

Solo un lugar

Sobre los *espacios comunes* en las fotografías de Sonsoles Company

Por Teresa Arozena

Existe una relación evidente entre el trabajo fotográfico de Sonsoles Company y la *nueva topografía* americana, aquella ola de fotógrafos que vino a transformar la mirada fotográfica en el último cuarto de siglo XX. Se trata de una estirpe que dejó una huella indeleble, con un peso decisivo en la historia y desarrollo del medio. Cuando en 1975 la George Eastman House de Nueva York organizó la exposición titulada *New Topographics: Photographs of a Man-Altered Landscape* (*Nueva Topografía: Fotografías del paisaje alterado por el hombre*) una vez más el duende visionario de George Eastman hizo acto de presencia en las tablas de la historia. Del mismo modo que en los albores del siglo el lanzamiento de la mítica cámara *Brownie* y su sistema democrático, amigable y lúdico había transformando los cimientos de medio para siempre, dando un paso decisivo hacia un territorio pop y vernáculo de la fotografía –en el corazón de una creciente sociedad de masas–, igualmente, también esta exposición, comisariada por William Jenkins a mitad de la década de los 70, se halla vinculada a un cambio trascendental de la mirada fotográfica y de los usos del medio.

La renovación estética propiciada entonces produjo, sobre todo, un desplazamiento hacia una autoconsciencia de las tensiones culturales y sociales que determinaban aquello que hasta el momento se había designado, con una naturalidad bastante pueril, bajo el nombre de “paisaje”. El paisajismo fotográfico nunca volvió a ser el mismo. En un escenario postindustrial, en el que la revolución tecnológica implicaba profundas transformaciones sobre el territorio, esta nueva mirada venía a documentar la acción del hombre sobre la naturaleza con todas sus complejidades. Un nuevo concepto de paisaje, una nueva manera de percibir el mismo, nos trajo imágenes que daban un giro de ciento ochenta grados frente a una larga tradición romántica y pictorialista, deudora de un sentido de lo sublime. Esta nueva camada de fotógrafos se centraban ahora en los procesos de industrialización asociados a la cultura de masas propia del sistema tardocapitalista, y miraban con una atención la interacción entre naturaleza y cultura.

Estos “paisajes antrópicos”, herederos de la *fotografía directa* de Stieglitz y de la *nueva objetividad* alemana –que en su deriva epocal devenía ahora “topográfica”– nos mostraban todo un catálogo de imágenes prosaicas. Ya no había momentos decisivos, ni instantes fetichizados por el genio. Se trataba de lugares vacíos y olvidados, de situaciones vulgares y aparentemente anodinas, que, sin embargo, nos devolvían un nuevo caudal de experiencia y una insólita carga poética: escenarios de la expansión suburbana, calles vacías, postes y cables telefónicos, farolas y aparcamientos de grandes superficies, gasolineras, caravanas, carteles luminosos, anónimos bloques de oficinas, moteles y autopistas, bungalows...

No cabe duda de que, ya casi medio siglo después, avanzado el nuevo milenio y adentrados como estamos plenamente en el régimen escópico de la tecnovisualidad, esa mirada, que vino para revolucionar la manera de representar el “paisaje” y con ella nuestros relatos de lo real, es ya toda una categoría estética, plenamente *etiquetable* dentro del repertorio visual al uso. No hace falta ser usuario de Instagram, las etiquetas constituyen toda una manera de darse el mundo. Hemos derivado de la de las viejas taxonomías jerárquicas y verticales a las *folcsonomías* horizontales generadas por el pueblo, *-folc*, del alemán *volk* “pueblo”, que en la Red es la multitud digital deslocalizada, diaspórica, de los usuarios conectados.

Pero ¿de que nos hablan las etiquetas? De una *dimensión de uso y consumo* cotidiano de la imagen, un catálogo de *tipos*, de una rejilla donde se inscribe encapsulado el deseo y la necesidad colectiva. Si busco el *hashtag* #newtopographics en Instagram compruebo que tiene más de setecientos quince mil entradas. Debemos considerarlo como una pista que nos revela aspectos de la matriz discursiva que conforma hoy nuestra mirada. Aventuro además a afirmar que tampoco es meramente casual que uno de los nombres más famosos de entre aquellos “nuevos topográficos” de los 70, Stephen Shore, sea considerado también el padre “espiritual” de Instagram. Tanto la democrática cámara de *Eastman* –la mítica Brownie, que costaba sólo un dólar–, como después la cámara democrática de Eggleston y las superficies vulgares de Shore¹ abrieron por completo el medio – y con él definitivamente la mirada– al territorio pop.

Las consecuencias de esta industrialización del campo imaginario aún se nos escapan, y continúan saliendo a la superficie. Implican todo un desplazamiento del régimen escópico, y una profunda transformación del Arte al completo. Ya Walter Benajmin apuntó, con clarividencia, los efectos de la era de la reproductibilidad técnica, que la fotografía, con su llegada, había propiciado: nos arrojó a un nuevo estadio donde, tal y como señalaba José Luis Brea, se dió todo un cambio de significación tecnosocial, que supuso la “plena homologación del conocimiento estético al de cualquier otro orden del acontecimiento, en su administración *mediática*”, desvaneciéndose así, para siempre, la aspiración del arte a ser un territorio autonomizado². Enfriada el aura del objeto artístico, la estetización de lo cotidiano se construye ahora, día a día, a través clasificaciones gestionadas por el pueblo. Horizontalidad y *vulgares folcsonomías*, ya nunca más categorías estéticas establecidas y asentadas, sino pura contingencia. Simples, banales *etiquetas*, para el darse de la nueva condición tecnovisual.

Todo ello se encuentra sin duda contenido en las capas de acetato de celulosa y haluros de plata de las imágenes analógicas que propone Sonsoles Company a comienzos del nuevo milenio. Ella sin embargo, no usa demasiado la red Instagram. Pertrechada con carretes Kodak Gold 200 y una Rollei 35 –aquella popular cámara con la que el mismísimo Stephen Shore inició su andadura– deambula por el mundo como una *flâneuse* postmoderna. Cuando miramos las fotografías de Company podemos ver, primeramente, una colección de paisajes,

¹ William Eggleston, *The Democratic forest*, Secker & Warburg, London, 1989; Stephen Shore, *American Surfaces*, Schirmer/Mosel, 1972.

² José Luis Brea, *Las auras frías. El culto a la obra de arte en la era postaurática*, Anagrama, Barcelona, 1991.

o más bien de lugares. Son lugares desaturados y despojados de cualquier momento decisivo, de cualquier gesto epatante. Podríamos decir que se trata de una colección de fragmentos anticlímax, de tiempos y espacios perfectamente postmodernos, que, a pesar del extrañamiento que contienen, nos resultan tremendamente familiares. Como si aquellos *Uncommon Places*³ de Shore del año 82 se nos hubieran hecho mayores. Lugares comunes. No en vano ha transcurrido casi medio siglo desde la exposición de Jenkins, en el que hemos integrado esta forma de mirar, este conjunto de disposiciones que supone la construcción de una mirada. De alguna manera, todos hemos estado ahí, en todos y cada uno de esos parajes solitarios. Estas imágenes, como haikus japoneses –tanto más bellas y delicadas como ahondemos en su cualidad insípida– podrían ser recuerdos visuales de cualquiera. De *un cualquiera* de ese gran pueblo deslocalizado de las mil y una folcsonomías.

Al detenerme por más tiempo en estas imágenes que, en su formato vertical, parecen puertas o ventanas, me atraviesa la melancolía. Se trata de un *humor* particular que forma sin duda parte de un *modo de hacer* de la autora. Ya en series germinales, como *Slow Waves* (2014), o en su trabajo con forma de publicación, *Nowhere here* (2015), Company se detiene siempre en estos lugares silenciosos, o más bien mudos. Escenarios abandonados a los que hemos llegado tarde, que portan una historia potencial, un relato en suspenso. Estos espacios seleccionados se nos muestran vacíos, abandonados. La incomodidad que producen responde a nuestra natural necesidad perceptiva de completar lo incompleto para encontrar la forma acabada. El lugar abandonado por todos es el escenario del crimen. Y éste, más allá o más acá del enigma que plantea, viene a mostrar siempre algo esencial, que ya Roland Barthes señaló certeramente: se trata de un *sentido obtuso* –negativo, suspendido, oscuro– que se abre en el fondo de toda imagen.

Ya lo decía también Blanchot: “el sentido no es más que una *apariencia*, la apariencia hace que el sentido se vuelva infinitamente rico, que este infinito de sentido no necesite ser desarrollado” (sino que por el contrario) “sea inmediato, es decir no pueda ser desarrollado, sea sólo *inmediatamente vacío*”⁴. Justo como un haiku. Esta visión del vacío, este *otro del sentido*, donde el sentido no es más que una apariencia, una pura potencia de vacío, es lo que Company ofrece al mundo una y otra vez. Voracidad muda del ojo deseante; un *tour* sobre el abismo, una ruta hacia el vacío. Imposible un pie de foto. Cualquier pie de foto sería un ancla de papel para un buque a la deriva. Ya no cabe *aparentar fijar un sentido*, asentar la imagen sobre un significado parcial. Se trata de imágenes flotantes, sin *con-texto*. Perdida ya toda presunta eficacia documental, en el trabajo de Company somos testigos de la emergencia de ese fondo descompuesto, de ese el *signo vacío* que es toda imagen fotográfica.

La nostalgia también se hace presente en ese uso analógico del medio que desarrolla Company, así como en en su forma de buscar las imágenes, en su modo nómada y deambulatorio, *flâneuresco*. Tras su trabajo percibimos con facilidad los rastros de un viaje, las pruebas de un vagar sin destino fijo, unidas por un delicado hilo, un trazo de movimiento. En las imágenes de Company el *road trip* resuena como parte de un modo de hacer, y

³ Stephen Shore, *Uncommon Places*, Aperture, New York, 1982.

⁴ Maurice Blanchot, “las dos versiones de lo imaginario”, *El espacio literario*, Paidós, Barcelona, 1992, p. 252. Las cursivas son mías

también de una forma muy particular de entender la vida. La autora y su pareja son *free ryders* que viajan a lomos de una Harley Davison improvisando rutas hacia el vacío, sin destino fijo, expresión y reedición del desarraigo y el espíritu rebelde ligado a la cultura del viaje en carretera. Si la mirada sobre el paisaje de los nuevos topográficos estaba ligada de forma evidente –y al menos por motivos meramente pragmáticos– al viaje en carretera, no cabe duda de que, generacionalmente, se encontraban profundamente conectados a todo un contexto cultural que fraguó esta metáfora del *viaje en carretera* como paradigma de una forma de percibir la existencia. El *road trip* marcó toda una sensibilidad estética tras la segunda guerra mundial. Desde los años 40, la literatura, la música, el cine y la fotografía se volcaron en reflejar a través de los paisajes cambiantes de las rutas en automóvil los interminables cambios socioculturales. El viaje y el camino se convirtieron en destinos en sí mismos. De Jack Kerouac y su emblemática novela *On the road*, icono de la prolífica generación Beat, al clásico *Los Americanos* de Robert Frank, todo un canto al *road trip* con forma de libro de fotografías. Se estaba fraguando todo un símbolo epocal en el que el continuo desplazamiento en el espacio y el tiempo definía un ser nómada postmoderno, que continúa actualizándose en la segunda década del siglo XXI.

Si lo pensamos en clave cinematográfica, el *road-movie* es quizás el género más elemental del cine, al traducir en imágenes este perpetuo movimiento de fuga que implica un desplazamiento *ad infinitum* que la propia moviola cinematográfica plantea una *tendencia sin término*, donde la mirada se vuelve codiciosa, colecciona, en una realidad fluyente. Todo comienza, una y otra vez, en una avidez infinita, un *tour* interminable lleno de falsos efectos de frontera o de límite. El espacio está completamente agotado, no hay horizonte, no principio o final. En este género, el mundo se nos reveló sin duda en su esencia capitalista –“tengo auto, puedo viajar”– y el espacio se abrió en interminables series de posibilidades, en una eterna nueva oportunidad, que retroalimentaba la máquina repetitiva. Paul Virilio analiza en diversos escritos los efectos contemporáneos de esta transformación perceptiva, bajo la idea de la tierra convertida “en un solo lugar”. Tras la pérdida de la línea del horizonte propio de la perspectiva geográfica, la imagen-luz y su nueva óptica activa, de carácter ondulatorio, renueva completamente en la pantalla el uso de la vieja óptica pasiva geométrica de la era de Galileo. La pantalla es el nuevo “horizonte artificial” que anuncia la preponderancia de una perspectiva mediática sobre la in-mediata del espacio. Las lentas y caducas tres dimensiones de las cosas y los lugares, quedan relegadas al acontecimiento telepresente. El espacio se comprime: la perspectiva no permite distancia alguna que posibilite “mirar desde fuera”.

Diría que esto es precisamente lo que Sonsoles Company rechaza desde su práctica artística. La potencia de vacío y la mudez en las imágenes de Company, no remiten ya tanto a aquel “desierto mutilado por el hombre” que a menudo fue el telón de fondo sugerido por los nuevos topográficos. Se da, en cambio, una subjetividad deseante propia de este nuevo milenio desmaterializado, que responde a la necesidad de apelar a esas dimensiones perdidas de las cosas. Conseguir “mirar desde afuera” para reconstruir aquello que más falta, la distancia. Como un hilo que tensiona estas imágenes, esta subjetividad persigue, simple y llanamente, la posibilidad de “un lugar”.

Leo en Internet: etimológicamente el término *lugar* (*lúcaris*, *lúcus*) remite a la idea de un *claro en el bosque*. Se consagraba como espacio de habitación y sede de establecimiento de

una población. Un claro. Un espacio común, y tal vez un espacio para lo común. Un sitio que distinguimos desde la distancia. Un punto magnético, una isla en medio de la espesura.

Seguramente todos hemos tenido esta experiencia: un claro seduce la mirada, el cuerpo entero; es una imagen de un lugar que nos invita a acercarnos, a traspasarlo, y tal vez incluso a residir en él. Es quizás esta afirmación del cuerpo, de lo háptico en la imagen, lo que más conmueve en la obra de Company. En su trabajo hay toda una declaración de principios táctiles: en gelatina de plata, sobre papel, en libros de fotografía. Lo analógico, lo físico –esos tiempos y espacios recobrados a través de una relación con la materia– aquí va más allá del cliché *vintage*, para imbricarse en una propuesta plenamente coherente que apela al cuerpo desde el fondo y la forma.

Imágenes en formato vertical, que como puertas o ventanas interpelan la mirada; no a los ojos o a la mente, sino la *mirada del cuerpo*, al completo. Sólo esos espacios comunes que nos muestra podrían ser “lugares reales”, claros en la espesura. Interruptores que nos permitan reposar, que nos permitan incluso la posibilidad del encuentro. Una sutil senda se insinúa entre la maleza de un parterre olvidado cualquiera –las palmeras Washingtonias importadas de Andalucía, creciendo tristonas ante un viejo apartahotel construido seguramente en el *boom* turístico los años 70, en cualquier lugar del mundo. La salida de una gasolinera, un piso liso, suave y gris de asfalto, lleno de polvo, alfombra el suelo antes de convertirse en carretera, y en un tímido bosquecillo del que asoma una torre de electricidad a un lado, una señal de *Stop* al otro. A sus pies, un pequeño y negruzco cartel de *Coca-cola* revela una insólita área recreativa: *papelera-mesa-silla* parecen invitar a un pic-nic en medio de la nada. *Déjeuner sur l’asphalte*.

Desde su desnudez y precariedad, estos umbrales nos invitan a entrar, solicitan ser habitados en su intemperie. La mirada bien puede ser un poderoso acto amoroso, y también una operación magnética, mesmerizante. Efectivamente, como en toda *hauntología*, estas imágenes se abren al hechizo. La mirada de Company las transforma en aberturas, igual que los espejos de Lewis Carroll. Para transitar al País de las Maravillas, ese lugar que ha de ser siempre, citando Foucault, un contraespacio, una heterotopía. Espacios-interruptores para impugnar la estructura de control social, que tiende su rejilla sobre la realidad. Se trata de un acto absurdo, casi heroico, en ese paisaje alterado. Una pálida piscina de un motel en alguna parte, aparece en el plano a duras penas, emergiendo tras un enrejado, en medio de un bosque de postes, farolas y paredes de cemento. También allí hay mesa y sillas, una alusión al cuerpo y al descanso, al encuentro tal vez, bajo un cartel parcialmente roto y vacío. El único rótulo que queda en él reza misteriosamente: “5333”.

También Hakim Bey describió, como una táctica sociopolítica, estos *contraespacios*, bajo el nombre de TAZ (zona temporalmente autónoma). “Espacios temporales” capaces de eludir la estructura imperante⁵. Insertos como nos hallamos por completo en la pantalla, en ese tour virtual interminable lleno de falsos efectos, se hace necesario inventar planos de fuga. De Libertatita a Pipi Calzaslargas, las zonas temporalmente autónomas son guaridas de juguete, claros en el bosque que nos llaman a entrar. Y entonces ¿de qué manera penetrar las

⁵ Hakim Bey, T. A. Z. *The Temporary Autonomous Zone, Ontological Anarchy, Poetic Terrorism*, Autonomedia, New York, 1991

imágenes? ¿de qué modo atravesar esos *paisajes comunes* –los únicos posibles, los que nos quedan? ¿cómo lograr *abrirlos*, cuando hemos perdido la dimensión que nos lo permitía, la lejanía? Fabricar esa distancia necesaria, producir el espacio que nos permita recuperar el cuerpo. Son cuestiones fundamentales, que laten con fuerza tras la práctica de Company.

Penetrar las imágenes es siempre una forma de otorgarles una nueva densidad, una dimensión perdida. Responde ello a una ya muy vieja idea, que tal vez podríamos definir como el gran deseo mórbido de nuestra cultura: atravesar el delgado plano que separa el curso de lo real de la eternidad suspendida en la virtualidad de la imagen. La vieja fábula de *absorción por la imagen* se encuentra presente en nuestro acervo cultural, desde el Narciso griego hasta Julio Cortázar (*Las babas del Diablo*). El mito parece haberse consumado, cumplida la absorción total por la imagen en la pantalla. Ya Antonioni (*Blow-up*) o Iván Zulueta (*Arrebato*) nos lo advirtieron: penetrar en la imagen implica habitar una naturaleza muerta. Quizás el deseo entonces fue el de experimentar el éxtasis de la vida suspendida. Estos días, tal vez en cambio la necesidad sea la de impugnar una vida suspendida en el éxtasis sin fin de las imágenes.

Solo un lugar

Sobre los *espacios comunes* en las fotografías de Sonsoles Company

Teresa Arozena, 2021

La presente edición en formato PDF se publica como copia de autor para descarga libre.
Primera edición digital en *Futuro Público. Campo para el análisis y la crítica cultural*
[www.futuropublico.net]

Primera edición impresa en *La Provincia. Diario de Las Palmas*. 06.02.21.

Publicada bajo licencia **Creative Commons** :

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/es/>

