

00424  
116 A



# UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

EL COMERCIO EN LA CIUDAD DE MÉXICO: UNA ACTIVIDAD CON TRADICIÓN (IMAGEN FOTOGRÁFICA DE TIANGUIS Y MERCADO)

Tesis para obtener el título de  
Licenciada en Ciencias de la Comunicación

PRESENTADA POR  
NORMA ANGÉLICA PÉREZ GASCA

DIRECTOR DE TESIS  
JULIO ALBERTO AMADOR BECH

*A computadora de un CD*



2003



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**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.

# PAGINACIÓN DISCONTINUA

B

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES**

**EL COMERCIO EN LA CIUDAD DE MÉXICO: UNA ACTIVIDAD CON  
TRADICIÓN (IMAGEN FOTOGRÁFICA DE TIANGUIS Y MERCADO)**

Tesis para obtener el título de  
Licenciada en Ciencias de la Comunicación

**PRESENTADA POR  
NORMA ANGÉLICA PÉREZ GASCA**

**DIRECTOR DE TESIS  
JULIO ALBERTO AMADOR BECH**

C

## DEDICATORIA.

A DIOS.

A mis padres, por traerme al mundo y por su apoyo incondicional.

A mis queridos hermanos, César y Estela.

A mis amigos: Carolina flores, Alejandra López, Ramón Jiménez y Osiris Morales, a quienes agradezco su sabio consejo.

A la profesora Adriana Egan por su apoyo y comprensión.

Por último al profesor Julio Amador a quien agradezco su paciencia y ejemplo.

**ÍNDICE**

<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>2</b>
<b>1. LA IMAGEN FOTGRÁFICA.</b>	<b>6</b>
1.1 INSTANTÁNEA O PUESTA EN ESCENA.	9
1.2 FOTOGRAFÍA DOCUMENTAL.	13
1.3 LA MUERTE DE LA FOTOGRAFÍA.	16
<b>2. TIANGUIS Y MERCADO. UN LEGADO HISTÓRICO.</b>	<b>22</b>
2.1 EXPERIENCIA FOTOGRAFICA.	30
2.2 TÉCNICA UTILIZADA.	34
<b>3. INTERPRETACIÓN DE LA IMAGEN.</b>	<b>34</b>
<b>CONCLUSIONES.</b>	<b>45</b>
<b>FUENTES BIBLIOGRÁFICAS.</b>	<b>47</b>
<b>APÉNDICE.</b>	
<b>LA IMAGEN. UNA APROXIMACIÓN CONCEPTUAL.</b>	

## INTRODUCCIÓN

La Gran cadena del ser - ¿qué es si no una cadena de imágenes?-  
Naum Gabo

La noción de acontecimiento se relaciona con información, es lo que sucede o se produce y en algunos casos tiende a repetirse, se mide por el tipo de información, relevancia y alcance que tenga con relación a las expectativas del entorno en que se produce. Existen acontecimientos privados, individuales dentro de la vida cotidiana, que suceden como el comercio en los tianguis y mercados que, comparados con los acontecimientos mundiales y nacionales, son más directos y tienen una relevancia más significativa, por la proximidad y las expectativas de los individuos afectados.

El comercio es una actividad inherente al ser humano que permite la comunicación, el movimiento y la acción de todo un engranaje social, cultural, cargado de tradición. Tradición plena de costumbres, ideas, instituciones que al ser constantes y universales convierten al comercio de tianguis y mercados en una práctica común y trascendental para la vida social.

Los tianguis y mercados se convierten en el pretexto para hablar de la imagen y más específicamente, de la fotografía, no sólo como imagen sino también como documento, como historia, como técnica, como información que se comunica e interpreta de múltiples maneras.

La imagen como elemento esencial, como estructura plana, bidimensional que conforma tres niveles de significación orientados a definirla, expresarla y comprenderla. Imágenes fotográficas sobre tianguis y mercados, tema que representó una buena opción para poder plantear el valor de la imagen como elemento de comunicación, de creación y análisis. Al mismo tiempo que la fotografía fue el vehículo que permitió un acercamiento con la vida y el transcurrir de la actividad comercial de tianguis y mercados, con los objetos y personajes que vistos muy de cerca, plantean un valor humano que va más allá de lo puramente comercial.

A partir del primer apartado se habla de la imagen fotográfica, se define y se entiende por su historia, por los avances de la técnica, por los múltiples significados, cualidades, valores y usos. La relación que tiene con las necesidades vitales del ser humano, con sus deseos más íntimos y sus miedos más inquietantes.

La imagen fotográfica al ser imagen es y se define por la técnica en que es producida y por los niveles de significación (formal que incluye un aspecto expreso, narrativo y simbólico) que Panofsky plantea en su libro *El significado de las artes visuales*.

La historia de la imagen fotográfica se ha definido a través del retrato y la instantánea como formas de creación fotográfica con ciertos contenidos que determinan un discurso. El retrato visto como puesta en escena, la instantánea como fotografía directa, captada al momento, son formas de abordar un tema dentro de un contexto y un estilo específico que se ha definido en la historia de la fotografía hasta nuestros días.

La imagen fotográfica siempre ha tenido un vínculo muy estrecho con el valor documental. La fotografía es ante todo testimonio de lo que representa, lo que ha sido, designa un hecho y se convierte en la prueba ineludible de lo que muestra. Así, a través de la instantánea o el retrato, la imagen tiene un valor documental.

También se plantean las argumentaciones en torno a la llamada muerte de la fotografía, basadas principalmente por el surgimiento de la fotografía digital, y las nuevas técnicas. Esto es, un mundo rodeado de simulaciones sobre la realidad. Dichas argumentaciones sobre el determinismo tecnológico ponen en entredicho una de las propiedades de la fotografía documental, su veracidad y apego a la realidad. De igual modo se reflexiona sobre el valor humano de toda creación, sobre el valor de la realidad misma como fuente inagotable de inspiración, para concluir que las tecnologías actuales ofrecen posibilidades de creación que pueden mezclarse entre las múltiples opciones.

El punto central es la reivindicación de la imagen en su esencia, que no cambia, no importando la técnica empleada para su producción, el contexto y el uso. Dichos aspectos no serán determinantes para que la imagen pierda su carácter como tal.

En el segundo apartado se habla sobre los tianguis y mercados, su definición, historia, tradición y procesos de cambio. Sobre la experiencia fotográfica y la interpretación de las fotografías presentadas en CD, en color y blanco y negro.

Imágenes que representan formas, variación de tonos debido al manejo de la luz, composición y expresión que surge como resultado del manejo de los componentes inherentes al contexto, son imágenes que narran una historia y son susceptibles a múltiples interpretaciones, son imágenes con un valor simbólico.

Siempre he pensado que las necesidades vitales inherentes al ser humano, el instinto de vida han hecho que las sociedades se desarrollen, que las culturas se transformen a la par que sus pensamientos, sus conocimientos incluidas sus tecnologías, pero más fuertemente, el miedo a lo desconocido, a las fuerzas que no puede controlar, han impulsado un sin fin de manifestaciones humanas que se relacionan y desembocan en un mismo lugar.

En este texto se hacen referencias a la necesidad vital del ser humano como principal impulso de las manifestaciones tecnológicas, de conocimiento, aplicación, uso y valor no sólo de la imagen como tal, sino de la fotografía y de los mercados y tianguis. De aquí que las argumentaciones sobre el determinismo tecnológico encuentren oposición con la idea del valor que tienen, los sentimientos, los deseos, las emociones, necesidades en general, sobre cualquier aspecto de la vida del ser humano.

Se plantea la cultura como principal motor de cambio y transformación en todos los ámbitos que involucran a la fotografía. Como elemento vital inherente al ser humano, se plantea lo impredecible de la vida que da impulso a la creación en sus distintas manifestaciones.

Por último, en la interpretación de las imágenes se pretende llegar a su esencia, a su valor intrínseco, tomando como referencia y pretexto los tianguis y mercados. Es importante señalar que la realización fotográfica en los mercados resultó muy difícil por lo que algunas fotografías son presentadas por su valor estético o su valor documental.

En el apéndice se define a la imagen como tal. La imagen recreada o reproducida, imagen visual, que traduce un espacio tridimensional en una superficie plana, bidimensional. Se plantea la visión natural del ser humano, la percepción como elemento básico para que la imagen se pueda realizar, para que el vínculo comunicativo entre imagen y observador se pueda establecer plenamente.

Visión, percepción, realidad, representación, imagen (plana, bidimensional, fija, limitada por el encuadre, el marco, la composición), aspectos importantes a considerar en toda imagen. Elementos que se conjugan para lograr un todo con valor significativo, simbólico.

Además, la imagen tiene un valor a través de los tres niveles de significación que Panofsky nos describe como: significación primaria o natural que comprende un nivel expresivo; significación secundaria o convencional, que se refiere al valor narrativo de la imagen; significación intrínseca o contenido, que plantea el valor simbólico de la misma.

A través de los tres niveles de significación que se plantean en el trabajo de Julio Amador Bech, *El significado de la obra de arte, un modelo interpretativo para las artes plásticas*, la imagen se entiende por la correspondencia entre forma y contenido. De la identificación de objetos, de cosas de la realidad (primer nivel de significación) se obtiene el nivel expresivo intrínseco en las mismas, de este modo, la forma, el color, el tono, las cualidades matéricas, la composición y expresión de la imagen se convierten en materia prima, básica e inseparable para entender la dimensión narrativa de la imagen (segundo nivel de significación). La imagen plantea un

discurso, es susceptible a múltiples interpretaciones. Todo este conjunto engloba un significado, un valor simbólico (tercer nivel de significación).

Los mercados y tianguis forman parte de un contexto cultural con una riqueza histórica. Pieza clave para la creación de imágenes son los colores, formas, tono, composición, cualidades matéricas y expresión. Imágenes que relatan el pasado a través del presente, imágenes que narran y son interpretadas a través de dichas cualidades formales y ser entendidas en un contexto, imágenes con una carga simbólica muy importante.

Por último es importante notar que el trabajo fotográfico en tianguis y mercados cerrados resultó difícil no sólo por las limitaciones físicas propias del lugar, sino también porque en general, la gente que participa dentro de la actividad comercial, se muestra con cierta desconfianza ante la cámara fotográfica.

Para realizar un trabajo fotográfico sobre tianguis y mercado, se requería mostrar una idea más o menos clara de lo que es y ha sido la fotografía para dar un soporte claro a las imágenes del portafolio. Sobre la imagen se intenta lograr un acercamiento conceptual, basado únicamente en el tipo de imágenes planas y bidimensionales, creadas a partir de una realidad tridimensional, ya que dicho término engloba una variedad de ideas sobre otro tipo de imágenes que sin dejar de serlo, corresponden a otro nivel de creación, origen y fundamentación teórica.

Sin duda alguna, el tianguis y mercados en la ciudad de México tienen una significación que va más allá de una simple relación comercial. La historia y la tradición de los mismos hacen reconocer que existe más que un vínculo comunicativo, de intercambio y movimiento social. Las imágenes intentan mostrar no sólo el color, la textura, el tono de las frutas, legumbres y mercancías en general, sino también el carácter de los rostros, el sentir individual de los personajes que actúan en la actividad comercial.

Por todo lo anterior, es necesario comprender y definir a la realidad, término que será uno de los más importantes hilos conductores del tema. En este trabajo se define como todo lo que existe independientemente de nuestra actividad conceptual, se refiere a una realidad objetiva de cosas, a la existencia de las mismas por lo que son verdaderas. Existe una realidad objetiva de hechos, cosas y acontecimientos comunes pero, también existe una realidad subjetiva en la que se involucran nuestra actividad conceptual, creencias, situación física y emocional que nos permite entender la realidad objetiva de una forma muy particular.

## 1. LA IMAGEN FOTOGRÁFICA.

My value lies in the fact that I am a man for whom the visible world exists.<sup>1</sup>

Harry Callahan.

La fotografía es ante todo una imagen<sup>2</sup> técnica, producto de la invención científica. La imagen fotográfica es producida por un aparato, la cámara fotográfica. La luz es captada a través de la cámara, sobre una superficie sensitiva que, a través de procesos ópticos, químicos, mecánicos y - actualmente también electrónicos y digitales- se convierte en imagen.

La cámara fotográfica contiene un diseño programado para su funcionamiento, son las posibilidades aplicadas a dicha cámara por parte de su diseñador, lo que permite obtener un cierto tipo de registro de imágenes. La técnica fotográfica cambia constantemente de acuerdo al momento y desarrollo de las sociedades, los estilos, los gustos y las propias necesidades.

La tecnología conlleva una relación cultural y social significativa porque se encuentra arraigada en los pensamientos que la generaron, al lenguaje y a una identidad: representa símbolos culturales. La fotografía representó en un principio el estar de acuerdo con los adelantos de la civilización, era símbolo de estatus social.

Las cámaras funcionan en razón de la industria fotográfica, la cual funciona en razón del complejo industrial; éste a su vez funciona en razón del complejo socioeconómico, y así sucesivamente.<sup>3</sup>

La cámara fotográfica vista desde la tecnología se convierte en símbolo que provee el material para nuestro lenguaje diario y nuestras formas de pensar, transmite significados que se hacen posibles por el conjunto de conocimientos, habilidades y materiales necesarios para modificar algún orden establecido o para lograr una conversión del mismo. Lo importante en todo caso es saber quién programa el aparato, para quién es programado y con qué finalidad. Junto con la cámara se obtiene el programa y sus cualidades útiles al momento de captar las imágenes.

La fotografía revolucionó los modos de comprensión del mundo. Las ideas, los estilos en que las sociedades se veían a sí mismas a través de la imagen también cambiaron. Con la invención de la fotografía surgió la incertidumbre al no saber qué términos utilizar para describir este nuevo género de imágenes. Se trataba de imágenes tan precisas que faltaba un léxico apropiado para describirlas. Se valoraban por su verismo más que por su realismo.

---

<sup>1</sup> Mi valor reside en el hecho de que soy un hombre por quien existe el mundo visible.

<sup>2</sup> Para mayor comprensión del término véase el apéndice al final del texto.

<sup>3</sup> Flusser, Vilém. Hacia una filosofía de la fotografía. Trillas. 1998. P. 29

...denota una importante modificación... por mejor decirlo una verdadera mutación de los modos de comprensión del mundo que implicó el enfrentamiento a esta nueva técnica, una revolución en el orden de las mentalidades.<sup>4</sup>

La fotografía además de poseer las características de cualquier imagen se define como un proceso de transferencias, de marcado o impresión, sobre un soporte gráfico de algo existente en la realidad. Las fotografías provienen de la luz que emana de los objetos, se convierte en huella, registro de lo que ha sido y no volverá a repetirse existencialmente.

La imagen fotográfica adquiere diferentes propiedades además de ser imagen técnica, se convierte en documento, en testimonio de algo, un acontecimiento de la realidad exterior es congelado en el instante y todo está cargado de signos tecnológicos inherentes a los procesos culturales de un momento histórico. La fotografía es un proceso inmerso en la cultura, en lo simbólico que emana de ésta.

La cultura se encuentra en cambio permanente, lento o rápido, se trata de un ajuste del hombre con su entorno. El desarrollo cambiará la cultura, los objetos ajenos y las prácticas sociales ajenas se inmiscuirán en las formas culturales de los individuos. El pasado se encuentra en el presente a través de los valores que incorpora la tecnología, ésta lleva en su creación una fuerza cultural formada históricamente, dicha fuerza está oculta en las acciones cotidianas de las personas comprometidas en un mundo tecnologizado.

...Por mucho que se proclame a la fotografía una forma de expresión personal a la par de la pintura, no es menos cierto que su originalidad está inextricablemente ligada a los poderes de la máquina...<sup>5</sup>

Los rasgos tecnológicos de la fotografía siempre han estado presentes. Placas de cobre pulidas cubiertas de plata que eran sensibilizadas con partículas de yodo, hasta ser expuestas en la caja oscura. Negativos a base de plata, cámaras réflex, lentes zoom, gran angular, lentillas y filtros de color. Papeles con diferentes texturas, película a color con diferentes sensibilidades. Cámaras digitales, películas avanzadas con sensores para ser vistas en computadora (advantix), CD'S, computadoras con programas especiales de diseño y manipulación fotográfica, escáners, entre muchos otros.

Todo esto no sólo representó un proceso químico, técnico y óptico, sino también un contexto cultural y social, cargado de un significado. Representaba un cambio en las formas de apreciación del mundo, de la realidad que ahora se comenzaba a hacer más accesible, el hombre reproducía la realidad con tal precisión que nadie dudaba de la veracidad de las imágenes.

<sup>4</sup> Debrouse, Olivier. (et-al). Sobre la superficie Bruñida de un espejo. FCE. 1989. P. 20

<sup>5</sup> Sontag, Susan. Sobre la fotografía. Edhasa. Barcelona. 1996. p.134

*Así, la silhouette, el fisionotrazo, la cámara lúcida* no sólo dieron paso a la cámara oscura y al *daguerrotipo* sino también representaron el antecedente ideológico directo de la fotografía. La óptica, la química, la mecánica se unieron ante la imperiosa necesidad de realidad.

Las imágenes no se representan en forma directa por medio de objetos sino por medio de operaciones materiales, perceptivas y reglas gráficas y tecnológicas. Pero la materialidad ha de tenerse en cuenta en su relación directa con la representación...<sup>6</sup>

El desarrollo de la fotografía revolucionó ciertos conceptos transportándolos a una nueva dimensión. Realidad, autenticidad, testimonio, huella, veracidad entre otros, son conceptos que se interrelacionan caracterizando las máximas fotográficas.

El tratamiento de la fotografía con su realidad nos lleva a sus múltiples interpretaciones. La fotografía no sólo se contenta en captar la realidad sino también interpreta la realidad, esto se debe a que existe un creador y un observador... "aunque en cierto sentido la cámara sí captura la realidad y no sólo la interpreta, las fotografías son una interpretación del mundo tanto como las pinturas y los dibujos."<sup>7</sup>

La fotografía es imagen que traduce los valores tridimensionales de la realidad en una superficie bidimensional. Como toda imagen, ésta se integra por la composición, formas, colores, texturas, tonos, cualidades matéricas y expresión. Tiene la capacidad de narrar y significar, tiene un valor simbólico.

Con esto se confirma una vez más que como toda imagen, la fotografía pertenece y se produce en el tiempo y a un tiempo determinado. Se estructura por momentos, fracciones de tiempo fugaces, cargados de hechos, de cosas, de acontecimientos que se traducen en la superficie plana como espacios, con formas, colores, tonos, composición y cualidades matéricas.

La fotografía contiene las características que toda imagen debe poseer no importando los medios con que fue producida. Los adjetivos, propiedades, usos y valores de la imagen fotográfica se obtienen posteriormente, de acuerdo a la variedad de representaciones de una sociedad. Todo adquiere un significado en la imagen, la técnica utilizada, el acto fotográfico y la imagen misma. Dicho significado estará determinado por el contexto en que se produce la imagen, por la ideología y el conocimiento de cada observador, lo que permitirá obtener múltiples interpretaciones de la imagen.

Existe alguien que produce la imagen con una intención, elige la técnica a utilizar, el tipo de cámara fotográfica y el soporte material en que se harán las impresiones (negativos en color,

---

<sup>6</sup> Vilches, Lorenzo. La Lectura de la imagen. Prensa, cine, televisión. Paidós, Barcelona. 1997.p. 28  
<sup>7</sup> Op.cit. Sontag.p.17

b/n, disco o soporte digital) con ciertas cualidades útiles para obtener cierto tipo de imágenes pertenecientes a un contexto, un momento, a hechos que provienen de la realidad, que serán traducidos a una superficie bidimensional y que tendrán las características de toda imagen (cualidades matéricas, composición, forma, tono, textura, colores y expresión) y que serán interpretadas por un observador, igualmente perteneciente a un contexto social y cultural específico.

Una de las necesidades cubiertas por la fotografía fue la capacidad de comunicar, de informar. Ésta tiene la cualidad de informar sobre cualquier temática y en cualquier contexto, inclusive dicha cualidad tiene mucho que ver con la forma en que logra su representación, (la forma, la composición, cualidades matéricas, tono, color, la expresión) y el acontecimiento que muestra a través de su superficie.

Fotografías que comunican, informan sobre lo que hay, nos muestran más de lo que nuestra visión pudiera percibir con una simple ojeada. Además de acercarnos e implantar una nueva forma de visión, la fotografía cumplió con la tarea de copiar el mundo, la verdad y, fue así como la fotografía se ha ido describiendo entre la sucesión de controversias dualistas, bien sea placa directa *versus* placa adulterada, fotografía pictórica *versus* fotografía documental, cada cual tiene una forma muy diferente de relación con el arte.

Básicamente la fotografía (junto con la pintura) cambia nuestro modo de mirar el mundo, impone nuevos esquemas formales o cambios en el esquema visual, al igual que son los medios que nos permiten tener la cualidad de presencia, esto como obra de arte y como formas de comunicación.

La capacidad de la fotografía para trasladar un detalle casi infinito, para captar más de lo que el fotógrafo mismo ve y para multiplicar esas imágenes hasta una cantidad ilimitada, han acercado al público a un sin fin de registros de imágenes, con una variedad de temas, detalles, motivos y formas. Las fotografías comunican porque son imágenes cualquiera que sea el contexto en el que se encuentre. La historia de la fotografía muestra y delimita los diferentes estilos en que se ha representado la realidad a través de la fotografía.

### **1.1 INSTANTÁNEA O PUESTA EN ESCENA.**

El primer acercamiento de la fotografía se establece a través de una dimensión formal de cosas, seres y de la relación entre éstos. Acercamiento que nos ayuda a identificar y clasificar motivos. Motivos que dentro de una historia y contexto social, se conforman como cánones estéticos que se aceptan como reglas técnicas y formales para la producción de imágenes.

Los motivos de las imágenes relatan una historia para exponer un tema o concepto, plantean un discurso que requiere de una interpretación. El discurso se da en un contexto socio-histórico que fija las preferencias y usos por ciertos motivos y temas, cánones estéticos y las técnicas utilizadas.

El discurso sobre la instantánea y la puesta en escena, dentro de la imagen fotográfica, nos lleva no sólo a la dimensión formal de este tipo de imágenes sino también a un concepto sobre las mismas. Dichas imágenes fotográficas narran un tipo de historia y nos dicen algo sobre cómo se produjeron para ser catalogadas como tales.

La puesta en escena tiene que ver con el retrato fotográfico, con la mitificación del sujeto a fotografiar, esto permite controlar todas las variables del espacio y del tiempo que intervienen en la realización de la imagen fotográfica. Existe un grado de complicidad entre el fotógrafo y el sujeto a fotografiar.

El retrato se convierte en un mecanismo teatral para crear una ilusión de realidad a través de figuras discursivas que impacten al espectador. El retrato más que una puesta en escena plantea un fin de motivos y discursos sobre la imagen fotográfica, en éste, se pretende ser como quisiéramos ser. Las imágenes colaboran con este sentir humano. Se mitifica la realidad.

La proliferación del retrato no sólo significó un salto cualitativo en las imágenes debido al mejoramiento en las técnicas, sino también con ello se inició un cambio en la conciencia de las sociedades. Verse a sí mismo y a los demás, el ego del sujeto como parte de su naturaleza es estímulo y razón para la creación de imágenes. La representación y la posesión de la imagen de sí mismo, exacerban el sentimiento de la propia importancia.

Los retratos impulsaron la autoafirmación de la burguesía urbana al proponerle referencias visuales, tanto en la esfera de lo privado como hacia lo público. Individualmente el retrato adquiere valores subjetivos y sentimentales, en lo colectivo, sirve de enlace como medio de comunicación visual, define actitudes y muestra un paisaje social.

Chevrier y Sagne, historiadores franceses se dedicaron a establecer un vínculo entre fotografía y retratado. Para Chevrier el autor de las imágenes es el propio retratado y es quien impone al fotógrafo sus actitudes, sus poses, sus chistes y sus disfraces. El autor intenta hacerse pasar por otro, se impone a sí mismo un estado de representación, se muestra tal y como no es.

El desarrollo del retrato no sólo marca una época, sino también manifiesta uno de los rasgos esenciales que definen a la fotografía, la de ser emanación de lo ausente:

...las imágenes - pinturas, grabados y fotografías - investidas de valores míticos se confunden con otras diversas "reliquias" y adquieren un estatus de "emanación" de lo ausente, de presencia, reafirmando así - no es la primera paradoja - la función original de la fotografía...<sup>8</sup>

La fotografía redujo la distancia geográfica y psicológica, el hombre se valló de los artificios de la puesta en escena para representarse. Se inventó nuevos rostros, trastornó su anatomía. Con el autorretrato se introdujo el exceso de las fantasías en el mundo objetivo y racional. Es la anticipación de la propia muerte.

La sociedad del siglo XIX se ha preocupado tanto, como ninguna, por la imagen y por la imagen del otro. Descubrirse de cuerpo entero, contemplarse y confrontarse con los ojos de los demás, agregó una noción de otredad que conlleva una serie de modificaciones culturales. Como medio de propaganda, la fotografía permitió un conocimiento más directo de lo real.

Los motivos imponen un estilo. La realidad se convierte en elemento básico para la producción fotográfica, ésta se convierte en instrumento de representación eficaz, es la forma de la realidad la que inspira los motivos, los estilos del momento, de una época. En cada una de las tendencias fotográficas la realidad tuvo un significado especial al momento de la representación.

En 1856 Nadar escribió acerca del retrato fotográfico, señaló el carácter de la fotografía como un descubrimiento maravilloso, de la facilidad de aprender la técnica y la dificultad de entender el sentimiento de la luz, la forma en que la luz juega con un rostro. Señala que no puede ser enseñado el cómo captar la personalidad de una persona, para lograr la intimidad, la comunión con el retratado (a).

Los retratos de familia fueron desde la aparición de la fotografía, objeto indispensable, como reafirmación de clase, como muestra del paso del tiempo, como necesidad de reconocerse ante la inevitable fatalidad de la muerte. Las fotografías constituyen la presencia vicaria de los parientes dispersos.

El retrato individual trajo consigo el retrato colectivo, las fotografías ampliaron su espectro de representación, los paisajes, monumentos arquitectónicos, la vida y costumbres de la gente adquirieron importancia. El paisaje adquiere nuevas e importantes dimensiones y aplicaciones. El paisaje retiene una idea de temporalidad, contiene unidad espacial, de acción y de tiempo.

Según Roger Brunet, el paisaje es lo que se ve y existe a través de la mirada, es un conjunto de objetos agenciados unos con otros, han sido producidos. El paisaje se ve como el resultado de

---

<sup>8</sup> Op.cit. Debroise.p.36

múltiples acciones, objetos, acontecimientos, fruto de prácticas sociales, lo que permite reconocer tipos de paisajes que a través de nuestra percepción plasmamos en imágenes.

El paisaje fotográfico se ofrece como revelación existencial, toma de conciencia de una sensibilidad ante el vacío, que la imagen se va encargar de llenar. Por ello el paisaje más vacío se llena de emociones, se convierte en medio de expresión genuino.<sup>9</sup>

Con la proliferación de los diferentes paisajes individuales y sociales surgió la instantánea. Las cámaras se dedicaron a duplicar el mundo, en los momentos de crisis, de cambios vertiginosos en el seno del paisaje humano. La fotografía es el medio eficaz para registrar lo que desaparece, no sólo los parientes y amigos preservados en el álbum familiar, sino también las fotografías de barrios, zonas rurales y monumentos arquitectónicos.

La fotografía directa, relacionada estrechamente con la instantánea es el medio eficaz para la captura de todo aquello que representa estar fuera de toda manipulación y arreglo como en el retrato y con la llamada fotografía artística.

El fotógrafo Sadakichi Hartmann define a la fotografía directa como la composición directa y perfecta que no requiere de ninguna manipulación. El resultado final de la imagen corresponderá al buen gusto, al conocimiento de la composición, al estudio sobre el color, la luz y la sombra, las líneas, formas, valores y división del espacio, que en el momento preciso se revelen ante los ojos del fotógrafo y pueda con su cámara captar dicho instante.

Una vez más, a través de la fotografía directa, encontramos reafirmado la dimensión formal de la imagen, en donde se establece una relación con los objetos, las cosas y los hechos en donde se manifiestan las formas, colores, tonos, cualidades matéricas, composición y expresión.

La instantánea se relaciona con el sentido de presencia, de visión directa, la imagen adquiere calidad como tal. La cámara portátil trajo consigo cambios en los métodos de trabajo, la fotografía abarcó un sin fin de temas que antes se consideraban limitantes, al igual que aumentó la producción fotográfica.

La visión fotográfica se amplió no sólo gracias a la aparición de nuevas cámaras fotográficas, lentes de mayor alcance y formas de impresión más rápidas, sino también a la concepción que sobre la realidad, el arte y los cambios sociales se tenía. Las cámaras miniatura ofrecían posibilidades estéticas y nuevos ángulos que se obtenían de la vida cotidiana.

---

<sup>9</sup> Debroise, Olivier. Fuga mexicana. Un recorrido por la fotografía en México. CNCA. 1998. p.80

En su momento, la instantánea se llamó *fotografía topográfica* por Frith, Wilson, Valentine y otros fotógrafos y se refería a la representación literal y directa de los aspectos más característicos de sitios y cosas. También se llamó *fotografía mecánica*, por Cornelius Jabez Hughes quien utiliza la palabra *mecánica* para señalar que todo es descrito exactamente como es, donde todas las partes son igualmente nítidas y perfectas.

Cuando se reduce el tamaño de las cámaras y éstas se pueden llevar en la mano, las llamadas cámaras de detective, permitieron tomar fotos de personas sin que lo advirtieran. Dichas imágenes se llamaron *snapshots*, para designar el acto de disparar sin calcular la puntería. En castellano se les llama instantáneas.

La instantánea nos acercó más con nosotros mismos, con lo humano. El interés por registrar costumbres que estaban por desaparecer o se consideraban anticuadas se acentuó más gracias a las cualidades de la instantánea. En su momento, Paul Strand (1917), escribió que la fotografía suponía un profundo respeto por los objetos a representar y que más que observar las limitantes del medio, era necesario reconocer sus cualidades potenciales, en donde la honestidad al igual que la intensidad de visión se convertían en requisito previo de toda creación. Esto supone que toda imagen se produzca libre de toda manipulación y sólo con los métodos de la fotografía directa.

La fotografía puede estar vinculada a las diferentes interpretaciones, estilos y necesidades de una época que la definirán como tal, pero hay una constante que siempre la va definir, que es una imagen y como tal no pierde los tres valores de significación, formal, narrativo y simbólico.

## 1.2 FOTOGRAFÍA DOCUMENTAL

El discurso de la instantánea trajo consigo una nueva visión de la realidad, las guerras tuvieron una dimensión diferente gracias a la fotografía directa. La fotografía tiene un valor de autenticidad al identificarse con un referente real, este nuevo enfoque daría a la imagen un enfoque documental. Dicho valor se encuentra en denominaciones como *photo live*, *candl photo*, *straitgh photo*.

La foto se entiende como un documento cuando tiene información útil sobre el tema específico que se estudia. Si nos apegamos a dicha definición se comprenderá que toda fotografía es un documento, no importando del tema a tratar. Las fotografías informan de una u otra manera sobre lo que muestran, informan de acuerdo a un código establecido por la imagen y por el contexto en que ésta se encuentra y es generada.

La palabra documento implica información, relación de un hecho que proviene de la realidad objetiva para hacer más convincente cualquier imagen, que desde una visión muy particular - la del fotógrafo- nos ofrece un estilo de interpretar y abordar un acontecimiento o situación determinada delimitado en el espacio y el tiempo.

El efecto documental, se manifiesta no tanto por la dominante de semejanza, o de fidelidad al modelo, sino por la consciencia del espectador y el modo de percibir las imágenes construidas según, los cánones del documental.<sup>10</sup>

Un trabajo fotográfico desde un enfoque documental comprende un carácter histórico, objetivo, realista e informativo, además debe transmitir un profundo respeto por los hechos y el deseo por crear una interpretación subjetiva del mundo en que vivimos, como sería la opinión, la relación con el lugar y la gente, las reflexiones acerca de la realidad que en ese momento estaba viviendo el fotógrafo, sus conflictos y la visión de una situación determinada.

El resultado de la fotografía documental es una interpretación de la realidad que permite ejercitar sistemas simbólicos y culturales, estar conscientes de un modo interconectado de pensar y, se articula para provocar una determinada reacción frente a las imágenes y lo que ellas representan. Ésta descubre y registra para la historia, lo que los seres humanos no han podido percibir, de este modo constituye uno de los medios que por excelencia contiene elementos informativos.

En el siglo XX la fotografía ha significado el medio que contribuye a ampliar el ámbito de la representación de la verdad en el espacio público y en el personal. A través del retrato y la instantánea, en los diferentes contextos, temas y géneros, lo único importante a considerar sería el planteamiento de un nivel más profundo y abstracto de la fotografía, donde se organiza su sentido y donde cobra forma la significación.

"Para Aaron Siskind, el desafío de la fotografía directa está en la transformación de la temática cotidiana en composiciones abstractas y autónomas."<sup>11</sup> La fotografía como medio de expresión y comunicación abarca los diferentes aspectos de una realidad cambiante. El tratamiento de dicha realidad a través de composiciones abstractas, significa imágenes aisladas, extraídas de lugares comunes y, concebidas para mostrar su belleza o concepto más profundo y universal.

El término de abstracción que aquí se propone es el que se refiere a cualquier objeto, acontecimiento o idea que son universales porque se refieren a una multitud de casos y se convierten en abstracción cuando dicho material es destilado hacia una clase de entidad más compleja.

---

<sup>10</sup> Lcdo. Margarita. Documentalismo fotográfico. Cátedra. Madrid. 1998. p.61

A través de las imágenes sobre tianguis y mercados se intenta reafirmar el valor de la fotografía no sólo como forma de comunicar, acerca de un tema que involucra todo un engranaje social y cultural, sino también, acerca de cómo en los tianguis y mercados existe un sistema de comunicación a través de formas, colores, texturas, cualidades matéricas, composición y expresión, inherentes a los objetos que han sido parte de una tradición que se traduce y se reproduce bajo las nuevas circunstancias que el momento impone.

Cualquier cambio en la técnica fotográfica, con sistemas avanzados de captación de imágenes, establecerá una nueva relación con la realidad. Si en el comienzo la noción primitiva de la eficacia de las imágenes presumía que las imágenes poseían las cualidades de las cosas reales, ahora adjudicamos a las cosas reales las cualidades de la imagen, de aquí precisamente la crisis que atraviesa actualmente el concepto de realidad.

Realidad según quién, cómo, cuándo y dónde. Se trata de un fragmento de la realidad que se observa en los mercados y tianguis, su devenir diario, la esencia que los justifica y les adjudica un lugar dentro de nuestra cultura y tradiciones. Realidad que puede ser abordada por las cámaras más avanzadas en cuanto a captación de imágenes, ser registrada en los soportes digitales más sofisticados y ser tratada de acuerdo a una variedad de contextos y usos. Realidad en imágenes con una cualidad muy especial: de ser portadora de fragmentos de un tiempo y un momento especial de vida, de una visión muy particular.

El documental confirma uno de los principios básicos inherentes de la imagen, ser una representación e interpretación, cuyas formas pueden cambiar con los avances de la tecnología, así como los estilos y enfoques, pero la esencia básica de la imagen sigue latente (como un sistema de significados por la forma, color, tono, cualidades matéricas, composición, expresión, por la narratividad y por su aspecto simbólico). Aspectos relacionados con algo profundamente arraigado que tiene que ver con el valor y el sentido de la vida.

Habrá foto documental por medio de retratos, por medio de instantáneas, no importa el tratamiento, el estilo, la técnica, se trata de imágenes necesarias en la vida individual y social del ser humano. Las sociedades crean, amplían y diversifican sus formas de representación con los avances de la tecnología, para acercar o alejar más sus interrelaciones, con el fin de comunicarse e informar más eficazmente, siempre de algún modo y bajo ciertas características y contextos, de acuerdo a las tradiciones y cultura en donde se arraigan los valores y formas de pensar, para ser manifestados siempre y bajo cualquier circunstancia como imágenes. ¿Cómo sería la vida del ser humano sin imágenes?

---

<sup>11</sup> Newhall. Beaumont. Historia de la fotografía en el siglo XX. De la fotografía artística al periodismo gráfico. G.G. 1978.p.282

### 1.3 LA MUERTE DE LA FOTOGRAFÍA

La llamada muerte de la fotografía tiene que ver con los avances tecnológicos de la fotografía digital:

Las nuevas tecnologías se asocian con un discurso visual absolutamente nuevo, se afirma que este nuevo discurso ha transformado profundamente nuestras ideas de la realidad, conocimiento y verdad...<sup>12</sup>

La idea sobre la muerte de la fotografía se basa en el hecho de que ya no será necesario partir de una realidad exterior para la creación de una imagen, ésta podrá ser manipulada con mayor facilidad hasta conseguir una imagen completamente diferente al original. Se piensa que el fotógrafo estaba restringido en su labor al ser un simple grabador de la realidad, con las nuevas tecnologías, él podrá hacer uso de su imaginación para crear sus propias imágenes sin depender de la realidad. Así aparece una nueva forma de entender al nuevo fotógrafo y su relación con la realidad.

Con el modernismo, la fotografía revela el mundo, produce lo nuevo, la cámara es una extensión del ojo que se acciona en el momento decisivo para lograr y revelar la verdad del momento, la realidad objetiva. La fotografía valida la experiencia de haber estado ahí, es la evidencia de un mundo cambiante. Con las tendencias contemporáneas se plantean de manera escasa referentes históricos estables, cultivan la variedad de la incoherencia, las imágenes actuales tienen una función polivalente, son eficaces en varios casos, debido a las nuevas técnicas descontextualizan a la imagen de su función para darle otro sentido.

El cambio en la tecnología de las imágenes se considera importante como un paso de la modernidad hacia nuevos rumbos. La imagen digital es la representación más adecuada a los cambios de esta nueva era que cuestiona la existencia del mundo real; es el mundo de los simulacros... "Frente a la "pérdida de realidad" debemos llegar a un acuerdo con "el mundo de las imágenes del mundo". "<sup>13</sup>

En su momento la fotografía instauró una forma de visión, los fotógrafos debían crear interés a través de nuevas decisiones visuales. La realidad se sometía al escrutinio y evaluación según el tratamiento en imágenes. Las nuevas tecnologías amplifican los poderes de la visión, cambian su naturaleza al incluir lo que se ofrecía como invisible o imposible de ver. Así, con las diferentes fases del trabajo por computadora se abre la posibilidad de ver cosas que de otra manera serían inaccesibles al ojo humano.

<sup>12</sup> Lister. Martín (Compilador) La imagen fotográfica en la cultura digital. Paidós. Barcelona. 1997. p. 50

<sup>13</sup> *Ibid.* p. 51

El imperativo tradicional de la fotografía química que dice la verdad a partir de la realidad, del encuentro con el mundo físico se enfrenta ahora con la tecnología digital que presenta la posibilidad de ofrecer imágenes reales de gente que no ha existido. Se trata de una simulación que como tal, es una creación. Simulación de presencia que nos coloca frente a una imagen por el objeto mismo, interactuamos con la imagen como si fuera un objeto del mundo real.

Tal parece que con la tecnología digital, las formas antiguas de representación han quedado atrás, del conocimiento a través de las imágenes se pasa al conocimiento a través de la simulación, los objetos ya no sólo se representan, sino que también se señalan, se revelan y pueden existir. La finalidad es crear un doble de la realidad, que se aproxime al referente tanto en apariencia como en propiedades y cualidades (invisibles) que posee.

El juego de la simulación no es nuevo, algunos fotógrafos como Nacho López realizaron fotografías dirigidas (Mujer bella), imágenes que aparentemente fueron tomadas directamente de la realidad y la espontaneidad del momento, no fueron mas que simulaciones. La diferencia es que ahora, con la tecnología se facilita más el trabajo. En este sentido y como apunta John Mraz, la simulación, en el caso de Nacho López, sirvió para provocar reacciones reales, con un nivel significativo muy particular.

Para Jean Baudrillard teórico francés, la realidad ha sido reemplazada por el mundo de la simulación, plantea que la simulación se experimenta como nuestra realidad colectiva no por ser engañados, sino porque la interacción social se ha reducido en su experiencia material. En otro sentido se plantea la crisis de la realidad por la falta de la conciencia del individuo, voluntaria o involuntaria.<sup>14</sup>

El determinismo tecnológico como visión unidimensional de los cambios sociales, ha promulgado los cambios sociales ignorando la importancia de las relaciones sociales existentes como la cultura, la división del trabajo, las diferencias sociales, los valores humanos, incluidos los deseos, miedos, alegrías, sentimientos todos que influyen directamente en cómo se utiliza o experimenta una tecnología.

Para tal efecto es importante valorar cómo una nueva tecnología se inserta en las relaciones sociales y culturales imperantes, y cómo ésta influye sobre su transformación. Para Benjamin, por ejemplo, una novedad técnica afectará a las formas en que la concebimos con respecto a la novedad social.

---

<sup>14</sup> Baudrillard, Jean. en su libro, El crimen perfecto. ANAGRAMA. Barcelona. 1996. Amplia el tema de la realidad ante lo que él llama las hazañas tecnológicas.

Los cambios sociales, de percepción de la realidad y de la conciencia no son determinados por una tecnología de manera aislada, sino en relación con los medios a los que desplaza y afecta. La aparición de lo nuevo es una reivindicación de lo viejo, al reivindicarlo lo transforma.

Para Benjamin existen dos formas de adaptaciones en que la gente se relaciona con las nuevas tecnologías. Una es, volver al pasado para desnaturalizar el presente, para recordar la promesa incumplida de tiempos anteriores. Algo cercano a la melancolía de los tiempos pasados, la otra forma suaviza el cambio, al presentar lo nuevo en continuidad con lo viejo. Las nuevas técnicas se tienen que amoldar a la forma de reacción ya que se trata de lo nuevo viejo, lo viejo mejorado.

La realidad no puede ser trastocada por la imagen digital en otra realidad, esta última es una creación al fin y al cabo de la primera, a ésta debe su razón de ser y, como ya se mencionó en el primer apartado, toda tecnología es calculada, deseada e inducida, surge en el seno de la cultura y los procesos sociales, nunca se desarrolla de manera aislada. Se requiere de una necesidad vital inherente al ser humano para que una tecnología pueda ser movillada, actualizada y desarrollada.

El cúmulo de significados creados tiene una correspondencia con determinados medios técnicos. Los significados se arraigan, nacen por la ideología y la imaginación que se manifiesta a través del valor que se le asigna a las cosas, a los hechos, en este caso a la tecnología. Los cambios tecnológicos se relacionan con los cambios ideológicos y los cambios en las formas de interpretación, factores que afectan a la imagen.

La realidad determina esa otra realidad basada en la simulación, esto afecta las formas de producción de imágenes y la interpretación de las mismas. La fotografía digital se desarrolló por alguna razón en especial, dicha técnica fue creada para permitir la creación de mundos inexistentes originados por una mente imaginativa. La razón que justifica dicha necesidad vital se ha de encontrar muy arraigada en el interior de los deseos humanos, tal vez más específicamente en el miedo a la muerte.

Las argumentaciones sobre la pérdida de lo real carecen de sentido cuando resulta imposible aplicar dichos cambios de manera general y particular a la vida cotidiana. Las experiencias del cambio tecnológico son diferentes según la identidad social, el lugar en que viven los individuos y la forma de convivencia.

El pasado se confirma en el presente, como sucedió con las vistas estereoscópicas, como sucede actualmente con las imágenes digitales con efecto tridimensional. El tiempo impone ciertas

transformaciones a las fotografías, son evaluadas, percibidas y utilizadas de manera diferente, las nuevas imágenes alteran nuestra percepción de las imágenes del pasado.

Las argumentaciones sobre la pérdida de lo real cuestionan el valor de la fotografía documental y, a este respecto se presenta el trabajo poco documental realizado acerca de la guerra del Golfo, en donde una bomba "inteligente" tomaba sus propias imágenes, de un trabajo tradicional de contacto subjetivo del fotógrafo con la realidad, se sustituyó por la evidencia y el punto de vista más confiable de una bomba videoguiada.

Confirmando que se trató de una bomba "inteligente", porque dicho artefacto no actuó de forma voluntaria, hubo alguien que la diseñó, la preparó y programó para tal efecto. Un ser humano se encargó de la manipulación al realizar las tomas, por sí sola, dicha bomba no pudo hacerlo sin tener un programa diseñado para tal fin.

La fotografía documental se ha enfrentado a cierta duda e incertidumbre contemporáneas como resultado de las nuevas técnicas. Se trata tal vez de momentos de adaptación a los cambios tecnológicos o de una revaloración de lo documental con relación a los nuevos planteamientos tecnológicos.

El documental más que otro género que aborda la realidad es afectado por los avances técnicos de la captación de imágenes. Éste ha ido cambiando y a la vez se ha convertido en partícipe de los cambios al grado de ser revigorizado por la autorreflexividad. Actualmente ¿cómo será posible conciliar las nuevas tecnologías digitales con el documental sin socavar los conceptos claves que le dan significado, como la realidad? Según las nociones de la época, la palabra documental muda de sentido, de terrenos de acción que son reconocidos y evaluados culturalmente.

El punto en cuestión sobre el uso de la fotografía y sus nuevas aplicaciones se relacionan con la referencia existencial de las imágenes del mundo. Las fotografías han proporcionado un modo de relacionarnos con el mundo, de modo cognitivo, emocional, moral y político... "la gama de expresiones emocionales posibles a través de las imágenes es tan amplia como las palabras." <sup>15</sup>

Todos los sentimientos y emociones guiados por nuestra capacidad de razonamiento, proporcionan la energía, el impulso para interpretar las imágenes y utilizarlas con fines creativos, morales y políticos. Tales sentimientos y preocupaciones no son importantes para la cultura contemporánea.

---

<sup>15</sup> Op.cit. Lister. p. 53-54

Ante las imágenes digitales lo importante es considerar que esta nueva visión contiene un significado específico, enfocado hacia el desarrollo de la creatividad, el saber aplicar los diferentes medios que tenemos a nuestro alcance, de acuerdo a nuestras propias necesidades. Siempre es importante considerar las posibilidades que cada medio ofrece, así como sus limitantes, pero sobre todo, con qué tecnología nos sentimos mejor.

Históricamente se ha demostrado que los cambios en la técnica fotografía y en cualquier contexto que se trate, se basan en la idea de que lo nuevo siempre es mejor que lo viejo. Lo cierto es que se trata de procesos de adaptación para que tanto lo nuevo con lo viejo convivan y sean aplicables en los diferentes ámbitos de acción.

Ante la frialdad que presenta el proceso de imágenes digitales, Berger pugna por la relación de la vista y la imaginación. Sin imaginación, el mundo se vuelve irreflexivo y opaco, Berger confirma el valor de la existencia, ya que ésta permanece. Argumentaciones que ponen de manifiesto la importancia que tiene recuperar nuestra relación con el mundo, con nuestra existencia, con las imágenes que surgen y nos conmueven por el deseo, por la emoción, porque están arraigadas a un instinto vital, la vida.

Ahora es importante considerar de qué manera se transformarán, serán re-evaluados, influidos y retomados los aspectos vitales que nos afectan interiormente como la tristeza, el miedo, el amor, el odio, la alegría, la compasión y el deseo ante la racionalización de la visión y las imágenes digitales.

Los acontecimientos se enfrentan a nuevos procedimientos fotográficos, como sucedió en el pasado, como se observa en el presente y se verá en el futuro. Nos enfrentamos a nuevas formas de interacción social con las nuevas técnicas que deben ser evaluadas con respecto al futuro de nuestras cualidades como seres humanos y a la pérdida de éstas por las tecnologías que al ser una prolongación de nuestros sentidos, al mismo tiempo los amenazan.

Lo anterior nos hace reconocer una verdad ineludible con respecto a nuestra relación con las nuevas tecnologías: ..."Se puede interactuar con los medios "interactivos" en sus términos, pero no se puede hacer que ellos interactúen *contigo* en los tuyos."<sup>16</sup> La bomba "inteligente" no siente, no se indigna ni se conmueve ante los horrores e injusticias de la guerra, no puede siquiera pensar que el blanco sobre el cual explotará, inevitablemente matará a seres humanos.

La realidad se confirma por lo irremediable, por lo que es y tiene que ser, en la guerra siempre existirán cuerpos mutilados y destruidos, siempre habrá seres humanos que sufran de hambre, de miedo y de incertidumbre, esta es la realidad que con las nuevas tecnologías de imágenes

---

<sup>16</sup> Op.cit. Lister. 324

debe ser traducida y abordada para que estemos en condición de darnos cuenta, de pensar y reflexionar, debe existir una forma en la que las nuevas tecnologías de imágenes ofrezcan esta posibilidad.

La fotografía debe ser abordada desde sus múltiples posibilidades, como técnica, como imagen que tiene que ver con aquello que nos mueve por dentro, como ese algo creado para mantener una relación con el mundo a partir del cual confirmamos nuestra existencia. La realidad se hace patente y se confirma por el hecho de estar vivos y poder hacer reflexiones como ésta. Nada puede sustituir a la realidad de vivir.

Antes de imponer las imágenes nuevas respecto de las imágenes viejas, debemos pensar en todas ellas como agentes activos dentro de su contemporaneidad. La coexistencia, la diversidad y multiplicidad de imágenes visuales, de modos de ver, son recursos imaginativos, que permiten un uso creativo de la interacción de diferentes órdenes de imágenes. Éstas nos permiten estar abiertos a la diversidad cultural, es más importante la visión en la experiencia cultural que la novedad tecnológica.

## 2. TIANGUIS Y MERCADOS. UN LEGADO HISTÓRICO.

...Teatro urbano en el que todos - vendedores y compradores - aportamos... curiosidad, búsqueda de vivencias, procuración de emociones, solidaridad...

Héctor Manuel Romero

El mercado es el comercio público efectuado en un lugar determinado, espacio para reconstruir tradiciones, valores y prácticas comunes. Es el encargado de organizar el aspecto principal de la distribución de los bienes y facilitar el encuentro entre productores y consumidores.

Conservado más de 500 años, el mercado indígena *tianquixtli*, hoy tianguis, guarda prácticas ancestrales, productos, funcionalidad, estructura, incluso el trueque. Ambos, tianguis y mercados se consolidan como espacios para la comunicación, la convivencia, se descubren sincretismos, pautas y comportamientos que conjugan la tradición con lo moderno.

El tianguis actual ha conciliado prácticas y valores de la sociedad occidental, como espacio de venta e intercambio de productos básicos entre los grupos indígenas de una comunidad pues son también:

...el lugar donde convive lo artesanal con lo electrónico, los pregones con altavoces, la música de "corridos" con los estridentes sonidos "metaleros" que emiten radiograbadoras en los diferentes puestos... los más variados productos no sólo regionales o nacionales, incluso internacionales son posibles de adquirir en aquéllos; no se diga el valor que entraña para los nativos de un lugar visitar dichos mercados, ya que son punto de encuentro y comunicación donde no sólo se comenta lo relativo a lo familiar sino que es común escuchar lo que acontece en el ámbito internacional...<sup>17</sup>

El *Tianquixtli* o *Tianquitzli*, palabra que designa mercado o plaza del tianguis mexicano, es una de las formas más antiguas de comercialización en México, mientras que los mercados funcionaban todos los días, el tianguis funcionaban cada cinco días. Entre los mercados importantes estaba *Tlatilulco*, hoy Tlatelolco, rodeado de hermosos pórticos y dividido en barrios, formando calles, donde se colocaban comerciantes foráneos, también se tenía el de *Tenochtitlan*, *Tetzco* y *Tiacopan*.

Tlatelolco era un espacio abierto rodeado de portales, se expedían gran variedad de artículos organizados de acuerdo al tipo de mercancías. En su interior había un *momoztli* o ídolo del tianguis. La actividad comercial prehispánica fue descrita por Hernán Cortés, Bernal Díaz del Castillo y autores anónimos.

<sup>17</sup> Castillo Nechar, Marcelino. El Tianguis de Toluca: una reminiscencia de los mercados prehispánicos. Universidad Autónoma del Estado de México. México. 1995p.19

En términos generales el tianguis de Tlatelolco es descrito como una plaza porticada que por su tamaño, se comparó con la plaza de Salamanca, en donde se reunían a comprar o vender alrededor de veinte o veinticinco mil personas que en día de mercado se incrementaban entre cuarenta y cincuenta mil. Había un orden por cada mercancía y para la venta de las mismas. Una organización de acuerdo a los productos, se vendía: oro, piedras de diversas clases engarzadas en oro con formas de pájaros y animales. Se vendían cuentas y espejos, plumas y penachos de colores que utilizaban para adornar y coser a los vestidos. Se podían encontrar las piedras con las que tallaban navajas y espadas; paños y vestimentas para hombres y en otro lado para las mujeres, calzado; se ofrecían animales como pollos, gallinas, huevos, codornices, ciervos, ocas y patos. Hortalizas, raíces y hierbas medicinales, frutas varias; leña para las casas; cal y piedras, entre algunas de las tantas mercancías descritas.

Había en la plaza una casa como de audiencias, donde estaban de diez a doce personas que se consideraban jueces y se encargaban de resolver las disputas entre los traficantes, además de juzgar los delitos cometidos en el mercado. El robo, el fraude en los contratos y el desorden en los negocios eran castigados severamente y con prontitud.

Hubo también mercados especializados, como el de la sal. El mercado de esclavos en *Azcapozalco* y el de *Iztocan*. Se trataba de espacios abiertos frente a los templos, a veces con algún edificio porticado, en donde se exponían las mercancías en calles y puestos desmontables.

Una de las formas de abasto se realizaba a través del almacenamiento en graneros que podían contener de cinco a seis mil o más cargas de maíz. Había trojes o alhóndigas en donde se guardaban semillas como maíz y frijoles, fardos de Chile y pepitas de calabaza entre otros, que servían en las épocas de sequía o crisis en la ciudad.

La actividad comercial se realizaba a través del trueque, con la compra y venta utilizando como moneda el cacao, distinto al que se usaba como bebida. Otra forma de cambio que servía de moneda eran pequeñas mantas de algodón destinadas para ese único efecto. La tercera forma de intercambio era oro en polvo o en grano, encerrado en cañones de pluma. Una última forma eran unas piezas de cobre en forma de "T" o piezas de estaños.

El mercado operó bajo el lema - *In Qualll, In Yectll* -, que significa - *Lo conveniente, lo recto* - que resume un principio moral de relación humana, que de forma individual se convierte en un derecho colectivo. Desde entonces, el *tianquixtli* ha representado una forma de relación comercial y de supervivencia, de comunicación en donde las relaciones sociales se manifiestan primordialmente.

Según Jacques Soustelle en el mercado de Tlatelolco se podía deambular de un lado a otro en esta fiesta comercial, hacer sus comidas, encontrar parientes y amigos, a lo largo de los pasadizos bordeados de artículos inestables, de frutas y telas multicolores desplegadas, discutir pausadamente con una indígena en cuclillas detrás de sus verduras que ha venido de las montañas para vender algunas pieles de animales o contemplar con envidia la prosperidad de un *pochtecatl* (comerciante) recién llegado de las fabulosas regiones del sureste, con sus plumas de guacamayo y sus joyas de jade translúcido.<sup>18</sup>

La figura del *pochteca* o mercader fue muy importante entre la sociedad azteca. El *pochteca*, según una descripción de los informantes de Sahagún: es viajero, traficante y vendedor, hace contratos, obtiene ganancias, encuentra lo que busca y es honrado. Se especializaba en la organización de caravanas para establecer relaciones comerciales y de intercambio con naciones muy alejadas del Valle de México. Sus funciones se basaban en un código jurídico y económico propio, fungía como espía y embajador, se encargaba de la organización de sistemas diversos de intercambio comercial, en la celebración de ceremonias religiosas en exclusividad.

Las ceremonias de los *pochteca* tenían que ver con el ritual y la mitología de los mexicas. En cuanto a las divinidades, se registran al menos quince nombres posibles y la mayoría de los autores coinciden en que *Yacatecuhtli* era el patrón principal de los mercaderes, bajo la cual se hacía culto a *Quetzalcóatl*. Torquemada proporciona otro nombre, *Iyacatecuhtli*, sinónimo de *Yacatecuhtli*, que significa 'de nariz aguileña', característica que define al mercader como persona con cierta viveza o habilidad para engañar, sabiduría y sagacidad.

Una vez consumada la conquista en 1521 y destruido el mercado de Tlatelolco por los conquistadores, la corona española decidió separar su relación de gobierno con los barrios indígenas para protegerlos de los abusos de los conquistadores. Los indios podían vender sus mercancías dentro de las plazas señaladas o fuera de ellas a ojo, sin pesas ni medidas.

En la colonia, las comunidades indígenas abastecían a la ciudad y daban servicios para su existencia mediante tributos y otras formas. Los indígenas tuvieron una posición semindependiente y sus actividades económicas se manejaron internamente durante el establecimiento del centro urbano.

La Plaza Mayor se convirtió en el mercado del virreinato. Debido a la gran actividad económica en la Plaza Mayor, el 15 de abril de 1524, se estableció un acuerdo en donde el Ayuntamiento concede a los dueños de los solares aledaños a la Plaza Mayor permiso para edificar portales en donde los mercaderes pudieran guarecerse de las condiciones climatológicas. Así surgió el Portal de los Mercaderes.

---

<sup>18</sup> Romero, Héctor Manuel. Del tianguis a la modernización de Coabasto. Coordinación General de abasto del D.F. 1990p. 18

Los españoles traían el zoco de influencia árabe, calles especializadas en talleres, comercios pequeños y la alcaicería. La mezcla del zoco, versión árabe del mercado popular y el tianguis, dieron origen a la Ciudad de las Plazas, plazas-mercado frente a algunos templos parroquiales o especie de recepción de productos como el frente de la Casa del Diezmo. En el virreinato los primeros tianguis se ubicaron frente a templos por tener éstos la función administrativa entre los indígenas.

Las alcaicerías nombre árabe del mercado alojado en un edificio cuadrado en forma de claustro con habitaciones, depósitos y tiendas para los mercaderes se convirtieron en la primera expresión del mercado público en la Nueva España. Al interior del palacio de Cortés se instaló una alcaicería que dio vida comercial y pública a lo que hoy se conoce como mercado público.

Al igual que en la época prehispánica hubo trojes para el almacenamiento de granos, durante la colonia, la alhóndiga se convirtió en una institución española de carácter municipal destinada a regular el comercio de los granos de primera necesidad. La primera alhóndiga de la Nueva España se estableció en 1573 y 1578. La Alhóndiga Mayor de la Ciudad de México estaba en el edificio del Ayuntamiento, con tres menores en San Antonio Abad, Tezontle y Puente de los Gallos.

De ser una posada donde se alojaban los comerciantes, se convirtió en depósito o almacén que vendía los granos dejados en consignación y por último llegó a ser un organismo público, regulador de los volúmenes y los precios en el comercio de cereales y harinas. Excluía al intermediario para que los productos pasaran directamente del productor al consumidor.

El Real Tribunal del Consulado, eje de actividad comercial que agrupaba a los grandes comerciantes se creó en 1552. Este organismo reglamentaba las relaciones económicas y dictaba sanciones a los mercaderes infractores. Se convirtió en núcleo de poder para las negociaciones peninsulares.

Al crecer la ciudad de la Nueva España, algunas zonas fueron habilitadas como zona de tianguis como El Volador, hoy Suprema Corte de Justicia (Av. Pino Suárez y Corregidora Josefa Ortiz de Domínguez) Plazuela Santa Catarina Mártir (calles Brasil y Nicaragua) Plazuela de la Candelaria (barrio de Atliampa) Plazuela de Santa Ana (calle de Perafilla y Matamoros) La Lagunilla que hoy subsiste.

El Volador fue considerado el mercado principal de la Ciudad de México. Se abastecían de semillas, verduras, frutas, flores, aves vivas y muertas, pescado fresco y salado y aguas frescas; mantas, rebozos, cintas, sombreros, algodón, dulces, frutas pasadas y secas, bizcochos, quesos

Otro gran centro de comercio es el Parián, voz filipina que se aplica en Manila al lugar en que vendían los objetos importados de Europa y la Nueva España. En la Plaza Mayor se construyó un Parián que pertenecía al Ayuntamiento, de planta regular y abarcaba 162,004 metros cuadrados de la Plaza Mayor al suroeste. A los comerciantes del Parián se les llamaba tratantes de Filipinas.

El Parián hacía las veces de un gran almacén de ropa, telas y productos artesanales selectos traídos de España y Manila, emporio de lujo y elegancia estaba constituido por una elite y actuaban como proveedores universales de chucherías, alhajas, confecciones, afeites y perfumes para las damas de la época, grandes consumidores de *alfileres*, como se decía entonces.

Consumada la independencia en 1821 y con la incorporación de las Leyes de Reforma a la Constitución en 1857, se dio impulso al desarrollo nacional. Se anularon las aduanas interiores, las alcabalas y los impuestos al consumo, para apoyar la expansión económica. Quedaron abolidas las monedas que no fueran de oro y plata, se fijó como unidad monetaria el peso fuerte o duro, compuesto de ocho fracciones llamadas reales.

Con las Leyes de Reforma en la Constitución, se impulsó el libre comercio, surgió el germen del comercio moderno, aparecen las tiendas departamentales, polarizando el comercio. También surgieron los mercados de Santa Ana, La Lagunilla, El baratillo y La Merced (en sustitución de El Volador) para los sectores populares.

El gobierno construyó mercados públicos para la reordenación del comercio callejero. El Ayuntamiento construyó el mercado de San Cosme en 1888, el de San Juan o Iturbide en 1889 y el de La Merced en 1890. En 1895 los de Martínez de la Torre, Santa Catarina, Santa Ana, Dos de abril, el Baratillo, San Lucas, Aguilita, Loreto, Candelaria de los Patos y la Lagunilla en 1905. Al incrementarse la producción y la ciudad en la década de los 50, el gobierno capitalino impulsó la construcción de modernos mercados públicos en los sitios donde tradicionalmente se encontraban instalados como el de La Merced, La Lagunilla, Jamaica entre otros.

La transformación profunda de los mercados del Distrito federal se emprendió con el presidente Ruíz Cortines a mediados de los cincuenta. Los mercados fueron construidos durante la jefatura del Departamento del Distrito Federal del Lic. Ernesto P. Uruchurtu. Dicha construcción se proyectó de acuerdo con las características de los productos, los que requieren refrigeración (carne, pescado) y los que requieren ser conservados (latería, abarrotes), los artículos de vestir, la jarclería, plantas flores y comedores populares.

Para 1952 la ciudad contaba con 263 mercados en las 16 delegaciones del Distrito Federal. Se considera que la construcción de los mercados públicos se llevó a cabo en el período de 1950-1970 y hasta 1985, especialmente para modernizar antiguas construcciones y reubicar a vendedores ambulantes y tianguistas. Los últimos mercados públicos se construyeron entre 1980 y 1989 en las delegaciones Coyoacan, Iztapalapa, Magdalena Contreras y Tlalpan.

A la par que se impulsaron los mercados públicos, con Luis Echeverría Álvarez se impulsó una visión de folclore demagógico y populista, los comerciantes volvieron a las calles. Surgieron los mercados sobre ruedas con mantas rosa mexicano, los tianguis aparecieron como mecanismo para eliminar el excesivo intermediarismo y así ofrecer productos más baratos.

Dentro del proceso de reubicación y cambio, surgieron bajo la tradición y la historia los llamados mercados típicos. La Merced, el mercado de Sonora, Jamaica, Tepito, La Lagunilla, el mercado de San Juan. Así se sentaron las bases para el comercio en la Ciudad de México. La Merced tiene una verdadera tradición mercantil, ubicada en el antiguo barrio de *Teopan* o *Zoquipan*, donde había un *tianquiztli*.

La Merced constituyó un centro económico importante y conservó su carácter hegemónico de los cambios económicos y sociales. El mercado fue creciendo, las bodegas, puestos, fondas, el número de comerciantes, surgieron las *marías* y las primeras asociaciones gremiales de defensa sectorial como la Sociedad Mutualista de Comerciantes en frutas y legumbres, fundada en 1925, conocida como Unión de Comerciantes en frutas y Legumbres.

Con la transformación llevada por Ruíz Cortines, La Merced representó un problema urbano y de sanidad por lo que se construyeron tres grandes mercados, el de Jamaica situado a corta distancia de La Merced, forma parte del mismo. Ubicado entre calzada de La Viga, Av. Francisco Morazán y las calles de Sevilla y Guillermo Prieto, surgió como centro especializado en verdura, flores, mariscos y pescado.

Los mercados se fueron ampliando y renovando constantemente, de La Merced como centro de abasto se pasó a la Central de Abastos construida en la delegación Iztapalapa, en los terrenos llamados La Chinampería, limitada al norte con el canal de Tezontle, al sur por calzada Ermita Iztapalapa, al poniente por la Av. Río Churubusco y al oriente por calzada del Moral.

En mayo de 1981 iniciaron las obras para edificar la Central de Abastos y se comenzaron operaciones el 22 de noviembre de 1982. La Central de Abasto tiene una superficie de 328 hectáreas, colinda al sureste con el primer cuadro de la ciudad y limitada por avenida De las Torres, Rojo Gómez, Eje 6 sur y Av. Churubusco.

La central opera como centro de una red nacional de abasto, recibe el 40% de la producción agrícola nacional y satisface el 80% de la demanda de productos perecederos de la zona metropolitana. La Central de abasto tiene como finalidad inducir la programación de la producción hortifrutícola, mejorar el ingreso de los productores, transparentar la comercialización y formación de precios, ordenar y modernizar la comercialización de frutas, legumbres, hortalizas, abarrotes y víveres, coadyuvar a que los consumidores de bajos recursos tuviesen acceso real a los productos perecederos básicos.

Se creó COABASTO (Coordinación General de Abasto y Distribución del distrito Federal) en 1983, con el objetivo de establecer estrategias concretas y específicas que permitan satisfacer las necesidades en materia de abasto y comercialización de productos básicos, de acuerdo con el Programa Nacional de Alimentación.

Con el programa de descentralización del gobierno del Distrito federal, se faculta a las delegaciones políticas para que puedan resolver en los ámbitos de su competencia la mayoría de los problemas sociales, políticos y urbanos. Ciertos ámbitos de decisión y acción serán administrados en forma directa por los gobiernos locales.

La descentralización contempla los 312 mercados públicos, como servicios públicos y generadores de empleo. El objetivo es que las delegaciones sean las operadoras de los mercados públicos y ejecutoras de todas las disposiciones legales que para tal efecto existen. Junto con la SEDECO definirán la utilización de los recursos generales para los mercados públicos y el mejoramiento de los mismos.

Los tianguis continúa vivo, en su otra modalidad como mercados sobre ruedas con mantas rosa mexicano pero bajo el mismo concepto, venta de perecederos (frutas, verduras, carne, queso, pescado, flores, abarrotes, entre otros) ubicados en zonas populares en donde el abasto es insuficiente.

Organizados en rutas y cuyas actividades son una vez cada cinco días, los tianguis y mercados sobre ruedas comparten y conviven en las calles de las diferentes delegaciones políticas de acuerdo a un horario y un reglamento establecido. Los tianguis tienen 96 rutas mientras que los mercados sobre ruedas 10 rutas.

Los tianguis de lona verde dependen directamente de la delegación mientras que los mercados sobre ruedas dependen de la Secretaría de Economía. En el Instructivo de Operación del Sistema Nacional de mercados Sobre Ruedas se establece el Acuerdo que fija las bases para el funcionamiento de los mismos publicado en el Diario Oficial del 5 de septiembre de 1978 (tomo CCCL no. 3).

El mercado sobre ruedas es un sistema de comercialización con puestos móviles que se instalan y se retiran diariamente en zonas convenientes a los consumidores, de acuerdo a las rutas, fechas, horarios y sitios que determina la Secretaría en coordinación con las autoridades del Gobierno del D.F. y entidades federativas.

El tianguis y mercado sobre ruedas tienen como objetivo evitar la intermediación de los productos, agilizar la comercialización de productos agropecuarios y pesqueros, así como orientar los hábitos de consumo de la población.

Bajo un registro correspondiente, los comerciantes, productores, fabricantes, distribuidores y comerciantes pueden participar bajo los diferentes giros permitidos, siempre y cuando los oferentes cumplan con las obligaciones establecidas en el acuerdo. Deben acatar los precios fijados en las cotizaciones, indicar ostensiblemente los precios, asegurarse de la calidad de los productos, indicar si son usados, reconstruidos o con deficiencias, utilizar el instrumento de medida adecuado. Los puestos deben ser con materiales que reúnan las condiciones de presentación e higiene.

En 1979 en el Diario Oficial del 3 de abril (tomo CCCLIII. Núm. 32) aparece un nuevo Instructivo de Operación del Sistema Nacional de Mercados Sobre Ruedas, en donde se establecen los giros comerciales y la regulación de los mismos. Éstos cuentan con personal oficial, coordinadores, inspectores y supervisores que se encargan de cuidar la organización y funcionamiento del mercado acorde con los lineamientos, analizar los problemas de la ruta y proponer soluciones, así como vigilar que los oferentes cumplan con las disposiciones normativas del mercado.

En cada ruta habrá una báscula de repeso que se colocará desde un principio de las operaciones y será de fácil acceso para los consumidores, al igual que un equipo de sonido. En el capítulo II de este nuevo Instructivo se establecen las responsabilidades de los oferentes ante la Secretaría de Comercio, así como los requisitos para el registro de operación, y las condiciones para la venta de los productos y la forma de operación dentro del mercado sobre ruedas y las sanciones aplicables en caso de incumplimiento o malos manejos.

Actualmente, tianguis y mercados sobre ruedas se han convertido en la característica que define una tradición nacional. Las formas de comercio prehispánico aún sobreviven entre calles de asfalto y el rugir de los autos, escolares, oficinistas y amas de casa, pregones, gritos, bullicio y movimiento, compra, regateo, el dinero se mueve constante y sonante, bolsas cargadas de todo, hasta la hora indicada. Festín de aromas, formas, colores y sabores.

## 2.1 EXPERIENCIA FOTOGRÁFICA

Las fotografías del mercado sobre ruedas corresponden a la ruta 7, ubicado todos los viernes en la calle de Francisco Sarabia, colonia Guadalupe en la Magdalena Contreras. Dicha ruta comprende: el sábado Calzada Vallejo y 100 metros, el domingo Indios Verdes, el lunes Santa Rosa Iztacala, el martes La Viga, el miércoles Peñón de los Baños y jueves Unidad Plateros.

Ubicados junto al mercado sobre ruedas, se encuentran dos tianguis, correspondientes a diferentes organizaciones, uno es el llamado Tianguis de la Guadalupe y el otro Tianguis del Viernes. Éste último recorre el sábado San Jerónimo, el domingo La Guadalupe, el lunes la calle de Hortensia y, tiene dos días de descanso a la semana.

Cada mañana, sobre las calles de la ciudad y de acuerdo al día y lugar establecido, comienza el peregrinar de diablitos cargados de costales y huacales con la mercancía. Sobre las calles conviven tianguistas de mantas verdes y rosa mexicano. También existe el mercado local, el que abre diariamente, por tradición.

Así son conocidos los tianguis en toda la ciudad, cada uno tiene su lugar y día establecido. De esta manera la ciudad se viste de color, que sombrea los productos, las formas de las frutas y legumbres, los granos y abarrotes, las carnes y demás perecederos. El cotidiano ir a la plaza hace referencia a una tradición ancestral, cuando los mercados se instalaban en las plazas principales.

Mientras que siempre estático e histórico, el mercado local permanece leal a los consumidores que acuden a éste diariamente y que lo hacen ser típico, básico y hasta interesante por lo que puede ofrecer. El trabajo fotográfico en los mercados públicos se realizó en Xochimilco, Sonora, Jamaica y San Juan. En cada uno se intentó destacar el rasgo característico de cada uno. Las reacciones que los locatarios tuvieron ante la cámara fueron diferentes.

Tianguis y mercados cerrados se caracterizan porque son: permanentes y periódicos; utilizan tiempos amplios para las transacciones comerciales; conllevan una vigencia de factores culturales tradicionales (demanda de productos de origen prehispánico); paridad y equivalencias en los intercambios comerciales; uso general del regateo; diferentes niveles en la demanda de productos; pregones; las transacciones no incluyen el crédito (en algunos casos existe el sistema de apartado); amplitud y variedad de productos y artículos; se celebran al aire libre o en lugares establecidos; afluencia considerable de la población; generación de problemas urbanísticos (basura, defecaciones de animales y humanos).

Los comerciantes de los tianguis y mercados sobre ruedas son personajes que sienten por lo general orgullo por su trabajo, en algunos casos, aceptan ser fotografiados con sus mercancías, o prefieren que la mercancía sea la protagonista de la imagen. La curiosidad acerca de las fotografías los hacía preguntar por el motivo de las mismas.

Actividad de tradición familiar, los comerciantes transmiten de una generación a otra dicha labor. Así, es común encontrar a los niños participando en las actividades de instalación de puestos, acomodo de la mercancía, de venta, algunos otros juegan con los productos mientras no hay nada que hacer.

Los mercados públicos y tianguis son ambientados por la música y la algarabía de los comerciantes con sus pregones y por el incesante intercambio de productos que permiten la comunicación, el encuentro con los amigos y familiares.

Las fotografía sobre mercados y tianguis es el medio para representar y comunicar a través de las formas, colores, texturas una tradición y manifestación cultural de México, en donde lo tradicional convive con lo moderno. La actividad comercial en tianguis y mercados se traduce de una manera diferente en nuestra época, en nuestro momento, con influencias y aportaciones nuevas que se derivan en el comercio de mercancías de importación.

Los diferentes temas y relaciones que muestra la estructura de los mercados y tianguis son las siguientes: **TEMAS**, EL VENDEDOR, EL COMPRADOR (MARCHANTE), LO SAGRADO, LA FAMILIA, ESTRUCTURA MATERIAL DE LOS TIANGUIS, ESTRUCTURA MATERIAL DE LOS MERCADOS, FORMAS Y MEDIOS DE TRANSPORTE PARA EL TRASLADO DE MERCANCÍAS, BASURAS Y DESECHOS, PERSONAJES VARIOS.

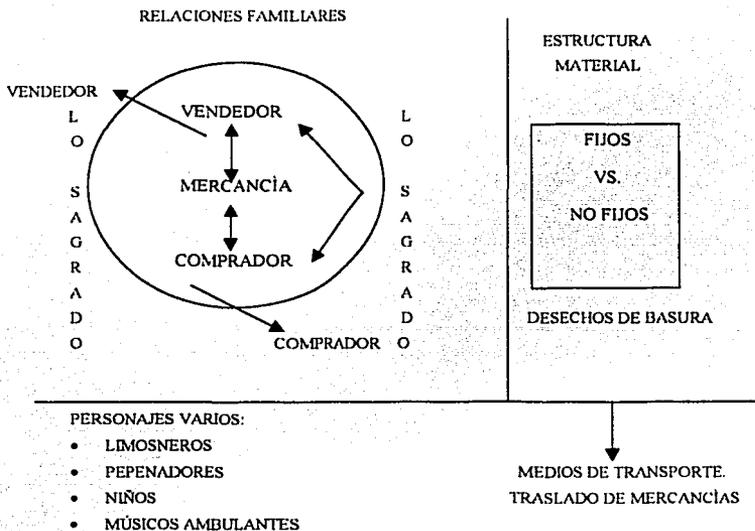
**DE LAS RELACIONES** COMO: VENDEDOR-MERCANCÍA; MERCANCIA-COMPRADOR; COMPRADOR-MERCANCÍA; VENDEDOR-VENDEDOR; COMPRADOR-COMPRADOR; PERSONAJES VARIOS-COMPRADOR; PERONAJES VARIOS-VENDEDOR; ESTRUCTURA MATERIAL-COMPRADOR-VENDEDOR-PERSONAJES VARIOS; LO SAGRADO-VENDEDOR-COMPRADOR-ESTRUCTURA MATERIAL-PERSONAJES VARIOS.

Los temas se interrelacionan mutuamente, representan un engranaje perfecto de acción y tradición, todos conviven de tal manera que producen una continuidad en la actividad diaria de los mercados y tianguis para subsistir en el sistema. Relaciones del movimiento, compra-venta, al aire libre como en los tianguis o en el interior de los mercados públicos.

Los grandes camiones de redillas y camionetas resultan el medio adecuado para la transportación de las mercancías y productos a vender. Son el inicio y el fin de una jornada de trabajo bajo el sol radiante, bajo una lluvia tenaz o bien bajo el intenso frío.

En los mercados fijos compradores y vendedores se identifican más fácilmente. El vendedor se hace de una clientela segura, dependen para su funcionamiento, del lugar en que están ubicados y el tipo de clientela, ésta de algún modo exige y determina los gustos y preferencias.

A continuación, un cuadro representativo de las relaciones y estructura de los mercados y tianguis:



El papel de la religión ha cambiado y variado en las distintas épocas, en los individuos y culturas, lo mismo que los símbolos sagrados pertenecientes a cada momento histórico. El tianguis y mercado por tradición ha estado ligado a este aspecto sagrado de la religión, bien sea politeísta o monoteísta. En su momento el *tianquiztli* prehispánico se estableció junto a algún templo o *teocalli*, representaba la unión de lo terreno con lo cósmico y sobrenatural, actualmente el ídolo sagrado *momoztli* ha sido sustituido por la cruz, la virgen de Guadalupe, San Martín Caballero y la zábila con listón rojo.

El mercado de Sonora lugar de la herbolaria y la brujería agrupa todo un cúmulo de objetos sagrados y superstición, dirigidos para fines positivos como negativos. Son símbolos sagrados pertenecientes a una creencia en particular, involucran un ritual para sentir la efectividad de las fuerzas ocultas inmersas en el proceso. En este lugar se puede entender la diversidad de una cosmovisión - visión del mundo- que manifiesta lo que el pueblo valora, lo que odia, desea y forma parte de su vida.

Las fuerzas ocultas representan el poder de la imaginación humana, en donde los hechos están presentes, tienen una significación y ocurren a causa de dicha significación. Mudos y sin mayor explicación, los oferentes y los compradores saben la utilidad que tiene cada uno de los objetos, el colibrí para el amor, la ruda para el aire y, según sea el color de la vela sirve para lograr el amor, la fortuna, la paz y la buena suerte en los negocios o bien, conseguir un mal hacia otra persona. Todos son factores vitales para el ser humano.

Caminar por los pasillos del tianguis sobre las calles de asfalto o bien, deambular por el corredor de un mercado público, permitió experimentar una variedad de sensaciones relacionadas con el aspecto de las mercancías. Las grotescas cabezas de cerdo colgadas como trofeos en contraste con las bellas y sublimes flores, los pescados inmóviles e hipnotizados en espera del paso final sobre su corta existencia; los perros que deambulan de un lado a otro en espera de un bocado.

Las señoras con sus bolsas de mandado y carritos chocan y entorpecen el paso entre la muchedumbre. Los mendigos y vendedores ambulantes que no cesan de caminar y recorrer cada puesto, cada local hasta conseguir una monedita o la venta de tres cabezas de ajo por diez o bien, una ramillete de té de manzanilla o limón por cinco.

Por todas partes se escuchan los pregones - ¿cuántos kilos marchanta? - ¡vea que chulada de fresas! - ¿le ayudo con su bolsa?- el chasquido de los balanzones, las charlas, los precios, el regateo, el movimiento enmarcado con la música de una marimba, de un violinista perdido en el tiempo. Mientras que las frutas y verduras con su colorido y aroma invitan a probar, tocar y oler siempre antes de comprar.

El tianguis y mercado actuales conservan su fisonomía, Manuel Álvarez Bravo realizó unas fotografías sobre tianguis en 1930 y 1990 que muy acertadamente son definidas por Hugo Gutiérrez Vega como imágenes captadas en blanco y negro para que al ser vistas, el espectador ponga el color a las mismas. Imágenes de *un puesto desmantelado que duerme su noche* para que al amanecer le sean retiradas las riendas. Se trata de fotografías sobre un mismo tema, lugar común que se vive y experimenta de igual manera, lo que cambia es la mirada a la hora de captar los momentos, las situaciones, los personajes.

## **TÉCNICA UTILIZADA**

El equipo utilizado fue una cámara REFLEX de objetivos intercambiables, óptica de 55mm, 200mm y 28mm, macro. La película empleada fue Kodak (TRI X PAN 400 ASA) y Fujifilm (fujicolor proplus) para las tomas en color.

El material fotográfico a color se manejó directamente en el laboratorio al igual que el revelado de los negativos en blanco y negro, las impresiones para el portafolio se realizaron en papel Ilford (Ilfospeed RC, perlado, grado 3) tamaño 11x14. Con revelador Dektol de Kodak.

El trabajo de digitalización de las imágenes se llevó a cabo con un escáner CANON ESCAN D1250 y un equipo de cómputo WAI0 ATLON A 1.4 GHZ, con el programa FROMPAGE, en cd's marca SONY.

## **3. INTERPRETACIÓN DE LA IMAGEN.**

La interpretación de las fotografías se basa en el trabajo realizado por el profesor Julio Amador Bech en *El significado de la obra de arte, un modelo interpretativo para las artes plásticas*. El trabajo de Interpretación intenta lograr un entendimiento general sobre el significado de las imágenes fotográficas, el porqué de su producción, de su utilidad, de la importancia que revisten en un contexto cultural como es el tianguis y mercado. Por esto la interpretación se desarrolla de manera muy general.

### **INTERPRETACIÓN DE TIANGUIS Y MERCADOS. FOTOGRAFÍAS EN COLOR Y B/N DIMENSIÓN FORMAL. LA REPRESENTACIÓN.**

En las fotografías tenemos como elementos representativos, el tianguis (lonas verdes y rosa mexicano) y el mercado público, como lugar establecido y cerrado con una organización interna. Se representan el comienzo de la jornada, el momento en que los cargadores y diablos hacen su aparición, ya sea con los implementos necesarios para colocar el puesto o con las mercancías.

Se muestran fotografías del aspecto que presentan los puestos instalados, de los comerciantes, de los compradores, de la gente que participa en general de las relaciones, de cómo se relacionan los comerciantes con sus mercancías, de personajes, mercancías puestas a la venta entre los pasillos angostos, de la actividad comercial.

Tenemos entonces puestos conformados por lonas, fierros (estructuras metálicas), objetos como frutas, legumbres, carnes, pescados, flores, granos, chiles, abarrotes, tablas, guacales, entre muchos otros. Personas, seres que caminan, que muestran una diversidad de rostros. Esto es lo

que en general se tiene como representación, algunas otras imágenes muestran un poco más de cerca el aspecto de frutas, legumbres, carnes, granos, flores, pescados, cabezas de cerdo.

En los mercados públicos tenemos el mismo tipo de imágenes pero sobre locales de concreto y dentro de la ambientación que caracteriza a cada mercado. Dichos elementos varían de tono por la ambientación y la variación de luz que impera en cada lugar.

### **ANÁLISIS FORMAL.**

Los puestos que conforman el tianguis son de forma cuadrícula/rectangular, colocados uno junto al otro, para configurar una hilera que corre a lo largo de la calle, se delimitan por un lado los de lonas verdes y a continuación los de color rosa mexicano.

La disposición de los puestos a los extremos de las calles forma un pasillo central que permite el acceso a las mercancías, sobre las estructuras metálicas se colocan las mantas y sobre tablas de madera los productos. Encontramos frutas agrupadas en forma piramidal con cierto orden, divididas unas de otras que, vistas a los lejos forman cubos bien diferenciados por la manera en que están organizadas, por el color y la forma que presentan cada una de las frutas.

En general se configuran como cubos de colores con texturas diversas. Los casos pueden variar, pero por lo regular se forman montículos piramidales grandes de frutas de una misma especie sobre las tablas. Algunos otros productos se colocan de acuerdo a su naturaleza en recipientes, tales como los granos y semillas, otros sobre costales que contienen chiles, hierbas y flores secas. El aspecto general es, en algunos casos de formas circulares irregulares, en otros son cuadros que dejan ver las texturas rugosas de los chiles.

Las legumbres y verduras también tienen la misma presentación, aunque en ocasiones los montículos parecen no distinguirse, ya que el color verde por ejemplo de las lechugas orejonas, el cilantro, el perejil y las espinacas, hace difícil distinguir unas formas de otras.

Dentro de esta tienda se encuentran los personajes, figuras humanas en actividad, en movimiento, de rostros variados. Figuras que se confunden entre los productos. Imágenes de productos que vistas muy de cerca nos muestran su forma redonda, asimétrica, curva, triangular, rectangular. Formas irregulares y dispersas, humanos entre las estructuras metálicas al descubierto, puntos disgregados de basura, formas diversas que se confunden.

El color juega un papel importante ya que los productos vistos a través de la lona rosa mexicano cambian el tono original de los objetos, en algunos casos acentúa el color original de los mismos,

en otros los hace ver más oscuros o claros, según la intensidad de los rayos solares. Las lonas con franjas verde y blanco, hacen ver una ambientación más natural.

El tono de los objetos varía según la intensidad de la luz solar que pasa a través de las lonas, por lo que las texturas se distinguen por la naturaleza misma del objeto bajo una cierta tonalidad, que pueden ser lisas en algunas frutas, algunos chiles son rugosos, las semillas son puntos disgregados.

La composición se plantea de acuerdo al encuadre, la relación, al momento en que se configuran las formas, los colores, los objetos y, básicamente por la manera en que se distribuye la luz para mostrar las materias que constituyen la escena.

Las fotografías en blanco/negro sobre tianguis presentan las mismas formas y texturas, pero el tono, la variedad de grises entre el blanco y negro, lo mismo que los contrastes entre luz y sombra definen de manera más concreta la composición. La diferencia entre los productos no la determina el color, sino la forma, el tono, la textura que adquieren los objetos.

Los mercados públicos son estructuras en forma cubica/cuadrada. En su interior, los locales o cajones se delimitan por paredes de concreto. Con formas angulosas, los locales son atravesados por un pasillo central, en algunos casos estrecho, en otros ancho y de acuerdo al giro comercial es como se encuentran agrupados los locales. Las mercancías son colocadas en orden y forman al igual que en los tianguis cuadros de colores con texturas variadas. Por otro lado los pasillos forman líneas rectas y un tanto accidentadas por las mercancías que sobresalen de los locales.

La tonalidad de los objetos representados depende en gran medida de la cantidad de luz que penetra por el techo, los accesos y la misma iluminación del lugar. Hay claros que permiten ver el color vivo de productos y otros oscuros que hacen difícil distinguir la forma y color de los mismos.

La figura humana en los mercados públicos pareciera que se esconde entre el agrupamiento exagerado de frutas, verduras, legumbres, carnes y objetos varios, que no permiten la visibilidad. Figuras entre los pasillos, en los locales que confluyen dentro de las estructuras cerradas de concreto.

El blanco y negro tiene la misma aplicación y efecto sobre las formas, texturas, tono y composición de los objetos, que la explicada para los tianguis. Lo mismo sucede con las composiciones basadas en los diferentes tipos de relación de la actividad comercial.

## **ANÁLISIS DE LA EXPRESIÓN EN LOS ELEMENTOS FORMALES.**

Las formas rectangulares de los puestos, vistos de frente uno tras de otro expresan un cierto orden y continuidad, al igual que la forma en que están organizados los productos. El pasillo largo que se organiza en el centro de los puestos, sobre la calle proporciona una sensación de intimidad y apego entre los compradores, los vendedores y los puestos. La manera en que son colocados los productos es de acuerdo a un cierto orden y armonía impuesta por su propia naturaleza, esto expresa cierta confianza para ser comprados.

El color rosa mexicano de las lonas hace más atractivo el lugar, lo llena de vida, acentúa algunos colores de los objetos haciéndolos más llamativos, otros cambian su color original. Caminar entre lonas de este color transmite una sensación especial ya que el color además de ser atractivo, hace ver irreal y exótico el lugar.

Las lonas con franjas verde y blanco, proporcionan una ambientación un poco más natural, expresan apertura, los productos se ven más reales, con sus colores originales. Las lonas que son totalmente verdes, oscurecen los objetos, pero dan una sensación de intimidad, la luz que atraviesa las lonas crea una ambientación y una atmósfera de color diferente sobre los objetos.

Las figuras humanas presentan rostros variados, ancianos, jóvenes, mujeres y hombres, niños, variedad de cuerpos y rostros que se muestran afanosos, inmersos en su actividad, cavilosos, alegres, tranquilos, concentrados.

El colorido característico de cada uno de los productos expresa vida, alegría, movimiento. Manifestación que se conjuga con la expresión de los rostros, el movimiento constante de los personajes que participan de la actividad comercial, de los pregones y música, de las charlas y regateos. Es esta atmósfera sensorial, en que los sentidos se despiertan y hacen más notoria la relación entre deseo, presencia física y necesidad de obtener, por ejemplo, las frutas que a la vista son muy apetitosas.

En el transcurrir de la actividad cuando todo es levantado, las formas una vez organizadas se desfiguran, expresión de caos, movimiento desorganizado, rostros cansados que se pierden en medio de esqueletos de fierros y basura.

En cuanto a las fotografías en blanco y negro, tenemos que la alegría del color se vuelve serenidad. Son imágenes que vuelven la mirada a lo concreto, las formas circulares, oblicuas, semicirculares, rectas, quebradas, expresan lo que son.

Las texturas se hacen más definidas, expresan más acerca de las cualidades de los productos representados, el color las expandía, el blanco y negro las retrae. Podemos conocer más acerca de las cualidades inherentes de los productos a través del b/n que del color. Se distinguen formas geométricas propias de los objetos orgánicos en contraposición a las creadas artificialmente para un fin atractivo y de hacer patente la existencia del mismo.

Los rostros humanos tienen una expresión más natural. Tal parece que el b/n es la radiografía que se esconde en el color. En general estas fotografías expresan con más naturalidad el carácter y esencia de los elementos representados. La emoción y alboroto manifiestos en el color se vuelven serenidad y calma en el b/n.

En cuanto a los mercados públicos, como estructuras cerradas, esto expresa de entrada cierta unidad, concentración. La disposición de los pasillos confirma la idea de unión e intimidad, lo que hace más accesible la relación de compra-venta. También, la disposición de los locales expresa un orden y continuidad, igualdad. La forma en que se colocan los productos, bien sea sobre el mostrador de concreto o colgados, expresa una apertura y confianza.

Los rostros de los comerciantes, expresan por lo regular seguridad, apego a su actividad, concentración y tranquilidad. Esto en gran medida se da por el hecho de ser lugares establecidos con una clientela segura. La ambientación de cada mercado público depende de la disposición general de las cosas, la iluminación que determina una variedad de tonos y contrastes de la imagen que se traducen en vivacidad o sobriedad.

#### **DIMENSIÓN SIMBÓLICA Y NARRATIVA.**

Los elementos constitutivos de las fotografías que nos permiten estructurar la narración son: el comerciante, la mercancía, el comprador y los medios materiales con que se vale para ofrecer sus productos. La escena comprende un encuadre con una composición tal que permite la relación de los elementos simbólicos para la narración con un significado específico.

La actividad comercial siempre ha tenido un valor ético y moral, tiene un significado sagrado y forma parte de una tradición ancestral y elemental en la cultura mexicana. Recordemos que las culturas prehispánicas tenían una organización especial de mercados donde se ejercía el comercio de acuerdo al lema: *In Qualli, In Yectli*, que significa *Lo conveniente, lo recto*, que resume un principio moral de relación humana.

Dichas formas que antiguamente se practicaban no distan mucho de las actuales. Lo que cambia es la forma más no la esencia, el espíritu que guía la actividad comercial. Actualmente existe una regulación, un principio rector encamina dicha actividad.

De acuerdo al código Matritence el perfil del mercader se describe como el vendedor, traficante, acumula riquezas y es prestamista, se distingue por ser viajero, caminante, encuentra lo que busca. En su calidad moral debe ser honrado, lo que ha logrado representa el esfuerzo del trabajo, situación que involucra lo que ellos llaman *el precio de nuestro pecho, lo de nuestras cabezas*. El precio de su vida.

Actualmente los oferentes deben acatar una reglamentación que permita ofrecer a mejores precios sus productos y asegurarse de la calidad de los mismos, indicar si son usados, reconstruidos o con deficiencias, utilizar el instrumento de medida adecuado. Los puestos y locales deben reunir las condiciones de presentación e higiene.

En cuanto al aspecto religioso tenemos que los *pochtecas* eligieron a su numen tutelar *Yucaltecutli, El que va delante de los viajantes* o *El señor de los viajeros*. El aspecto religioso, místico siempre ha acompañado a las diferentes actividades del ser humano. La protección, el éxito en las actividades terrenales depende de una buena conexión con lo intangible y que en cierta forma controla nuestro destino, con lo que esta más allá de nuestras manos y que no podemos percibir sólo a través de una conexión mística y religiosa.

Así, San Martín Caballero y la Virgen de Guadalupe han servido al comerciante actual, a éstos se encomiendan, en ellos depositan su fe. A ellos celebran y piden en oración para que las ventas del día sean suficientes, para que nunca les falte clientela. Los mercados públicos, principalmente manejan por lo general un altar a la virgen Guadalupeana. Silenciosamente, las imágenes narran el espíritu, la esencia de un acto de intercambio, de la actividad comercial, cargada de moral, ética, religiosidad, misticismo.

Por último, las fotografías narran sobre la importancia del tianguis como centro de reunión, de fiesta que nadie se quiere perder. Desde tiempos prehispánicos tenemos el relato de la India tianguera, a quien le dijese:

Mira hoy es tianguiz en tal parte, ¿Cuál escogerías más aína, irte desde aquí al cielo, o ir al mercado?, sospecho que diría: Déjeme primero ver el mercado, que luego iré al cielo. Y se olgaría en perder ese pedazo de gloria por ir al tianguiz y andarse por el paseando de aquí para allá, sólo por dar satisfacción a su apetito y golosina de ver el tianguiz...<sup>19</sup>

<sup>19</sup> Díez-Gutiérrez. Crónica del comercio prehispánico. CANACO. p 11

Narración que actualmente se traduce en imágenes de gente que camina, se pasea por los pasillos, convive y charla con amigos y familiares, regatea con el comerciante. Existe un deseo oculto, un gusto por visitar y recorrer el tianguis y el mercado, deseo oculto que se manifiesta en hechos plasmados en imágenes.

### IDENTIFICACIÓN Y DESCRIPCIÓN DE LOS SÍMBOLOS.

Elementos simbólicos a considerar: el mercado, el comerciante, Las mercancías (la flor y los frutos, los vegetales, animales) figuras geométricas que dan forma a la estructura material (cuadrado, rectángulo, la tabla, el cubo), los colores (verde, rosa, blanco y negro) y la muerte, por ser parte de la vida y tener una significación especial dentro de la actividad comercial.

Para los aztecas cuanto existía se hallaba integrado esencialmente en un universo sagrado... A través de los ciclos de fiestas se vivía de nuevo el misterio de los orígenes y de la actuación de los dioses.<sup>20</sup>

Los mercados y tianguis participaban de esta relación con lo sagrado ya que éstos se ubicaban delante o a un lado del templo o *teocalli*. Los mercados menores llamados *macuiltianquiztli* eran verdaderas fiestas no sólo por el hecho de que los comerciantes vendían sus productos y adquirirían lo que les faltaba sino porque la gente acudía regocijada a gozar del solaz y esparcimiento que ofrecía.

El comerciante representa el movimiento, el cambio constante, el viajero, el proveedor, el que conoce perfectamente acerca de la mercancía que vende. Los comerciantes menores llamados *tlanamacanis* o vendedores en pequeño, intercambiaban productos de la tierra o manufacturados que ellos mismos obtenían, se consideraban como buenos tratantes..."el buen *tlanamacac* sabe multiplicar y guardar bien lo ganado; truca por justo valor, es recto en todo y temeroso de dios, sabe también concentrarse en el precio y es buen conveniente".<sup>21</sup>

Las mercancías simbolizan la riqueza, la abundancia dentro de la diversidad natural y de relaciones humanas. Son como el fruto, símbolo de la abundancia que se desborda del cuerno de la diosa de la fecundidad o de las copas en los banquetes de los dioses. Fruto que en su centro contiene el germen que representa el origen, y simboliza por otro lado, los deseos terrestres, la semilla como el comienzo de toda creación.

La sandía o melón de agua, por ejemplo es símbolo de fecundidad por las numerosas pepitas que contiene. En México la encontramos como símbolo nacional por la relación entre los colores verde, blanco y rojo de la bandera y el color natural de la misma. En muchos murales y pinturas

<sup>20</sup> Ibid. p 44

<sup>21</sup> Ibid. Díez-Gutiérrez. P 2

es elemento representativo como parte de la cultura. La manzana tiene varios significados simbólicos: manzana de la discordia, la manzana consumida por Adán y Eva, se trata de un medio de conocimiento, en tanto fruto del árbol de la vida como de la ciencia, del bien y del mal.

Los vegetales simbolizan la unidad fundamental de la vida. El vegetal es un símbolo del carácter cíclico de toda existencia: nacimiento, maduración, muerte y transformación. Las fiestas de la vegetación en una variedad de culturas, celebran las fuerzas cósmicas que se manifiestan en los ciclos anuales, ciclos que tienen que ver con la evolución del mundo creado.

La flor en general simboliza el principio pasivo. En las imágenes del arte mexicano las flores abundan como una representación de la diversidad del universo, la profusión y la nobleza de los dones divinos. Simbolismo relacionado con el curso regular del tiempo y a las edades cosmogónicas, expresa fases particulares en las relaciones entre hombres y dioses, la flor es una medida de estas relaciones.

El animal en tanto arquetipo, representa el inconsciente y el instinto, al igual que es símbolo de los principios y las fuerzas cósmicas, materiales o espirituales. El pez no sólo es símbolo del elemento agua, sino también de vida y fecundidad por la facilidad en que se reproduce. El pescado al servir como alimento conlleva un acento diferente, se convierte en símbolo del banquete eucarístico. Cristo resucitado come de él.

El cerdo es símbolo de los deseos impuros, de la transformación de lo superior en inferior. Casi universalmente simboliza la glotonería, la voracidad, ya que devora y engulle todo cuanto se presenta. También simboliza las tendencias oscuras, representa la ignorancia, la gula, lujuria y egoísmo. En la cultura vietnamita se considera como símbolo de abundancia, caso excepcional.

La figura cuadrada de los puestos, simboliza la tierra por oposición al cielo, también ha tenido un significado simbólico como la unión de lo creado entre tierra y cielo ante lo no creado y al creador. Se considera una figura antidinámica, simboliza la detención, el instante afianzado, implica la idea de estancamiento, de solidificación o incluso de estabilización en la perfección. La vida sedentaria se expresa en cuadrado, las ciudades son un ejemplo de ello. El cuadrado es la figura básica del espacio.

El rectángulo de algunos puestos es la forma más racional, segura y regular de todas las formas geométricas. En todos los tiempos y lugares, el hombre ha preferido dicha forma para la creación de los espacios y objetos preparados para la vida. El cuadrado implica dominación tensa inspirada por un anhelo abstracto de poder.

El cubo como forma de los mercados cerrados y de los locales, es el cuadrado del cuadrado, tiene el mismo significado que el cuadrado, simboliza el mundo material y la estabilidad. En el sentido místico, el cubo se considera símbolo de la sabiduría, de la verdad y de la perfección moral.

La tabla en que se colocan los productos simboliza la mesa, evoca el ágape comunitario, símbolo del banquete social como centro alrededor del cual se reúnen varios. En el caso muy particular es en donde se realiza la unión entre vendedor-comprador, es la base para la relación y la actividad comercial.

El factor humano como centro de la acción. Desde las más primitivas tradiciones, el hombre es percibido como símbolo, representación de la síntesis del mundo, un modelo reducido del universo, un microcosmos. En el hombre se concentran todas las necesidades y deseos manifestados de la existencia material, de los objetos con los cuales se relaciona armoniosamente.

Los colores simbolizan universalidad geográfica y todos los niveles del ser y del conocimiento, cosmológico, psicológico y místico. Las interpretaciones pueden variar según las culturas y los contextos en donde se aplique el pensamiento simbólico. El color de los objetos representados en las fotografías simboliza la diversidad, la universalidad de la existencia. El color es inherente al objeto y es de acuerdo a la tonalidad, el fulgor, la brillantez que poseen como atraen la atención del comprador porque producen un efecto positivo o negativo.

Los colores simbolizan la esencia de la luz y la vida, en casos particulares éstos tienen una significación específica. Por ejemplo el color rosa (característico de las lonas) simboliza según F. Portal, regeneración por el hecho del parentesco semántico del latín rosa con *ros*, lluvia, el rocío. En lo místico, la rosa como flor y color simboliza el primer grado de regeneración, de enunciación de los misterios y, en muchos textos acompaña al verde, lo que confirma tal interpretación. Por otro lado en México, el llamado rosa mexicano forma parte de nuestra cultura y es símbolo del folclor, es color de muchos trajes típicos, simboliza un arraigo y pertenencia.

El verde (de las lonas) simboliza el color del reino vegetal, es el color del agua, de la vida, de lo refrescante. Es igualmente, el color de la renovación anual de la naturaleza, de la esperanza, la longevidad y la inmortalidad.

El blanco simboliza el principio y el final de la vida diurna y del mundo manifestado. Significa la ausencia o la suma de los colores. W. Kandinsky niega que el blanco sea un color, simboliza un mundo donde todos los colores, en cuanto propiedades de sustancias materiales, se ha

desvanecido. Considera que el blanco actúa sobre nuestra alma, como el silencio absoluto que rebosa posibilidades vivas, lleno de alegría juvenil. El blanco es la nada antes de todo nacimiento, de todo comienzo.

El negro se convierte en la ausencia de luz o suma de colores, en su negación o en su síntesis. El negro expresa pasividad absoluta, de modo general es el color de la substancia universal de la materia prima, de la indeferenciación primordial, del caos original, de las aguas inferiores, del norte, la muerte. Este es su aspecto de impureza, pero inversamente es el símbolo superior de la no manifestación. El negro da la impresión de opacidad, espesamiento, pesadez.

La muerte, como el fin absoluto de algo positivo, un ser humano, animal o planta, la paz, una época. La muerte simboliza el aspecto percedero y destructor de la existencia, lo que desaparece en la evolución de las cosas. La muerte como sacrificio a los dioses para los aztecas era un honor, la muerte como el misterio de la vida, como el camino al reino del espíritu, de la vida verdadera.

### **ANÁLISIS DE GÉNESIS.**

El presente trabajo fotográfico sobre tianguis y mercados públicos es de un estilo realista. En la historia de la fotografía, el realismo de las imágenes se refiere a que provienen directamente del momento en que suceden los hechos sin ser alterados y manipulados para conseguir un efecto estético, en contraposición a los trabajos realizados por el pictoralismo fotográfico, que pretendía obtener mediante trucos, los mismos efectos que los pintores de la primera época del siglo XX (los impresionistas).

El realismo tiene que ver con la nitidez de la imagen y con la valoración del negativo como base de la fotografía sin que éste sufra alguna alteración. Se aceptaba la esencia de la fotografía y las particularidades que el medio ofrecía para obtener imágenes directas sin intervenciones técnicas o trucos. De este modo se le llamó fotografía directa para hacer la comparación con la artística.

Se reconoce a través de la fotografía directa, la fuerza expresiva de las imágenes, la nitidez de las imágenes proporciona más detalles e información sobre el tema. Es la llamada fotografía *Live*, que intenta conseguir tomas realistas y concisas del momento, así es como las fotografías se vuelven documentos.

El realismo tiene una relación directa con la llamada instantánea, con lo que esta fuera de toda pose y arreglo para su producción. La instantánea supone que las imágenes sean tomadas directamente, captar los momentos y congelarlos en el transcurrir de los hechos sin que exista una interferencia para que el resultado sea lo más natural y cercano a la verdad.

Por otro lado, tenemos otro tipo de imágenes que tienen un estilo surrealista y su continuación con el denominado *objet trouvé* (objeto encontrado). Los surrealistas preferían además de las obras creadas por un automatismo psíquico expresamente aplicado, todo aquello de apariencia sobrenatural originadas casualmente o por la acción de la naturaleza o por actos humanos involuntarios.

El *Objet trouvé* expresión acuñada por Kurt Schwitters para una configuración artística en relación con los *collages*. La idea del objeto encontrado implicaba para los surrealistas una configuración de elementos dispuestos con cierto ángulo para lograr interpretaciones nuevas, aunque el primer encuentro con el objeto casual resultara difícil.

## CONCLUSIONES.

A través de los apartados se pudo constatar que la imagen es parte fundamental en la comunicación humana, que la fotografía ha sufrido cambios, técnicos, ideológicos, estilísticos, filosóficos, pero al final es más importante saber utilizar y abordar dichos cambios para un fin creativo.

Una imagen además de ser un soporte material que muestra un fragmento bidimensional de una realidad tridimensional, también involucra toda una serie de significaciones formales, expresivas, narrativas y simbólicas. La fotografía es un medio de expresión y de comunicación para revelar, interpretar y descubrir el mundo y la naturaleza. El desafío es expresar un significado interno, mediante una forma exterior.

Fotografía, tianguis y mercado convergen dentro del mismo proceso de cambio social sin perder su esencia. Son categorías diferentes que pertenecen a un ámbito común, la cultura, la sociedad que las impulsa, las transforma a través de la tecnología, del uso y las necesidades que surgen del ser humano y su entorno.

Antes se trataba de captar las imágenes con los daguerrotipos, ahora con las cámaras digitales, en su momento el *tianquiztli* se organizaba en las plazas de los templos con tenderetes de madera o en el suelo, actualmente son puestos de metal entre las calles de asfalto. En ambos casos se trata de cambios en la forma de hacer, de los objetos y valores, pero la esencia que los impulsa permanece.

La esencia de la fotografía es captar la luz que emana de los objetos a través de un aparato fotográfico - manual, electrónica, digital - de acuerdo a las leyes de la perspectiva, por un fotógrafo que elige la técnica, el momento, el lugar, impone su propio estilo, su visión de los hechos, en una época determinada. Las tecnologías se transforman y mejoran porque las sociedades impulsan y se adaptan a dicho cambio.

El tianguis y el mercado conservan su esencia como una actividad que por tradición a permanecido junto con los rasgos costumbristas de la cultura mexicana. La esencia del comercio en el tianguis y el mercado es la representación de la fiesta que se celebra entre los seres humanos, involucra la religión, la música, los pregones, las charlas amenas, los olores, los sabores, los colores. Acción viva de comunicar a través de los sentidos.

Fotografías sobre tianguis y mercado se complementan hacia un fin común que es, exaltar el significado y valor más profundo de la vida y los cambios sociales. Las imágenes representan el valor, la esencia del tianguis y mercado lo que permite entender la cosmovisión perteneciente a

un pueblo, esto se logra por la forma de ser de los objetos, los rostros, la convivencia, el colorido y las ideas generales en que basa su existencia.

El tianguis y mercado permitió a la fotografía captar momentos, acciones, formas, motivos, objetos, con una forma de expresión muy particular, éstas narraban algo sobre lo que son y justifica su existencia porque tienen un significado, un valor simbólico. Dichas imágenes son la presencia vicaria de un lugar y una época, tienen un valor documental.

El comercio es una actividad inherente al ser humano que conjuga una tradición manifiesta en la actividad diaria del tianguis y el mercado público, incluye las costumbres mexicanas, valores y diversidad cultural que se reflejan en los objetos, las frutas, legumbres, perecederos, tipos de carne, granos y semillas, artesanías, el tipo de personas que intercambian no sólo las mercancías, sino también un valor mucho más grande y preciado que es la vida. Las imágenes presentadas son el resultado de ésta apreciación.

El pasado se encuentra en el presente de los tianguis y mercados, de la fotografía, en imágenes, todo mantiene una relación con los signos tecnológicos inherentes a los procesos culturales de cada momento histórico. Por esto la fotografía continua viva para manifestar lo que ha sido, lo que es y permanecerá, sin importar la técnica utilizada. Las cámaras digitales, han compactado todas las funciones técnicas de la fotografía en un formato más pequeño, han compactado la historia de todo un proceso de significaciones y valores de una sociedad en constante cambio.

## BIBLIOGRAFÍA

- ARNHEIM, RUDOLF. El pensamiento visual. Paidós. Barcelona. 1998.363p.
- AUMONT, JACQUES. La Imagen. Paidós Comunicación. Barcelona. 1992. 336p.
- BARTHES, ROLAND. La cámara lúcida. G.G, México, 1982 (fotos b/n 21cm)
- BAUDRILLARD, JEAN. El crimen perfecto. ANAGRAMA. (Colección Argumentos) Barcelona, 1996, 203p.
- BENJAMIN, WALTER. Discursos Ininterrumpidos I. La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica. Breve Historia de la fotografía. Taurus. Madrid. Prólogo traducción y notas de Jesús Aguirre. 1973.205p.
- BERGER, ROLAND. Modos de ver. G.G, Barcelona (colección punto y línea) 1976.
- BERNAL DÍAZ DEL CASTILLO. La historia verdadera de la conquista de la Nueva España. Editores mexicanos Unidos. TOMO I. México. 1990. 395.
- BECKER, UDO. Enciclopedia de los símbolos. La guía definitiva para la interpretación de los símbolos que existen en la historia del arte y la cultura. Robin Book. Barcelona.1996. 350p.
- CASSANY, DANIEL. La cocina de la escritura. ANAGRAMA. (Colección argumentos) Barcelona, 2002. 255p.
- CASTILLO NECHAR, MARCELINO. El tianquis de Toluca: usos y reminiscencia de los mercados prehispánicos. Programa de Investigación Cultural. Universidad Autónoma del estado de México. Colección: cuadernos de cultura Universitaria. 110. México. 1995. 121p.
- CHEVALIER, JEAN. Diccionario de símbolos. Herder. Barcelona. 1986. 1107p.
- CIRLOT, JUAN EDUARDO. Diccionario de símbolos. SIRUELA. Barcelona. 1997. 520p.
- CORTÉS, HERNÁN. Cartas de relación. Porrúa. Sepan Cuantos. Núm.7. México. 2002. 399p.
- COSTA, JOAN. La Imagen fotográfica. Entre sumisión y subversión. Trillas. México. 1991. 171p.
- CNCA-INBA-MUCA-SEP. Memoria de un tiempo: 150 años de fotografía en México. INBA, GOB del EDO de México, 1984 (fotos b/n 28cm)
- DALLAL, ALBERTO. Lenguajes periodísticos. UNAM, México, 1989.
- DEBROISE, OLIVIER. Fuga mexicana. Un recorrido por la fotografía en México. CNCA. México. 1998.
- DEBROISE, OLIVIER. Sobre la superficie Bruñida de un espejo. Fotógrafos del siglo XIX. FCE. México D.F. 1989. 111p.
- DÍEZ-GUTIÉRREZ, JORGE. Crónica del comercio prehispánico. CANACO. 51p.
- DONDIS, D.A. La sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual. G.G, (col Comunicación visual) Barcelona 9ª edición, 1990.
- ECO, HUMBERTO. Como se hace una tesis. Gedisa, España, 1994.

- EDER, RITA. (et-al) Imagen histórica de la fotografía en México. INAH, SEP, FONAP, México, 1978.
- FLUSSER, VILÉM. Hacia una filosofía de la fotografía. Trillas. México. 1998. 78p.
- FREUND, GISÈLÉ. La fotografía como documento social. G.G (colección punto y línea) Barcelona, 1983.
- FULCHIGNONI, ENRICO. La imagen en la era cósmica. Trillas. México. 1991.248p.
- GARCÍA MERCADO, ARIO. Manual de técnicas de investigación. El Colegio de México. México, 1981.287p.
- GARCÍA, NELSON MARCOS. El foto-reportaje y su técnica. Oriente, Santiago de Cuba, 1987.
- GEERTZ, CLIFFORD. La interpretación de las culturas. GEDISA. Barcelona.387p.
- GIBSSON, CHARLES. Los aztecas bajo el dominio español 1519-1810. Siglo XXI. América nuestra. 1986. 531p.
- GONZÁLEZ ALONSO, CARLOS. Principios básicos de comunicación, Trillas. México. 1990. 96p.
- GONZÁLEZ REINA, SUSANA. Manual de redacción e investigación documental, Trillas, México, 1991.
- KÖNEMANN VERLAGS GMBH. Harry Callahan, APERTURE MASTERS OF PHOTOGRAPHY. 1999. Hong Kong. 95 p.
- KOSSOY, BORJA. Fotografía e historia. Biblioteca de la mirada. Buenos Aires. 2001. 123p.
- LEDO, MARGARITA. Documentalismo fotográfico, Cátedra. Signo e imagen. Madrid. 1998. 192p.
- LISTER, MARTIN (compilador). La imagen fotográfica en la cultura digital, Paidós multimedia 6, España, 1997.
- PETR, TAUSK. Historia de la fotografía en el siglo XX. De la fotografía artística al periodismo gráfico. G.G (colección comunicación visual) Barcelona, 1978.
- MARTÍNEZ, JOSÉ LUIS. El ensayo mexicano moderno II. FCE. Letras mexicanas. México D.F. 2001. 676 p.
- MOLES ABRAHAM, A. La imagen. Trillas. México. 1991. 271p.
- NAVA DÍAZ, ARTURO. Redacción de tesis. UNAM, México, 1987.
- NEWHALL, BEAUMONT. Historia de la fotografía. Desde sus orígenes hasta nuestros días. G.G, Barcelona, 1983.
- NOVO, SALVADOR. Breve historia del comercio en México. CANACO. México.1974.157p.
- PAŃOFSKY, ERWIN. El significado en las artes visuales. Alianza Editorial. Madrid. 1995. 386p.
- RANGEL. M. JOSÉ DE JESÚS. La Merced: siglos de Comercio. CANACO. México. 1983. 139p.
- READ, HERBERT. Imagen e idea, FCE, México, 1972.

ROJAS SORIANO, RAÚL. Guía para realizar investigaciones sociales. Plaza y Valdés. 7ª edición. México, 1991.

ROJAS SORIANO, RAÚL. Métodos para la investigación social: una propuesta dialéctica. Plaza y Valdés, México, 1991.

ROMERO, HÉCTOR MANUEL. Del tianguis a la modernización de Coabasto. Coordinación General de Abasto y distribución del D.F. México. 1990. 120p.

SANTOS MARÍA JOSEFA-DÍAZ CRUZ RODRIGO (compiladores). Innovación Tecnológica y Procesos Culturales. Nuevas perspectivas teóricas. Ediciones científicas universitarias. UNAM. FCE. México. 1997. 250p.

SECRETARÍA DE DESARROLLO ECONÓMICO (GOBIERNO DEL D.F.) DIRECCIÓN GENERAL DE ABASTO. COMERCIO Y DISTRIBUCIÓN. Programa de descentralización de los mercados públicos. México. 2001. 61p.

SONTAG, SUSAN. Sobre la fotografía. Edhasa. Barcelona. 1996. 217p.

VAILLANT, GEORGE C. La civilización azteca. Origen, grandeza y decadencia. Nueva edición. FCE. México. 1980. 317p.

VILCHES, LORENZO. La lectura de la imagen. Prensa, cine, televisión. Paidós, 7ª edición, Barcelona, 1997.

VILCHES, LORENZO. Teoría de la imagen periodística. Paidós comunicación, 2ª edición, 1996.

## HEMEROGRAFÍA

AMADOR BECH, JULIO. "Notas acerca de una hermenéutica de la imagen". Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales. Núm. 161. División de estudios de Posgrado. FCPyS-UNAM. Año XL. Quinta Época. Julio-septiembre de 1995. Pág. 9-29.

RESÉNDIZ RODRÍGUEZ, RAFAEL. "Un deambular por el retrato y la instantánea periodística. Hacia una lectura semiótica y poética de la fotografía". Revista Mexicana de Comunicación. AÑO 10, 51. Oct-Dic. 1997. P.32-34.

SECOFI-SNMSR (Sistema Nacional de Mercados Sobre Ruedas). Acuerdo que fija las bases para el funcionamiento de los mercados sobre ruedas. Instructivo de operación del Sistema Nacional de Mercados Sobre Ruedas. México. Diario Oficial. 1978. 1979.

MRAZ, JOHN. NACHO LÓPEZ. "Los dilemas del realismo". Revista Foto. Núm. 15. La Jornada. Año 2. Sábado 7 de agosto de 1999.

GUTIÉRREZ VEGA, HUGO. "Manuel Álvarez Bravo. Fotografías inéditas 1930/1999". Revista Foto, primer aniversario. Núm. 12. La Jornada. Año 1. Domingo 2 de mayo de 1999.

## TESIS

AMADOR BECH, JULIO. El significado de la obra de arte. un modelo interpretativo para las artes plásticas. México. ENAH-SEP. 2001.

YOMA REBECA; MARTOS ALBERTO. Dos mercados en la historia de la Ciudad de México: El Volador y La Merced. INAH, Colección Divulgación. México. 19II

ESTA TESIS NO SALE  
DE LA BIBLIOTECA

**APÉNDICE**

**PAGINACIÓN  
DISCONTINUA**

## LA IMAGEN: UNA APROXIMACIÓN CONCEPTUAL.

...Antes de la palabra fue la imagen,  
y los primeros esfuerzos registrados  
del hombre son esfuerzos pictóricos,  
Imágenes raspadas, picadas o pintadas  
en las superficies de las rocas o de las cavernas...

Herbert Read

Definir a la imagen es situarla en momentos fugaces de una realidad cambiante. Es hablar de creación y concreción de instantes pertenecientes a un todo, es entablar una conexión funcional, inherente al ojo humano en correspondencia a su realidad. El ojo tiene una razón de ser, la vista forma parte de la naturaleza humana, la imagen adquiere en este sentido una razón de ser.

Las imágenes son objetos materiales creados dentro de un contexto cultural para un fin específico. Existen para ser vistas por un espectador, proceden de una realidad, plantean una forma específica de creación y difusión. Existen muchos tipos de imágenes con diferentes características, para múltiples finalidades.

"Si hay imágenes, es que tenemos ojos: es una evidencia..."<sup>1</sup> La imagen es imagen de alguna cosa, proviene de un lugar, un momento, un estado de ánimo, una idea, una realidad. La imagen es, inventada, plenamente cultural.

De acuerdo al contexto y la función que le toque desempeñar, la imagen tendrá un significado específico. Como obra de arte, como forma de comunicación o como evidencia científica. Pero ninguna de las diferentes funciones cambiará el hecho de que las imágenes son creadas para representar una realidad y preservarla en el tiempo. A cada momento histórico dentro de una sociedad corresponden un sinúmero de imágenes representativas.

Una imagen es una visión que ha sido recreada o reproducida. Es una apariencia, o conjunto de apariencias, que ha sido separada del lugar y el instante en que apareció por primera vez y preservada por un momento o siglos.<sup>2</sup>

La imagen también significa comunicación, ésta comunica a través de sus formas, su composición, sus contenidos, colores, tonos, cualidades matéricas, pero sobre todo y

---

<sup>1</sup> Aumont, Jacques. La imagen. Paidós Comunicación. 1992. P.17

<sup>2</sup> Berger, John. Modos de ver. G.G 1980. P.16

principalmente porque se dirigen a un espectador activo. Así es como la imagen adquiere un sentido.

La imagen es un soporte de comunicación visual que materializa un fragmento del entorno óptico (universo perceptivo), susceptible de subsistir a través de la duración y que constituye uno de los componentes principales de los medios masivos de comunicación (fotografía, pintura, ilustraciones, esculturas, cine, televisión).<sup>3</sup>

Las imágenes son superficies significativas de algo exterior, cuya finalidad es hacer que ese algo se vuelva imaginable para nosotros, al abstraerlo y reducirlo a las dos dimensiones de un plano. Nos llevan a la imaginación, a la capacidad de abstraer formas planas del espacio-tiempo exterior y de re-proyectar esta abstracción. De producir y descifrar imágenes, de codificar fenómenos en símbolos bidimensionales y decodificarlos posteriormente. (Flusser)

...Si somos algo más que animales, si nuestra mente se halla imbuida por un sentido de gloria y puede por tanto elevarse sobre un sentido brutal de nulidad, es porque poseemos este don de poder establecer imágenes, los luminosos índices de todo nuestro discurso poético y filosófico. Pero sólo poseemos este don y lo conservamos, en tanto que todos somos, según nuestro grado y capacidad, naturalezas en contacto inmediato con el desarrollo y forma del mundo visible.<sup>4</sup>

Visión, realidad, percepción, luz, ingredientes básicos en la asimilación de imágenes, permiten establecer nuestro lugar en el mundo, la luz proporciona la información que viene de la realidad para ser percibida directamente por nuestra visión.

La realidad, espacio concreto que nos rodea de objetos, de hechos, relaciones, acontecimientos, es una construcción de nuestros sentidos, surge a medida que nos enfrentamos a nuestros sentimientos, y trazamos los contornos de nuestras sensaciones y medimos el alcance de nuestra experiencia. La realidad cambia junto con el aumento de nuestro conocimiento.

Con los ojos percibimos el espacio en sus tres dimensiones (vertical, horizontal y profundidad), la luminosidad, el color, las formas, los contornos, el movimiento en sus múltiples formas y facetas todo, a un tiempo determinado.

...la percepción del mundo es un proceso de organización, de ordenación de los datos sensoriales para conformarlos con cierto número de grandes categorías y de "leyes" innatas que son las de nuestro cerebro...<sup>5</sup>

La percepción visual pone en funcionamiento automáticamente un saber sobre la realidad visible. Reconocemos los objetos, les asignamos un lugar dentro del mundo, sabemos que existen. La percepción visual es un acercamiento con nuestra propia existencia.

<sup>3</sup> Moles, Abraham A. La imagen. Trillas. 1991. P.24

<sup>4</sup> Read, Herbert. Imagen e idea. FCE. P. 216

<sup>5</sup> Ibid. Aumont. p.98

La mirada no es el ojo, la mirada define la intencionalidad y la finalidad de la visión. La mirada es la dimensión humana de la visión. Existen un sin fin de miradas para una imagen dada, Son las múltiples formas de mirar las que nos relacionan con nuestra percepción de la realidad. El ser humano se encuentra rodeado de imágenes, de objetos reales y de imágenes creadas y atrapadas en espacios planos, toda imagen tiene su razón de ser en la percepción visual.

En la imagen tiempo y representación se encuentran unidos. Tiempo en que ésta es atrapada y plasmada en la superficie y tiempo en que se desarrollan los hechos, su creación tiene ciertas determinaciones sociales, culturales y técnicas para su producción. La imagen como resultado de un acto de percepción, involucra no sólo una realidad, sino un espectador, un dispositivo, una función, un discurso, un significado. Toda imagen tiene una carga cultural muy importante, es intencionada.

Imagen es cultura. Cultura entendida como un conjunto de signos y símbolos que transmiten conocimientos e información, aportan valores, suscitan emociones y sentimientos, expresan valores y utopías. La cultura comprende un conjunto de significados dentro de una sociedad, que permiten que un grupo pueda dar sentido al mundo y sepa cómo actuar en él.

A este respecto, Clifford Geertz, en su trabajo sobre la interpretación de las culturas, considera que el hombre al ser un animal inserto en tramas de significación que él mismo ha tejido, debe ser estudiado a través de una ciencia interpretativa en busca de significaciones. La imagen al ser percibida por un espectador, es jerarquizada, organizada y, de acuerdo a sus características, interviene una actividad conceptual que le asigna un valor dentro de un contexto cultural.

...Esas operaciones, aparentemente sencillas, comprenden una compleja actividad perceptual-conceptual que supone la creación y el uso de valores: otorgar un lugar y un sentido a las cosas es *asignarles un valor*, es decir, significarlas, darles significado, percibir las cosas como *poseedoras de un significado*.<sup>6</sup>

La imagen es un dispositivo determinado socialmente de acuerdo con ciertos medios y técnicas de producción, circulación y reproducción, accesible en diferentes lugares y soportes en que es creada para su difusión. El dispositivo funciona como mediador entre el espacio de la imagen y el espacio del espectador, es lo que le indica al espectador que se encuentra frente a una imagen, que representa un espacio compositivo de formas, colores, contornos, elementos gráficos, contrastes, luminosidad y cualidades matéricas, dentro de un límite.

Al existir un borde o marco existe un encuadre, en éste hay un punto de vista. Encuadre y punto de vista determinan qué del menú de posibilidades a representar como un conjunto organizado

<sup>6</sup> Amador Bech, Julio. Notas acerca de una hermenéutica de la imagen, Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales. Núm. 161. División de Estudios de Posgrado. FCPyS. UNAM. Año XL, Quinta Época, Julio-Septiembre de 1995.

en la escena quedará impreso en la superficie de la imagen. El encuadre establece una relación con un ojo ficticio bien sea de la cámara o del pintor.

El encuadre coincide con la composición, todo en la imagen lleva una interrelación intrínseca. La composición se encuentra delimitada por el punto de vista del creador, en ésta se percibe un centro o conjunto de centros visuales que confieren a la imagen una fuerza y atracción particular. En la composición se conjugan las intenciones del creador, se delimitan sus propósitos bajo un punto de vista específico, en éste se designa una situación real o imaginaria desde que se mira la escena, la forma en particular de considerar una situación y la opinión o sentimiento a propósito del fenómeno.

Así es como el ojo del espectador se enfrenta a la imagen por primera vez. Se relaciona con las imágenes y es el orden interno de éstas como el color, la forma, el tono, la composición, la expresión y la situación misma del dispositivo o imagen-objeto, lo que permite asociar entre los referentes emocionales, sensoriales, intuitivos e intelectuales de nuestro psique una relación con las manifestaciones de lo visual.

El psique del espectador comienza a funcionar y confrontar, aceptar, rechazar, conceptualizar, valorar, lo que de la imagen se observa. La psicología del espectador tiene mucho que ver en la asignación de significados de la imagen, además del contexto social y cultural que rodea la creación de la imagen y al espectador mismo.

El espectador se enfrenta a la imagen-objeto y a su configuración interna bajo ciertas condiciones que son propias de la imagen. Toda imagen se establece gracias a la correspondencia entre forma y contenido..."la forma supone la idea que la origina y es la manifestación evidente de la inteligencia que la produjo... no existe lo puramente formal, la forma siempre posee un significado."<sup>7</sup>

La Imagen según Panofsky se comprende a partir de tres niveles de significación. Significación fáctica o primaria en la que se encuentra un segundo nivel expresivo; significación secundaria o convencional y en tercero se tiene la significación intrínseca o contenido.

Toda imagen pura se define por su intención referencial, designa nuestra realidad. Dicha función nos acerca a la imagen y tiene que ver con el primer nivel de significación natural, que comprende la realidad viva e inmediata con sus múltiples relaciones. Se identifican formas puras, representaciones de objetos naturales y seres vivos referidos en la superficie formal de la imagen. "Para percibir esta significación, necesitamos una acción asociativa, la capacidad de

---

<sup>7</sup> Ibídem. Amador, Julio. p.10

*relacionar formas visibles con cosas y seres, a partir de nuestra "experiencia práctica cotidiana."*<sup>8</sup>

La significación esta presente en toda cultura y, tanto el espectador como el creador de la imagen se encuentran condicionados a dicha forma cultural, de ello dependerá el cómo relacionan las cosas y los seres con la representación gráfica que bajo cualquier técnica se haya producido.

En la identificación de objetos, ellos nos hablan y nos indican sobre ellos mismos y su propia naturaleza, no puede ser de otro modo. En la identificación de objetos y la relación que guardan entre ellos, de acuerdo a nuestra experiencia diaria y su representación, es importante plantear que se trata de mostrar un objeto en lugar del original que procede de una realidad estable y concreta.

El aspecto expresivo de este primer nivel de significación se obtiene con la relación diaria y estrecha con los objetos y los acontecimientos, forma parte de nuestra experiencia cotidiana. La expresión tiene su origen en la estructura percibida de los objetos representados, están cargados de una configuración de fuerzas inherentes a ellos, es significativa a ellos, para el mundo físico y mental en general.

Las imágenes expresan no por ser producto de los sentimientos humanos, sino por poseer formas, colores, composición, textura, estructuras con ciertas características que nos conmueven. Toda imagen expresa algo que va más lejos de su configuración formal interna. La significación expresiva se encuentra también en la gestualidad facial y corporal de las figuras humanas. Se identifican los objetos y los seres vivos al mismo tiempo expresan algo de sí mismos. En las imágenes se encuentran atrapados los objetos y los seres vivos, quienes expresan lo que son ellos, su esencia, su razón de ser, su estar allí.

...los elementos de la obra de arte *no son neutros e indistintos*, sino que, justamente, se han cargado de una energía y un valor específicos que los vuelve *precisos, únicos y dramáticos* - en el sentido más amplio posible del término. Son, por eso, expresión de esa energía peculiar que los modela y dispone de un modo específico.<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup> Ibidem. Amador, Julio.p.11

<sup>9</sup> Ibidem. Amador, Julio. p.14

La percepción visual del espectador activa la expresión de la imagen así como la fuerza creadora de dicha expresión. La fuerza inherente al objeto o ser vivo dentro de la imagen es el origen de toda expresión que se proyecta en el estilo.

El estilo se entiende como un conjunto de convenciones y elecciones en la conformación de la imagen y por tanto a una forma específica de expresar. La imagen plantea un estilo a través de los motivos que en ella se establecen. Motivos dentro del arte, de la historia de la comunicación con imágenes, todo dentro de ciertos periodos de continuidad y discontinuidad. Las imágenes se transfiguran, se olvidan y se actualizan a través de los signos visuales que representan acorde a un sistema de valores estéticos en un momento determinado en la historia.

Los motivos son las figuras o signos visuales producidos por la forma, el color, las cualidades máticas, tono, composición y expresión, organizada bajo cierto arreglo, de acuerdo a un conjunto de reglas de producción de imágenes, una sintaxis visual que comprende un canon estético.

Con infatigables perseverancia el hombre construye su vida, dando una imagen concreta y bien formada a lo que supone desconocido y sólo él, por medio de sus construcciones, hace conocer. Crea las imágenes de su mundo, las corrige y las cambia en el curso de los años, de los siglos. Con ese fin utiliza grandes e intrincados laboratorios que se dan con la vida: el laboratorio de sus sentidos y el laboratorio de su mente: a través de ellos inventa, idea y construye modos y medios en forma de imágenes para su orientación en este mundo.<sup>10</sup>

La forma y la expresión en la imagen tienen que ver con la cultura que los crea. La cultura se encarga de la realidad y la llena de significado, se ajusta a medida que la realidad cambia a su alrededor y las acciones mismas de las personas transforman el mundo que habitan. Se construyen sistemas de significados elaborados o diseñados para vivir que dotan de sentido a la realidad en movimiento y permiten que la gente sobreviva y los maneje, física y existencialmente.

La identificación de cosas, objetos y seres vivos en las imágenes y su nivel expresivo dentro de la imagen no son suficientes, puesto que las imágenes dicen algo a través de este primer acercamiento. Las imágenes dicen algo sobre su configuración formal, tono, color y textura, sus relaciones y formas de operación para comunicar un concepto. La imagen plantea una sintaxis visual.

La sintaxis visual significa, disposición ordenada de las partes que integran la composición de la imagen. Las imágenes narran historias porque poseen una estructura sintáctica y porque pertenecen a una cultura, los motivos de la imagen sirven para exponer un tema o un concepto. Este es el segundo nivel de significación de la imagen, significación secundaria o convencional.

---

<sup>10</sup> Op.cit. Read, Herbert.p.206

Una imagen nos cuenta cosas de manera a la vez semejante y distinta a una novela o un poema. Pero, tal vez, tanto más que como un poema o una novela, la imagen nos cuenta una historia a la manera de un mito..<sup>11</sup>

El mito es un relato, una narración que contiene elementos simbólicos, refiere en su historia la actuación memorable y ejemplar de unos personajes extraordinarios en un tiempo prestigioso y lejano. Es una historia verdadera, ocurrida al inicio de los tiempos y que sirve como modelo al comportamiento social, posee un tiempo y un espacio que son diferentes de los de la existencia real.

El rito, la magia, el mito. El mito en su relato transmite un sentido o conocimiento oculto, un segundo significado que no es el que se muestra literalmente. El mito implica la existencia de figuras simbólicas, de arquetipos. A través de éstos, el mito explica el origen y el porque de la existencia de cada cosa, cada ser, el porque de las formas de relacionarse entre cada cosa.

Las dimensiones esenciales de la vida tienen dentro del mito mucha importancia. Relación de realidad cósmica, realidad biológica, realidad histórica, realidad psicológica y realidad espiritual. El ritual surge por el deseo y por la creencia en la correlación efectiva de hechos separados. El ritual tiene su razón de ser en un sistema de signos, gestos elaborados, danzas, imágenes materializadas en símbolos plásticos. De aquí que surgiera la magia, el mito que explica la razón y las fuerzas que impulsaron dicha acción.

...la prioridad en el desarrollo corresponde al instinto vital: la voluntad de vivir. Todas nuestras facultades están al servicio de esta necesidad imperiosa, y el arte y la magia (y más tarde la religión) fueron parte de una compleja respuesta a este impulso único.<sup>12</sup>

El símbolo surge para establecer una sincronización, una conexión con esta realidad y con el deseo de hacer que un hecho correspondiera a otro. El signo es la imagen que puede separarse de la percepción inmediata y conservarse en la memoria. El arte primitivo tiene su base en la relación con ciertos ritos, pero específicamente por el impulso, el deseo de captar el objeto sobre el cual se ejercerían los poderes mágicos.

Dentro del desarrollo en la capacidad del hombre para retener la imagen percibida, ciertas imágenes tuvieron prioridad, principalmente aquellas conectadas con los instintos primarios. Se crearon arquetipos, estructura heredada del cerebro que predispone a la raza humana en ciertas épocas a la invención de clases particulares de símbolos o creación de formas míticas especiales.

---

<sup>11</sup> Op.cit. Amador, Julio. p.18

<sup>12</sup> Op.cit. Read, Herbert. p.19

En todo caso, el animal entró en la conciencia humana como un arquetipo en este periodo prehistórico, y se manifestó, en el artista individual, como una obra de arte vital. Pero esta obra de arte, este arte animal, fue arte por ser vital. Se estableció una correspondencia entre la eficacia de la imagen como símbolo, o como tótem, y su vivacidad como representación de la esencia del animal: la imagen correspondía al deseo en su intensidad, en su realidad.<sup>13</sup>

Posteriormente lo reconocido como más vital fue aceptado como símbolo colectivo. Indudablemente las imágenes primitivas corresponden a un estilo derivado de una necesidad y un deseo. Los objetos se pueden arreglar para relatar una anécdota que debe ser juzgada por la moral y los símbolos son creados y aceptados dentro de este sistema. La imagen se justifica a sí misma por la realidad, suficiente en su propio estar allí.

El hombre primitivo, a través del rito, la magia y las imágenes pudo resolver su existencia. Las imágenes rupestres narran la historia de cómo el hombre primitivo logró sobrevivir a la hostilidad de su entorno. El relato se entiende así como un conjunto organizado de significantes, cuyos significados constituyen una historia. Los significantes transmiten un contenido, una historia desarrollada en el tiempo con una duración propia. El relato transcurre en el tiempo, el mito como relato adquiere las mismas características.

La imagen fija narra ordenando sucesos representados y la duración del relato se define por el orden de sucesión de los acontecimientos. "el relato se inscribe en el espacio como en el tiempo; por consiguiente, toda imagen narrativa, incluso imagen representativa, está marcada por los "códigos" de la narratividad..."<sup>14</sup>

La imagen narra a manera de un mito porque sólo así permite un acercamiento con la realidad. El mito es un relato que permite saber lo que fue en determinado tiempo y época, la existencia del hombre se hace inteligible. El hombre primitivo creó sus mitos para poder relacionarse con su realidad, resolvió su existencia, su momento.

La vida ofrece una abismal dificultad de principio a su traducción, a su metamorfosis en el lenguaje: entre la vida y las palabras media un abismo. Sobre este abismo aletean las imágenes. La vida... el ser es tan complejo, tan extenso, tan rico. ¿Cómo capturarlo en el lenguaje? ¿Cómo recrearlo?<sup>15</sup>

La representación del espacio y del tiempo en la imagen es una operación determinada por una intención de orden narrativo. Ésta se convierte en una estructura significativa con posibilidad de ser interpretada al ser referida por su espectador a enunciados ideológicos, culturales y simbólicos, sin los cuales no tiene sentido, enunciados que pueden estar implícitos, nunca formulados, por eso se requiere de la interpretación. Toda imagen conlleva un discurso sobre la

---

<sup>13</sup> Op.cit. Read, Herbert.p.37

<sup>14</sup> Op.cit. Aumont. p.261

<sup>15</sup> Op.cit. Amador, Julio.p.19

realidad que representa y el discurso puede tener diferentes sentidos. Según Panofsky es polisémico.

...la cultura es la historia de las diferentes interpretaciones que hemos dado a los sucesos fundamentales que componen nuestras vidas. Así cuando queremos interpretar estas imágenes no podemos olvidar que nuestro pensamiento participa de la cultura, *gran trama de la diversidad interpretativa* que permea nuestra propia interpretación.<sup>16</sup>

Las imágenes narran porque se encuentran inmersas dentro de un contexto social y cultural que las produce de acuerdo a ciertos temas, motivos, cánones estéticos y son moldeadas por las técnicas utilizadas para su creación. Todo en su conjunto define la función que ha de tener la imagen así como el discurso que le corresponde dentro de la sociedad.

Las imágenes narran algo sobre lo que en la vida del ser humano se desarrolla inagotablemente y tiende a repetirse. Las relaciones humanas dan sentido a las cosas y los sucesos, las palabras y lo que diariamente vemos adquiere un significado, un sentido en la vida. El ser humano crea el mundo, al producir sus sentidos.

El sistema de significados se transmite por medio de las expectativas, normas, tabúes, símbolos y estructuras discursivas como las imágenes. Según Geertz... "el impulso de dar sentido a la experiencia, de darle forma y orden, es evidentemente tan real, como las necesidades biológicas más familiares. El organismo no puede vivir en un mundo que no pueda entender".<sup>17</sup>

Las superficies de las imágenes tienen sentido y significado, éste tiene que ver con las intenciones manifiestas en la imagen y en el observador. En su registro se establecen dimensiones espaciales con significado, un elemento proporciona significado a todos los demás y así recibe un significado general.

La narración en la imagen tiene un significado específico que establece significados a través del símbolo. El tercer nivel de significación de la imagen es el de significación intrínseca o contenido y es la dimensión simbólica de la imagen. La cultura es una estructura con significación, los símbolos se encuentran arraigados y son difundidos por la cultura.

---

<sup>16</sup> Op.cit. Amador, Julio.p.21

<sup>17</sup> Santos, María Josefa; Díaz Cruz, Rodrigo. Innovaciones tecnológicas y procesos Culturales. Ediciones Científicas Universitarias. FCE. UNAM. 1997.p.86-87.

La aprehensión de la realidad..."se expresa primeramente en símbolos que son articulados por los sentidos \_ imágenes plásticas, signos con significación\_ y que a ellos siguen varias formas de discurrir, formas que dependen de la adecuada articulación de estos símbolos primarios. De allí se sigue que cualquier extensión de la conciencia de la realidad, cualquier tanteo más allá del umbral del conocimiento presente, debe establecer primero su conjunto de imágenes sensibles"...<sup>18</sup>

Los símbolos permiten dar significación a cada uno de los aspectos de nuestra realidad. Dichos sistemas de significación se reproducen en imágenes y éstas al ser productos sociales contienen en su creación una dimensión simbólica.

Las imágenes significan por la forma en que fueron creadas, por su configuración formal y compositiva, por ser representación de un momento y por el contexto socio-cultural en que fueron hechas. La imagen es creada para ser vista y transmitir un significado, por su carácter simbólico es la mediadora entre el espectador y la realidad. El símbolo tiene que ver con las convenciones socio-culturales, los pueblos antiguos crearon imágenes simbólicas de los aspectos vitales y más representativos en sus vidas.

La interpretación del significado concreto de los símbolos y de sus variaciones del sentido se puede estudiar de acuerdo a tres niveles: el estudio en tanto cosa en sí misma, en donde a partir de sus características físicas se les comenzaron a atribuir significados importantes (a través de sus cualidades matéricas, tono, expresión, forma, color, composición). En el segundo estudio se comprende la función y utilidad de las cosas en el entorno cotidiano para adquirir un valor simbólico.

El tercer nivel de estudio se obtiene a partir de cómo las cualidades, usos y función en una estructura explicativa se comprenden en conjuntos simbólicos más amplios. En este estudio las funciones simbólicas se establecen por diferentes formas de analogía (comparación analógica, objetiva, causativa subjetiva y activa).

Con el símbolo se establecen frases que nos dicen algo, asignamos una estructura a lo que el símbolo nos dice para saber de qué trata lo que vemos en la imagen. Se manejan una simultaneidad de sentidos y significados en diferentes planos (realidad cósmico-natural, realidad histórica, realidad psicológica-moral-espiritual). Los símbolos siempre otorgan significados a éstos planos por lo que se encuentran entrelazados a través de las acciones que ejercen unos a otros.

...el símbolo es una figura precisa, poseedora de una gran cantidad de significados. Posee la función fundamental de explicar y agrupar una multiplicidad compleja de realidades esenciales, de dimensiones de la existencia, que se representan y adquieren sentido en y por esa figura.<sup>19</sup>

---

<sup>18</sup> Op.cit.Read, Herbert.p.73

<sup>19</sup> Op. cit. Amador, Julio.p.24

La realidad transmite a la imagen de los elementos de valor simbólico más relevantes en dicho momento histórico. La identificación simbólica en la imagen se inicia señalando qué figuras dentro de la imagen, por sus características pueden ser símbolos. Para su localización es necesario reducir al mínimo el detalle visual. Un símbolo es efectivo cuando no sólo puede verse y reconocerse, sino también recordarse y reproducirse.

El símbolo muestra lo que permanecerá, lo que ha sido y será eterno. El símbolo revela lo inefable; "por lo visible conocerás lo invisible", reza la proposición pauliana. Por mediación del símbolo se tiende un puente entre el mundo material y "lo sobrenatural", entre lo profano y lo sagrado, entre el signo y el misterio.<sup>20</sup>

La imagen es portadora de una dimensión simbólica en su función y en la relación que establece con el mundo, pero el espectador hace existir la imagen, éste designa un conjunto de actos perceptivos y psíquicos que le permiten una relación con la imagen, establece un proceso de reconocimiento de algo que podría verse en la realidad.

Un sinúmero de características visuales del mundo real se reencuentran tal cual en las imágenes, se ven éstas lo mismo que en la realidad. El reconocimiento se apoya en la memoria, se trata de re-conocer una reserva de formas, de objetos y disposiciones espaciales memorizadas. Existe una constancia perceptiva por parte del espectador, entendida ésta como la comparación incesante que hacemos entre lo que vemos y lo que hemos visto.

En las imágenes se identifican los objetos a pesar de las distorsiones que pueden sufrir en su reproducción por la imagen. El reconocimiento se hace gracias a las capacidades de abstracción del espectador y se pone en evidencia la función representativa de la imagen. Al reconocer se hace evidente la actividad de la memoria, el intelecto y las funciones razonadoras del espectador.

Las imágenes tienen que ver con la reproducción y reconocimiento constante que las sociedades necesitan para mantener el sentido y los valores simbólicos patentes y constantes en cada una de las realidades que conforman todo un entorno socio-cultural.

Realidad, cultura, hechos, cosas, tiempo, imagen y espectador, ingredientes básicos que coexisten y se entrelazan, es como un gran discurso que se abre y se realiza de otros discursos como la imagen misma. Momentos históricos que se repiten, van y vienen, algunos otros se mantienen constantes de acuerdo a ciertos valores y formas de significación que permanecen y se transmiten con el tiempo.

---

<sup>20</sup> Op.cit. Amador, Julio, p.24-25

Las imágenes han cambiado de forma y estilo, de forma de representación debido a los avances en la técnica y los soportes en que éstas son producidas y distribuidas, pero su valor básico y esencial no cambiará y éste es el de ser un medio de postergar los valores simbólicos de la cultura. La imagen es el medio eficaz de contacto entre el mundo y el espectador, del mundo con el mismo mundo.

Las imágenes son mediaciones entre el hombre y el mundo, hacen que el mundo sea accesible para el hombre. Las imágenes re-presentan al mundo, se colocan en el lugar del mundo y el hombre vive en función de las imágenes que él mismo ha producido.

'En forma de imágenes, ése es el punto. El artista elabora imágenes que son las imágenes de la realidad; son la realidad, ya que nosotros sólo descubrimos la realidad en el grado en que cristalizamos estas imágenes de lo Desconocido. La Gran cadena del Ser - ¿qué es si no una cadena de imágenes? -, una cadena de imágenes, siempre cambiantes, siempre verdaderas y siempre reales en tanto estén en uso.'<sup>21</sup>

Como señala Gabo, una imagen, constructiva no es sólo cualquier imagen sino aquella que por su existencia misma como visión plástica provoque en nosotros las fuerzas y los deseos para realizar la vida, para afirmarla y coadyuvar a su mayor desarrollo.

---

<sup>21</sup> Read, Herbert. Imagen e idea. P 206. A este respecto, retoma a Naum Gabo "On constructive realism" en Katherine S. Dreier, James Johnson Sweeney y Naum Gabo. Three lectures on modern art. Nueva York, Philosophical Library, 1949 pp72-73, pp 82-83.