



Julieta Ortiz Gaitán, *Imágenes del deseo. Arte y publicidad en la prensa ilustrada mexicana (1894-1939)*. México, Universidad



Julieta Ortiz Gaitán, *Imágenes del deseo. Arte y publicidad en la prensa ilustrada mexicana (1894-1939)*, México, Universidad Nacional Autónoma de México, (Colección postgrado), 2003, 440 pp.

fundamental para analizar el proceso publicitario. Detecta una relación directa entre la aparición en el mercado de una de las más poderosas transnacionales, como lo es la Coca Cola, y las profundas modificaciones en el devenir de la publicidad.

El fenómeno publicitario, minuciosamente observado y analizado en sus rasgos de forma y contenido; es abordado como la expresión de la relación entre la producción de bienes de consumo industrializado y el consumo masivo; no obstante, ese panorama resulta escueto. Ciertamente, el material publicitado no deja de verse desde la perspectiva de los espacios de circulación de los bienes o mercancías.

Siendo de particular interés destacar el análisis de los códigos visuales de la publicidad en su relación con el arte moderno, habría resultado interesante plantear la relación arte-industria, desde el seno de los valores originariamente planteados en las exposiciones industriales universales de mediados y finales del siglo XIX, y desde allí sustentar ciertos principios conciliatorios que se reflejaron en la producción de esos códigos de representación.

Estimo asimismo que el estudio de la imagen publicitaria, como una función fundamental en la sociedad, terminaría de integrarse mejor si se tuviera en cuenta su alternancia con otros medios propagandísticos como el cartel, o la fotografía publicitaria (desde la modalidad de la tarjeta de visita) y luego con la tarjeta postal, o incluso desde la caricatura.

En un sentido pragmático, la imagen publicitaria resulta ser una proyección de los objetos y diversiones de un mundo materialista, que pone de manifiesto un proceso generado desde el reino de las apariencias, y su razón de masivo; no obstante, ese panorama resulta escueto. Ciertamente, el material publicitado no deja de verse desde la perspectiva de los espacios de circulación de los bienes o mercancías.

Siendo de particular interés destacar el análisis de los códigos visuales de la publicidad en su relación con el arte moderno, habría resultado interesante plantear la relación arte-industria, desde el seno de los valores originariamente planteados en las exposiciones industriales universales de mediados y finales del siglo XIX, y desde allí sustentar ciertos principios conciliatorios que se reflejaron en la producción de esos códigos de representación.

Estimo asimismo que el estudio de la imagen publicitaria, como una función fundamental en la sociedad, terminaría de integrarse mejor si se tuviera en cuenta su alternancia con otros medios propagandísticos como el cartel, o la fotografía publicitaria (desde la modalidad de la tarjeta de visita) y luego con la tarjeta postal, o incluso desde la caricatura.

En un sentido pragmático, la imagen publicitaria resulta ser una proyección de los objetos y diversiones de un mundo materialista, que pone de manifiesto un proceso generado desde el reino de las apariencias, y su razón de ser es la expansión de las necesidades. Estimo que la consideración de esos parámetros hubiera dinamizado la valoración de la eficacia visual de las imágenes del deseo.



mos de un Enrique Díaz o de los Casasola para México; y de Alfonso Sánchez García en España.

En *Alfonso, cincuenta años de historia de España*, Publio López Mondéjar (Casasimarro, España, 1946) explica la vida y el contexto cultural de Alfonso Sánchez García, mejor conocido como "Alfonso" en el Madrid de principios del siglo XX, y reúne imágenes emblemáticas de las primeras décadas de esa centuria. Esta obra constituye una muestra de más de 350 fotografías —la mayoría de ellas inéditas— que vale la pena observar.

Lo más notable del texto de López Mondéjar es que ofrece una documentada información de la vida del fotógrafo *Alfonso* (1880-1953), incluyendo una especie de epílogo decadente que fue la agencia atendida por sus hijos, principalmente por Alfonso Sánchez Portela, "Alfonsito", quien en el diminutivo llevó la penitencia. El contexto histórico abarca desde 1904, año en que Alfonso publicó sus primeras fotos, hasta los primeros años del franquismo, a finales de la década de 1930.

El periplo que recorre el texto introductorio se centra en *Alfonso* y en Madrid. Recrea nostálgicamente los inicios de *Alfonso* como aprendiz en el estudio de Amador, su paso por los periódicos liberales de la época y su trabajo como fotorreportero en Marruecos, y en la guerra civil española. Además muestra el contexto en que realizó los retratos de los más disímiles personajes desde artistas y toreros, hasta delincuentes, pasando por políticos, militares y escritores. De estos últimos destacan los retratos de Ramón del Valle-Inclán, Pío Baroja, Azorín, Machado y Pardo Bazán, entre otros. Con el advenimiento del franquismo y la vuelta a la monarquía, las restricciones oficiales se impusieron en todos los niveles de la vida, incluyendo la fotografía.

Así, la estrella de Alfonso se fue eclipsando hasta su muerte, ocurrida en 1953. Los hijos de éste: Luis, Pepe y Alfonso, trataron de revivir las glorias de su padre, pero poco pudieron hacer.

Para el autor, lo más rescatable de Alfonso es su trabajo como fotorreportero, sobre todo desde la década de 1920, ya que sus fotografías "constituyen una crónica luminosa del Madrid de la época". El trabajo del fotógrafo español circuló en diarios y revistas madrileños tanto de la época de la república como del franquismo. En ellas se trasluce una mirada aguda y una capacidad compositiva nada desdenable.

Concebido como un producto de venta masiva, el libro muestra una acusada tendencia a la reconstrucción histórico-biográfica de los fotógrafos y de su trayectoria, pero carece de un amplio análisis formal de las imágenes. Quizá el autor confunde la intención o el origen de éstas, con la historia de vida del fotógrafo. En otras ocasiones el autor del texto desliza alguna idea sobre la fuerza expresiva de las imágenes, la intencionalidad del fotógrafo o el contexto social y de circulación que tuvieron las fotografías, pero en todo caso resulta insuficiente para un análisis más profundo de *Alfonso*, en el contexto del medio en España. En este sentido, la ausencia en el texto de una referencia numérica a las fotos dificultan su seguimiento y localización.

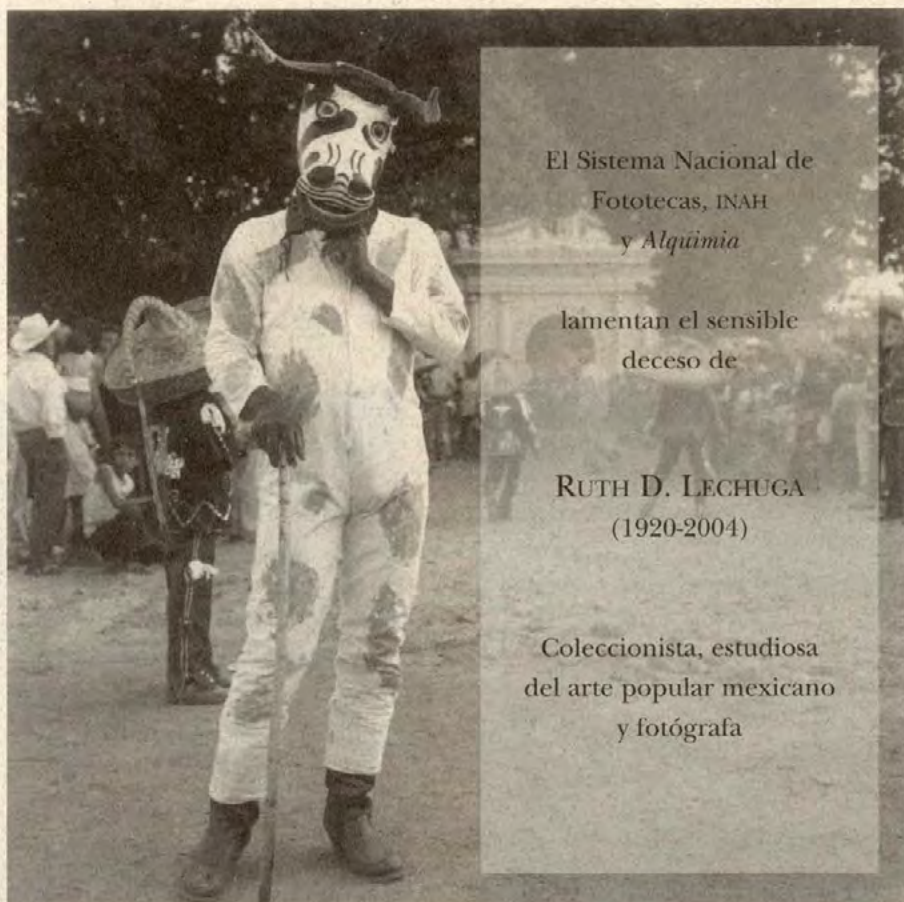
Por fortuna, el trabajo de este fotógrafo se conserva en España. En 1992 el Ministerio de Cultura del Estado español adquirió el Archivo *Alfonso* con más de 200 mil negativos y algunos positivos, que se resguardan en el Archivo General de la Administración (AGA), que es de donde procede la mayoría de las fotos que contiene el libro. Además la obra se complementa con piezas de otros archivos públicos y privados, así como de colecciones particulares.

Pese a todo, este libro dirigido a los grandes públicos, es sin duda una referencia de primer orden para conocer quien fue *Alfonso* y qué representó para el fotoperiodismo español de las primeras décadas del siglo XX. La representación de la realidad con una mirada propia se manifiesta en *Alfonso*, con fotografías realmente portentosas, con una carga simbólica peculiar, como los retratos de Pérez Galdós, o del doctor Santiago Ramón y Cajal, el fotógrafo minuterero en una plaza, el matrimonio civil entre milicianos republicanos, el pueblo en el túnel del metro de Madrid, o los cadáveres en el Cuartel de la Montaña, tras la insurrección antirrepublicana.

Mirada en perspectiva, la obra se presenta en un momento en el que la fotografía de pronto se ha convertido en una apremiante ventana a determinada sociedad, desde la mirada de un fotógrafo, y en donde tal vez, como nunca, los libros de historia de la fotografía viven una tensión entre el estudio de la individualización autoral y el análisis contextual de su trabajo.

Daniel Escorza Rodríguez

Danza de tecuanes en honor a los muertos, Puebla, 1986



El Sistema Nacional de
Fototecas, INAH
y *Alquimia*

lamentan el sensible
deceso de

RUTH D. LECHUGA
(1920-2004)

Coleccionista, estudiosa
del arte popular mexicano
y fotógrafa



**MÓDULO DE CONSULTA
DEL SISTEMA NACIONAL DE FOTOTECAS
EN LA CIUDAD DE MÉXICO**

AHORA USTED PUEDE CONSULTAR EN LA CIUDAD DE MÉXICO
EL CATÁLOGO COMPUTARIZADO DE LA FOTOTECA NACIONAL DEL INAH.

El módulo brinda servicio de lunes a viernes de 9:30 a 17:30 horas; previa cita con Gabriela Núñez, a los teléfonos 55 14 32 51 y 52 07 45 59 al 63, ext. 141. Dirección: Liverpool No. 123, planta baja, col. Juárez, México, D.F.

CONACULTA • INAH

Fotografía: Cannon Bernáldez