminar los derechos de propiedad de la tierra y la identidad preexistentes (*Ibídem:77*), sobreponiendo las preferencias estéticas impuestas para la preservación del estado territorial. El geógrafo ha estudiado a lo largo de la historia aquellos elementos existentes en la faz de la Tierra tan diferentes entre sí con el objetivo de ofrecer una explicación razonada de la Tierra (Claval, 2002:23). Sin embargo, a mediados del siglo XX desde la geografía cultural se le otorga un papel especial a la experiencia vivida en la interpretación de la realidad.

Es el enfoque cultural el que brinda una nueva concepción en el estudio del espacio, analiza las relaciones entre la naturaleza y la sociedad no desde un punto de vista ecológico, más bien desde la “humanización” de los espacios naturales. En este sentido el estudio del paisaje se reconoce como un proceso social donde las relaciones sociales y el mundo natural se constituyen mutuamente en la formación de escenas visibles, espacios vividos y territorios regulados (Cosgrove, 2002:78); así las sociedades crean su realidad, la cual está compuesta por elementos percibidos de manera individual, ya que cada individuo sigue su propio itinerario. En ese sentido, el paisaje se vuelve una representación visual que se construye como la base primaria de la identidad social; la globalización económica y cultural y las nuevas tecnologías de la comunicación han cambiado las relaciones entre el estado y muchos de sus ciudadanos (*Ibídem:83*). Esta relación entre la nación, el estado y la sociedad se manifiesta en el paisaje material, cuyas figuras icónicas entre la naturaleza y el paisaje nacional, han creado un vínculo muy fuerte para la conformación de la identidad a partir de paisajes específicos. La autodefinición nacionalista a través del paisaje exige que las expresiones materiales de esos paisajes icónicos estén sujetas a una regulación para preservar su apariencia visual (*Ibídem:83*).

La apariencia visual se construye a partir de la percepción y se transmite a través de procesos de comunicación los cuales aseguran que las prácticas y los conocimientos perduren en la sociedad. Ese mundo socialmente construido, surge de los discursos creados desde los imaginarios sociales y requiere de estrategias interpretativas que posibiliten analizar los simbolismos entre el significante y el significado. Nuevamente la visualización del mundo solo procederá si el acontecimiento visual es interpretado a través del simbolismo existente en las imágenes presentadas, las cuales, dentro de la globalización de lo visual se mantienen en constante cambio, pero cuyo significado logra quedarse en la sociedad como parte de la producción cultural. Para la geografía cultural es útil estudiar cómo los signos se convierten en símbolos del paisaje, ya que se entiende la forma en que los grupos sociales se relacionan con el entorno, por lo que el estudio del paisaje, su imagen y su reproducción gráfica invitan a ver al mundo y sus lugares a través de la mirada cultural de aquellos que lo representan como una manifestación de la identidad y pertenencia de aquellos objetos presentes en el lugar.

Capítulo II.

El paisaje lúdico en la mirada de un viajero: las fotografías de Franz Mayer

Introducción

Franz Mayer era conocido por ser un coleccionista y poseer un amplio acervo de lo mejor de las artes aplicadas de México. Entre la colección que se resguarda en el museo que lleva su nombre en la Ciudad de México, se encuentran piezas de cerámica, muebles, plata, pinturas, mapas, grabados e incluso un número importante de fotografías cuya autoría corresponde a algunos de los fotógrafos más importantes de su época. El Museo Franz Mayer (MFM) posee un amplio acervo de las fotografías realizadas por el mismo Franz Mayer, quien supo ver a través de su cámara los principales atributos que conformaron el paisaje mexicano y que dotaron de elementos identitarios a una parte del territorio nacional.

Franz Mayer no fue un fotógrafo de oficio, sin embargo, sus fotografías sobre paisaje señalan una percepción sobre aquellos elementos que él valoró como parte de la cultura mexicana y como parte de su identidad. Por ello este capítulo se enfoca en la representación y el aspecto simbólico de la imagen urbana y rural en la fotografía de paisaje que Franz Mayer capturó durante algunos viajes que realizó durante el año de 1927. Se busca comprender cómo la geografía cultural da valor y sentido a la interpretación y a la construcción del paisaje como un elemento que perteneció a un mundo material y se transformó en un mundo simbólico. La fotografía de principios del siglo XX constituye una nueva fuente para el estudio de aquellas formas simbólicas que surgieron gracias a la posibilidad de realizar viajes y cuyas

imágenes participan en la construcción del paisaje mexicano como un reflejo de la identidad.

El estudio de la fotografía como documento implica analizar históricamente las imágenes producidas en un tiempo y espacio determinado, por lo que Daniel Escorza argumenta que toda imagen necesita un discurso alrededor para ser comprendida (Escorza, 2008:5). Por ello, la imagen de lo urbano y lo rural como elementos que sirven en la construcción del paisaje se abordan para un análisis a partir de diferentes autores que coinciden en la importancia de identificar los mensajes iconográficos presentes en las imágenes fotográficas; me apoyaré en el argumento de John Berger, Gisèle Freund, Walter Benjamin y Susan Sontag para quienes entender una fotografía implica, no sólo reconocer los elementos visibles en la imagen, sino también aprender a leer lo que no se ve.

En este capítulo se busca entender qué elementos significaban para Franz Mayer propios de la cultura mexicana y cómo a través de la imagen de lo urbano y lo rural representó en sus fotografías lo mexicano. En un primer apartado se identifica uno de sus viajes que realizó por México, y en el cual recorrió algunos estados de la zona centro del país. En el segundo apartado, se analiza la imagen de lo urbano y cómo a través de los imaginarios y los estilos de vida, se construyó el paisaje y su imagen. Por último, el tercer apartado nos introduce a la imagen rural y de la influencia sensorial y emocional presente en su representación paisajística.

a) La creación de un acervo fotográfico a partir de un viaje por México

Una forma de observar y aprehender al paisaje es por medio de la fotografía (Santos, 2012:522). Desde el surgimiento del daguerrotipo -el 19 de agosto de 1839- como primer proceso fotográfico, sólo transcurrieron un par de meses para que esta revolucionaria manera de plasmar imágenes sobre un soporte llegara a México. Con la revolución industrial todos los conocimientos químicos y físicos se combinaron para la producción de la primera fotografía. Hasta el siglo XVIII, la creación de una realidad favorable a la fantasía, era más importante que un retrato fidedigno (*Ibíd*em:524). A partir de ese momento y a pesar de la diversidad de temas, la

fotografía y el paisaje se convirtieron en una de las técnicas favoritas para aquellos fotógrafos, aficionados y profesionales que decidieron retratar en México; la fotografía se reveló como un poderoso instrumento de cohesión social que posibilitaba la construcción de un “museo imaginario ideal” con colecciones de imágenes y la posibilidad viajar en el tiempo y en el espacio (*Ibidem*:525). Correspondió a la cámara fotográfica registrar e integrar la relación del hombre con su sociedad, su naturaleza y su paisaje; el paisaje fotográfico se ofreció como una revelación existencial, toma de conciencia de una sensibilidad ante el vacío que la imagen se va a encargar de llenar.

La cámara fotográfica permitió capturar no sólo los elementos presentes en el entorno, sino que permitió a los fotógrafos contribuir a configurar el rostro e identidad de un país, especialmente cuando resultaba desconocido para el resto del mundo e incluso para el propio país. En el caso de México conviene preguntarse ¿por qué los fotógrafos, nacionales y extranjeros se cautivaron por México y sus paisajes? Sin duda la respuesta apunta a la experiencia exótica que los relatos de viajeros y las iconografías del siglo XIX presentaban no sólo de México sino de toda América Latina; fijarse en el paisaje mexicano es situar sus símbolos cuyo origen se encuentra en la pintura paisajística del siglo XIX. El romanticismo era la guía de los pintores que convirtieron una visión idílica de la naturaleza representada de una forma idealizada a través del paisaje, con lo que se convirtió en un elemento fundamental de la representación artística (Ramírez y López, 2015:80).

A diferencia de la pintura, la fotografía permitió una extensión de la mirada: se abrieron rutas para descubrir ruinas arqueológicas en la selva y explorar montañas lejanas o navegar por los ríos, con lo que se lograba mostrar aquellos lugares hasta ese entonces inexplorados. El gusto y asombro hacia estos lugares por parte de la sociedad, contribuyó a que rápidamente se difundiera el gusto por la fotografía y pronto surgieron diversos estudios fotográficos donde, además de realizar retratos, también ofrecían vistas de edificios y paisajes. Durante el régimen porfirista la fotografía estuvo al servicio de la máxima “orden y progreso”, con el registro de constantes inauguraciones de obras y servicios. Durante este proceso técnico y

económico, la fotografía de paisaje ya no sólo se enfocaba en capturar elementos pintorescos, el trabajo mostró un interés hacia las personas y su acciones cotidianas, es decir la construcción de los lugares.

Las primeras décadas del siglo XX se narraron visualmente a partir del marco de la Revolución Mexicana, donde resaltaron elementos clásicos del paisaje mexicano, como los magueyes o montañas que enmarcaron el tren con las fuerzas constitucionalistas de Álvaro Obregón. Con el término de la Revolución Mexicana, en la década de 1920, el nuevo régimen de gobierno impulsó un “renacimiento” cultural. Para ese entonces el oficio de fotógrafo era valorado por la sociedad ya que su trabajo representó una etapa en la conformación de la imagen en la cual México se representaba con enfoques novedosos y arriesgados, de pirámides y arcos, redes de pescadores y rebozos, tejados de caseríos y palmeras. La obra de Hugo Brehme, un ejemplo de todo esto, cuya propuesta estética era heredera de ese repertorio iconográfico que supo comercializar a través de impecables imágenes que, al término de la Revolución Mexicana, encontraron cabida dentro del gusto de la nueva oligarquía del poder (Mendoza, 2013:31). Entre los paisajes que mayor difusión tuvieron a lo largo de su carrera como fotógrafo, editor e impresor de tarjetas postales, se encuentran las que integran su libro *México pintoresco*, publicado en 1923, donde la constante es el paisaje, rural o urbano (*Ibidem*:31); en palabras del propio Brehme:

A pesar de que ya existe una literatura abundante sobre México, se atreve, sin embargo, a publicar el presente libro para demostrar que en este país hay lugares de infinita belleza, muchos casi desconocidos que deben ser sacados del olvido en que viven, y agregando al mismo tiempo reproducciones del arte precolombino, para que sus lectores, en vez de consultar voluminosas obras descriptivas, puedan admirar fácilmente por las vistas tomadas con la cámara fotográfica, las innumerables cosas impresionantes que contiene el país (Brehme, 1990:III).

Así, este libro contiene escenas que evocan los paisajes más significativos, que se construyen desde la idea de una imagen de lo nacional, es decir lo que significa

México a través de sus paisajes: sugestivos atardeceres, vistas de monumentos prehispánicos o coloniales, la majestuosidad de los volcanes y demás estereotipos nacionales producto de una construcción cultural.

La fotografía desde su introducción a México se ha vuelto un gran recurso para conocer no sólo la historia del país, sino también la transformación del mundo material en un mundo de símbolos. Esto lo sabía Franz Mayer, un personaje que, entre una variedad de intereses, se convirtió en un corredor de bolsa e inversionista alemán que, llegado a México aprovechó las amplias oportunidades que el régimen de Porfirio Díaz ofrecía a los inversionistas extranjeros (Rodríguez, 1998:16). La estancia de Mayer en México comenzó en marzo de 1905 y vivó en el país durante cinco años, con el inicio de la Revolución Mexicana cambió el rumbo de sus expectativas financieras y entonces decidió viajar a Nueva York. Sin embargo, nunca dejó de tener contacto con el país y en 1913 regresó a México de manera permanente. Inició su faceta de coleccionista de arte mexicano y su afición por el acopio de imágenes fotográficas integradas a una serie de álbumes dedicados al fotoperiodismo y a la fotografía paisajista (*Ibidem*:17). Franz Mayer comenzó por adquirir imágenes de la Revolución Mexicana realizadas por fotógrafos como Heliodoro Juan Gutiérrez, Sabino Osuna, Félix Miret y Antonio Garduño (*Ibidem*:18), de quienes se vendían postales sobre mujeres, niños, monumentos y costumbres mexicanas; este interés hizo que Franz Mayer tuviera contactos con los fotógrafos de la época y con ellos tiene un acercamiento indirecto al movimiento artístico que se creaba en torno a la representación del retrato y del paisaje. En el contexto artístico de la época se formaba una discusión en torno a la influencia que la pintura paisajista del siglo XIX tiene sobre la fotografía. A principios del siglo XX las posturas acerca de que la fotografía debía semejarse a la pintura, comenzaron a ser cuestionadas por algunos artistas visuales que consideraban que ningún fotógrafo podía aproximarse a las técnicas de la pintura. Sin embargo, la fotografía pictorialista⁷ buscaba imitar a la pintura determinando que los lineamientos estéticos

⁷ La fotografía pictorialista buscaba determinar que sus lineamientos estéticos retomaran a la pintura o el grabado como la más inmediata referencia del arte y, por tanto, debía ajustarse a sus reglas (Rodríguez, 1998:27).

de la fotografía debían retomar a la pintura o el grabado, como la más inmediata referencia del arte (*Ibídem*:27); lo anterior propició el rompimiento con los viejos esquemas de representación, la búsqueda de nuevos lenguajes estéticos y el inicio de una nueva corriente: la fotografía vanguardista, que mostraba a la fotografía como una práctica con códigos técnicos que buscaban la simplificación de los elementos de composición como los planos cerrados, las texturas y las estructuras geométricas.

La aproximación de Franz Mayer a la fotografía surgió en medio de este debate entre los viejos estilos del siglo XIX y las propuestas modernas. Al mismo tiempo, compró una cámara con la cual captó sus actividades en los clubes a los que estaba inscrito, así como los eventos con sus amigos y familiares. En 1927 comenzó una serie de viajes al interior del país obteniendo sus propias imágenes y donde su obra guarda demasiada semejanza con el pictorialismo mexicano⁸. Por esto, se aprecia el gusto que tiene por el paisaje, por las costumbres y por la gente. En sus fotografías el paisaje se vuelve el tema central y sobre él se registran una serie de recursos compositivos como cielos iluminados que se contrastan con las sombras del paisaje; composiciones equilibradas para evidenciar el claroscuro; planos abiertos que permiten la visión panorámica de conjunto; tenue presencia de la figura humana (*Ibídem*:55).

La fascinación por México se vio reflejada en los temas representados en sus fotografías: arquitectura, paisajes y costumbrismos. Influido por algunas publicaciones periódicas para viajeros y turistas, así como por la obra e ideas estéticas de fotógrafos como Hugo Brehme, Mayer capturó con su cámara campos de maguey, montañas, lagos y jardines, lo que permitió a su autor registrar la cultura e historia cifradas en sus vistas. La arquitectura captaba el interés de Franz Mayer y las vistas obtenidas expresaban su intención por transmitir lo que se desplegaba ante sus ojos: exaltar la monumentalidad de estas construcciones entre las nubes a partir de fuertes contrastes; no sólo fotografió sitios arqueológicos, también decidió

⁸ Con el pictorialismo surgen los fotógrafos “artísticos” que tanto en el paisaje como en el retrato buscaban imitar a la pintura (Rodríguez, 1998:27), se recurre al costumbrismo bucólico utilizado en la pintura paisajística de finales del siglo XIX para mostrar a México y los elementos que le dan identidad como nación.

fotografiar iglesias, conventos y monumentos virreinales, posiblemente consciente de su emblemática presencia dentro de la historia nacional. Con la incursión de la fotografía dentro de la vida cotidiana, se popularizó el género del “costumbrismo” y resultaba bastante atractivo retratar a la población mexicana la cual, entonces, se encontraba en plena transición hacia la modernidad, por lo que la fotografía sirvió para perpetuar algunos rasgos culturales y consolidar símbolos visuales que se insertaron en los imaginarios sociales.

Mayer no solo adoptó los temas que representaban a los elementos identitarios de México, también experimentó con nuevos estilos fotográficos propuestos por personajes como Tina Modotti y Edward Weston, cuyo aporte a la nueva corriente fotográfica proponía desplazar la idea pintoresca de la imagen fotográfica conocida como fotografía “artística” por medios puramente fotográficos (Billeter, 1998:70). Se buscaba representar al paisaje y sus elementos de manera pura y directa, sin ningún tipo de intervención donde el tema natural se convertía en tema artístico (*Ibidem*:70). Aunque Franz Mayer no tuvo contacto directo con estos fotógrafos no pudo sustraerse de todas estas nuevas propuestas y cambios. Sus motivos visuales, como los objetos mexicanos, sus composiciones en las que resaltan los detalles y la experimentación con nuevos ángulos visuales, nos indican un fotógrafo que fue capaz de realizar imágenes con técnicas modernas sin perder de vista la tradición fotográfica de la cual provenía.

En el área de Acervos Documentales del Museo Franz Mayer, de la Ciudad de México, se resguardan los álbumes de Franz Mayer. Para los propósitos de esta investigación resultan una opción excepcional para analizar cómo este personaje a través de la experiencia visual adquirida a lo largo de tantos años atrapó de manera gráfica una serie de paisajes que refuerzan el sentido de identidad y pertenencia hacia los simbolismos espaciales que surgen desde los imaginarios sociales, como se verá a continuación.

Las fotografías resguardadas en el álbum número 5⁹ captadas por él mismo, proceden de una práctica durante los meses de abril a julio de 1927; es importante mencionar que Franz Mayer sólo realizó la práctica fotográfica, ya que las impresiones fueron procesadas posiblemente por la empresa Foto Mantel en la década de los cincuenta del siglo pasado. Conviene mencionar este aspecto ya que entre las tomas fotográficas y su impresión hay un lapso temporal de aproximadamente veinte años. A partir de esto resalta la forma en que Franz Mayer tomó las 293 fotografías que conforman este álbum y les asigna un orden cronológico guiado, tal vez, por una bitácora de viaje. En este álbum podemos encontrar una cantidad de fotografías donde se observa un mundo material: las construcciones de tipo religiosas tales como iglesias y conventos, así como otros elementos que este capítulo sitúa o propone identificar en torno a lo urbano y lo rural.

Un seguimiento preciso de la ruta seguida por Franz Mayer para capturar estas imágenes, nos muestra que poseía un gran interés en algunos lugares y sitios en específico, ya que en muchos casos regresaba a ellos para realizar fotografías desde otros ángulos e iluminación. Durante los cuatro meses que representan la duración de este viaje, Mayer registró su paso por tres estados de la República Mexicana: Estado de México, Puebla y Morelos, además de la Ciudad de México. La primera fecha que se registró en el álbum es el 17 de abril de 1927 durante su visita al convento de Acolman; durante ese mes también registró visitas al convento de Churubusco y al convento del Carmen (27 de abril de 1927). No lo podemos afirmar, pero entre el 28 de abril y el 5 de mayo Mayer visitó el bosque de Chapultepec y la Basílica de Guadalupe¹⁰.

El 5 de Mayo registró una primera visita a Teotihuacán, donde se enfoca en fotografiar las pirámides; su viaje por el Estado de México continuó y para el 8 de Mayo visitó la zona arqueológica de Tetzcotzingo en el municipio de Texcoco.

⁹ Número de inventario 12986. Este álbum se encuentra en el Museo Franz Mayer, en el área de Acervos Documentales.

¹⁰ Aunque las fotografías de estos lugares carecen de fecha, sugiero que visitó estos lugares en esas fechas por el orden en el que Franz Mayer acomodó estas piezas en el catálogo fotográfico.

También visitó lugares como Mixcoac, Coyoacán y Xochimilco, este último es uno de los que más fotografías presenta el álbum –en total 21 fotografías-. A punto de terminar el mes, también visitó Cholula, Tonanzintla, Huejotzingo y la ciudad de Puebla; para el día 30 de mayo finalizaba el recorrido de ese mes con una visita en las cercanías de San Matías Tlalancaleca para fotografiar al Iztaccíhuatl.

Durante el 3 de junio visitó el ex convento de Azcapotzalco y los Remedios en un mismo día justo antes de realizar un viaje por el sur de la ciudad. Ahí visitó lugares como Tlalpan, Cuicuilco, Tláhuac y nuevamente Xochimilco (5 de junio); a mediados de mes visitó Coatlinchán, Huexotla (12 de junio). Un tercer viaje lo llevó a Xochimilco (19 de junio), luego siguió un viaje de tres días a Xochitepec, Temixco y Cuernavaca (25-27 de junio). Para finalizar este itinerario, durante el mes de julio¹¹ emprende dos viajes, ambos son a lugares que él ya había visitado con anterioridad: San Juan Teotihuacán y Cuernavaca (Figura 1).

Para conocer lo representado en las fotografías, Escorza (2008:13) sugiere una primera impresión de los códigos simbólicos contenidos en la imagen. En una primera mirada en general, el álbum se compone de una variedad de fotografías referentes al tema religioso del paisaje, ya sea desde sus estructuras de manera general como conventos e iglesias hasta particularidades como sus fachadas. Sin embargo, ¿qué nos indican estas fotografías de los paisajes contenidos en este álbum? En este álbum fotográfico, más de la mitad de sus fotografías son relacionadas con algún tema religioso, sin embargo, es importante señalar que en él también existen una serie de fotografías referidas a las perspectivas de lo rural y urbano del paisaje. En muchas de ellas existen una serie de elementos que permiten identificar los símbolos identitarios que Franz Mayer les confiere.

En las fotografías de Mayer no sólo se aprecian las técnicas y estilos artísticos que practicó, también nos permite profundizar en la percepción que tenía y deseaba preservar de algunos de los paisajes de aquellos años. Franz Mayer buscaba captar la mexicanidad (Billeter, 1998:71); el término precede al surgimiento del Estado

¹¹ En el catálogo fotográfico de Acervos Documentales del Museo Franz Mayer no existe un registro de la fecha exacta, sólo se cuenta con una inscripción que señala *Julio/1927*.

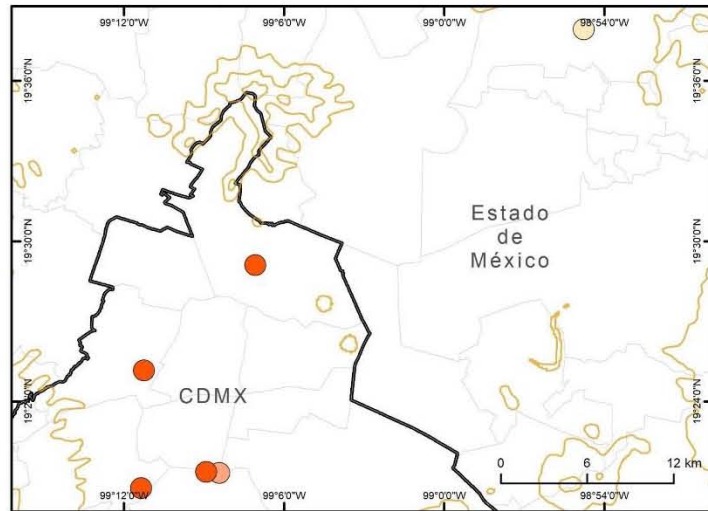
mexicano, por lo que es diferente al de identidad. En la mexicanidad existen formas simbólicas de representación cuyo origen se enraíza en los sedimentos constituidos con las primigenias cosmovisiones de antepasados culturales y en nuevos símbolos colectivos que nos permiten resignificar una nueva realidad (Arredondo, 2005:15). La fotografía de Franz Mayer es un reflejo de la construcción de un mundo de símbolos creados desde los imaginarios sociales, pues la mexicanidad es una forma de representaciones acumuladas a través del tiempo.

La representación es una reproducción del objeto contemplado, el cual refleja sensaciones que surgen de la interacción entre la realidad y la imagen que de ella tiene el ser humano, acerca de cómo la representa por medio de formas simbólicas que disfrazan y a la vez reflejan esa realidad (*Ibidem*:19). Las representaciones, por tanto, son aquel proceso de interrelación entre el objeto y el sujeto, quien no solo tiene una imagen de la realidad y a través de la subjetividad, autocrea imágenes que surgen del mito, la palabra o el arte y reflejan una realidad objetiva que, para Franz Mayer, representaban el espíritu de su época y ofrecen, en sus fotografías sobre el paisaje, aquellos rasgos característicos que dan identidad al mexicano: un nacionalismo cultural¹² que intercala el mestizaje hispano-indígena, el neoclasicismo, el romanticismo entre otras ideas más contemporáneas, pero también hacia el fin de la Revolución Mexicana, cobró enorme fuerza una constelación de mitos, símbolos, imágenes, íconos, representaciones y relatos (Jandra, 2012:15) que este fotógrafo y autor entendía como propios y representativos de la cultura mexicana.

¹² Definido por un conjunto de particularismos (ligados a la lengua, la religión, las costumbres) que normalmente son adquiridos por el nacimiento, el nacionalismo cultural es concebido como un principio espiritual sin divisiones que trasciende a los miembros individuales de un sociedad los cuales, están vinculados por el mito de un origen común y por una cultura única que vive de acuerdo a códigos vernáculos producto de una historia y de un determinado perfil cultural y geográfico (Silveria, 2007:24).

Figura 1. Mapa de los lugares visitados por Franz Mayer, 1927

38



Abril

- 17/04/1927
- 24/04/1927
- 27/04/1927

Mayo

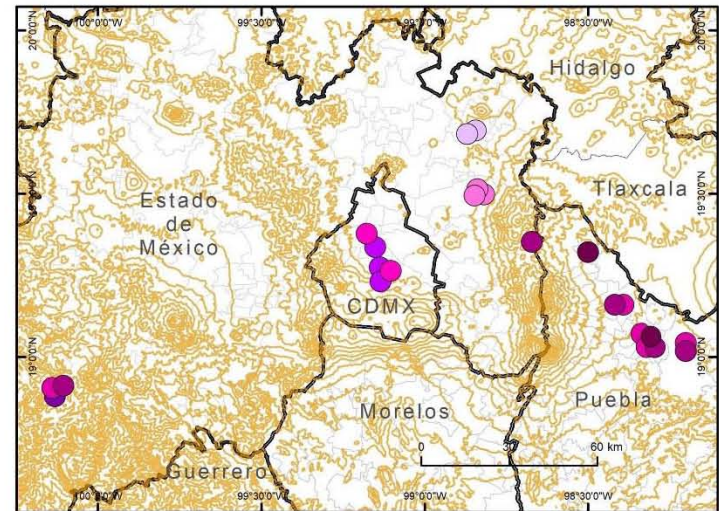
- 05/05/1927
- 08/05/1927
- 15/05/1927
- 18/05/1927
- 27/05/1927
- 28/05/1927
- 29/05/1927
- 30/05/1927

Junio

- 03/06/1927
- 05/06/1927
- 12/06/1927
- 19/06/1927
- 26/06/1927
- 27/06/1927

Julio

- 1927



Fuente: Elaboración propia.

b) La fotografía del paisaje urbano

Brindar una clasificación a lo urbano, según sea el tipo de residencia, se vuelve una tarea difícil debido a lo impreciso de los criterios utilizados para distinguirlo de la población rural. El uso de fórmulas estadísticas ofrece una noción numérica aproximada para la comprensión y el análisis cuantitativo de la magnitud de los elementos que lo componen. Sin embargo, estos criterios no son aplicables en un plano universal ya que el objetivo y su medida varía de un lugar a otro, por lo que criterios como la densidad de población se ven superados por el nivel de desarrollo alcanzado gracias a la revolución industrial¹³.

Los nuevos modelos penetran en la sociedad y redefinen los estilos de vida, logrando implantarse en los imaginarios sociales. Las ciudades expresan más que construcciones, a diferencia de la geografía urbana tradicional que se enfocaba en analizar de forma privilegiada a la población y su distribución jerárquica y territorial, hoy, la geografía urbana busca nuevos objetivos y otorga un sentido a aquellas interpretaciones subjetivas de lo que constituye a una ciudad y sus habitantes. Conviene pensar en los imaginarios sociales como medio para construir una imagen en torno a lo urbano; no sólo quien observa y describe una ciudad produce una imagen de ella, también cada individuo que la habita se forma una imagen de la misma, la cual es enriquecida desde su experiencia y de las prácticas cotidianas que realiza en ella. Sin embargo, los imaginarios urbanos requieren un orden, es decir, las ideas que giran en torno a la construcción de la imagen urbana, deben poder expresar ciertas formas de imaginación colectiva, lo cual se logra a través de dos mecanismos: por una parte, ese ajuste es provocado por las presiones

¹³ El crecimiento de la industria causó gran movimiento de materias primas, productos semifabricados y elaborados que requirieron nuevos sistemas de transportes (George, 1974:34). La modernización de las vías de comunicación reordenan el espacio, y como consecuencia, aquellas ciudades que acumulan actividades productivas y de gestión, de almacenamiento y redistribución, de transporte y de tránsito o culturales y administrativas, se convirtieron en centros de grandes proporciones (*Ibidem*:35). Se desligó lo antiguo de lo moderno reemplazando las viejas construcciones por nuevas, las cuales poco a poco reducen el paisaje urbano a monumentos.

institucionales; por la otra, el ejercicio intersubjetivo que le otorga un sentido compartido a las experiencias humanas (Hiernaux, 2012:90).

El objetivo en este apartado es analizar a los imaginarios asociados a las prácticas urbanas que surgen a partir de la experiencia en un espacio determinado. Un análisis geográfico de los imaginarios urbanos busca entender que estas prácticas son un trasfondo al que el individuo dota de sentido y cuyo acervo está compuesto de experiencias anteriores y de las imposiciones de las instituciones que rigen nuestro modo de vida (*Ibíd*em:93). La imagen de lo urbano se construye desde la geografía a partir de dos imperativos: del objeto urbano y de los actores, con ello la geografía puede contribuir a la comprensión de las dimensiones subjetivas de la ciudad y en particular a descifrar la formación de los imaginarios urbanos, que son una fuerza indiscutible en la producción del espacio urbano (*Ibíd*em:95).

Si la esencia de lo urbano radica en el trasfondo que lo construye, el paisaje y su imagen puede no solo verse como un símbolo de la imposición del hombre sobre la naturaleza, también es reflejo de la preservación de los elementos culturales que transformaron ese espacio. Analizar la imagen de lo urbano a través de la fotografía del paisaje, permite ver los elementos que conforman ese espacio a través de su aspecto iconográfico; con teóricos de la fotografía como John Berger y Walter Benjamin estas ideas se centran en entender cómo estos cambios y transformaciones se expresan a través de un formato visual.

Por un lado, Benjamin, a través de la historia de la fotografía, nos señala sobre cómo este medio para representar la realidad, amplió la gama de percepciones y cambió nuestra imagen del mundo de un modo todavía incalculable (Benjamin, 2008:12). A esta idea se asocian las virtudes de la fotografía, que logran que esculturas e incluso obras arquitectónicas, solo puedan disfrutarse a condición de reducirlas en tamaño ya que en los métodos de reproducción mecánica, los detalles se aprecian con mucha mayor facilidad en foto que en la realidad (*Ibíd*em:18).

No debe de parecer extraño que ante esta idea en torno a la fotografía y su utilidad para mostrarnos “pequeños” detalles, nos presente a la misma como prueba irrefutable de la realidad frente a otros métodos de representación como lo es la

pintura. Para él, la técnica fotográfica permite otorgar este carácter social a la fotografía, pues solo a través de ella, se puede dar el progreso técnico que permite adentrarnos al mundo del inconsciente óptico (*Ibidem*:28).

Berger plantea un método de análisis que trabaje directamente con la fotografía, busca articular la esencia de la misma con un cuestionamiento de lo visible. ¿Cómo entender una fotografía? Para Berger las fotografías son registros de las cosas vistas (Berger, 2016:34); por ello, las imágenes son tan importantes como la palabra y así lo demuestra con un análisis de los elementos presentes en la fotografía.

A partir de estos elementos teóricos, a continuación se analizan, previa selección del álbum número 5 del Fondo fotográfico FM, como se ha dicho, resguardado en el área de Acervos Documentales del Museo Franz Mayer, dos fotografías con temáticas urbanas del paisaje y otras dos imágenes con temas rurales procedentes de los viajes de Franz Mayer por el centro de México.

Las dos fotografías elegidas a continuación corresponden a un paisaje urbano. En este caso a Puebla y la Ciudad de México, cuyo estudio propuesto aquí resalta sus elementos iconográficos y geográficos para la construcción de la imagen como una representación del nacionalismo cultural.

La primera fotografía (Figura 2) a analizar es la del convento de Churubusco ubicado en la Ciudad de México, perteneciente a los franciscanos descalzos de la provincia de San Diego. Esta fotografía primeramente nos muestra, el costado derecho, la vista parcial de un árbol en donde se aprecian solo las ramas que carecen de follaje; también se identifica uno de los costados del edificio, en él se observa una serie de arcos que se dirigen al interior del edificio. En la parte inferior se encuentra una cúpula y también se divisa una torre y, en la parte superior, se encuentran las campanas.

Los edificios de esta orden se caracterizan por ser austeros en su aspecto. Al respecto, Toussaint nos señala: “Edificado a costa de don Diego del Castillo y doña

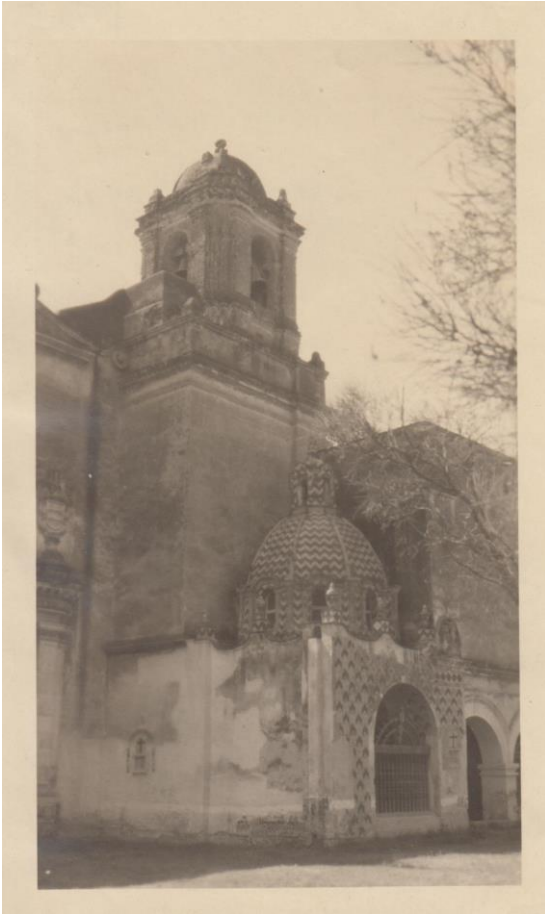


Figura 2. Convento de Churubusco, CDMX, 1927, impresión plata gelatina, Fondo Fotográfico FM, N° de inventario 12986-27, Colección Museo Franz Mayer, CDMX.

Elena de la Cruz y terminado en los años de 1678. Su pequeño claustro, su templo, su capilla anexa con cúpula de azulejos, todo sin ser de gran riqueza, es conmovedor.” (Toussaint, 1974:103).

En un primer plano se observa una fracción del suelo para, posteriormente, en un segundo plano mostrar una vista parcial de la construcción, en ella se aprecia la magnitud del mismo, ya que se muestra desde los cimientos hasta su parte más alta. La ausencia de personas le impregna una sensación de abandono, desolación y, a la vez, de solemnidad, tranquilidad y recogimiento.

La representación parcial de este convento hace que centremos la atención en dos elementos: la cúpula y la torre; de la cúpula resalta el tañido de las campanas, lo que construye a la vez un paisaje sonoro. Sin duda, la representación del paisaje, en este caso, está orientado a esta estructura religiosa, que, aún sin presentar los rasgos de un hábitat urbano, representa aquellos rasgos sobre los que se construye la cultura: la fiesta, el rito y la sacralidad, elementos que representan el origen y una vocación identificada en la historia de México como país. Estos elementos han hecho que diversas construcciones religiosas perduren en el tiempo y en el espacio, además de jugar un papel importante en la configuración del paisaje urbano, pues estos sitios generaron experiencias que se asociaron directamente a las prácticas urbanas realizadas de manera individual y colectiva.

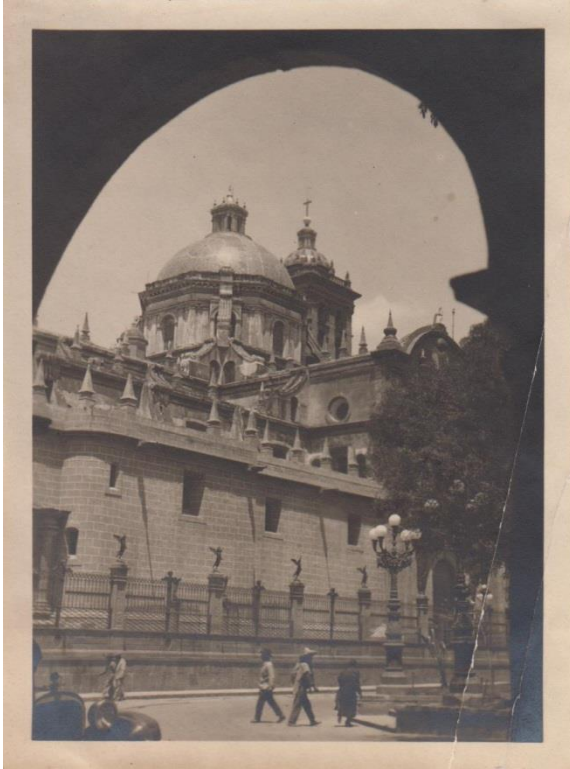


Figura 3. Catedral de Puebla, Puebla, 1927, impresión plata gelatina, Fondo Fotográfico FM, N° de inventario 12986-162, Colección Museo Franz Mayer, CDMX.

En la segunda fotografía (Figura 3) se encuentra la catedral de Puebla. En la imagen fotográfica se observa un costado de esta edificación, la cual está cercada. La presencia del árbol parece indicar que a un costado se ubica un jardín. Los componentes culturales presentes en la imagen fácilmente se identifican, la presencia de instalaciones eléctricas, además de la infraestructura vial pensada para el tránsito de automóviles, sugiere que se trata de un paisaje urbano, pues en él se reflejan aquellas condiciones económicas y sociales.

En un primer plano se aprecia el borde del arco, a manera de marco del objeto fotografiado, desde donde se tomó la fotografía, también en la esquina inferior izquierda se observa el faro de un automóvil. En un segundo plano destaca la esquina inferior derecha una fracción del parque que conduce al zócalo de la ciudad. Ahí se aprecia el alumbrado público que consta de una lámpara con cinco bombillas, también se observa a varias personas con atuendos urbanos y rurales, dispersas por la calle, por la posición de sus cuerpos se sugiere que se dirigen hacia el parque mientras que las más alejadas van en sentido contrario; ninguna de ellas posa para la foto ya que al parecer, ninguna se percata de la presencia del fotógrafo. En un tercer plano se observa la catedral desde uno de los costados, solo se tiene una vista parcial de esta edificación, pero en ella se aprecia el gran tamaño del edificio en donde hay una cúpula y una torre, las cuales se encuentran tras el resto de la edificación.

Su construcción comenzó en 1575 por Francisco Becerra. “Era una iglesia de planta rectangular con tres naves a la misma altura, capilla mayor, con la sacristía de un

lado y la sala capitular del otro y capillas hornacinas. Debería tener cuatro torres y carecía de cimborrio.” (Toussaint, 1974:53). Llegó a tener modificaciones en 1634, pero éstas son suspendidas hasta que el obispo Palafox logra concluir las obras en 1649. “Ahora se levantan la nave central y los brazos del crucero, y sobre este se erige una gran cúpula sobre pechinas y con tambor. La iglesia queda igualmente con una sola torre y sólo en el siglo XVIII se terminará la otra. Además el señor Palafox había proyectado un gran claustro frente a la fachada del templo, dentro del cual quedarían el sagrario y otras oficinas. Algo de ello se construyó, pero fue derribado más tarde y quedó el templo como lo vemos.” (*Ibidem*:100).

Sin duda alguna el elemento protagonista de esta imagen es la catedral. Toda nuestra atención se dirige a ella y no reparamos la presencia de los demás elementos hasta que desplazamos la mirada hacia los otros planos. La construcción de la imagen urbana no solo se concentra en la estructura religiosa, también se complementa con aquellos elementos característicos de una localidad urbana como lo son las calles pavimentadas, el servicio de energía eléctrica y el automóvil.

En conjunto estas fotografías nos muestran dos edificaciones religiosas en un contexto urbano, aunque ambas se encuentran en lugares diferentes y fueron construidas en distintos años, su imagen tiene una semejanza. No solo en la composición fotográfica sino también el mensaje que busca transmitir es muy similar en ambas imágenes. ¿Cómo veía Franz Mayer a la ciudad y sus monumentos? La postura de Mayer en estas dos imágenes era mostrar los grandes atributos arquitectónicos de ambas estructuras pero no desde su parte frontal, al hacerlo de este modo resalta –en ambas- la forma de la cúpula y la torre. Se fotografía aquello que el fotógrafo considera debe ser registrado ya sea un acontecimiento o un objeto concreto (Berger, 2016:34), en este caso, no solo se contempla la presencia de la obra arquitectónica, también se muestran los alrededores para tener una idea de cómo se desarrollaba la vida en torno a estos. El simbolismo cargado en estas dos imágenes, se centra en mostrar los rasgos que definen a la mexicanidad; sin embargo, ¿cuál es la particularidad visual de estos edificios –de origen europeo- que los arraiga a la autodeterminación de una sociedad?

Una respuesta se adentra en la relación entre la arquitectura religiosa y el arte barroco, inicia con una pugna por la identidad entre los criollos de Nueva España y los españoles provenientes de España; los primeros han nacido en México, se han casado con mujeres nacidas en el país y algunos aún con indias (Toussaint, 1974:97), los segundos vienen a trabajar al país que han conquistado sus antecesores; esta sociedad aristocrática definirá el nuevo estilo llevado al arte, pues en gran medida, son ellos los que contribuyen con grandes aportaciones monetarias para la construcción de nuevos templos y conventos. La nueva modalidad estilística consistió en tomar elementos de todas las formas anteriores y construir con ellas un nuevo estilo: el barroco¹⁴.

La fotografía de Mayer se interesa por representar estas ideas, si se fotografiara continuamente todo lo que existe, las fotografías resultantes carecerían de sentido (Berger, 2016:34), por ello, lo que distingue a una fotografía de otra es el grado de explicación del mensaje que contiene, por lo que esta debe de ser la observación consciente de un fenómeno. La técnica fotográfica juega un papel fundamental en este aspecto, ya que abre el camino a una nueva interpretación del mundo ante una amplia variedad de percepciones. Si comparamos ambas fotografías, encontraremos una similitud en cuando a la forma y contenido en cada plano pero, al mismo tiempo, la interpretación del mensaje contenido en cada una nos mostrará nuevos mundos de imágenes posibles gracias a la ampliación de las “formas primordiales” que conducen a un reino de formas totalmente distinto.

La fotografía, en este sentido, permite “disfrutar” las obras arquitectónicas con mucha mayor facilidad que en la realidad (Benjamin, 2008:18). Si buscamos la

¹⁴ Término italiano, *barocco*, significa impuro, mezclado, bizarro, audaz. (Toussaint, 1974:98). El barroco en México se deriva del desarrollado en Europa, pero su práctica es tan particular que tan sólo debe de estudiarse causas que son semejantes: psicología del pueblo, sentimientos religiosos, prosperidad económica (Ibídem:98). El barroco se vuelve aquella expresión artística a través de la cual los criollos mostraron lo propio, una modalidad popular que manifiesta la técnica aprendida; la arquitectura barroca se manifiesta como una modalidad paralela a la desarrollada por los europeos, el maestro de obras y el albañil que han trabajado junto al arquitecto que viene de España, imitan sus edificios. Conocen empíricamente o por experiencia de la práctica, los métodos de construcción, y es en la parte decorativa donde su ingenio y su memoria intentan reproducir lo que han visto en otros monumentos (Ibídem:209). Surge una nueva expresión que es adoptada y reconocida como popular, que es transmitida de generación a generación consolidándose como imágenes indisolubles de la historia y a su vez estas son construidas desde el mexicano como sujeto.

imagen urbana del paisaje en la fotografía, esta debe de dejar sus aspiraciones de ser considerada una obra de arte. Los métodos mecánicos de reproducción no son sino una técnica reductiva (*Ibídem*:49), en dónde la fotografía no es más que un objeto reproducible hasta el infinito, el valor y significado se lo otorga la intensidad de las referencias externas en donde la fotografía encuentra su significado (Berger, 2016:35). En este sentido, la fotografía del paisaje y su imagen urbana, dependerán de su función social para explicar la construcción de un mundo material y su transformación a partir de su aspecto iconográfico; en el caso de la catedral de Puebla, es muy fácil percibir aquellos elementos propios de una ciudad, pues estos se alinean en calles, en cuerpos de edificios dispuestos alrededor de patios o espacios verdes en el moderno urbanismo (George, 1974:78). En la fotografía del convento de Churubusco, es más difícil –o imposible- poder identificar o señalar elementos que delaten la existencia de casas, vialidades o servicios urbanos; sin embargo, no hay que olvidar que aquello que produce y se apropia de los objetos y les otorga una categoría de urbano son los estilos de vida asociados a las prácticas urbanas y sus imaginarios. La práctica misma de la relación del individuo o del grupo social con el objeto espacial conlleva también a identificar los imaginarios que vinculan a los actores urbanos con el espacio mismo (Hiernaux, 2012:93), en este sentido la mexicanidad se manifiesta a través del rito, pues lo identitario sería devorado completamente por lo global de no existir lo sagrado y lo festivo como último reducto de la autenticidad (Jandra, 2012:51). Por ello, no todas las ciudades presentan las mismas actividades ni características y en consecuencia su aspecto no será el mismo; en el caso del convento de Churubusco, su paisaje urbano se impone al establecido por el desarrollo industrial, sin embargo, este lugar no deja de formar parte de la Ciudad de México, por lo que la descripción geográfica debe de fundamentarse no solo en las particularidades de un elemento, se debe enterar de las diferencias entre las distintas unidades que integran la ciudad o la aglomeración (George, 1974:79). Podemos sugerir que esta imagen de lo urbano no busca resaltar los atributos del hábitat urbano sino mostrar, en cambio, los elementos identitarios de México como eje simbólico de un centralismo, y como se preservan a costa de la sociedad moderna.

c) La fotografía del paisaje rural

Sobre la imagen rural es pertinente decir que se recrea a través de la experiencia sensible y emocional. Señalar a lo rural es referirse a la manera en que el hombre se apropia y explota la tierra. Para Pierre George lo rural no está determinado por aquellos elementos cuantitativos opuestos a determinar lo que caracteriza a la localidad urbana, ya que esta definición no tiene otro sentido para los estadísticos que escogen, inspirándose en lo posible, en las condiciones de distribución de las poblaciones rurales y urbanas (George, 1980:168). Para la geografía, lo rural es un amplio conjunto de elementos y acciones vinculadas a la vida en el campo, dónde no sólo el hábitat rural, entendido como el sistema de implantación de la población que vive del trabajo de la tierra (*ibídem*:168), sino también la idea de naturaleza que surge desde lo imaginario. El plantearlo de este modo, nos facilita comprender que las imágenes de la naturaleza son producidas por las instituciones sociales y políticas modernas en especial los Estados-nación (Debarbieux, 2012:145).

Estas imágenes producidas desde el imaginario van adquiriendo sentido en cuanto más apegadas están a la experiencia sensible, pues solo así pueden existir como símbolos para interpretar a la naturaleza, ya que el conocimiento de la misma es un conjunto de conceptos y de relaciones con el entorno. Como resultado se obtienen múltiples imágenes que interactúan unas con otras y que se insertan en los sistemas de representación de una sociedad, son asimilados y transmitidos en la construcción de una sociedad, donde el imaginario social establece una relación directa con el espacio y tiempo, participando activamente en el entendimiento, funcionamiento y relación de una sociedad con su entorno.

Con ello se entiende que el agrupamiento de una sociedad que vive en directa relación con la tierra y con lo que en ella se produce, adquiere formas particulares de organización espacial; es decir, la imagen de lo rural muestra no sólo la forma en que se desarrolla la convivencia en el hábitat rural, también los elementos visuales que componen el paisaje, muestran a través de su agrupamiento la diversidad de pueblos y una excelente manera de analizarlos.

El análisis de estos elementos para el estudio de la fotografía del paisaje rural, establece una relación entre los postulados teóricos sobre la iconografía y el uso del espacio en la imagen fotográfica. La manera en como entendemos el espacio guarda una estrecha relación con la forma en que lo miramos, por lo que leer una fotografía debe representar más que un simple ejercicio descriptivo, debe de observarse como una construcción social en donde va implícita una carga de sentimientos e ideologías tanto de quien pide la fotografía como de quien la realiza. ¿De qué manera los imaginarios de la naturaleza se vuelven una imagen de lo rural?

Freund nos indica que los gustos adquiridos por una sociedad son determinados por los grupos de poder, los cuales se forman en función de unas condiciones de vida muy definidas que caracterizan la estructura social en cada etapa de su evolución (Freund, 2014:7). Podemos decir que la consolidación del poder político cambia la clientela y el gusto estético se transforma; cada sociedad producirá unas formas definidas de expresión artística que, en gran medida, nacen de sus exigencias y de sus tradiciones, reflejándolas a su vez (*Ibidem*:7).

Con estas palabras, la autora expresa su idea de que la fotografía no solo es un objeto que refleja una imagen; para ella, esta forma parte de la vida cotidiana y las expresiones artísticas que en ella se reflejan, corresponden al carácter político, a la forma de pensar y a los gustos de la época.

Por su parte, Sontag nos adentra al mundo de la imagen a través de la fotografía y su impacto en la vida cotidiana. Para ella, la fotografía representa un nuevo código visual –nos educamos mediante la imagen- lo que representó una alteración y ampliación de nuestras nociones de aquello que debe ser visto. El aporte más importante del empeño fotográfico es darnos la impresión de que podemos contener el mundo entero en la cabeza, como una antología de imágenes (Sontag, 2006:15).

Desde su invención, la fotografía buscó capturar la mayor cantidad de temas posibles y gracias a la industrialización de la tecnología de la cámara, no solo se logró este propósito, también democratizó todas las experiencias traduciéndolas a imágenes (*Ibidem*:21). La fotografía se introduce en la vida moderna como un reflejo de la realidad y aunque procure pruebas de ello, se le imponen pautas para decidir

su apariencia y, sin embargo, no deja de capturar e interpretar al mundo. Se crean imágenes idealizadas de todo aquello que se pueda fotografiar; se emplea a la cámara como medio para obtener imágenes pictóricas (*Ibídem*:21).

Para entender cómo se construyó el paisaje rural a través de su imagen gráfica, los postulados de estas dos autoras nos obligan a ver a la fotografía como un documento que cuenta una historia social, la representación de los elementos naturales y de los aspectos del hábitat rural, corresponden directamente a como las élites entienden la vida en relación con el campo (Freund, 2014:8). Las siguientes fotografías que aquí se presentan son una aproximación de aquello a lo que Franz Mayer interpretó como lo rural del paisaje mexicano y cuyos elementos iconográficos parecen corresponder a la idea de aquello a lo que el Estado pretendía mostrar como una representación del nacionalismo cultural. Al igual que las fotografías del apartado anterior, proceden de los viajes de Franz Mayer por el centro de México.

La primera fotografía (Figura 4) que se presenta es de Cuernavaca en el estado de Morelos. Por el aspecto del lugar se trata de una comunidad rural, ya que en un primer plano es predominante la presencia de un rebaño y su pastor, el cual parece no reparar la presencia del fotógrafo y continúa avanzando sobre una calle sin pavimentar, al costado derecho se divisan gruesos muros y una serie de casas que se extienden desde el primer hasta el segundo plano. Los elementos de esta fotografía están acomodados en perspectiva, pues se busca llegar a un punto en específico, por ello en el tercer plano -o más alejado- se logra apreciar el palacio de Cortés, el cual se comenzó a edificar en 1523 y quedó concluido en 1528. Al respecto Toussaint señala “El actual edificio ha sido modernizado y se le han abierto ventanas y balcones en forma desagradable, pero indudablemente el casco del monumento data de los primeros tiempos, así como las galerías con arcos que se ven en el frente y en la espalda de la construcción” (Toussaint, 1974:5).

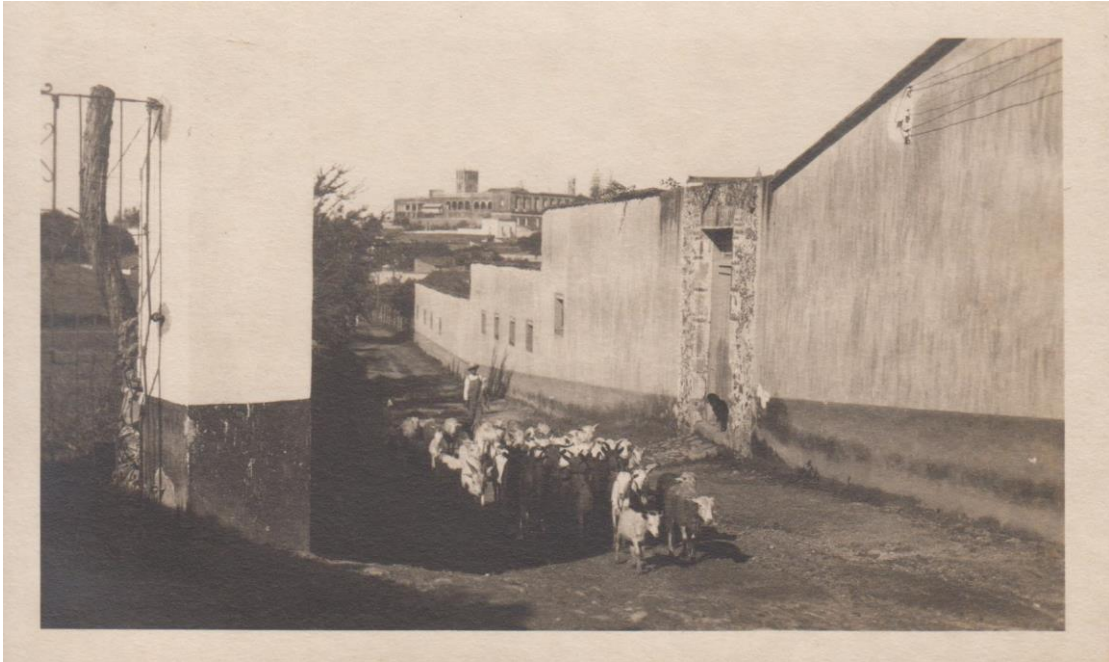


Figura 4. Cuernavaca, Morelos, 1927, impresión plata gelatina, Fondo Fotográfico FM, N° de inventario 12986-276, Colección Museo Franz Mayer, CDMX.

Todos estos elementos en conjunto permiten diferenciar al hábitat rural del urbano, en primer lugar, por la disposición de las casas entre las cuales parece no existir una separación y pueden llegar a confundir a quien las observa. También se hace evidente la falta de servicios en la vida a los ciudadanos: distribución de agua, gas y electricidad, evacuación de aguas residuales y desechos, red de circulación de personas y mercancías (George, 1974:78). Se puede añadir que esta es la imagen típica de aquello que se consideraba como rural a principios del siglo XX, pues claramente se ve la relación directa entre el hombre, los animales y la tierra.

La segunda fotografía (Figura 5) que se presenta es una vista de la pirámide de la Luna, ubicada en Teotihuacán, Estado de México. Aunque evidentemente el objeto



Figura 5. Teotihuacán, Estado de México, 1927, impresión plata gelatina, Fondo Fotográfico FM, N° de inventario 12986-295, Colección Museo Franz Mayer, CDMX.

a fotografiar es la construcción, en la fotografía es sobresaliente la presencia de la naturaleza agreste del lugar; esta se presenta en el primer y segundo plano donde hay una gran variedad de vegetación xerófila como lo son matorrales, nopales y palmas. Aunque a primera vista esta imagen no se relacione con la idea de rural al carecer de aquellos elementos distintivos de la comunidad rural, los nopales que se encuentran en la parte inferior derecha parecen formar parte de un cultivo que nos remite a la idea, ya expuesta, sobre la relación entre el hombre y la vida en el campo; en un tercer plano podemos encontrar la pirámide de la Luna a la cual se considera como un símbolo que representa aquel legado prehispánico. El paisaje se muestra como un escenario despoblado e inmenso, tal vez la intención del

autor era mostrar a ese México idílico del que la pintura paisajística del siglo XIX gustaba mostrar en sus representaciones.

La configuración del paisaje rural, en esta imagen, nos hace ver que a pesar de que la presencia humana es inexistente, lo rural también está ligado a la naturaleza, idea que Mayer retoma en su concepción de paisaje, fuertemente influida por lo representado en la obra de Brehme; árbol, nopal, miles de indios, los trabajadores del campo, los burros pesadamente cargados, los campos de maguey, las grandes nubes, montañas, rocas, mercados, jardines, parques, edificios históricos, arcos, monumentos, todo atrae al fotógrafo (Debroise, 2005:104). Sin embargo, ¿qué significa representar estos elementos en las fotografías de Mayer?

Como se indicó en el apartado anterior, se debe de dejar de ver a la fotografía como una obra de arte si de ella se quiere comprender el mensaje que guarda en sus

elementos iconográficos. Ante ello, Freund nos invita a ver a la fotografía como imágenes que surgen desde la vida cotidiana y las cuales cumplen con una función social: es decir, ser el medio de expresión para una sociedad establecida sobre una civilización tecnológica (Freund, 2014:8). El tema y el modo de las expresiones artísticas varían de acuerdo a la estructura social. A principios del siglo XX, México buscaba autodefinirse como Estado-Nación, por lo que sus élites buscaban renovar ideas fundamentales que no sólo modificaron la noción en torno a lo que significaba México, también la técnica artística con la que se representaba. Una de estas ideas fundamentales fue cómo construyeron el imaginario de la naturaleza de la modernidad (Debarbieux, 2012:145). Hay dos maneras en la que la sociedad moderna ha objetivado a la naturaleza: una de ellas es la de distanciamiento, que coloca a la naturaleza en una situación de alteridad fundamental y que justifica su individualización en el espacio o su transformación radical. La otra es la de reunión, que lleva al sujeto moderno a formar un cuerpo con esta naturaleza objetivada (*Ibíd*em:145).

A través del imaginario se busca transmitir el conocimiento que una sociedad tiene de la naturaleza, la imagen que transmite es la historia de la relación entre el hombre y el medio ambiente; sin embargo, el arte paisajista a través de la pintura deja de lado la representación de la naturaleza y, en cambio, busca privilegiar la expresión de las sensaciones. La vista es el sentido más solicitado (Freund, 2014:185) ya que la imagen es de fácil aprehensión y comprensión, accesible a todo el mundo; la naturaleza se nacionaliza, la historia le confiere un estatus a través del cual las sociedades modernas gustan de medirse con el camino recorrido desde que abandonaron un mítico estado de naturaleza (Debarbieux, 2012:148), esta base natural se vuelve un emblema, incluso un símbolo. Hasta aquí podemos ver la trascendencia de la fotografía de Teotihuacán, la cual es una imagen que muestra el vínculo necesario entre aquello que crea una sociedad y la nación. Ver en la pirámide de la Luna una imagen de lo rural es apreciar cómo una sociedad construye y transforma su espacio a partir de la imposición de un símbolo que denota pertenencia y cuyo contexto la obliga a implantarse en un entorno similar al que existía cuando este fue construido. La imagen rural nos conduce a la

emotividad, pensar en el campo es referirse en la vida que se desarrolla en él. Como en el caso de la fotografía de Cuernavaca, el paisaje rural también se promovió como una reordenación del espacio; la idea de naturaleza se asocia a áreas específicas, en este caso también a la fauna, se consignan prácticas específicas - como el pastoreo o la agricultura- que funcionan como contrapunto de la ciudad.

La fotografía nos sensibiliza y nos educa mediante su imagen, representa un nuevo código visual que amplía y altera nuestra noción de aquello que merece ser visto. El aporte más importante del empeño fotográfico es darnos la impresión de que podemos contener el mundo entero en la cabeza, como una antología de imágenes (Sontag, 2006:15). Se idealiza la imagen de la localidad rural respecto a la relación que los campesinos guardan con el suelo, los animales y se difunde a través de la fotografía, estas representan pruebas ya que en ellas se reflejan la realidad, así se crean imágenes idealizadas del mundo y se idealiza todo aquello que se puede fotografiar; se emplea a la cámara como medio de obtención de imágenes pictóricas (*Ibidem*:15). Esta sensibilidad es utilizada como medio de manipulación en donde se hace ver a los espacios rurales como una conquista de los espacios naturales, su ordenamiento territorial como un orden antagónico de la ciudad y a su estilo de vida como un patrimonio de aquello que la sociedad moderna, como una imagen, que surge de las convenciones sociales y los relatos oficiales que identifican a lo rural como objeto de un discurso de coerción sobre la integración nacional.

Se construye sobre la mexicanidad un discurso de identidad nacional en donde el paisaje juega un papel iconográfico importante, se carga de estos rasgos de origen natural y cultural que se construyen desde los imaginarios sociales y que evocan tanto los estilos de vida del campo como de la ciudad. La industrialización de la tecnología de la cámara logró capturar la mayor cantidad de temas posibles, democratizando todas las experiencias traduciéndolas en imágenes (*Ibidem*:21) y al mismo tiempo la accesibilidad cambió nuestra visión del arte, aquellas imágenes que suponen la simple representación ayudan al hombre a descubrir el mundo desde diferentes perspectivas. El paisaje es promovido por la estética de sus representaciones muchas de ellas, publicadas en álbumes de miembros

pertenecientes a diversos clubes fotográficos, que entre fotógrafos profesionales y aficionados, buscaban desarrollar el gusto por la fotografía, organizando excursiones para fotografiar paisajes, edificios y ruinas (Debrosie, 2005:108). Sin duda la experiencia de Franz Mayer como fotógrafo correspondió a su inquietud por practicar y reproducir las grandes tomas elaboradas por aquellos fotógrafos profesionales con los que convivió y tal vez sin saberlo, reprodujo en sus fotografías la idea rural y urbana del paisaje mexicano. Sus fotografías se sitúan en un parteaguas entre las viejas ideas que situaban a los espacios naturales como una representación ideal de México y la nueva imagen que las ciudades representaban al país como una nación moderna.

Capítulo III.

El paisaje atrapado en las tarjetas postales de la compañía México fotográfico

Introducción

La tarjeta postal ha tenido el propósito de comunicar desde noticias importantes hasta aquellos anhelos, deseos y saludos que los viajeros compartieron y enviaron a familiares y amigos. Desde su creación, la fotografía ha sabido integrarse en la forma y en los estilos de vida de las personas y con la llegada del siglo XX, el envío de imágenes pequeñas por correo se vio favorecido y era una respuesta a estas aspiraciones por mostrar el lugar que se visitaba. En este sentido, la tarjeta postal causó entusiasmo y alegría al recibirla. Para satisfacer esta necesidad, surgieron a lo largo del siglo XX varias compañías que se encargaron de captar distintas temáticas, desde el retrato hasta imponentes paisajes. En este capítulo se presenta el lugar de la compañía México Fotográfico en la consolidación de una imagen urbana del paisaje asociada al contexto político e ideológico posrevolucionario en México.

Lo que vemos ahora en una tarjeta postal es lo que otros ojos contemplaron y consideraron formaba parte de una memoria colectiva; por ello en un primer apartado, se sitúa el surgimiento de la compañía México Fotográfico y de cómo a través de sus postales sobre paisajes se difundieron aquellos rasgos urbanos de progreso y estabilidad social acordes a los gustos de la élite mexicana de la época y, ante un estado en construcción, cuyo principal propósito fue subordinar a las

organizaciones populares para ejercer pleno dominio sobre la sociedad entera (Aboites y Loyo, 2010:269).¹⁵ Las postales, al igual que las fotografías, se vuelven un acervo importante para la geografía cultural y a través de ellas se pueden formular preguntas que ayuden a entender cómo se construye un discurso visual de la ciudad por medio de los paisajes. Lo representado en las imágenes urbanas de las postales, con el paso del tiempo, puede desaparecer o convertirse en un símbolo, por lo que en un segundo y tercer apartado se analiza cómo en las tarjetas postales de Guadalajara y la Ciudad de México, respectivamente, se exploran aquellos rasgos difundidos desde las instituciones por la consolidación de una identidad que mostraba a México y sus lugares como resultado de la estabilidad y el progreso económico pero sobre todo por la afectividad y emotividad que existía sobre los geosímbolos ubicados en estos sitios. Así, los lugares a través de lo común¹⁶ -entendido como la reunión de las sensaciones de todos los sentidos, simbólicos y no simbólicos, que pertenecen a todos- aluden no sólo a representaciones, sino que muestran estos espacios como lugares comunes¹⁷ cuya representación del territorio físico se consume como una imagen dotada de un fuerte poder afectivo.

a) El origen de la compañía

La producción fotográfica en México sirvió a los requerimientos y prioridades de la clientela y, entre los múltiples usos de la fotografía, la elaboración de retratos se convirtió en uno de los medios más populares para reproducir imágenes. En México la figura del fotógrafo, como profesión, surgió con los daguerrotipistas y logró mantenerse así desde mediados del siglo XIX hasta la introducción de la calotipia como método de reproducción (Debroise, 2005:51). La calotipia sustituyó la noción

¹⁵ Después de la Revolución de 1910, las principales preocupaciones de la sociedad fue encontrar solución a las problemáticas de tierras, aguas, salarios más altos, derecho a huelga y la contratación colectiva; también de viviendas, educación, o participación política (Aboites y Loyo, 2010:269).

¹⁶ El calificativo de *común* significa lo que no siendo privativo de ninguno pertenece a todos: introduce el mundo público, el espacio que nos reúne, la acción conjunta (la política, en sentido de compartir palabras y actos); una idea amplia, multiseccular, mezclada y transregional de la patria (Silvestri, 2011:24).

¹⁷ No sólo alude a representaciones, sino también a un espacio físico compartido, en el sentido de que la vida se imagina no en un vacío abstracto, extensible y homogéneo, sino en un espacio concreto y cualificado que reúne naturaleza y artefacto –se recuerda, se describe y se proyecta en *lugares*- (Silvestri, 2011:24).

de copia fomentada por la daguerrotipia y derivó en nuevas técnicas de reproducción, representando un cambio cuantitativo y cualitativo: se agilizaron los procesos de reproducción, se democratizaron y diversificaron los usos de la imagen.

A la fotografía se le consideró como la forma ideal para capturar de manera “objetiva” el mundo que rodeaba al fotógrafo (Monroy, 2010:5). Bajo esta premisa, se le utilizó con fines científicos, didácticos, informativos, periodísticos pero principalmente se utilizó para crear y refrendar la identidad de cada individuo a través del retrato fotográfico (*Ibidem*:5). Los fotógrafos no tenían la capacidad económica para instalarse permanentemente, el surgimiento de nuevas técnicas desencadenó una guerra de precios y atrajo el interés de sectores mucho más amplios de la población (Debroise, 2005:52). Entre 1864 y 1867 ocurrió el primer *boom* de la fotografía en México, a partir de ahora, los fotógrafos no solo recorren el país con sus equipos fotográficos, también tuvieron acceso a espacios y abren estudios en las azoteas de los edificios en las calles céntricas de las principales ciudades (*Ibidem*:52).

Al finalizar el siglo XIX, la fotografía en cuanto a técnicas, usos y estilos no tuvo modificaciones importantes, al contrario, los trabajos realizados correspondían a la herencia pictórica que la pintura le atribuía por ser la referencia y el antecedente visual inmediato (Monroy, 2010:6). La presencia del retrato como forma de expresión gráfica coincidió con el auge económico de México y los grupos acomodados pronto se identificaron con esta práctica como un estilo de vida. Los primeros años del siglo XX trajeron cambios tecnológicos, temáticos y formales donde las condiciones sociales y políticas dieron pauta para que los fotógrafos impulsaran con sus fotografías ciertas posturas ideológicas preferidas de la época. Además del retrato, otros fotógrafos trabajaron el paisaje, las ruinas precolombinas y los ambientes mexicanos (*Ibidem*:7). Se estableció una nueva territorialidad que era resultado de un ejercicio visual; desde un punto de vista anatómico, lo que se ve es igual para todos, la imagen del mundo está condicionada por la cultura, por lo que aquello que era significativo para un hombre deja de serlo para otro en un momento y tiempo determinado. El discurso visual de la imagen del paisaje se

modelaba de acuerdo a la actitud de quien lo ve (Caro, 1990:22), la nueva ordenación del espacio requiere la aplicación de medios que permitan ordenar la visión, pues son los ojos de los hombres que, cargados de distintos elementos significativos, manejan el ordenamiento de los elementos materiales. El significado que adquieren estos lugares puede permanecer o adquirir uno nuevo. Esta interpretación del paisaje destaca la importancia que tienen los códigos culturales en la construcción de nuevos territorios concretos (*Ibídem*:47). La imagen, al exceder su papel meramente ilustrativo puede pensarse como un pilar clave de la cultura identitaria (Silvestri, 2011:18) y la imagen del paisaje se ha convertido en uno de los temas en dónde lo pictórico reúne valores y conocimientos que escapan a la representación científica, por lo que esta visión de paisaje no es aquella que sólo contempla el medio ambiente, el ecosistema o la morfología regional, sino que articula la subjetividad y la “naturaleza” a través de una “tonalidad espiritual”¹⁸ (*Ibídem*:21).

Convertida en una tierra de promoción para los empresarios extranjeros, México era un paraje exótico, hermoso y románticamente lejano para la mirada de múltiples artistas que llegaron desde otras latitudes (Monroy, 2010:8). El paisaje fotográfico mexicano se prestaba para llenar de sensibilidad esta imagen, cargándola de emociones, convirtiendo el paisaje en un medio de expresión genuino (Dreboise, 2005:97) de aquellos intereses nacionales y extranjeros. El paisaje mexicano abarcaba desde los majestuosos volcanes, hasta las festividades, los tipos populares y aún sus vestimentas (Monroy, 2010:8). Para la época posrevolucionaria, los fotógrafos abordaban el paisaje y el retrato como uno de sus principales temas a registrar. Sin embargo, la vida cotidiana cambió la manera de aprehender la imagen (*Ibídem*:11). Fueron estos aspectos los que condujeron a la fotografía hacia otra faceta en los modos de representación gráfica; las estructuras económicas, sociales y políticas que surgieron del periodo posrevolucionario procuraron un bienestar social más amplio en torno al cual los fotógrafos forjaron un

¹⁸ Puede definirse como el acto espiritual mediante el cual el ser humano agrupa una serie de fenómenos y los eleva a la categoría de “paisaje” (Simmel, 2013 [1904]:9).

nuevo discurso visual¹⁹, procurando encontrar las vías formales, estéticas e ideológicas concordantes a las nuevas necesidades expresivas de principios del siglo XX (*Ibídem*:13).

Un sector de la fotografía mexicana adoptó el paisaje como una forma de expresión de la identidad que se entrelazaba y se confundía con la promoción turística del territorio (Debroise, 2005:101). Esto se debe principalmente a que al fotógrafo lo atrae la diversidad de elementos presentes en el paisaje y al momento de seleccionar estos elementos se convertían en el discurso estético por excelencia de una sociedad sacudida por la guerra y que necesitaba encontrar sus propios parámetros de identidad (Monroy, 2010:16) que le proporcionaran una imagen de estabilidad frente a ellos y el mundo. Por ello, la geografía e historia del paisaje mexicanos también se entienden como el reflejo de un nacionalismo cultural desarrollado durante la gestión de José Vasconcelos al frente de la Secretaría de Educación Pública, y que tenía como objetivo un proyecto cultural de raíces modernistas y espiritualistas que se consolidó como un discurso dominante que influyó sobre el campo de la cultura en México durante más de treinta años (Eder, 2001:346).

Aunque existe una predilección de los fotógrafos comerciales por el retrato (Debroise, 2005:125), la eficacia de la imagen para la transmisión masiva de ideas y de propaganda del Estado, vuelve necesario la creación de nuevos espacios editoriales para esencia de lo mexicano. En los talleres fotográficos se apostó por la tarjeta postal. Su llegada permitió que las representaciones visuales del llamado mundo real y las del universo de la fantasía individual y colectiva se volvieran accesibles para la gran masa (Kossoy, 2014:181).

Las postales se convirtieron en una forma de difusión impresa de la imagen para el consumo de la población (*Ibídem*:181). El desarrollo tecnológico de la fotografía le

¹⁹ Es aquel mensaje que se transmite a través de soportes adecuados para la imagen, independientemente de la técnica y lo sofisticado de la tecnología. Los soportes además de potenciar su función ilustradora, de ornamento de los acontecimientos ajustándose a los parámetros estéticos, políticos y epistemológicos del término ilustración, han dotado a la imagen de un código que apunta hacia las primeras elaboraciones de un lenguaje propio y autónomo (Pantoja, 2007:186).

otorgó no solo un carácter comunicativo, ya que pasó de ser un vehículo de correspondencia a un artículo de culto y colección, dando un impresionante salto en términos de consumo y producción, industrial y comercial (*Ibídem*:181). Hacia 1899 se inició la “Edad de oro” de las tarjetas postales, Alemania produjo 88 millones de unidades, seguida por Inglaterra con 14 millones, Bélgica 12 millones y Francia 8 millones para posteriormente en 1910, liderar esta industria produciendo 123 millones de postales (*Ibídem*:183). La presencia de las tarjetas postales en México se desarrolla paralelamente a la de otros países; las primeras surgieron en marzo de 1882 y contenían pequeñas vistas de la Catedral Metropolitana, del Paseo de la Reforma y del Castillo de Chapultepec (Fraser, 1999:10).

Desde su invención la fotografía ha tenido un desarrollo tecnológico, industrial y formal cuyas aplicaciones comerciales, artísticas, científicas y promocionales (Kossoy, 2014:182) la convirtieron –en la década de 1920- en un medio práctico para la producción de postales. La popularización de la fotografía permitió que el conocimiento del mundo y sus lugares fuera accesible y cercano (Montellano, 1999:26). México importaba, a principios del siglo XX, postales ilustradas de Inglaterra, Francia, Alemania y Estados Unidos con elegantes trabajos de escenas típicamente mexicanas (Fraser, 1999:11); sin embargo, la necesidad de comunicar la realidad a través de un medio tan eficiente como la tarjeta postal, generó una gran demanda que las oficinas de correos no pudieron satisfacer, por lo que estas también eran impresas por algunas compañías privadas (*Ibídem*:11). El desarrollo de un equipo especializado simplificó y abarató el proceso fotográfico hasta lograr que imágenes de edificios y paisajes se reprodujeran por millares (*Ibídem*:12). El auge comercial de los pequeños cartones entusiasmó a pequeños editores a buscar un espacio para sus innovadores productos (Montellano, 1999:26). Uno de ellos fue el señor Demetrio Sánchez Ortega, que a través de las postales de paisajes producidas en su compañía México Fotográfico (MF), buscó mostrar a México a través de postales sobre presas, carreteras y construcciones modernas como una nación que dejaba atrás la violencia política y se encaminaba hacia una nueva estabilidad social (Fraser,1999:13).

Demetrio Sánchez Ortega, fundador de la compañía MF, nació el 22 de diciembre de 1898 en el seno de una familia de clase social media, que vivía en el poblado de Huatusco, Veracruz (Uribe, 2011:17). En busca de mejores oportunidades laborales emigró a la Ciudad de México donde consiguió un empleo como promotor y agente viajero de la Cervecería Moctezuma (*Ibídem*:17). Este empleo le permitió conocer distintas regiones de la República Mexicana y lo mantuvo en contacto con una amplia variedad de tarjetas postales y guías de viajero ilustradas (*Ibídem*:18), así mientras promocionaba los productos de la Cervecería Moctezuma, poco a poco adquirió una noción sobre el uso de la imagen fotográfica y su posible comercialización. A principios del siglo XX existieron importantes compañías productoras de tarjetas postales²⁰ que ofrecían trabajos realizados por los fotógrafos más afamados de la época, como Charles B. White y Winfield Scott (*Ibídem*:19). Sin embargo, a Demetrio Sánchez le valió conocer los caminos del país y los lugares. Las fotografías de cada lugar era lo esencial y en 1925, a los 27 años, creó su propia empresa de tarjetas postales (*Ibídem*:19).

La MF se ubicó en los alrededores de la Ciudad de México²¹ a diferencia de los fotógrafos más reconocidos en el medio que se instalaban en el centro de la capital; el perfil comercial de la empresa estaba orientado en hacer vistas fotográficas que ofrecía a otro tipo de clientela, es decir la que no vivía en la capital del país como su principal objetivo de distribución y ventas. La agencia contó con la colaboración tanto de familiares del señor Demetrio Sánchez como de distintos fotógrafos denominados “agentes viajeros”²² para la distribución y promoción de las tarjetas postales en distintos puntos de la República Mexicana. La cobertura de la empresa se amplió y contribuyó, de esta manera, a su éxito comercial (*Ibídem*:26). Las

²⁰ Entre las más conocidas se encontraban la Sonora News Co., American Book and Printing Co., The Aztec y Bluebook Store (Montellano, 1999:27).

²¹ Desde su fundación estuvo ubicada en las inmediaciones de la Villa de Guadalupe cuyo locales estuvieron situados en la Av. Hidalgo no. 19 de la Villa de Guadalupe. Después, a finales de 1928 y hasta 1930, la empresa cambió su ubicación a Av. Madero no. 46; pero en el año de 1931, la productora de postales se situó nuevamente en la Av. Hidalgo, solo que esta vez, en el número 130 (Uribe, 2011:23).

²² La figura del agente viajero era una estrategia de difusión y propaganda comercial muy popular en las primeras décadas del siglo XX. Recurre a diversos vendedores que se desplazaban hasta donde se encontraban los posibles consumidores de un producto, con la intención de convencerles sobre la compra del mismo (Uribe, 2011:18).

cualidades del agente viajero se adaptaban a las necesidades de la compañía MF, además de la promoción y venta de las tarjetas postales, también realizaba tomas fotográficas de los poblados que visitaba (*Ibídem:27*).

Aunque la MF se caracterizó por fotografiar pequeñas localidades, a lo largo de la trayectoria de la compañía se pueden identificar temáticas similares a las utilizadas por otras compañías productoras de tarjetas postales. Ya que la propuesta fotográfica de esta empresa era generar imágenes de todos los estados de la República Mexicana (*Ibídem:30*), la compañía también incluyó vistas de ciudades que mostraban parte de lo tradicional y parte de la modernización de las principales ciudades del país, a la par de lo pintoresco y agreste de algunos poblados o de ciertos hallazgos arqueológicos (*Ibídem:31*).

b) Una vista hacia el centro histórico desde sus alrededores, la tarjeta postal de Guadalajara

El paisaje es más que un escenario contemplativo, ya que en él se construye un sistema simbólico en dónde se edifican iconografías que buscan ser referencias territoriales (Rodríguez, 2013:4). Con la imagen del paisaje se crean alegorías con intenciones específicas que ofrecen identidad a los espacios territoriales (*Ibídem:4*) y que funcionan como vehículo para difundir la identidad urbana de México como una nación moderna.

Desde el mejoramiento de las técnicas fotográficas de representación, la fotografía urbana modificó la forma en que se veía el paisaje; esta era una tarea que se destinaba a la pintura, pero la fotografía bajo el argumento de ser una evocación realista y copia fiel de la realidad, poco a poco heredó el canon pictórico del paisaje (Monroy, 2013:47). Sin embargo, la imagen urbana, debía construir su propio discurso iconográfico frente a la imagen rural del paisaje, por lo que en este apartado, a través de una selección de tarjetas postales de la MF sobre Guadalajara, se busca entender cómo se construye la imagen urbana del paisaje en la tarjeta postal.

Una de las principales características de la MF era la difusión de los rasgos naturales y urbanos de la República Mexicana. Esto por el hecho de que su fundación está asociada con el periodo identificado como de reconstrucción nacional (1920-1945), donde se implementaron programas gubernamentales para la promoción de la unidad nacional (Uribe, 2011:39). Durante este periodo, se llevaron a cabo importantes obras de infraestructura y se crearon instituciones que habrían de homogeneizar al país estableciendo un principio de valoración de lo propio, con el fin de generar una reconciliación nacional con base en la autoafirmación (*Ibidem*:40).

La MF encontró la oportunidad de producir y difundir vistas de paisajes para aquellas personas que viajaban para conocer lo distintos lugares y regiones del país, esto coincidía con los propósitos de la Comisión Mixta Pro Turismo²³, que buscaba promover la actividad turística para lograr un mayor ingreso económico al país. El conocimiento del país y en cierta forma el nacionalismo cultural. Por ello, aunque gran parte del trabajo de la compañía se enfocaba en retratar lugares con vistas de la naturaleza, la construcción de los primeros caminos carreteros del país y la difusión de folletos y material informativo de distintas regiones del país, motivó a los fotógrafos de la compañía a ampliar la lista de los lugares representados, entre ellos las ciudades.

Para entender cómo los fotógrafos de la MF representaban gráficamente el paisaje, Caro Baroja (1990) sugiere mirarlo como un discurso visual en dónde los elementos iconográficos tienen un trasfondo histórico que se manifiesta en el ámbito natural a partir de la cultura. Esto implica ver cómo el ojo del hombre, o, mejor dicho, los ojos de los hombres, han percibido rasgos y elementos con significación muy distinta entre sí, en épocas diferentes y por distintos intereses (*Ibidem*:17). Aunque el ojo es el órgano fundamental en la percepción del hombre para la construcción del paisaje, no basta con detenerse en un detalle o advertir varios a la vez, para tener

²³ Fue creada en 1929 durante la presidencia de Emilio Portes Gil. Entre sus funciones principales estaban la realización de estudios y proyectos que fomentaron el incremento de visitantes extranjeros al país, así como la regulación y promoción de la actividad turística al interior del territorio mexicano (Uribe, 2011:41).

conciencia de estar ante uno, se debe de analizar la tonalidad espiritual por lo que las cosas vistas se convierten en paisaje (Simmel, (2013 [1904]:7).

La mirada delimita el horizonte visual en el cual, quedan segregados los distintos elementos de la naturaleza, sin embargo, la naturaleza sólo puede ser “naturaleza” dentro de una unidad sin límites pues esta no tiene partes, es la unidad de un todo (*Ibídem*:8). El ver a este conjunto de elementos como algo más que un trozo de tierra, es añadirle la tonalidad espiritual con la cual logra que la naturaleza sea reconstruida por la mirada del hombre, que la divide y aísla en unidades distintas, en individualidades llamadas “paisaje” (*Ibídem*:8).

La materia del paisaje la proporciona la naturaleza, cuya riqueza y variedad es tan amplia como los puntos de vista mediante los cuales aprendemos la producción pictórica del paisaje, por lo que es importante no ver a la naturaleza desde su aplicación en las ciencias físico-naturales, sino en su interpretación histórica y material (Caro, 1990:19). Esto se refiere concretamente a las distintas visiones que los hombres han tenido de un mismo objeto, desde varios puntos de vista y a través de los siglos (*Ibídem*:21); el que ve, cambia y modela con su actitud al paisaje, por lo que los ojos de los hombres actúan de modo decisivo durante el proceso de creación, destrucción, sustitución y adaptación de formas (*Ibídem*:40).

La visión será quien organice estos elementos no solo por su función colectiva, sino también por su sentido histórico. Estas visiones y ordenaciones del espacio que lo planifican desde un punto de vista formal y material, cuentan con un sinfín de elementos visuales que destacan la relación de grupos humanos, pueblos y sociedades con la organización estética del territorio. La emoción estética se vuelve la base para la creación de lugares comunes, pues se impone como tarea primordial que una sociedad analice las ideas que tiene sobre su propia belleza y la belleza de las sociedades que la circundan, con el fin de caracterizarse a ellos y a los demás pueblos bajo criterios estéticos relativos a la belleza del territorio (*Ibídem*:88).

El carácter estético de estas representaciones sociales nos habla de cómo la concepción o imagen del mundo de sociedades e individuos se ajusta a ideales estéticos (*Ibídem*:94). En efecto, el paisaje en su forma estética surge como una

prolongación más estilizada del proceso mediante el cual aprehendemos el paisaje (Simmel, (2013 [1904]:12), es decir, la impresión inmediata provocada por la naturaleza se manifiesta visualmente, y sus rasgos son captados tanto por el artista como por el resto de la sociedad; al respecto Simmel no duda en afirmar que el arte proviene de la vida y es configurado por la experiencia cotidiana (*Ibíd*em:15).

La representación del paisaje no escapa a estas afirmaciones pues detrás de cualquier paisaje pintado, dibujado o fotografiado hay una intención, una idea formal y una abstracción (Caro, 1990:104), en dónde las reglas paisajísticas -elección del objeto, punto de mira, luz, ilusión espacial, composición, armonía cromática- surgen de la *Stimmung*²⁴ (Simmel, (2013 [1904]):18). La *Stimmung* agrupa los elementos de un paisaje a partir de un sentimiento reflexivo que existe entre el observador y la naturaleza, y donde el paisaje adquiere una configuración espiritual: no se puede tocar, ni atravesar desde una objetiva exterioridad (*Ibíd*em:20).

Desde este punto de vista, el paisaje urbano retratado por los fotógrafos de la MF responde a aquellos elementos iconográficos que se han mantenido en el imaginario social como elementos que reivindican la identidad con el territorio y que se refrenda a través de calles y monumentos que si bien son conocidos y reconocidos por los habitantes del lugar, son los artistas quienes a través de la mirada, destacan ciertos elementos significativos y en el proceso, eliminan o atenúan otros (Caro,1990:104), a través de la tonalidad espiritual.

La serie de tarjetas postales de la compañía MF en donde se representaba el paisaje de la ciudad de Guadalajara, reconoce aquellos sitios que sobresalen de entre el resto de los elementos pictóricos y cuyos elementos son representados en panorámicas urbanas. Inspiradas en las vistas de pájaro o vistas a vuelo de pájaro, ocurrida en Europa y en menos grado en México (Cabrales, 2011:126). Este método de expresión artística encierra un significado simbólico que se demuestra en la capacidad de humanizar y dominar visualmente a los paisajes sobre el aire, ya que en él se captan las redes de comunicación y la trama urbana edificada, logrando

²⁴ La palabra *Stimmung*, de difícil traducción, significa al mismo tiempo atmósfera, estado de ánimo, tonalidad espiritual (Simmel, 2013 [1904]:18).

formar conciencia sobre la forma urbana y los atributos físicos y culturales del territorio (*Ibídem*:127).

Cabrales indica que de acuerdo con el punto de observación utilizado, las vistas pueden desdoblarse en dos grupos: las panorámicas en perspectiva de gran altura, estilo que se consolidó durante el siglo XIX, y las panorámicas en perspectiva de altura media, otra manera de captar la ciudad (*Ibídem*:127); de acuerdo con esto, se propone que las postales analizadas en esta investigación, pertenecen a la segunda denominación, ya que eran captadas desde torres, campanarios o edificios, permitiendo mirar parcialmente la planta del núcleo de la población y con ello la disposición de las manzanas, al tiempo que permiten leves asomos a las azoteas (*Ibídem*:127).

La ciudad de Guadalajara entre 1906 y 1935, tuvo un crecimiento superficial a partir del cual duplicó su tamaño (López, 2001:147). Con este acontecimiento, la ciudad fue objeto de múltiples cambios reflejados en el reordenamiento de calles y avenidas a partir de la urbanización de barrios y colonias ubicadas en la periferia (*Ibídem*:147). Cabe destacar que este crecimiento desde su comienzo no había sido realizado de manera espontánea y que durante casi treinta años siguieron las divisiones y fraccionamientos de terrenos de una manera planeada (*Ibídem*:148); de este modo se buscó reglamentar el uso de suelo, el flujo vehicular y de manera particular, ligar los diferentes puntos de la ciudad, sin importar las condiciones específicas de cada sitio, a través de un modelo reticular, que articula de manera uniforme el espacio.

Es en este sentido que la traza general de la ciudad creó amplias y extensas avenidas que organizaron a las colonias bajo las premisas del urbanismo decimonónico y contemporáneo (*Ibídem*:158). Las postales que se analizan a continuación, son resultado de este reordenamiento territorial y aunque la distancia de su ubicación dista muy poco entre sí, estas postales pertenecen a barrios diferentes²⁵.

²⁵ Estos barrios son Centro Histórico de Guadalajara y el Barrio de San Francisco y las nueve esquinas (González, 2007).

En una primera postal titulada “Vista parcial” se puede apreciar una panorámica urbana del paisaje que buscaba mostrar los elementos arquitectónicos ubicados sobre 16 de Septiembre de sur a norte. En un primer plano, se observan dos edificaciones en el actual cruce de Prisciliano Sánchez y 16 de Septiembre, a la izquierda, la Casa González Hermosillo con su majestuoso torreón, diseño del ingeniero italiano Ángel Corsi y frente a esta, la también renombrada Casa Pazos. Ambos edificios desaparecidos en la actualidad (González, 2007:214). En segundo plano, para llevar la vista poco a poco hacia su punto de fuga y principal elemento iconográfico de esta postal, la torre este de la Catedral de Guadalajara (Figura 6), el fotógrafo posiblemente se ubicó desde la torre del templo de San Francisco²⁶, el cual resultaba ser el lugar más elevado para poder retratar todas las construcciones que existían al norte hasta la Catedral.

Las actividades humanas se ven empequeñecidas y pasan a ser un elemento secundario en comparación con las diversas construcciones que se encuentran sobre la Avenida 16 de Septiembre, cuyo eje comercial parece ser el elemento protagonista de la postal; así, se puede decir que la diversidad de usos de estas construcciones van desde lo privado, como las casonas y comercios hasta edificios religiosos como la catedral y la cúpula del sagrario metropolitano y, aunque en conjunto, todos difieren en sus fechas de construcción, la configuración del paisaje urbano de esta postal mostraba el estilo de vida urbano del barrio de San Francisco y las 9 esquinas²⁷, al que los comercios, las calles pavimentadas o los escaparates

²⁶ Fundado por Fray Antonio de Segovia en el pueblo de Tetlán en la primera mitad del siglo XVI y reubicado hacia 1542 en Analco; poco después fue instalado en el sitio que hoy conocemos. La antigua iglesia fue reformada varias veces, hasta que en 1692, Fray Antonio de Avellaneda concluyó los trabajos. En 1936 el templo sufrió un incendio y el Antiguo convento fue destruido. La imponente portada semeja un retablo en piedra de 3 cuerpos con columnas salomónicas y nichos, molduras y decoración a base de lazos y encajes, como influencia del manierismo nórdico de la arquitectura de los Países Bajos de Europa. Se observa la cornisa moldurada que define la portada a manera de guardapolvo o polvera, que terminen dos bolutas en la parte superior de la misma en donde se desplanta la cruz de Jerusalén, como remate al eje central. La iconografía que aún conserva es a base de Santos y escudos, tanto franciscanos como dominicos, destacando la purísima en el imafrente, la portada-retablo se remata con varios elementos con formas de pinulas o pináculos en cantería gris (González, 2007:85).

²⁷ Este barrio se caracterizaba por ser uno de los más elegantes de Guadalajara; estaba conformado por el templo y convento de San Francisco, la estación de ferrocarril y las casas de la élite tapatía. El conjunto estaba integrado por el templo dedicado a San Francisco y cuatro capillas dedicadas a San Antonio, a San Roque, al Santo Sepulcro y a Nuestra Señora de Aranzazú, de las cuales sólo se conserva esta última, el templo, y el

luminosos que cuelgan de las paredes, otorgaban un aire de modernidad en función de la centralidad que la catedral había tomado en el ordenamiento del espacio público.



Figura 6. Vista parcial, Guadalajara Jalisco, compañía México Fotográfico, Colección Particular.

En esta serie de postales, parece importante estudiar las estructuras simbólicas a partir del gusto por lo representativo, el cual puede cultivarse a través de instituciones y tradiciones selectivas, sin embargo, el gusto no es reductible a los diseños de las ideas, ni se mueve de la misma manera que las construcciones lógicas o políticas a través del tiempo (Silvestri, 2011:22), por lo que la imagen del paisaje urbano necesita ser distribuida a través de etiquetas y formatos comerciales que le permitan llegar a un público cada vez más amplio y en los que quedara una captura mental de la información territorial sin necesidad de una medicación alfabética en la esfera de lo representable (Cabrales, 2011:131).

Como ejemplo, se presenta una segunda postal con características similares a la anterior (Figura 7); esta panorámica de altura media, fue tomada en el hoy llamado

Jardín de San Francisco. En la actualidad es una zona comercial dentro del centro histórico de la ciudad (*Ibidem*:79).

Centro Histórico de Guadalajara y ello es evidente ya que en un primer plano se aprecia un par de estatuas que indican que esta fotografía fue realizada desde lo alto del templo de San Felipe²⁸ en dirección noroeste-sureste, en un segundo plano se puede observar el crecimiento de la traza urbana con diversos edificios, pero sin duda el más sobresaliente, de nuevo, es la catedral. Es hasta un tercer plano donde se puede observar un conjunto de elevaciones naturales que dan una idea de profundidad y de realce para el punto de fuga. Aunque carece de grupos humanos, por las construcciones que se observan se puede decir que, sus habitantes y su estilo de vida, se constituye dentro de un entorno urbano, ya que los diversos elementos y componentes culturales que conforman a la postal, nos lleva a pensar que se trata de un paisaje urbano que concentraba el poder político y económico de la ciudad.



Figura 7. Panorama desde Sn. Felipe, Guadalajara Jalisco, compañía México Fotográfico, Colección Particular.

Las panorámicas constituyen una clave como registros del fenómeno urbano y las dinámicas territoriales. La ciudad condensa la capacidad transformadora del

²⁸ Este templo, cuya advocación es a San Felipe Neri, es un edificio de planta de cruz latina con atrio enrejado al frente, cúpula sobre tambor, capilla anexa y amplia sacristía detrás del ábside. La magnífica portada asemeja un gran retablo en dónde se ubica una rica imaginería de santos, escudos, decoraciones y molduras (González, 2007:64).

hombre y por tanto se perfila como el más evolucionado de los paisajes (Cabrales, 2011:133). En este sentido se entiende cómo es que las calles y monumentos se convierten en simbolismo del paisaje urbano; a través de la idea de ciudad se construye una figura tras la cual hay un discurso visual que es reforzado entre productores y público, y que es mediado por las limitaciones técnicas y científicas (Silvestri, 2011:25). Así la cultura visual se construye a través de la forma en que las imágenes que remiten a lo urbano, perciben el espacio como un ente maleable a los *gustos y nociones* que la élite tapatía tenía sobre los componentes propios de una ciudad y que se reflejan en esta serie de postales.

La tercera postal también es captada desde el Centro Histórico, pero a diferencia de las presentadas anteriormente, el punto de fuga no se dirige hacia el centro de la ciudad, la perspectiva que ofrece, parte desde el elemento protagónico hacia el norte de la ciudad. Esta postal, al situar a su elemento protagónico en el primer plano, inicia su recorrido visual, sobre la calzada Independencia²⁹, la cual desde el ordenamiento territorial, se le habían proyectado una serie de tramos cortados por varias glorietas, en las cuales se pensaba “erigir estatuas de jaliscienses prominentes” (López, 2001:153). Al menos en esta postal, la estatua que se encuentra dando la cara a un camellón repleto de árboles es la de Benito Juárez³⁰ (Figura 8), debido a que entre la calzada y la ciudad quedó una gran cantidad de espacios residuales (*Ibíd.*:153).

A fin de ocupar estos espacios vacíos, se efectuaron en la cuadrícula urbana una serie de modificaciones y adaptaciones como la introducción de jardines. La traza urbana en función de la calzada, modificó el ambiente natural el cual, dando como resultado una mezcla de naturaleza artificial y de urbanismo decorativo (Muñoz, 2015:73), en donde los componentes culturales que conformaban al paisaje urbano se ven alterados no solo espacialmente sino también de manera temporal. Para Muñoz no tiene otra función más que olvidar el paso del tiempo y con él las

²⁹ A la avenida originalmente se le conoció con el nombre de Porfirio Díaz, hasta que en 1913 se autorizó el cambio de nombre por el de calzada Independencia (López, 2001:153).

³⁰ Antiguo monumento anónimo y, posteriormente, enmarcado por un relieve de la autoría de José Chávez Morado (González, 2007:106).

exigencias de la vida (*Ibíd*em:74). Así esta apariencia estética del territorio es un reflejo de la idea de un lugar común donde la naturaleza urbanizada se ordena una vez que se le ha despojado de los peligros y de las tentaciones de lo social (*Ibíd*em:74). A lo largo de un primer y segundo plano, el jardín del monumento y del camellón ocupan un lugar relevante como sitio de reunión y recreación por lo que estos pequeños espacios se cargan de una ideología concreta simbolizando y escenificando una intención política, social o metafísica (*Ibíd*em:76). Otro elemento importante a considerar es la presencia de personas en el primer y segundo plano, aunque parecieran congregarse más hacia el lado derecho de la imagen, son las que transitaban por la glorieta las que ofrecían una amplia cantidad de elementos visuales para analizar las actividades que realizaban. Si se mira con detenimiento, podemos observar que sus vestimentas contrastan con aquellas que habitualmente se usan en la ciudad, ya que estos personajes utilizan faldas largas con rebozos y sombreros que recuerdan a aquellas fotografías de Hugo Brehme que idealizaban la vida en el campo. Posiblemente la presencia de estas personas se deba en primer lugar a que aún no existía una clara diferencia en las periferias entre lo urbano y lo rural, y además, la presencia del antiguo mercado Libertad³¹, sugiere que muchas de estas personas iban a vender y/o intercambiar sus productos.

Esta construcción junto con el monumento a Juárez, son los elementos protagonistas que la mirada del fotógrafo privilegió, sin embargo, como se puede observar, existen otros elementos con los que a partir de su agrupación en la imagen, proyectan la idea y sentimiento de un lugar, estableciendo un lazo entre el observador y la imagen, a la cual dota de una identidad y crea un sistema de símbolos a partir de los cuales proyecta su definición pictórica de paisaje urbano, la cual no solo integra las grandes avenidas, o la aglomeración de personas en las calles; también se refleja la proliferación de servicios como el alumbrado público y los medios de transporte público y privado, todo ello adaptándolo al desarrollo

³¹ El diseño regionalista del arquitecto Pedro Castellanos sustituyó al antiguo mercado Libertad de 1888. Fue inaugurado en septiembre de 1928 bajo la gubernatura de José Guadalupe Zuno. Se ubicaba sobre la Calzada Independencia junto al templo de San Juan de Dios, incluía quioscos, jardines, paradas de autobuses, fuentes y camellones. Su estructura se vio afectada a causa de los constantes incendios, por lo que fue sustituido por el diseño del arquitecto Alejandro Zohn (González, 2007:216).

urbano utilizando un instrumento de ordenación como lo fue la traza urbana y su uso sistémico para organizar y producir el espacio (López, 2001:165).



Figura 8. Calzada y Mto. a Juárez, Guadalajara Jalisco, compañía México Fotográfico, Colección Particular.

Para analizar la traza urbana de la ciudad de Guadalajara, se debe ser consciente de que esta ha sufrido cambios importantes a través de la historia; ha transitado de ser una ciudad típicamente colonial desde comienzos del siglo XVI, hasta convertirse en una ciudad decimonónica, industrial y comercial muy bien establecida, con un crecimiento de su población como para ser considerada como la segunda más grande del país a finales del siglo XIX (González, 2007:25). Sin embargo, como López (2001) indica, esta ciudad ha sufrido grandes transformaciones a lo largo del siglo XIX, impulsadas principalmente por una reorganización de la traza urbana. El paisaje no es ajeno a estas transformaciones y muestra de ello son las postales que la MF realizó sobre la ciudad de Guadalajara, donde a pesar de que muchos de los elementos que en ellas se presentaron han desaparecido, existe frente a otros un sistema simbólico a partir del cual se ordena el espacio. Estos elementos son los que articulan y transforman el espacio de forma intencional y consciente, aunque no siempre reflexivamente (Maderuelo, 2006:7).

Pensar estas transformaciones como un proceso cultural, es entender al paisaje como un reflejo de la manera como el hombre ha interpretado lo que ha visto, como ha aprendido a ver el mundo y la manera en que establece relaciones con él.

c) El paisaje urbano representado en las postales: la Ciudad de México

Al igual que la ciudad de Guadalajara, la nueva imagen de la Ciudad de México surgió a partir de la ley de desamortización expedida en junio de 1856 por Miguel Lerdo de Tejada (Gortari y Hernández, 1988:57). Esta ley proponía fraccionar los bienes civiles y eclesiásticos mediante la adjudicación de propiedades por parte de arrendatarios a través de la compra de fincas y corporaciones. La desamortización de las propiedades significó un evento de suma importancia en la nueva infraestructura urbana de la ciudad, se modificó la propiedad del suelo contribuyendo a la expansión de la ciudad mediante la paulatina incorporación de poblaciones y localidades creando nuevos fraccionamientos y colonias; entre las propiedades que se pusieron en venta encontramos algunas localizadas en Azcapotzalco, Mixcoac, Popotla, Tacuba, Peralvillo, Xochimilco, Mexicaltzingo, la Magdalena, Tlalpan (*Ibídem*:58).

Con los terrenos y casas apropiados con la ley de desamortización, las operaciones inmobiliarias, realizadas por la iniciativa privada, aprovecharon la precaria situación en la que se encontraba la ciudad para adquirir grandes zonas y rehabilitarlas, por lo que a mediados del siglo XIX se intensificó el uso comercial del suelo, el incremento de las rentas y el desalojo de los trabajadores de las viviendas de sus patrones, reflejándose en una disminución de la densidad de la población del centro (Gruzinski, 2004:466). La aplicación de la ley inició un profundo cambio en las dimensiones y características de la ciudad, permitiendo romper con el antiguo cinturón que la delimitaba (Gortari y Hernández, 1988:60). Sin embargo, los grandes fraccionamientos sucedieron en el centro, en dónde el trazo de avenidas, la red de

transporte urbano y la destrucción de la ciudad barroca, reorganizaron el espacio urbano y creó una nueva imagen de la ciudad, con un estilo neoclásico³².

Los paisajes urbanos contenidos en estas imágenes, son un ejemplo de los límites del mundo físico pero cuya realidad puede ser entendida gracias a su estudio cultural que investiga los significados ocultos en cada capa de la realidad física (Gullón, 2009:143). El estudio urbano del paisaje es una manera de analizar a través de la mirada las sensaciones y emociones que se producen a partir de la percepción de la tonalidad espiritual de las construcciones humanas (*Ibíd*em:144). En este sentido, las imágenes que se presentan a continuación son parte de este imaginario de imágenes pictóricas en el que se renueva el interés por los edificios y las formas de la ciudad que, a diferencia de la tradición paisajística de la naturaleza, sus formas nunca se quedaron quietas y su organización se relacionaba con lo público.

Un ejemplo de esta inestabilidad es la constante restauración de las ciudades, en donde los paisajes urbanos se relacionan directamente con el embellecimiento del entorno (*Ibíd*em:146). Así, las imágenes de la Ciudad de México realizadas por la MF representan aquellas imágenes visuales con las que la élite capitalina deseaba identificarse y a partir de las cuales se construyó el paisaje urbano.

La primera de estas imágenes es de la estatua de Carlos IV, la cual fue dedicada a la conmemoración del cumpleaños de María Luisa de Borbón, esposa de Carlos IV, el 9 de diciembre de 1796 (Wagner, 1999:54), y desde su creación, ha tenido diferentes ubicaciones dentro de la Ciudad de México. La primera de ellas fue en la Plaza de Armas, luego de la Constitución, después conocida como el Zócalo. Esta estatua forjada en hierro fundido fue realizada por Manuel Tolsá en la Academia de San Carlos, desde donde se establecían las tendencias artísticas de Nueva España, por lo que esta obra no sólo constituía un símbolo de la corona española, sino también de la escuela que la creó (*Ibíd*em:54); por eso desde su creación a principios de la década de 1780, tenía como tarea regular el ajuste de las nuevas

³² Las características reconocibles del urbanismo neoclásico mexicano, tienen implicaciones funcionales (unidad, axialidad, regularidad, proporción, perspectiva) e ideológicas para hacer una ciudad racional en la que se pueda llegar a la *felicidad* de sus *individuos* a través de la *ciencia* y de la *industria* (Fernández, 2000:75).

construcciones a las normas del buen gusto (Fernández, 2000:83), con ello, se puede identificar la manera en que las instituciones aplicaban la normatividad del estilo neoclásico mexicano siempre en comparación con las más famosas ciudades europeas (*Ibídem*:83).

Por ello al comenzar el siglo XIX, la Ciudad de México ya contaba con tres paseos (Paseo de Bucareli, Paseo de Azanza, Paseo de Revillagigedo) y una institución que vigilaba la correcta aplicación del ideal de belleza (*Ibídem*:83). En el sentido de seguir las tendencias artísticas y arquitectónicas de Europa, en la Ciudad de México también se adornó la plaza principal con la estatua de un gobernante. Sin embargo, con los diferentes acontecimientos políticos y sociales, consecuencia del movimiento independentista, la estatua de Carlos IV fue trasladada de su sede original al patio de la Real y Pontificia Universidad (Wagner, 1999:56), con el objetivo de protegerla como pieza escultórica y ya no como representación de un Rey de España (Fernández, 2000:89).

A mediados del siglo XIX de nuevo fue trasladada a la intersección de Juárez y Reforma, quedando ubicada en la periferia urbana y donde no era vista como una alteración del orden, sino como una delimitación de la ciudad (*Ibídem*:98), donde permaneció por más de un siglo. El punto donde fue depositado es altamente simbólico, ya que se trata de una de las entradas de la ciudad que desemboca directamente al Zócalo (*Ibídem*:98), y a lo largo de todo ese tiempo, estas dos importantes avenidas de la ciudad tuvieron cambios significativos en su aspecto urbano, el cual quedó registrado en las miles de imágenes que se difundían en múltiples formatos.

La evolución de la sociedad urbana en la Ciudad de México fue impulsada desde el desmantelamiento de la ciudad barroca impuesto por el régimen porfiriano (Gruzinski, 2004:483), por la apuesta a un nuevo modelo de ciudad que rebasara los límites del casco urbano (Gortari y Hernández, 1988:69), por lo que surgió una tendencia a abrir la ciudad hacia el oeste. Así la ubicación de esta estatua a las afueras de la ciudad funcionó también para embellecer el cruce de estas avenidas, que también fueron urbanizadas (Fernández, 2000:99).

Estas transformaciones tan aceleradas junto a la estabilidad nacional que vivió el país posterior a la Revolución Mexicana, se vio reflejado en el crecimiento de la ciudad, y postales como la de “el caballito” de la MF advierten estos cambios en el espacio. El agente viajero a través de estas imágenes de la ciudad, buscaba ampliar la conciencia de los espectadores o los lectores para que el medio urbano se vea embellecido, dotando al paisaje urbano de personalidad, pues cada cultura lo humaniza, socializa y con ello lo aloja en el imaginario social (Gullón, 2009:148).

Así, los elementos presentes en la imagen parecen ser contruidos por la sociedad a partir del imaginario social expresado a través del arte urbano, pues los componentes culturales y naturales se contruyeron en función de su ordenamiento (Figura 9). Ejemplo de ello es que en un primer plano se observa a la avenida de Reforma con una apertura panorámica muy amplia, en la que resalta el cableado eléctrico que abastecía a los tranvías que circulaban sobre ella, esta fotografía al tomarse al nivel de calle, permite una apreciación panorámica de los elementos que la componen y transitan del primer al segundo plano. Entre los elementos que se observan en el segundo, se encuentran elegantes casonas que conectaban con el nuevo estilo de vida abierto sobre Paseo de la Reforma como elementos relevantes, ya que el elemento protagónico, sin duda, es la estatua de Carlos IV. Si se observa con detenimiento, se puede apreciar la construcción de un pequeño jardín en torno a la estatua, esto con un doble propósito: por un lado distanciar y regular el tráfico de vehículos y peatones y por otro, convertir al monumento como un punto de entrada a la imponente avenida que conectaba con el bosque de Chapultepec.



Figura 9. Monumento a Carlos IV en la "Av. Juárez Méx[jico], D.F.", México Fotográfico, 1925, N° inventario: 877414, Colección Vicente Luengas - Fototeca Nacional

Los constantes cambios en las formas de la ciudad va haciendo que la lectura del paisaje entre más complejo y conocido, su significación cultural terminara desligada de los lugares que los hicieron nacer (Marrero, 2009:10). El paisaje es una realidad que se interpreta a partir de los elementos que lo conforman y durante este proceso, la realidad corre el riesgo de quedar postergada por el paisaje que la suplanta (*Ibíd*em:11). En este sentido, bajo la presión urbanizadora, el paisaje sobrevive al lugar (*Ibíd*em:11).

Uno de los lugares que más transformaciones ha tenido en la ciudad es la plaza de la Constitución, mejor conocida como el Zócalo y cuyo paisaje a pesar de los múltiples cambios que ha sufrido este espacio urbano, se mantiene bajo la idea de representar al centro de la ciudad, al centro del país (Mendoza, 2016). El paisaje es intervenido, modificado y recompuesto por la cultura en función de las necesidades, aspiraciones, anhelos, experiencias propias y ajenas (Tamayo y Ortiz, 2012:36). El paisaje y su naturaleza dinámica crean lazos que reflejan la interacción del hombre con el medio y que resultan una excelente opción para entender la relación del

territorio actual con su pasado. Los centros históricos contienen estos valores agregados por la sociedad y por ello se deben de considerar la expresión más elocuente de la evolución social de los espacios públicos (*Ibídem:37*). Estos espacios se han ido transformado por las comunidades, especialmente por la sociedad urbana que habita estos espacios y que muchas veces parece no darse cuenta de que su actividad cotidiana repercute en la armonía del mismo (*Ibídem:37*). En este sentido, se presentan un par de fotografías de dos de los edificios más importantes de la Ciudad de México: el Palacio Nacional y la Catedral Metropolitana, vistos desde los ojos de los fotógrafos de la MF y que son un reflejo de alguien que salió de su lugar de origen para conocer otros lugares y, en su admiración por ellos, deseaba capturarlos (Fernández, 2017:55).

La primera fotografía titulada “Palacio Nacional México D.F.”, muestra los elementos de esta fotografía dispersos por los distintos planos que la conforman. En este paisaje del zócalo de la Ciudad de México se trata de una vista de perspectiva media, y en él se puede apreciar la sobre abundancia de los componentes culturales que se imponen a aquellos de tipo naturales y que son apenas reconocibles, por lo que podemos identificar a esta imagen como un paisaje urbano (Figura 10).

En un primer plano se pueden observar porciones de dos jardines que estaban separados por una calle donde transitaban algunos automóviles particulares. En las aceras hay personas que caminan sin percatarse de la presencia del fotógrafo, ubicado desde lo alto de la Catedral, lo que le dio un campo de visión amplio en dirección noroeste-sureste. En un segundo plano, puede observarse una vista más amplia de la plaza principal, en donde se remarca la separación entre el jardín y el concreto que conforman la plaza, la acera y la calle. El alumbrado público se distribuye de manera homogénea alrededor de la plaza y de manera disgregada se observa a más personas que caminan indistintamente a lo largo de la calle. Otro elemento a resaltar es el transporte público que se alineaba sobre el límite de la plaza. En un tercer plano se aprecia al elemento protagonista de esta imagen, la fachada del Palacio Nacional, que se impone al resto de los elementos presentes en todos los demás planos. Tras el Palacio Nacional, se puede identificar el edificio

de la Suprema Corte de Justicia de la Nación inaugurado el 2 de junio de 1941y, a un lado, el antiguo portal de flores situado hacia el oriente de la diputación con vista al norte; obtuvo su nombre debido al comercio que allí se hizo de flores naturales y artificiales en un tiempo en que las canoas llegaban hasta la plaza desde la Viga y más allá. También se aprecia una serie de montañas en el fondo.

El orden de estos elementos sugiere el tamaño de la plaza y de sus edificios, ya que la población y los servicios que se ofrecen pasan a un término secundario, se puede indicar que la intención del fotógrafo era la de magnificar las construcciones y que aquel que viera la fotografía, apreciara a detalle los componentes del poder político nacional presentes en los elementos protagónicos.



Figura 10. Catedral [de] Mexico, México Fotográfico, 1925, N° inventario: 877417, Colección Vicente Luengas - Fototeca Nacional

La valoración de estos elementos otorga diferentes grados de significación del discurso visual, los cuales dependen de su compenetración con el entorno natural y cultural (Tamayo y Ortiz, 2012:38), y que son representados por el observador, quien a través de sus fotografías cuenta y explica a los demás lo que ha visto.

Si la lectura territorial de los centros históricos se entiende como una construcción social, cuyas dimensiones analíticas (el territorio, la sociedad, la política y la cultura) son fundamentales para la comprensión de la evolución del espacio urbano, el concepto de paisaje deberá reconocer la relación que tiene con los diferentes procesos urbanos, sus actores económicos o políticos y las escalas desde las que intervienen, los grupos étnicos o sociales que han influenciado tales procesos (Garza, 2012:43). La aproximación entre paisaje y territorio debe relacionarse con la mirada del observador y su capacidad para deconstruir y construir paisajes y territorios acoplando los discursos del pasado con los contemporáneos (*Ibidem*:44), y donde el observador emprende acciones para representar y apoyarse psicológicamente de un paisaje (Fernández, 2017:56).

Para hacerlo, deben emprenderse una serie de acciones que los fotógrafos de la MF realizaban identificadas por Fernández como: caminar, observar, representar, nombrar y regresar (*Ibidem*:56). Cada una de estas etapas era necesaria para mostrar el paisaje contenido en la imagen fotográfica y por ello, en la descripción de la postal de la Catedral Metropolitana se toman en consideración estos elementos a continuación.

La fotografía de la Catedral (Figura 11) se realizó sobre la Plaza de la Constitución en una dirección sureste-noroeste, lo que le da un campo de visión amplio que permite dos puntos: apreciar el tamaño de la estructura y, al mismo tiempo, dimensionar el peso de esta importante plaza; las calles, además de articular y ordenar el espacio urbano, dan sentido a los espacios, pues ellas son testigos de las transformaciones en el espacio por parte de la sociedad. El elemento protagónico es la Catedral y alrededor de ella se congregan una gran cantidad de componentes culturales propios de un paisaje urbano (Mendoza, 2016).



Figura 11. Catedral [de] Mexico, México Fotográfico, 1925, N° inventario: 877417, Colección Vicente Luengas - Fototeca Nacional

En un primer plano se observa sobre la plaza varias personas dispersas que pasean y atraviesan la calle sin percatarse de la presencia del fotógrafo, en su mayoría se trata de personas con atuendos típicos de la ciudad, gente con traje y sombreros y, sin embargo, también es posible observar a algunas personas que portan ropa de manta y que ofrecen diversos productos a los transeúntes. Aunque en un segundo plano existen elementos característicos de una localidad rural, son los menos y se ven rápidamente absorbidos por el resto de los elementos secundarios como lo son carruajes, carros, aceras y luminarias. En el tercer plano se erige la imagen de la Catedral, la cual lo abarca casi por completo, dejando a la vista una pequeña porción de la casona que alberga al Nacional Monte de Piedad. De la Catedral como elemento protagónico se aprecian los detalles de su fachada, como el reloj, las campanas, pero al mismo tiempo, se divisa a uno de sus costados el Sagrario y su cúpula resguardados por la barda que rodea su explanada.

La fotografía muestra la habilidad del fotógrafo para mezclar varias capas del mismo espacio, pero con diferentes temporalidades y para lograrlo, se apoya en su mirada

adiestrada para encontrar la tonalidad espiritual de las construcciones humanas. Esta percepción del espacio y su capacidad para transformar la realidad en paisaje es propia de un individuo que es capaz de detenerse a reflexionar sobre lo que sus ojos están viendo. Todo paisaje necesita ser observado dentro de una dimensión humana, y no sólo desde la capacidad fisiológica que se tiene para recibir e interpretar imágenes, se debe ser capaz de ordenar todos estos estímulos y apreciarlos para digerirlos (Fernández, 2017:56). Pero, ¿en qué momento la imagen se convierte en paisaje? La representación de un paisaje requiere talento y sensibilidad, calma y tiempo para detenerse a mirar (*Ibídem*:58). Esto sucede cuando el entorno cautiva e impresiona los sentidos y la mirada descompone al paisaje para entender su funcionamiento y origen (*Ibídem*:59). Solo cuando se logra este ejercicio analítico, es cuando el fotógrafo puede representar lo que se observa y entiende por paisaje, en el caso de aquel fotógrafo que busca comerciar la imagen, priorizaba ciertas zonas con valor económico y cultural para su actividad (*Ibídem*:60), pero al mismo tiempo el fotógrafo no deja de ser un explorador y por ello retrata pueblos, villas, mesones, costumbres y trajes típicos (*Ibídem*:61).

El nombrar es un ejercicio necesario, sobre todo cuando las imágenes representadas son compartidas; en el caso de la MF, sus postales debían tener un nombre propio que bien puede ser el que usa la gente del lugar o uno que evoque otros idearios (*Ibídem*:61). A su regreso el fotógrafo puede pensar con calma, lo que significaban tantos paisajes capturados en su labor mercantil, pero al mismo tiempo sobre como la experiencia del viaje lo ha transformado y es que al final el paisaje se construye a partir de su mirada, una mirada entrenada para observar y representar, desde un punto de vista estético, los distintos elementos que conformaban y construían el paisaje urbano sin embargo, este modo de ver e interpretar el paisaje desde un punto artístico se ve vulnerado por el incremento exponencial de los medios de comunicación que mostraban la imagen del paisaje como un medio visual para satisfacer y cultivar la curiosidad del viajero a través de las revistas de viaje.

Capítulo IV.

El paisaje vivido en la revista MAPA y la exploración del territorio mexicano

Introducción

Descubrir a México y sus paisajes a través de la mirada, fue un ejercicio que las tarjetas postales pusieron al alcance de la mayoría de la población. La tarjeta postal y los paisajes que en ellas se representaban, remitían los deseos y las admiraciones de aquellos que contemplaban la imagen y aunque muchas veces quien enviaba la tarjeta invitaba a sus conocidos a visitar los lugares, posiblemente el remitente no llegaba a conocerlos. Ante esto y, como parte de una estrategia para conocer a México a través de la experiencia directa, la iniciativa privada promovió la cultura del viaje a través de diversos proyectos editoriales como las revistas ilustradas de viaje.

Una de estas publicaciones fue la revista MAPA y sus –aproximadamente- 120 números publicados³³, en donde se mostraban con regularidad imágenes de paisajes mexicanos. Los rasgos visuales difundidos a través de cientos de fotografías, buscaban socializar el paisaje relacionando el lugar con la imagen a partir de la percepción que se tenía de ellas como un reflejo de la realidad. Por ello, en este capítulo se analiza el paisaje y su imagen gráfica como una construcción

³³ En esta investigación sólo se analizan las ediciones correspondientes a los años de 1934, 1936, 1938, 1939, 1941, 1952

que parte de la experiencia generada por estas publicaciones que invitaban al viajero a recorrer el territorio mexicano en busca de los rasgos geográficos seleccionados por los editores de la revista, dotando de un discurso ideológico a los geosímbolos para relacionarlos a una identidad en estrecha relación con el nacionalismo cultural.

En un primer apartado, se expone cómo las guías de viajero se adaptaban a las necesidades informativas de la clase media y alta en México, y cómo esta necesidad quedaba satisfecha por la iniciativa privada, sobre todo, a partir de la introducción del automóvil al país, con lo que se transformaba la cultura del viaje. En un segundo apartado, se describe cómo a través del proyecto editorial de la revista MAPA se construyeron, a partir de ciertas características fotográficas, imágenes de México como país abierto y moderno. Por último, en un tercer apartado, se analiza cómo se produce una sobreabundancia de paisajes en la revista MAPA, donde frecuentemente se promovieron algunos lugares por medio del estímulo visual que el paisaje representado causaba en el viajero que consultaba sus páginas, tal práctica cultural era vista como una actividad lúdica para el conocimiento y exploración del territorio, por lo que el coche se convirtió en una opción pedagógica para el aprendizaje de la geografía mexicana.

a) Un medio privado en la producción cultural durante los años treinta

Desde sus orígenes, la producción de guías urbanas imponía una percepción espacial que orientaba tanto la experiencia corporal, visual y afectiva, como las lecturas del paisaje urbano (Mendoza: 2016:91). Al ofrecer opciones para adentrarse en un espacio urbano desconocido y respaldar el placer de andar por la ciudad, las guías fijaban los lugares sobre el papel y brindaban la posibilidad de conocer la espacialidad del mundo histórico en una sucesión de etapas en la vida de la ciudad (*Ibidem*:92). Las guías se convirtieron en exitosos proyectos editoriales que permitían la organización de un viaje de una forma novedosa.

Mendoza (2016) menciona que las guías de viaje representaban una experiencia editorial adaptada cada vez más para la difusión y conocimiento de los lugares y,

aunque su introducción a México se dio al final de la época colonial, fue hasta el siglo XIX cuando se integraron en las publicaciones aspectos de la cultura urbana y la vida cotidiana, originando una ruptura en la percepción espacial de las grandes ciudades (*Ibídem*:95). Aunque la nueva necesidad mercantil de la burguesía se consolidó en este tipo de publicaciones, al final de ese siglo, se detectó en estas publicaciones una transición de la función comercial a la lúdica y placentera, proponiendo itinerarios urbanos a través de viajes programados (*Ibídem*:97).

El paisaje no es solo cuestión estética y apolítica, sino una de las expresiones más completas de la complejidad de un espacio delimitado (Fernández, 2017:65). Y este tipo de guías no solo sirvió para ubicar lugares que satisfacían los gustos y necesidades de los viajeros, también permitió la consolidación de imágenes modernas. Las construcciones y espacios urbanos se insertaron rápidamente en la memoria colectiva gracias a los nuevos procedimientos fotomecánicos surgidos a finales del siglo XIX y que fueron utilizados para la ilustración y la encuadernación (Mendoza: 2016:98). Con estas acciones, los autores y editores mostraban los diversos escenarios de México de cara a la modernidad, modificando la percepción espacial del viajero al utilizar para ello un formato de impresión diferente.

Por su parte, desde la década de los años treinta hasta mediados de los cincuenta, la revista ilustrada³⁴ en México se impuso en la cultura visual moderna (Mraz, 2014:245), llegando a competir con las tarjetas de vistas y tarjetas postales como medio de difusión y comunicación masivo. Este tipo de publicaciones abrieron nuevas oportunidades para la difusión de nuevos géneros fotográficos, entre ellos la fotografía de prensa. Las más importantes revistas de la época empleaban a los principales fotoperiodistas, (Moholy-Nagy, 2002:208) entre los que se incluyó a Enrique Díaz, los hermanos Mayo, Ismael Casasola, Walter Reuter, Hugo Brehme, Nacho López, Héctor García, Juan Guzmán, Rodrigo Moya y Manuel Álvarez Bravo (Mraz, 2014:245).

³⁴ Fue un medio de comunicación en donde la fotografía, como imagen de producción mecánica y amplia reproductibilidad, asociada con las vanguardias artísticas del siglo XX, significó una apertura a los espacios polifacéticos de diseminación, demostrando ser soportes privilegiados para la amplia circulación de imágenes fotográficas (Dorotinsky, 2008:7).

Durante la década de los años cincuenta las ventajas tecnológicas ofrecidas por la televisión, proporcionaron una cobertura inmediata de todo tipo de eventos que fue reforzada por el movimiento y el sonido, llegando a generar en los espectadores una experiencia visual que terminó reemplazando a aquellos medios de comunicación impresos en los hogares mexicanos (*Ibidem*:245). Una parte de las revistas ilustradas en México, se adaptaron a las técnicas del fotoperiodismo y entre sus artículos y reportajes existió una fuerte inclinación por consolidar la ideología del partido dominante que “coqueteaba” con los totalitarismos de la época, asegurando al régimen las ventajas de la larga duración en el poder (Gruzinski, 2004:491). Con el surgimiento de nuevas editoriales (Cuadro 1), el régimen “revolucionario institucional” hizo de la mexicanidad el centro de atención de los medios de comunicación de la época (Mraz, 2014:256). Las revistas de esta época recibieron un fuerte respaldo por parte de los partidos políticos, que las usaban para reafirmar la coerción del régimen.

Cuadro 1. Principales revistas de fotoperiodismo en el México moderno: muestreo.

Nombre de la revista	Año de publicación	Fundador
Hoy	1937	José Pagués Llergo
Rotofoto	1937	José Pagués Llergo
Mañana	1943	José Pagués Llergo
Tricolor	1944	Hernán Laborde y Efraín Huerta
Más	1947	Hermanos Mayo
Presente	1948	José Pagués Llergo
Siempre!	1953	José Pagués Llergo

Fuente: “México en sus imágenes”, Mraz (2014).

Por su parte, los autores de las revistas de viaje mostraban y promocionaban los lugares sobresalientes ya no solo de las ciudades sino también de sus entornos. El principal contacto entre la sociedad y el territorio como experiencia vivida a través del paisaje, fue posible gracias a los avances técnicos y tecnológicos que la revolución industrial aportó a la vida moderna (Mendoza, 2015:101). Además el incremento exponencial de los medios de comunicación de masas permitió junto con el automóvil, percibir al espacio geográfico a partir de la experiencia. Esta promoción de la exploración del territorio a través del paisaje, rápidamente se vio

capitalizado por la iniciativa privada llevándola hacia las masas como un espectáculo³⁵, ya fuera a través de información o propaganda, publicidad o consumo directo (Debord, 1995:8). Las revistas ilustradas difundieron la oportunidad de vivir el espectáculo, a través de una amplia variedad de paisajes mexicanos promovidos en artículos y fotografías.

Las revistas ilustradas proponían al viajero itinerarios para recorrer la ciudad y sus alrededores entre uno y dos días, lo que implicó una modificación sobre la percepción espacial en una escala temporal (Mendoza, 2016:101), a través de diferentes medios de transporte como el automóvil.

La introducción del automóvil en el espacio mexicano sucedió a comienzos del siglo pasado; su presencia en el país fue vista como una nueva forma de movilidad y se convirtió rápidamente en el símbolo “por excelencia de lo moderno” (Mendoza, 2015:92). Esto sucedió en el período cuando los ferrocarriles comenzaron a presentar un declive como medio de transporte público, por lo que “el automóvil se consideró una novedad mecánica tanto por su motorización como por la producción de una malla técnica que atravesaba el relieve mexicano para llegar más lejos y familiarizarse, gradual y uniformemente, con la variedad y vastedad del territorio y las fronteras” (*Ibidem*:92). Sin embargo, la llegada del automóvil a México resultó un enorme desafío no sólo por la inestabilidad política y económica, también por la necesidad de caminos adecuados para la circulación de estos automotores (*Ibidem*:93).

Los caminos sirven para encauzar y facilitar el desplazamiento entre un punto y otro y surgen para crear rutas convenientes en función del tiempo, el costo y el esfuerzo (García, 2006:67). La introducción de nuevos sistemas de transportes con ruedas, impuso alteraciones en los caminos, ya que a menudo se tuvieron que abrir nuevos trazos con menores pendientes y puentes adecuados (*Ibidem*:67). Los cambios más significativos ocurrieron con la presencia de automóviles y, con el avance

³⁵ En este capítulo se entiende por espectáculo al fetichismo que existe en la mercancía como dominación de la sociedad a través de “cosas suprasensibles aunque sensibles” en donde el mundo sensible se encuentra reemplazado por una selección de imágenes que existen por encima de él (Debord, 1995:21).

tecnológico en el desarrollo de infraestructura vial, surgieron túneles y viaductos, que ampliaron el tramo carretero (*Ibídem*:67).

Para la nueva élite mexicana, la construcción de caminos significó un cambio y parte del programa modernizador (Mendoza, 2015:93) que, al término de la Revolución Mexicana, buscaba generar una ruptura con el dominio del ferrocarril como símbolo de la movilidad mexicana; así, la promoción de la modernización a través de las carreteras estuvo directamente a cargo del gobierno federal y los estados. Se buscaba promover los rasgos tradicionales de México a partir de la vinculación entre los caminos construidos y el territorio, cuyo resultado fue un aumento en la demanda de automóviles y el surgimiento de una nueva cartografía de caminos a escala nacional (*Ibídem*:94).

Lo anterior puede verse como un reflejo de la construcción de la cultura del viaje a partir del automóvil, la cual incorporaba nuevas formas de comunicación, de identificación y de evolución de los grupos sociales (Mendoza, 2015:93) no solo en función de la actividad económica, también con el crecimiento de la población en el país (García, 2006:67). Se puede ver, en este contexto, que el automóvil estuvo presente como eje en la construcción de caminos e imágenes del país.

La construcción de carreteras estableció al automóvil como el principal elemento que permitía nuevas experiencias a través del viaje que, al llevar al viajero de un lugar a otro, cumplía con la función de transformar la realidad. La cartografía, por su parte, permitió situar la ubicación de lugares y el establecimiento con aquellos sitios de interés geográfico que poseían sublimes³⁶ representaciones de paisajes mexicanos.

Los nuevos mapas se convirtieron en un recurso indispensable para todo viajero que buscaba combinar la ruta con servicios, adecuados y necesarios para las travesías. Empezó una producción masiva de estos mapas que invitaron a la clase media a formar parte en la construcción de la cultura del viaje a partir del automóvil

³⁶ Lo sublime se refiere a la naturaleza en sus manifestaciones extraordinarias, las más poderosas y desmesuradas, y es este extraño poder, ajeno a la razón, el modelo para calificar emociones, pasiones y obras de arte en su más exquisita expresión (Silvestri, 2011:241).

y, de esta manera, los viajeros ampliaron la libertad de tránsito, creando nuevas y diferentes relaciones culturales con el territorio a través de la amplia red vial que dio lugar al surgimiento del territorio visual³⁷ (*Ibídem*:96).

En este sentido, la revista MAPA, fundada en abril de 1934, abrió sus páginas a la construcción y definición de los paisajes mexicanos, alentando el conocimiento del país a través de imágenes captadas por un ojo entrenado para un público que empezaba a interesarse en las rutas, por lo que las revistas de viaje representaron una nueva manera de conocer el territorio que veían, asociándolo rápidamente a la construcción de una identidad a través de imágenes del país fomentadas por las nuevas “experiencias visuales” que surgieron del arte, la tradición y la historia (Mendoza, 2016:103).

Esta modalidad de viaje representó nuevas relaciones con el espacio, y como reflejo de la cultura, los rasgos geográficos eran una promoción del México moderno que se hacía ya desde los años veinte del siglo pasado a través de pirámides, montañas, manantiales, climas y playas como vistas, (Mendoza, 2017:142), y que la revista mencionada anteriormente, se propuso publicar con la finalidad de dar a conocer la imagen de México tanto a los mexicanos como a los visitantes extranjeros (*Ibídem*:145).

El discurso visual sobre los paisajes debía considerar cómo se construía y representaba su imagen, desde el productor hasta el consumidor. Ante este planteamiento, la revista MAPA buscaba convertirse en un referente del orden espacial que construyó lo mexicano a partir de la mirada, explotando esta comprensión del territorio y la construcción de geosímbolos nacionales a partir de fotografías que, en cada edición, buscaban actualizar y aumentar los contenidos (Mendoza, 2015:99).

³⁷ De acuerdo con Estrella de Diego, el territorio visual, es lo que “espera encontrar” o “ver en persona” el visitante, según “le dijeron la propaganda, los folletos, el amigo, el blog”. La mirada cambia y lo que espera ver con sus propios ojos son los paisajes, los museos, los monumentos, los productos y hasta los personajes “típicos” que modifican la noción del mundo (Diego, 2014:11).

Así, la tonalidad espiritual de la imagen fotográfica de la revista MAPA se centraba en un tipo de viajero al que era necesario enseñar la cultura del viaje, la experiencia de comunicación recurrió a los geosímbolos, porque permitió comunicar al viajero con el territorio a través de la geografía y la experiencia visual (*Ibídem*:105). Para la revista MAPA el viaje no se improvisaba y en sus ediciones buscaba relacionar lo espacial e histórico con la experiencia (Mendoza, 2017:145). La revista MAPA, al igual que otros proyectos editoriales de la época impulsaba un nacionalismo cultural que apreciaba el placer del viaje y la producción de imágenes de paisajes en este tipo de publicaciones, así como una transmisión una visión cultural del paisaje que sólo podía estar al alcance de aquellos que poseyeran un automóvil (Mendoza, 2015:100); así, los itinerarios estaban señalados en los mapas, lo que permitía identificar puntos en el trayecto. Con las imágenes impresas se preparaba la mirada del viajero, para expandir el horizonte y distinguir los elementos del paisaje impuestos desde la editorial bajo el contexto del consumo y la modernidad (*Ibídem*:101).

b) La fotografía del paisaje en un proyecto editorial

Con la publicación mensual de la revista MAPA, los editores buscaron la promoción del viaje junto con la participación de las clases media y alta en la exploración del territorio, pues la adopción del automóvil como elemento de la identidad social (Mendoza, 2017:145), les permitía desplazarse hasta los lugares mencionados y fotografiados en cada edición. MAPA buscaba que estos elementos la posicionaran como un proyecto editorial que preparaba a los lectores con una percepción y sensación en torno al paisaje mexicano. Si bien desde esta perspectiva ya existían ciertos proyectos editoriales que buscaban mostrar lo nacional a través de la apreciación de la cultura y el arte mexicano, los reportajes de MAPA enseñaban el paisaje a través del placer del viaje (*Ibídem*:146), auxiliándose en la imagen fotográfica como una tecnología del espectáculo que permitía la interacción entre el observador y lo observado, a través de un modelo de producción, distribución y consumo (Walker y Chaplin, 2002:93).

Para poder realizar la enorme tarea emprendida por Francisco Borja Bolardo y su editorial, se necesitaba convencer a los lectores de adoptar esta práctica: a partir de la participación activa para una nueva relación con el espacio y para la construcción del paisaje mexicano. Por ello, desde su primer número a partir de diferentes secciones³⁸, MAPA intentó consolidar diversas temáticas que en conjunto articulaban una serie de estímulos en los lectores que mes a mes, vieron la variedad de paisajes mexicanos presentados como novedades por medio de portadas, artículos y reportajes gráficos (*Ibíd*em:146).

En este apartado se analiza la producción de una selección de las portadas de la revista MAPA, a través de la asociación que existe entre la fotografía de paisaje y la cultura visual, como parte de un ciclo en el que se difundía a México a través de la imagen de sus paisajes. Por ello, la principal propuesta que se impulsó para alcanzar este objetivo fue asociar a la fotografía con la oferta de contenidos de orden natural y cultural que brindaba la revista y así incitar a los lectores al consumo de las artes gráficas (*Ibíd*em:146). Esta imagen fotográfica, se asocia a un modo de producción histórico y específico (Walker y Chaplin, 2002:95), por ello, al analizar a la fotografía de paisaje no se debe hacer solamente por su aspecto mecánico y por su condición de milagro tecnológico (Moholy-Nagy, 2002:210), ya que los aspectos mecánicos de la fotografía han modificado la técnica en la que se aborda un objeto y ha derivado en una nueva relación entre el tiempo y el espacio.

En la imagen visual se reflejan las necesidades y deseos del ser humano como seres sociales; así, la producción de una cultura visual tiene lugar dentro de la sociedad, pues esta no existiría si no sirviera a determinados deseos y necesidades humanas (Walker y Chaplin, 2002:95). En este sentido, las portadas de MAPA fueron cambiando a lo largo de su historia, en función de las necesidades y deseos de la gente; sin embargo, en su producción figuran las necesidades creadas desde

³⁸ Entre las secciones que constituyeron a la revista fueron las de “Nuestros conventos”, “Riquezas arqueológicas”, “Montañas y volcanes”, “Las obras de la naturaleza”, “Tradiciones mexicanas”, “Ciudades coloniales”, “Artes populares”, “Danzas mexicanas”, “Fiestas típicas”, “Ciudades pintorescas”, “Nuestra capital”, “Ciudades históricas”, “México viejo”, “Pinturas mexicanas” y “Varios” (Mendoza, 2017:146).

la editorial y al menos que estas sirvan o se basen en necesidades humanas genuinas no sobrevivirán por mucho tiempo (*Ibídem*:96).

Por lo anterior, los editores buscaron producir imágenes cuyo significado creaba una satisfacción en el consumidor; en este sentido la fotografía de paisaje utilizada en las portadas de MAPA, al menos durante su primera década de existencia, se asocia a lo que Bachelard (2002) llama “imagen poética”³⁹; que surge como una imagen en la conciencia, producto directo del corazón, del alma, del ser del hombre y que es captado y representado en su actualidad (Bachelard, 2002:54). Si la cultura del viaje quería encontrar en las imágenes de paisajes una nueva forma de relacionar a los viajeros con los lugares, la resonancia psíquica de las imágenes jugó un papel preponderante en el entendimiento de como la subjetividad se manifestaba en ellas.

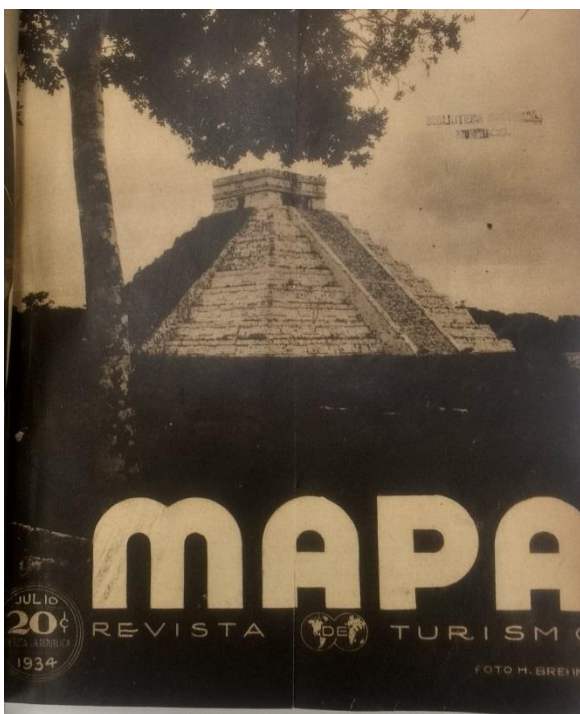


Figura 12. Chichen-Itzá, Hugo Breheme, revista MAPA, julio 1934, Hemeroteca Nacional de México.

En la portada de julio de 1934, se publicaba una fotografía de la pirámide de Chichen-Itzá (Figura 12), cuya autoría corresponde a Hugo Breheme. En ella se puede apreciar aquella imagen usada a comienzos del siglo XX por el propio Breheme para representar lo más *pintoresco* del país y que hasta mediados de la década de los treinta, parece tan vigente para promover la idea de recorrer a México como un territorio lleno de lugares por descubrir. Por ello, no es extraño que fotografías como las de Hugo Breheme, Rafael García entre otros

³⁹ Hace referencia a aquellas imágenes que surgen desde el inconsciente y cuya composición psíquica resplandece no por un culto hacia el pasado, sino por su resonancia para arrastrar estas sensaciones para la creación de una nueva imagen construida desde la imaginación (Bachelard, 2002:54).

fotógrafos, fueran utilizadas en las portadas de cada edición durante varios años.

Para entender la relación entre la imagen de paisaje representada en la portada y el consumidor, esta no debe ser vista simplemente como un objeto, en ella se debe de captar y analizar la dualidad enraizada entre sujeto y objeto (*Ibídem*:56), que permite a estas imágenes surgir desde lo más profundo del alma manifestándose a partir de la tonalidad espiritual, dotándolas de una flexibilidad fenomenológica, que permite su percepción, y que se construye con expresiones sin simplificar o endurecer el significado de la imagen ante un ejercicio interpretativo que parte de la percepción del sujeto, por el contrario, son elementos que repercuten en el ser (*Ibídem*:59). La imagen poética nos sitúa en el origen del ser hablante y la lectura que se haga de ella deriva en una expresión que crea al ser; con ello, la imagen encuentra su origen en la creatividad e imaginación con que se describen los lugares produciendo nuevas formas de entender el entorno.

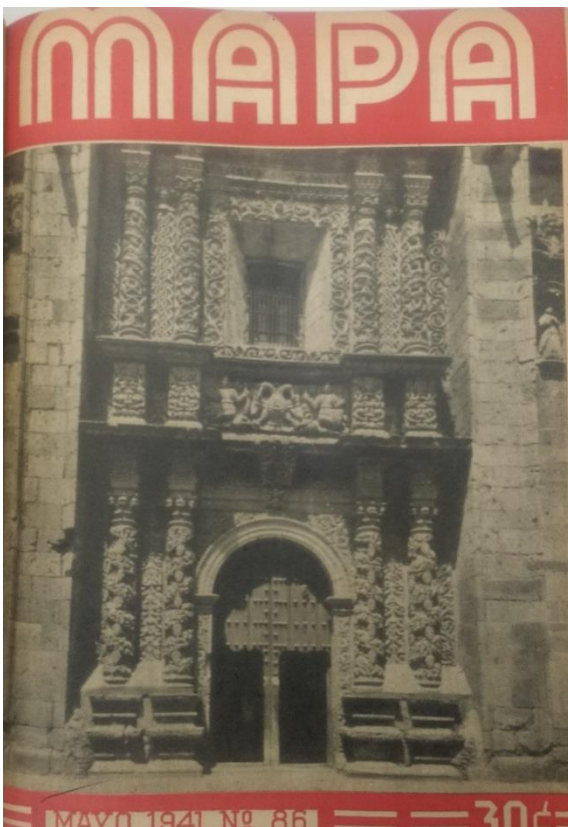


Figura 13. Santa Mónica, Rafael García, Revista MAPA, Mayo 1941, Hemeroteca Nacional de México.

Aún a mediados de la década de los cuarenta, los editores de MAPA seguían valiéndose de estos recursos estéticos e ideológicos que mostraban la construcción del nacionalismo cultural en torno al legado indígena y colonial de México; en ese sentido, esta fotografía (Figura 13) de Rafael García muestra a detalle la fachada del templo de Santa Mónica, Jalisco publicada en el mes de mayo de 1941, aunque no ofrece mayores detalles, en ella se resaltan los rasgos arquitectónicos que llegan a caracterizar a el paisaje colonial; entre los elementos que resaltan en la fotografía,

se encuentran los acabados barrocos que rodean a las columnas y que adornan en resto de la fachada.

MAPA incitaba a conocer el paisaje mexicano a través de sus componentes culturales, permitiendo relacionar a los viajeros con los lugares y la nueva modalidad territorial: la carretera (Mendoza, 2017:147), y a la vez, construyendo una imagen de México como país abierto y moderno. Mirar las imágenes como una construcción y no como una representación, enriquece la articulación de significados y permite reconceptualizar lo ideológico en su presentación exótica, mitológica o nacional (Eder, 2001:341); en los nuevos medios de expresión visual se define la posición del observador (Crary, 2002:131) en función de la ideología dominante que hace uso de los recursos estéticos (imágenes, símbolos, técnicas y estilos) que se han ido acumulando a lo largo de los siglos (Walker & Chaplin, 2002:100).

La noción de un arte propio es promovido e influido por la idea de lo mexicano (Eder, 2001:342) y aunque los primeros atisbos se producen en la segunda mitad del siglo XIX, la construcción de la imagen cultural de México presente en las portadas de la revista MAPA, es parte de la visión de un México moderno, que en términos culturales, se articula como canon más ideológico que formal sobre qué es y qué no es lo nacional en términos artísticos (*Ibidem*:345). En este sentido, la revista MAPA a través de la cultura del viaje, buscaba volver a los viajeros observadores y a partir de la mirada, lograr apartarse del acto fisiológico de la visión humana para encontrar en las páginas de MAPA una nueva manera de conocer los contenidos culturales del paisaje mexicano.

Al formar parte de estas prácticas de la industria de la imagen y del espectáculo del siglo XX (Crary, 2002:145), el observador otorgaba un valor especial a la imagen fotográfica como un reflejo de la realidad que el régimen político promocionaba, por lo que la imagen fotográfica se convirtió en un referente hegemónico para recrear a lo visual como algo verídico y realista en las relaciones que el sujeto mantenía con el espacio. De esta forma, al analizar a la fotografía de paisaje promovida en las páginas de MAPA, se considera no solo la percepción de sus elementos espaciales sino también su componente temporal.

La editorial buscaba generar en los lectores emociones no sólo al momento de contemplar el paisaje en sus páginas, también tenía como objetivo la difusión del automóvil para reunir al viajero con esta imagen. El automóvil se convirtió en un poderoso medio que modificaba las experiencias de viaje a través del desplazamiento que llevaba, de un lugar a otro, al viajero (Mendoza, 2015:101). La creación de miles de kilómetros de carreteras, amplió no solo los contactos culturales, también la percepción en torno a lo espacial y temporal tanto del lector como del fotógrafo. La fotografía contiene muchas claves sobre la percepción humana, la ampliación de la visión y, para descifrar el valor añadido que poseen, es necesario contextualizarlas (Hall, 2002:167).

El impulso que MAPA dio al automovilismo se presentó en una de las secciones más importantes de esta revista, su sección “Automovilismo” era adoptada como

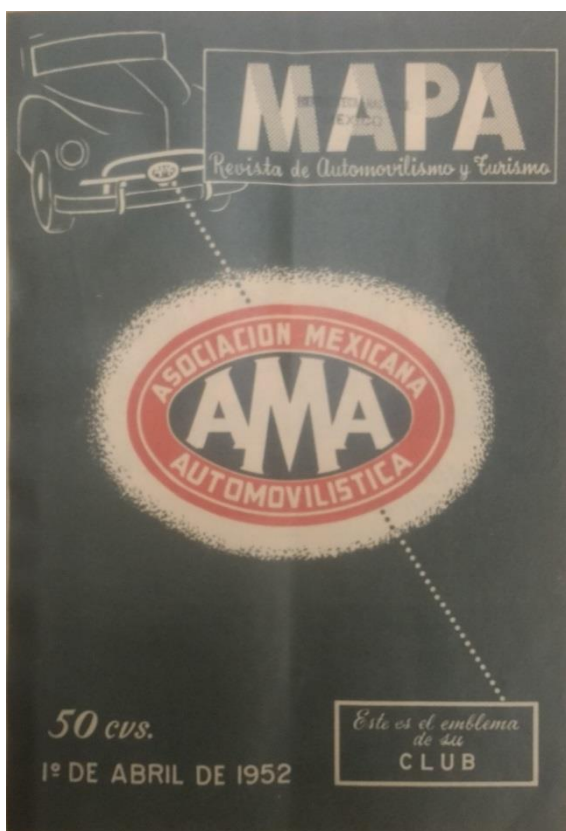


Figura 14. Emblema del club, Revista MAPA, abril 1952, Hemeroteca Nacional de México.

apartado oficial de la Asociación Mexicana Automovilística⁴⁰ (AMA) (Mendoza, 2017:147), en el cual ofrecía solucionar trámites a aquellos automovilistas que buscaban explorar el territorio mexicano, con lo que incrementaron y coordinaron las opciones del viaje y las excursiones en todas direcciones (*Ibidem*:147).

La AMA a través de la revista MAPA, buscaba fomentar la cultura del automóvil entre las clases medias y altas de México, por lo que a mediados de la década de los cuarenta, la asociación tenía mayores espacios en las páginas de la revista para centrarse en temas como convenciones de la AMA, actualizaciones al reglamento

⁴⁰ Asociación civil fundada en Monterrey, en 1929, a raíz de la apertura de la carretera de Monterrey a Nuevo Laredo, con la finalidad de facilitar trámites y el ingreso de coches por esa frontera norteña procedentes de los Estados Unidos (Mendoza, 2017:147).

de tránsito, sugerencias a la hora de manejar o como gestora para el pago de infracciones.

Este giro en la editorial de la revista se vio reflejado en las portadas de la misma, pues ya para la década de los cincuenta, la revista relega a un plano secundario la temática del paisaje y, en su lugar, colocaba imágenes sobre políticos, publicidad o relacionados a la propia asociación.

En la portada del mes de abril de 1952, por ejemplo, se abandonaba la imagen del paisaje y, en su lugar, se publica el logotipo de la AMA, por lo que la fotografía de paisaje que caracterizó y cautivó a los lectores por más de una década desaparece o se mantiene de forma intermitente por el resto de las ediciones (Figura 14).

En la sociedad actual, crecen las industrias de servicios y de consumo (Walker & Chaplin, 2002:101), por lo que la producción fotográfica es utilizada por las industrias contemporáneas para ser empaquetada y distribuida. En muchos casos, era usada para informar a futuros clientes sobre la existencia del producto y así poder distribuirlos a través de sistemas de comunicación de masas (*Ibídem*:102). Por lo tanto, el contexto fotográfico no debe ser visto como un simple registro de hechos, al contrario, deben de considerarse los códigos culturales como elementos necesarios en la percepción del mundo y que conforman lo que se ve como el resultado de una interacción entre el acontecimiento y la experiencia que aplicamos en el momento de la percepción (Hall 2002:167).

La estética de la percepción⁴¹ analiza como el mensaje que se esconde tras la imagen, pareciera provocar implícitamente una respuesta común por parte de los espectadores (Walker y Chaplin, 2002:104), para quienes existe la posibilidad de leer y representar el paisaje, ya sea escribiendo un texto, pintando una imagen, elaborando una estadística o bosquejando un esquema (Fernández, 2017:53), pues lo que se percibe es resultado de la interacción entre el acontecimiento y la

⁴¹ Se propone que cada individuo concibe al mundo y su realidad de diferente manera, el contexto es una rama de los estudios de la crítica y de la escritura de la historia que se ocupa de la impresión que el arte, el diseño y los medios de comunicación dejan en los observadores, de la forma cómo los textos, las imágenes y los objetos son “leídos”, interpretados, evaluados, usados y “consumidos” diferentemente por distintos usuarios y grupos sociales (Walker y Chaplin, 2002:104).

experiencia, en donde el contexto transmite una imagen visual cuyo mensaje no suele dirigirse a la misma velocidad que otros. Dicho de otro modo, la eficacia de una imagen para ser difundida radica en la manera en que el observador puede contribuir a la experiencia de la cultura y para ello el observador debe de encontrar algo en el paisaje que le dé un sentido y un significado acorde con su propio bagaje cultural y con los acontecimientos históricos que conozca (Ibídem:54).

La recepción potencial de las fotografías de la revista MAPA debía de imponer al lector muy pocas opciones sobre dónde mirar o qué ver y dar cuenta de lo que sucedía abiertamente, contrario al arte que justamente propone lo contrario, deja que el espectador participe y decida dónde dirige su atención (Hall, 2002:171). Con esto no se quiere decir que las fotografías publicadas en la revista MAPA sean de mala calidad o realizadas sin un conocimiento sobre las técnicas fotográficas; este tipo de imágenes, eran lanzadas al mercado como un producto de consumo masivo, volviéndose imágenes para “usar y tirar” (Walker y Chaplin, 2002:106). En ese sentido, al mirar una imagen se debería reflexionar sobre las condiciones que han impedido su destrucción, su desaparición (Didi-Huberman, 2013:16); la imagen fotográfica que promovía la revista MAPA, “gritaba” su mensaje y para lograrlo debía limitarse a registros que todo el mundo pudiera apreciar; para comprender la producción de este tipo de imágenes, se deben de considerar las necesidades y los deseos culturales en la construcción del paisaje, en este caso, producido por MAPA.

No se buscaba que el espectador centrara su atención sobre detalles de luz, textura y color, al contrario, los fotógrafos de esta editorial preferían la imagen de disparo rápido, ya que se realizaba pensando en un público popular (Hall, 2002:177). Por ello, como producciones culturales, se debe reconocer el papel de sus autores y la amplia gama de recursos que despliegan no sólo físicos y financieros, sino también estéticos e ideológicos (Walker y Chaplin, 2002:108), y que, a través de ellos, se crearon artefactos y productos cuyo impacto en la sociedad podían repercutir en la forma que se perciben a ellos mismos y a su realidad.

c) La sobreabundancia de paisajes en la revista MAPA

Como hemos visto, la revista MAPA retoma los elementos simbólicos que a lo largo de la historia, se han ido construyendo en el imaginario social y que representan el paisaje mexicano. En este sentido, retratar el paisaje, para los fotógrafos de MAPA significó construir una imagen de México como país abierto y moderno. Para cumplir tal objetivo, la revista frecuentemente promovía lugares a partir del estímulo visual que el paisaje representado provocaba en el viajero que consultaba la revista. ¿Cuáles elementos de la geografía caracterizaban la imagen del paisaje mexicano?

La imagen fotográfica del paisaje mexicano estaba fuertemente influenciada por la pintura paisajista del siglo XIX, cuyas principales temáticas fueron retomadas por el pictorialismo mexicano a lo largo del siglo XX. Entre los principales elementos retomados por la revista MAPA para fotografiar el paisaje, se encuentran aquellos que recurrían a los elementos naturales y sus atributos estéticos, el legado colonial también fue uno de los ejes temáticos que más se publicaron en los números de MAPA pues la imagen de las principales ciudades del país estaban fuertemente asociadas con la historia de México; con la consolidación de las élites posrevolucionarias en las esferas del poder, también se buscaba promover los estilos de vida que la estabilidad económica posterior al periodo de reconstrucción nacional habían brindado al país.

La articulación entre los viajeros, los lugares y la movilidad propuesta por la revista MAPA se vio promovida en cada una de sus secciones en las que se proponían viajes y excursiones a distintos lugares de la República Mexicana a partir de diversos paisajes. La imagen del paisaje mexicano promovida en la revista MAPA buscaba ser consumida por el viajero que vaya donde vaya no se mezclaba con las gentes locales y no perdía su compostura (Diego, 2014:35).

La editorial de MAPA a través de sus publicaciones buscaba mostrar una realidad espacial que no existía fuera de la imagen percibida dentro del viaje programado, y para ello agregaba esa característica de confort y despreocupación que solo el viaje de placer podía ofrecer. ¿Cómo se relaciona esto con el paisaje?

La imagen y la cultura visual, centran su análisis en la tendencia moderna a plasmar imágenes que sistematizan las formas vigentes de entender su relación con el viajero, al que se le ve como un potencial consumidor y, en torno a él, se diseña un esquema generalizado en el que se asume que la producción de imágenes e ideas acerca de objetos y lugares de interés son producidas por aquellos actores interesados en el desarrollo cultural y económico. Ya que el viajero buscaba desplazarse hacia lugares diferentes a aquellos de su residencia habitual, la realización del viaje se veía fuertemente motivada por las imágenes que usualmente estaban acompañadas por descripciones que las complementan y servían para procesar la experiencia personal (Troncoso, 2013:223), involucrando a la fotografía del paisaje como un referente geográfico para ser consumidas como atractivos culturales.

En los artículos publicados por la revista MAPA, la fotografía de paisaje era usada como un indicador visual que no solamente hacía referencia al acto intencionado de ver, también rescata las dimensiones históricas y socioculturales para definir el interés cultural hacia determinados objetos y lugares. Sin embargo, la gente iba a los lugares no por su belleza, sino por las promesas que entrañan (Diego, 2014:58). Por ello, debe de reconocerse la función del discurso visual en la construcción de los recuerdos geográficos, creando imágenes visuales de los lugares a los que da forma y significado a partir de la experiencia individual del viaje (Troncoso, 2013:225), vinculada al recuerdo del viajero con imágenes vistas previamente o durante el viaje, que pueden ser producidas por ellos mismos o consumir imágenes que fueron creadas para visualizar la posible experiencia.

La revista MAPA consciente de ello, a través de sus páginas construyó un mundo que deseaba mostrar y que impuso al viajero la máxima: no hay que perderse nada de lo que el autor de la revista consideraba esencial (Diego, 2014:60). La representación del paisaje mexicano en MAPA se construyó en función de la capacidad del lector de reconocer a las imágenes de paisaje como atractivos y gracias a la reproductibilidad técnica, podía difundir ampliamente aquello que sus editores consideren digno de ser visto, visitado y consumido (Troncoso, 2013:227).

El paisaje promovido en MAPA se situaba principalmente sobre tres ejes temáticos, paisaje prehispánico, paisaje colonial y paisaje moderno, que buscaban articular al viajero y sus actividades sociales con el lugar a través del paisaje, por lo que uno de los principales objetivos de la editorial de la revista MAPA, fue el generar una sobreabundancia de imágenes de paisajes para que el lector pudiera verlos, percibirlos e incluirlos como parte de las imágenes que construyen su mundo y su realidad.

La fotografía arqueológica en México se inauguró a finales del siglo XVIII como un género centrado en la reproducción de monumentos antiguos poco conocidos, aislados y a punto de desaparecer (Debroise, 2005:137). Aunque sus intenciones en un principio son “científicas”, aquellos quienes retratan estos sitios, son fotógrafos que no buscan tanto la precisión como el efecto de la espectacularidad (*Ibidem*:137). Estas imágenes forjaron una visión específica de México en relación con su pasado prehispánico, construyendo un discurso visual en torno a estos elementos como vestigios de lo que fue México antes de la llegada de los españoles.

Los fotógrafos de MAPA al retomar esta temática como parte del género pictórico que representa el paisaje, no lo hacen para una utilidad científica; la composición fotográfica de estos autores, buscaba elaborar representaciones de dichas construcciones a partir del trasfondo mítico que incitara al viajero a tratar de penetrar los misterios y relevar los secretos de estos sitios (*Ibidem*:151).

Ejemplo de ello es el reportaje que la revista MAPA realizó sobre la pirámide de Tenayuca en mayo de 1941, en dónde se comentaba lo siguiente: “lo característico de estas construcciones son los siguientes elementos arquitectónicos que son peculiares a todas las construcciones aztecas de esa época y que nos revelan, por lo poquísimos que aún queda en la Ciudad de México, como era la arquitectura predominante en Tenochtitlán.” (MAPA, 1941:140).

A este texto lo acompaña una fotografía (Figura 15) en donde se apreciaba una toma de la pirámide en dirección oeste-este; en un primer plano se observa una pequeña porción de vegetación xerófila característica de la región, pero es en el segundo plano en donde se puede observar el elemento protagonista: la pirámide de Tenayuca de remotos orígenes. La composición fotográfica permite admirar a la pirámide desde su cara oeste mostrando al lector la magnitud de esta construcción y su importancia para conocer más sobre el legado precolombino.

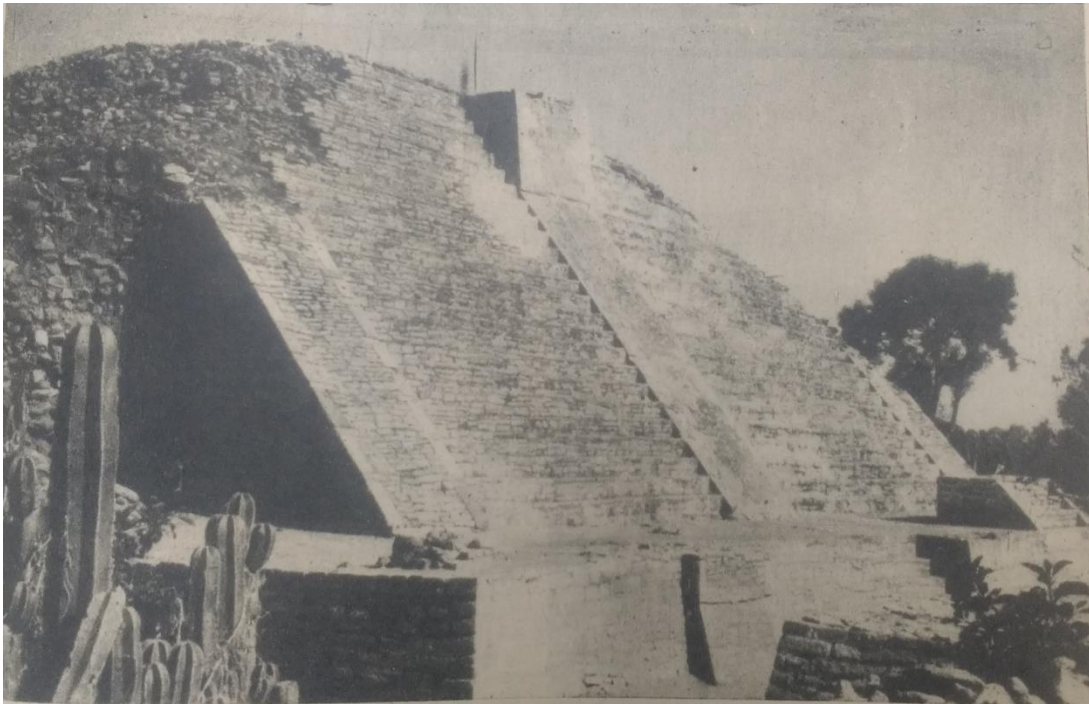


Figura 15. Pirámide de Tenayuca, Revista MAPA, Mayo 1941, Hemeroteca Nacional de México, pág. 140.

Así, en múltiples ediciones de la revista, se sugiere al lector visitar lugares como Tepoztlán, Xochicalco (Morelos), Teotihuacán (Estado de México), Chichén-Itzá (Yucatán), cuya imagen fotográfica retrata la cultura prehispánica como un paisaje exótico (*Ibídem*:153) a la espera de ser explorado por aquellos viajeros dispuestos a recorrer el territorio en busca de estos vestigios.



Figura 16. Hotel Monte Albán, Revista MAPA, noviembre 1952, Hemeroteca Nacional de México, pág. 140.

La imagen de paisaje colonial fue otra temática a la que la editorial de MAPA dedicó gran número de fotografías y reportajes. Al igual que las imágenes de ruinas precolombinas, las temporalidades coloniales atraían al visitante y contribuían al desarrollo de una identidad basada tanto en el pasado indígena como en el español (Mraz, 2014:66), pero al mismo tiempo, se construía una nueva imagen de las ciudades que buscaban mostrar el desarrollo del país y a la vez, difundir su patrimonio cultural (*Ibidem*:74). En la

representación del paisaje lo urbano es esencial, y por ello, la fotografía

de MAPA que hace alusión a este tema, está llena de imágenes de catedrales, parroquias, casas, calles y plazas.

En su edición de noviembre de 1952, MAPA compartía un reportaje sobre la ciudad de Oaxaca en dónde resaltaba la traza de las calles, el sitio de las plazas, el orden y el cuidado al formar la ciudad, descripción a la cual la acompañaba una fotografía de la fachada colonial del Hotel Monte Albán del siglo XVI (Figura 16) y de la que la editorial señaló lo siguiente: “Toda la ciudad es joya que le legara La Colonia. Pero hay entre otras cosas, una señorial y grande, que ostenta en su portada el rancio escudo de un noble. Ayer fue enorme palacio, con sus columnas de piedra todas de una sola pieza, con sus amplios corredores, con azulejos pintados, con balcones perfectos y con sus hierros forjados” (MAPA, 1952:140).

La representación y descripción de estos elementos ordena una serie de ideas que conformaron el imaginario social en torno a lo urbano, a partir del cual una sociedad

se reconoce a sí misma; sin embargo, los cambios arquitectónicos e industriales que transformaron la morfología urbana durante el siglo XX, otorgaron una revalorización a las fotografías de publicaciones como MAPA, que representaron un cambio de mentalidad hacia la reivindicación del arte barroco (*Ibídem*:74). La admiración por parte de la élite mexicana hacia los estilos europeos influyó para que constantemente la revista MAPA publicara reportajes de aquellas ciudades que conservaban un legado colonial incitando al lector a visitar no solo estos lugares, sino también a admirar los espacios construidos, por lo que en sus reportajes de temática colonial, había una fuerte inclinación por describir las construcciones más significativas de cada lugar. El paisaje colonial como fuente visual que conserva las formas arquitectónicas del pasado mexicano buscó mostrar los lugares de interés dentro de las ciudades, por lo que MAPA a partir de múltiples imágenes sobre ciudades coloniales sugería visitar lugares como Guadalajara (Jalisco), Guanajuato, Celaya (Guanajuato), Morelia (Michoacán), Zacatecas (Zacatecas), etc.

Como se mencionó en los apartados anteriores, la construcción de caminos buscaba articular a la capital mexicana con el resto del país, por lo que la construcción y la apertura de las carreteras, recibió una mayor atención en el nuevo gobierno federal (Mendoza, 2001:147). La imagen del México moderno se relacionaba directamente con el impulso industrial y comercial que poco a poco iba transformando a las ciudades, por lo que la representación gráfica del territorio en la revista MAPA se basa en la modernización de los lugares. La modernización surgió de una sociedad en transición con sus modos de vida debido al incremento demográfico y urbano, por lo que es un proceso que está en perpetua transformación y que nutre gran variedad de visiones e ideas (Eder, 2001:344).

Por ello no debe de extrañar que en cada nueva edición de la revista se presentaran amplios foto reportajes para la promoción de nuevas obras de infraestructura vial como puentes, carreteras, presas y nuevos edificios construidos en las principales ciudades del país. El paisaje moderno se auxilió de estos elementos para construir una imagen de la vida cotidiana, caracterizada por el desarrollo de la ciencia transformada por la producción industrial en tecnología (Eder, 2001:354). En ese

sentido, la revista MAPA dedicaba un gran número de páginas para la difusión de las nuevas obras que reflejaban los ideales posrevolucionarios de un México abierto y moderno; así, se ofrecían descripciones detalladas sobre la construcción del Monumento a la Revolución en la Ciudad de México (1936), la descripción de aperturas de nuevas rutas carreteras como la Orizaba y Córdoba (1938), Jalapa al puerto de Veracruz (1938), la carretera Ciudad de México-Guadalajara (1938) o la ruta también conocida como “Internacional del Pacífico”, abierta el 22 de noviembre de 1939 (Mendoza, 2017:149). También había una constante mención hacia las obras de mejoramiento urbano realizadas por el gobierno federal y estatal para beneficio de los habitantes y visitantes como la Presa de San José en San Luis Potosí, que era parte de un foto reportaje titulado *Orgullo de San Luis*, al respecto MAPA escribe: “Orgullo de San Luis es la importante obra constructiva llevada a cabo por la actual administración del Estado, sobresaliendo estos tres capítulos de importancia: la terminación del camino San Luis-Antiguo Morelos, la compra del sistema de abastecimiento de aguas de la ciudad y la construcción de tres soberbios planteles escolares”. (MAPA, 1939:31).

La fotografía (Figura 17) de dicha presa está compuesta de tres planos; en el primero se muestra la vista frontal en donde se apreciaba a detalle la complejidad de la construcción, en el segundo se apreciaba la represa y su función para tener el curso del río, por lo que el resto del plano está compuesto por este elemento que rápidamente se ve interrumpido por la presencia de la serranía que conformaba el tercer plano.

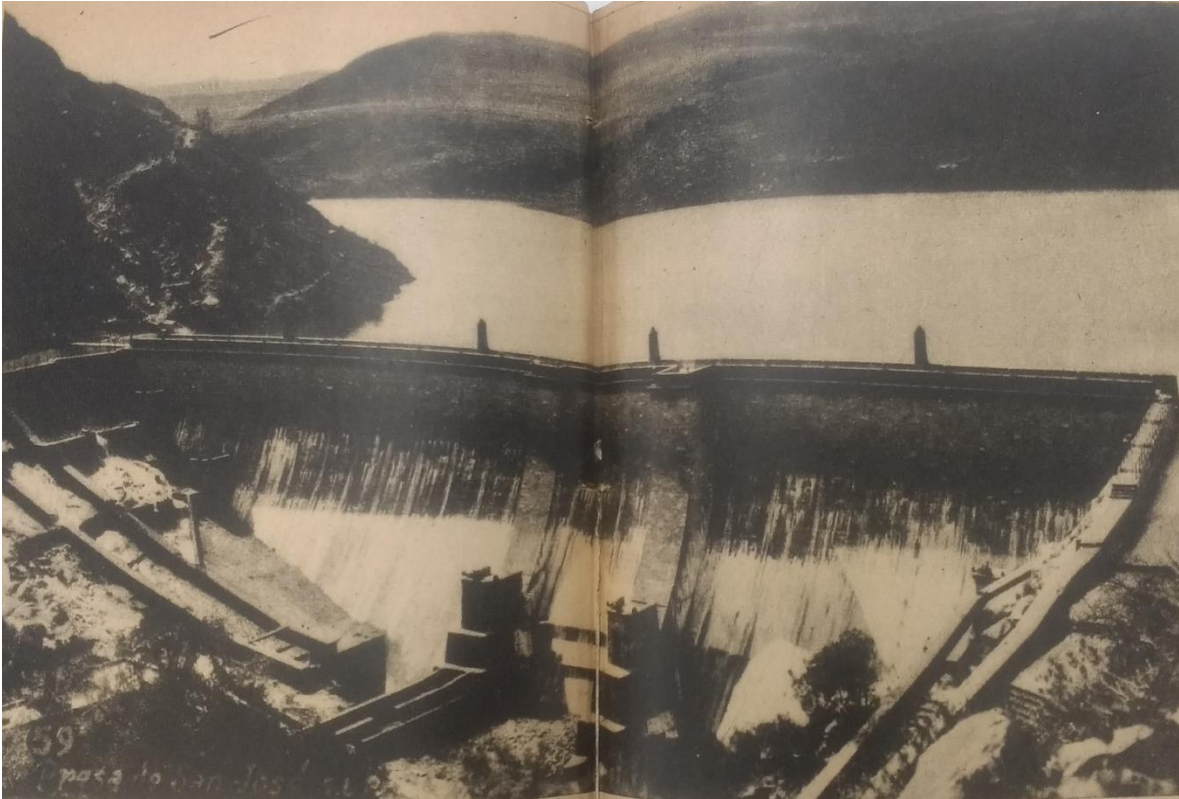


Figura 17. Presa de San José, Revista MAPA, septiembre 1939, Hemeroteca Nacional de México, pág. 32.

Las fotografías tenían el interés de monumentalizar la herencia indígena y europea de México. Pero también de mostrar escenarios alternativos sobre los cuales construir paisajes cuyo esplendor consistía precisamente en mostrar la actualidad del nacionalismo cultural. Los diferentes ejes temáticos sobre los cuales MAPA construyó el paisaje mexicano responden a la necesidad social de hacer que el lector se identifique con ellas. La imagen fotográfica era accesible a casi todo el mundo, y su reproductibilidad cambiaba o alteraba el mensaje de una foto, pudiendo decir lo contrario de lo que originalmente representaba (Freund, 2014:186).

Si la iniciativa privada quería consolidar una alianza a favor del uso del coche, la promoción del viaje entre particulares y el gusto por el paisaje mexicano visto desde el auto y al alcance mediante la apertura de las carreteras (Mendoza, 2017:149), la imagen del paisaje mexicano les debía servir de base para vender sus productos pues en la imagen fotográfica se registra una forma de la realidad (Freund, 2014:186).

Para el lector, la imagen que ve a través de la revista era una prueba irrefutable de la realidad (*Ibídem*:186). Por ello, desde su función como medio de reproducción, la fotografía ha democratizado la imagen volviéndola accesible a todos y al mismo tiempo, cambiaba la percepción en torno a lo real, siendo usada por los productores como publicidad, para ofrecer más que una simple representación. La sobreabundancia de paisajes desempeñó un papel peligroso que creaba necesidades, vendía mercancías y modelaba pensamientos (*Ibídem*:186).

La iniciativa privada y el gobierno federal abogaron por la promoción de las regiones “pintorescas de México” a partir de la exploración del espacio (Mendoza, 2017:152), dejando el camino abierto a la construcción de una cultura de lo nacional a partir de las fotografías, mapas y reportajes. Por ello la revista MAPA a partir de diversos artículos sobre distintos lugares presentó una variedad de viajes a los lectores, con salidas que requerían de una mayor planeación y organización por parte del viajero y, sobre todo, con base en información puntual que se ofrecía a los lectores en las páginas de la revista (*Ibídem*:152).

Tanto la información como las imágenes transmitían ideas para el viaje, por lo que rápidamente se volvieron serias recomendaciones para el viajero en las siguientes ediciones. Por ello, en cada edición de la revista existía una pluralidad de opciones con diversas rutas que contrastaban el paisaje, por su clima o por los vestigios culturales (*Ibídem*:153) y que visualmente ofrecía múltiples fotografías de paisajes de un mismo sitio.

¿Por qué era necesario el presentar tantas imágenes de un mismo lugar? No hay imagen sin imaginación (Didi-Huberman, 2013:9) y en el sentido constitutivo de la imaginación, su capacidad de realización radica en la manera en que las imágenes toquen lo real⁴² (*Ibídem*:10); hablar de la imagen es reconocer la habilidad selectiva de la mirada para reconocer solo ciertos rasgos de los lugares que interesaban

⁴² Con esto, Didi-Huberman se refiere a lo que ocurre cuando una imagen entra en contacto con la realidad y lo real, por lo tanto, el autor se pregunta si una imagen revela u ofrece unívocamente la verdad de esa realidad (Didi-Huberman, 2013:10).

desde el punto de vista geográfico (Troncoso, 2013:227) y que sirvió para orientarse en el pensamiento en torno a lo que es real.

En la construcción del paisaje interviene de manera decisiva un acervo de información visual o conjunto de imágenes generadas por prácticas culturales, que buscaron orientar, de manera intencional las formas en que se percibía el espacio. Entre las estrategias de señalar, indicar, sugerir qué hacer y cómo llevar a cabo la experiencia del viaje, la revista MAPA generó una gran cantidad de información visual que a la vez, estaba en estrecha relación con otra expresada textualmente y que ayudaba a el viajero a distinguir e identificar las imágenes de los lugares, generando un registro único para cada uno de ellos.

Así la integración de las diversas secciones de la revista MAPA, con los elementos visuales que componen a los atractivos geográficos, participaron en la promoción de la cultura de viaje y la construcción de paisajes mexicanos. Las publicaciones de la revista instalaron, reforzaron o sugirieron ideas acerca del lugar y ciertas formas de apreciarlo (*Ibídem*:230) y también de enseñar la geografía mexicana de un modo disintió al implementado por el sistema educativo, aprehendiendo de forma práctica y directa las formas y contenidos del país a través de la exploración del territorio; por lo que la sobreabundancia de paisajes de un mismo sitio en la revista MAPA puede entenderse como respuesta a los rápidos cambios espaciales que sucedían en el territorio mexicano, en específico a estos sitios que la revista MAPA posicionó rápidamente como lugares comunes a partir de sus rasgos rurales y urbanos, fueron representados ante la necesidad, el gusto, el conocimiento y el descubrimiento de México a través de sus paisajes.

Conclusiones

Sin duda el estudio del uso de la imagen en la geografía desde su aspecto cultural, permite entender la manera en que las sociedades se relacionan con el espacio geográfico. Por ello, la geografía cultural ha encontrado en el estudio del paisaje una manera de analizar cómo las diferentes culturas construyen y representan los lugares a lo largo del tiempo y del espacio.

A lo largo de esta investigación, se ha situado el estudio del paisaje en la geografía cultural, abordando a la imagen como su tema central. Analizar la imagen gráfica del paisaje en diferentes formatos, como la fotografía, la tarjeta postal o su uso en revistas ilustradas, nos lleva a plantear la siguiente pregunta: ¿cómo orientarse en el pensamiento geográfico a través de las imágenes?

Si bien, en el paisaje se representan las transformaciones colectivas que el espacio ha tenido a lo largo del tiempo, no todas ellas permanecen. Por ello, se dice que la identidad interioriza las imágenes y representaciones simbólicas a las que se les impregna una fuerte carga afectiva; esta afectividad es la que da forma a los lugares y también la manera en que se registran y representan.

El paisaje se vuelve entonces un medio para expresar lo que se construye desde el imaginario social y por tanto, mostrar lo que debe ser visto. Situar la importancia del estudio de la imagen dentro de la geografía, es ver al paisaje como un elemento gráfico con un contenido cultural, que plantean la relación entre la geografía y la cultura visual.

En ese sentido, la construcción gráfica del paisaje en cada individuo dependerá de cómo interprete los símbolos culturales que le son transmitidos sobre un lugar determinado. Así, aunque no se sea parte de la comunidad, una persona ajena a ella puede tener una percepción de las imágenes que la construyen; en ese sentido, Franz Mayer, al igual que otros fotógrafos destacados de México en la primera mitad del siglo XX, eran extranjeros y, sin embargo, lograron construir una imagen de México que consolidó el nacionalismo cultural a través de geosímbolos.

En el caso de Franz Mayer, la representación de los geosímbolos se dio a través de la representación fotográfica como una práctica lúdica. En las fotografías sobre paisaje urbano y rural se pueden identificar los rasgos que caracterizaban a cada uno de estos ambientes y que casi siempre remitían a los estilos de vida característicos de cada lugar. En el paisaje representado podemos ver una transición entre los viejos estilos de representación que ofrecían una imagen pictórica de México y sus recursos, frente a una visión moderna del México posrevolucionario cuyas técnicas de composición fotográfica buscan una imagen de unidad nacional, que mostrara los logros políticos, económicos y sociales alcanzados por las nuevas instituciones oficiales.

Aunque no todos podían ser fotógrafos, la reproductibilidad técnica permitió que la imagen fotográfica llegara a más personas en diferentes formatos y precios. Uno de ellos fue la tarjeta postal, en cuya fotografía de paisaje se difundían los gustos de la élite mexicana. Lo que vemos en una postal es lo que otros ojos consideraron merecía formar parte de la memoria colectiva por lo que en muchas de las postales de la compañía México Fotográfico, se representan y de cierto modo atrapan, en una imagen, los rasgos urbanos de progreso y estabilidad de una naciente sociedad en construcción.

En torno a estas imágenes atrapadas en la postal se construye un discurso visual, como en el caso de las postales de Guadalajara y la Ciudad de México, en donde los rasgos culturales difundidos desde las instituciones oficiales para la consolidación de una identidad, cargaban a las imágenes con una afectividad y emotividad que las articulan a la subjetividad con los geosímbolos consolidando una tonalidad espiritual sobre el paisaje.

El análisis de esta tonalidad espiritual del paisaje para el estudio de la imagen desde la geografía, sugiere mirar a los elementos físicos y culturales que la conforman como geosímbolos que, a partir de su poder afectivo interiorizan el paisaje. Para lograrlo, a la fotografía de paisaje se le usó como una estrategia para conocer a México. Fue la iniciativa privada quien promovió la idea de vivir el paisaje a través de la cultura de viaje a través de las revistas ilustradas.

Una de estas publicaciones fue la revista MAPA, la cual invitaba al viajero a ir en busca de los rasgos geográficos seleccionados para recorrer el territorio mexicano. Para lograrlo se produjeron cientos de fotografías intentando relacionar a los lectores a un paisaje mexicano asociado a una oferta de contenidos de orden natural y cultural, orientando al lector al consumo de artes gráficas.

La iniciativa privada buscaba la participación de aquellos estratos sociales que podían adquirir un automóvil y con él, participar en la exploración del territorio mexicano a través de itinerarios de viaje. La editorial buscaba mostrar una realidad espacial que no existía fuera de la imagen percibida dentro del viaje programado, por lo que hizo atractivo cada lugar a partir de lo visual; este atractivo transmitía información que permitía una primera interacción entre el lugar y el viajero, generando imágenes que completaban la experiencia del viaje, por lo que el paisaje representado se construyó en función de la capacidad del lector para reconocer las imágenes de paisajes como atractivos, pero también en la habilidad para reconocer ciertos rasgos de interés desde un punto de vista geográfico.

Por eso, la construcción de imágenes de paisajes no solo respondía a la necesidad de educar la mirada del lector en el reconocimiento de aquellos elementos visuales que eran creados desde los imaginarios sociales, sino también a los rasgos que la élite mexicana consideraba como propios de la imagen del país, por lo que la construcción del paisaje mexicano a través de la representación gráfica en diferentes formatos, invitaba al lector a explorar México como una actividad recreativa que se convirtió en una excelente opción pedagógica para conocer y aprehender la geografía de forma práctica y directa.

Fuentes

Archivos

Museo Franz Mayer, área de acervos documentales, Fondo Fotográfico, Colección Museo Franz Mayer, Ciudad de México

Instituto Nacional de Antropología e Historia, Fototeca Nacional, Colección Vicente Luengas, Pachuca, Hidalgo

Biblioteca Nacional de México, Ciudad Universitaria, Ciudad de México

Hemeroteca Nacional de México, Ciudad Universitaria, Ciudad de México

Bibliografía

Aboites Luis, y Loyo. E. (2010). La construcción del nuevo estado 1920-1945. En E. Velásquez, *Historia general de México* (págs. 269-330). México: El Colegio de México : Camara de Diputados, LXI Legislatura.

Aime, M. (2015). *Cultura*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo editora.

Arredondo, M. (2005). *Mexicanidad versus identidad nacional*. México: Universidad Autónoma del Estado de Morelos; Plaza y Valdés.

Bachelard, G. (2002). La poética del espacio. En S. Y. (ed.), *Poéticas del espacio* (A. F. Lera, Trad., págs. 51-66). Barcelona: Editorial Gustavo Gili.

Benjamin, W. (2008). *Sobre la fotografía*. Valencia: Pre-Textos.

Berdoulay, V. (2012). El sujeto, el lugar y la mediación del imaginario. En A. Lindón, y D. Hiernaux, *Geografías de lo imaginario* (págs. 49-65). Barcelona; México: Anthropos; Universidad Autónoma Metropolitana unidad Iztapalapa.

Berger, J. (2016). *Para entender la fotografía*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.

Billeter, E. (1998). Fascinación por México. En *Franz Mayer fotógrafo* (págs. 65-72). México: Museo Franz Mayer; Artes de México.

Borja, R. (2012). *Enciclopedia de la política (tomo II)*. México: Fondo de Cultura Económica.

Breheme, H. (1990). *México pintoresco*. México: Miguel Ángel Porrúa.

Cabrales, L. F. (2011). Las panorámicas urbanas mexicanas: representación del paisaje cultural. En C. Herrejón, *La formación geográfica de México* (págs. 126-178). México: Dirección General de Publicaciones del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.

Campos, K. (2016). El paisaje del pedregal de San Ángel en la Ciudad de México. *Geocalli Cuadernos de Geografía*, (33), 15-98.

Caro, J. (1990). *Arte visoria*. Barcelona: Tusquets Editores; El Urogallo.

- Claval, P. (1999). *La geografía cultural*. Buenos Aires: Eudeba.
- Claval, P. (2002). El enfoque cultural y las concepciones geográficas del espacio. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*; (34), 21-39.
- Claval, P. (2012). Mitos e imaginarios en geografía. En A. Lindón, y D. Hiernaux, *Geografías de lo imaginario* (págs. 29-48). Barcelona; México: Anthropos; Universidad Autónoma Metropolitana unidad Iztapalapa.
- Contreras, C. (2005). Pensar el paisaje: Explorando un concepto geográfico. *Trayectorias*, (17), 57-69.
- Corgrove, D. (2002). Observando la naturaleza: El paisaje y el sentido europeo de la vista. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, (34), 63-89.
- Crary, J. (2002). Modernización de la visión . En S. Y. (ed.), *Poéticas del espacio* (págs. 129-146). Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- Debarbieux, B. (2012). Los imaginarios de la naturaleza. En A. Lindón, y D. Hiernaux, *Geografías de lo imaginario* (págs. 141-157). Barcelona; México: Anthropos; Universidad Autónoma Metropolitana unidad Iztapalapa.
- Debord, G. (1995). *La sociedad del espectáculo*. Santiago de Chile: Ediciones Naufragio.
- Debroise, O. (2005). *Fuga mexicana: un recorrido por la fotografía en México*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- Didi-Huberman, G. (2013). *Cuando las imágenes tocan lo real*. Madrid: Círculo de Bellas Artes.
- Diego, E. d. (2014). *Rincones de postales*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- Dorotinsky, D. (2008). Revistas mexicanas ilustradas 1920-1960. *Alquimia*, (33), 7-10.
- Eder, R. (2001). Modernismo, modernidad, modernización: pieza para armar una historiografía del nacionalismo cultural mexicano. En R. Eder, *El arte en México: autores, temas, roblemas* (págs. 341-371). México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes; Lotería Nacional para la Asistencia Pública; Fondo de Cultura Económica.
- Escorza, D. (2008). *Fotografía e historia un modelos para armar*. México: Instituto Nacional de Antropología e Historia.
- Fernández, F. (2000). *Europa y el urbanismo neoclásico en la Ciudad de México: antecedentes y espeIndores*. México: UNAM; Instituto de Geografía; Plaza y Valdez.
- Fernández, F. (2006). Geografía cultural. En D. Hiernaux, y A. Lindón, *Tratado de geografía humana* (págs. 220-245). Barcelona; México: Anthropos; Universidad Autónoma Metropolitana.
- Fernández, F. (2013). La geografía humana y su enfoque cultural. En H. Mendoza, *Estudios de la geografía humana en México* (Colección:Geografía para el siglo XXI; Series Textos Universitarios: 13) (págs. 159-170). México: Instituto de Geografía;UNAM.

- Fernández, F. (2017). Caminar, dibujar. La marcha como origen del paisaje. En B. d. (Bogotá), *Decir el lugar. Testimonios del paisaje colombiano* (págs. 55-67). Bogotá: Banco de la República.
- Fernández, F. (2017). El paisaje como historiografía. La geografía cultural ante la lectura del espacio. En P. S. Urquijo, A. Vieyra, y B. Gerardo, *Geografía e historia ambiental* (págs. 53-67). México: Centro de Investigaciones en Geografía Ambiental (CIGA-UNAM).
- Fraser, G. (1999). La postal mexicana: ecos diversos. *La tarjeta postal. Artes de México*, (48), 8-15.
- Freund, G. (2014). *La fotografía como documento social*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- García Martínez, B. (2006). Veredas y caminos en tiempos del automóvil. *Arqueología mexicana*, XIV, (81), 66-69.
- Garza, G. (2012). Los antiguos espacios urbanos a través de una propuesta de la Geografía contemporánea. En M. Ortiz, y L. Tamayo, *El paisaje en los centros históricos: un legado cultural y perspectivas para su conservación en México y España* (Colección: Geografía para el siglo XXI; Series Textos Universitarios: 10) (págs. 41-50). México: Instituto de Geografía; UNAM.
- George, P. (1974). *Geografía urbana*. Barcelona: Ariel.
- George, P. (1980). *Geografía rural*. Barcelona: Ariel.
- Giménez, G. (2005). La concepción simbólica de la cultura. En G. Giménez, *Teoría y análisis de la cultura. Volumen I* (págs. 67-87). México: CONACULTA.
- Girola, L. (2012). Representaciones e imaginarios sociales: tendencias recientes en la investigación. En E. d. Garza Toledo, y G. Leyva, *Tratado de metodología de las ciencias sociales: perspectivas actuales* (págs. 441-467). México: Fondo de Cultura Económica; Universidad Autónoma Metropolitana.
- González, A. (2007). *Guía arquitectónica Zona metropolitana Jalisco*. Guadalajara: Secretaría de Cultura del Gobierno de Jalisco.
- Gortari, H. d., y Hernández, R. (1988). *La Ciudad de México y el Distrito Federal: una historia compartida*. México: Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora.
- Gruzinski, S. (2004). *La Ciudad de México: una historia*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Gullón, G. (2009). La estética del paisaje urbano. En J. Marrero, *Lecturas del paisaje* (págs. 143-155). Gran Canaria: Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, Servicio de Publicaciones.
- Hall, E. T. (2002). Convenciones visuales y visión convencional. En S. Y. (ed.), *Poéticas del espacio* (págs. 167-180). Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- Hiernaux, D. (2012). Los imaginarios urbanos: una aproximación desde la geografía urbana y los estilos de vida. En A. Lindón, y D. Hiernaux, *Geografías de lo imaginario* (págs. 87-103). Barcelona; México: Anthropos; Universidad Autónoma Metropolitana unidad Iztapalapa.

- Hiernaux, D., y Lindón, A. (2012). Renovadas intersecciones: la espacialidad y los imaginarios. En A. Lindón, y D. Hiernaux, *Geografías de lo imaginario* (págs. 9-28). Barcelona; México: Anthropos; Universidad Autónoma Metropolitana unidad Iztapalapa.
- Hoffmann, O. (2007). Identidad-espacio: relaciones ambiguas. En M. Estrada, y P. Labazée, *Globalización y localidad: espacios, actores, moviidades e identidades* (pág. 431). México: Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social.
- Hollman, V. (2008). Geografía y cultura visual: apuntes para la discusión de una agenda de indagación. *Estudios territoriales. Revista de geografía*, (7), 120-135.
- Jandra, L. d. (2012). *La mexicanidad: fiesta y rito*. México: Almadía.
- Kossoy, B. (2014). *Lo efímero y lo perpetuo en la imagen fotográfica*. Madrid: Cátedra.
- López, E. (2001). *La cuadrícula en el desarrollo de la ciudad hispanoamericana. Guadalajara, México*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara; Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente.
- López, L. (2010). La geografía cultural en México. En D. H. (Dir.), *Construyendo la geografía humana* (págs. 205-228). Barcelona; México: Anthropos; Universidad Autónoma Metropolitana unidad Iztapalapa.
- Maderuelo, J. (2006). Introducción: pensar el paisaje. En j. Maderuelo, *Paisaje y pensamiento* (págs. 5-9). Madrid: ABADA Editores.
- Marrero, J. (2009). Sobre lecturas del paisaje. En J. Marrero, *Lecturas del paisaje* (págs. 9-16). Gran Canaria: Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, Servicio de Publicaciones.
- Mendoza, H. (2015). El automóvil y los mapas en la integración del territorio mexicano, 1929-1962. *Investigaciones Geográficas, Boletín del Instituto de Geografía, UNAM*, (88), 91-108.
- Mendoza, H. (2016). Las guías urbanas: imagen e invención del espacio de la Ciudad de México. *Investigaciones Geográficas, Boletín del Instituto de Geografía, UNAM*, (89), 90-106.
- Mendoza, H. (2017). La construcción del paisaje mexicano en la revista MAPA, 1934-1940. *Revista de Geografía Norte Grande*, (68), 141-162.
- Mendoza, M. (2013). Mitos y realidades en México Pintoresco. *Alquimia*, (49), 31-43.
- Mirzoeff, N. (2003). *Una introducción a la cultura visual*. Barcelona: Paidós.
- Moholy-Nagy, L. (2002). Espacio: El espacio-tiempo y el fotógrafo. En S. Y. (ed.), *Poéticas del espacio* (págs. 205-222). Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- Monroy, R. (2010). Matices fotográficos en el México del siglo XX. *Antropología: Boletín oficial del Instituto Nacional de Antropología e Historia*, (89), 5-30.
- Monroy, R. (2013). Altocontrastes: fotografiar el paisaje de la gran ciudad. *Alquimia*, (49), 47-60.
- Montellano, F. (1999). Editores de ingenio y audacia. *La tarjeta postal. Artes de México*, (48), 24-29.
- Mraz, J. (2014). *México en sus imágenes*. México: Artes de México, CONACULTA.

- Muñoz, C. (2015). *El paisaje habitado*. Madrid: La Línea del Horizonte.
- Nogué, J. (2010). El retorno al paisaje. *Enrahonar*, (45), 123-136.
- Nogué, J. (2012). Intervención en imaginarios paisajísticos y creación de identidades territoriales. En A. Lindón, y D. Hiernaux, *Geografías de lo imaginario* (págs. 129-139). Barcelona; México: Anthropos; Universidad Autónoma Metropolitana unidad Iztapalapa.
- Nuñez, R. (2009). El paisaje exterior como paisaje interior en el poema. En J. Marrero, *Lecturas del paisaje* (págs. 79-92). Gran Canaria: Universidad de Las Palmas de la Gran Canaria, Servicio de Publicaciones.
- Ortega, J. (2000). *Los horizontes de la geografía: teoría de la geografía*. Barcelona: Ariel.
- Pantoja, A. (2007). La imagen como escritura. El discurso visual para la historia. *Norba. Revista de historia*, (20), 185-208.
- Ramírez, B., y López, L. (2015). Paisaje. En B. Ramírez, y L. López, *Espacio, Paisaje, región territorio y lugar: la diversidad en el pensamiento contemporáneo* (Colección: Geografía para el siglo XXI; Serie de Textos Universitarios: 17), (págs. 65-98). México: Instituto de Geografía; Universidad Nacional Autónoma de México; Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco.
- Rodríguez, J. (1998). Un ejercicio del silencio. En *Franz Mayer fotógrafo* (págs. 15-64). México: Museo Franz Mayer; Artes de México.
- Rodríguez, J. A. (2013). El paisaje de vuelta. *Alquimia*, (49), 4-8.
- Santos, T. d. (2012). Geografia e fotografia relação entre paisagem espaço e imagem. *Espaço & Geografia*, 15, (2), 517-549.
- Silveira, J. (2007). *Nacionalismo cultural y político: la doble cara de un proyecto único: Cataluña*. Barcelona: Universidad de Barcelona.
- Silvestri, G. (2011). *El lugar común*. Buenos Aires: Editora y Distribuidora Hispano Americana S.A.
- Simmel, G. (2013 [1904]). *Filosofía del paisaje*. Madrid: Casimiro Libros.
- Solórzano, T., y Rivera, C. (2009). Identidad. En M. Szurmuk, y M. Irwin, *Diccionario de estudios culturales latinoamericanos* (págs. 140-145). México: Siglo XXI Editores; Instituto Mora.
- Sontag, S. (2006). *Sobre la fotografía*. México: Alfaguara.
- Tamayo, L. M., y Ortiz, M. (2012). Los centros históricos desde la perspectiva del paisaje. En M. Ortiz, y L. Tamayo, *El paisaje en los centros históricos: un legado cultural y perspectivas para su conservación en México y España* (Colección: Geografía para el siglo XXI; Series Textos Universitarios: 10) (págs. 33-40). México: Instituto de Geografía; UNAM.
- Toussaint, M. (1974). *Arte colonial en México*. México: Universidad Nacional Autónoma de México; Instituto de Investigaciones Estéticas.

- Troncoso, C. (2013). Postales hechas realidad: la construcción de la mirada del turista y las imágenes que promocionan la Quebrada de Huamahuaca. En C. Lois, & V. Hollman, *Geografía y cultura visual: los usos de las imágenes en las reflexiones sobre el espacio* (págs. 223-250). Rosario: Protohistoria Ediciones; Universidad Nacional de Rosario.
- Tuan, Y.-F. (2015). *Geografía romántica. En busca del paisaje sublime*. Madrid: Biblioteca Nueva.
- Uribe, M. (2011). *Una aproximación a la Compañía México Fotográfico y la promoción del turismo a finales de los años veinte*. México: UNAM, Facultad de Filosofía y Letras, tesis de maestría en Historia del Arte.
- Wagner, L. (1999). Los trotes de el caballito. *La tarjeta postal. Artes de México*,(48), 52-57.
- Walker, J. A., & Chaplin, S. (2002). *Una introducción a la cultura visual*. Barcelona: Ediciones Universitarias de Barcelona SL.