

El fotógrafo como encarnación del *flâneur*: del “daguerrotipo andante” al *phoneur* en el espacio híbrido¹.

Elia Torrecilla

Laboratorio de Creaciones Intermedia, Departamento de Escultura, Facultat de Belles Arts de Sant Carles, Universitat Politècnica de València (e-mail: Elia.torrecilla@gmail.com)

Abstract

Starting from the photographic metaphor employed by Fournel (1857: 268) in which he describes the figure of the flâneur as a "walking daguerreotype", he proposes an update of the photographer embodied in the prototype of a modern passer, from his birth in the Paris of the 19th century To the current hybrid space, in which the flâneur, using the mobile phone, registers every stimulus through the camera and makes it public, giving rise to the appearance of the phoneur that registers and shares the urban scene in real time.

The daguerreotype, which required a process of long exposure times and influenced the quiet of the models themselves to obtain a unique work, contrasts with the current photography, much more "mobile" and multiple than at that time.

From this idea, this article begins with a study of the relationship between the modern flâneur and the early times of photography, a journey through its evolution to the present, in which immediacy and immateriality characterize some images that try to document almost compulsively, through the mobile phone, the surrounding reality. A daily life photographed that generate shared autobiographies in social networks; experiences extracted from the physical space to be shown in the digital, spaces that with the use of devices such as smartphones that offer digital information in the physical space give rise to the so-called hybrid spaces.

Keywords: *Flâneur, phoneur, daguerreotype, hybrid space, urban space, art, photography, walking, city.*

¹ Estos resultados forman parte de un proyecto I+D concedido por el Ministerio de Economía y Competitividad (ref. HAR2014-58869-P).

Resumen

Partiendo de la metáfora fotográfica empleada por Fournel en 1857 en la que describe la figura del flâneur como “daguerrotipo andante”, se propone una actualización del fotógrafo encarnado en el prototipo de paseante moderno, desde su nacimiento en el París del siglo XIX hasta el espacio híbrido actual. Espacios en los que el flâneur, haciendo uso del teléfono móvil, registra cada estímulo a través de la cámara fotográfica y la hace pública, dando lugar a la aparición de un flâneur actualizado que registra y comparte la escena urbana en tiempo real.

El daguerrotipo, del que no se podía obtener copias y que requería un proceso de largos tiempos de exposición, y que influía en la quietud de los propios modelos para la obtención de una obra única, contrasta con la fotografía actual, mucho más “móvil” y múltiple que entonces.

A partir de esta idea, este artículo comienza con un estudio de la relación que existe entre el flâneur moderno y los primeros tiempos de la fotografía, para plantear un recorrido por su evolución hasta la actualidad, en la que la inmediatez y la inmaterialidad caracterizan a unas imágenes que tratan de documentar, casi de manera compulsiva a través del teléfono móvil, la realidad circundante. Una cotidianidad fotografiada que generan autobiografías compartidas en las redes sociales; experiencias extraídas del espacio físico para ser mostradas en el digital; espacios que con el uso de dispositivos como los smartphones que ofrecen información digital en el espacio físico, dan lugar a la aparición de los denominados espacios híbridos.

Palabras clave: *flâneur, phoneur, daguerrotipo, espacio híbrido, espacio urbano, arte, fotografía, caminar, ciudad.*

Introducción

El fotógrafo recorre las calles acompañado de su cámara fotográfica en busca del acontecimiento urbano. Haciendo uso de la tecnología, registra sus impresiones ante la multiplicidad de estímulos que se producen en la metrópolis, y precisamente porque la fotografía es un arte propio de aquellos que se mueven, que caminan, al fotógrafo se le ha relacionado en numerosas ocasiones a la figura del *flâneur*, figura paradigmática de la experiencia moderna que surge en la poesía de Baudelaire y que Walter Benjamin convertirá, más tarde, en objeto de estudio.

Entre la multitud que comienza a aparecer por las calles de París del s. XIX empiezan a distinguirse diferentes tipos urbanos como el detective, el *dandy* o el *flâneur* entre otros. En un primer momento, este último aparece como figura histórica y literaria, consagrándose como un gran observador de la esfera pública, y desde su surgimiento ha servido como metáfora para explicar el nuevo medio urbano. Exprimiendo al máximo la experiencia urbana, el *flâneur* hace de la ciudad un eterno descubrimiento, un escenario al que aporta significado a través de sus propias huellas. En su caminar analiza la ciudad como un texto, leyéndolo y escribiéndolo de tal manera que, gracias a su actitud logra hacer frente al shock y a la discontinuidad que se experimenta en la ciudad moderna.

La ciudad es un cuerpo en continuo cambio formado por múltiples capas que son experimentadas, en su mayoría, a través del sentido de la vista, aunque en la deambulación, todos los sentidos se activan para apropiarse de la ciudad y resignificarla. En *El pintor de la vida moderna* Baudelaire (1840) ofrece un retrato del *flâneur* que es descrito por el propio poeta como una especie de hombre-ojo, donde el ojo es una cámara que registra todo lo que observa a través de su ojo-lente. Esta metáfora del *flâneur* como hombre-ojo hace visible la

pulsión de convertir el órgano visual en el centro de la civilización moderna, además de las propias similitudes que existen entre el ojo y la cámara, ambos, sistemas capaces de producir imágenes reales.

Porque es una actividad llevada a cabo por los que se deambulan por el escenario urbano, observando y al acecho, en busca del acontecimiento o de lo que Cartier Bresson denominara como “instante decisivo”, al *flâneur* se le ha relacionado con la figura del fotógrafo (callejero), pero también con la fotografía misma por ser ambos productores y reveladores de sentido.

A principios de los 90 comienza la digitalización del ámbito fotográfico y las instantáneas son capturadas por cámaras digitales para ser luego visualizadas mediante una pantalla, superficie también reflectante y a través de la cual el *flâneur* se adentra en el ciberespacio, un entorno repleto de imágenes-luz por el que se desplaza visual y virtualmente. La pantalla, en tanto espejo, muestra unas imágenes que se han convertido en la extensión de uno mismo, especialmente a partir de la popularización de las redes sociales donde la práctica de la autobiografía a través de la imagen es algo frecuente.

En la actualidad, la incorporación de las cámaras fotográficas en los teléfonos móviles, hace todavía más evidente la extensión del ojo como cámara. El *flâneur*-fotógrafo tiene ahora la posibilidad de capturar todo aquello que sucede a su alrededor, con la mirada fija en la pantalla de su dispositivo mientras su cuerpo se mueve callejeando. Si la experiencia que el *flâneur* moderno obtenía de la ciudad era una amalgama de estímulos que producía un estado narcotizante, el actual, que deambula por un espacio híbrido, experimenta una sensación caleidoscópica derivada de la sobreestimulación que proviene tanto desde la esfera física como de la digital.

De esta manera, haciendo uso del teléfono móvil, registra cada instante a través de la cámara fotográfica y lo hace público compartiendo instantáneas urbanas en tiempo real: un paseante híbrido prolongado por la tecnología, un *flâneur* que, considerando la propuesta de Robert Luke (2001), deviene *phoneur*, esta vez actualizado en una figura más móvil y en una versión posmoderna: un cronista y fotógrafo de la ciudad híbrida que muestra el acontecimiento urbano a través de unas fotografías que sirven como mapas y se convierten en pantallas, transformando al mundo en una especie de imagen, en un contexto de escenas o situaciones (Flusser, 2009).

Objetivos

En el presente artículo se propone indagar en la relación que existe entre la figura del *flâneur* y la fotografía, estableciendo una analogía entre este y la figura del fotógrafo. De esta manera se examinarán los cambios experimentados en la práctica fotográfica (móvil) y su papel transformador como elemento mediador entre el observador y el objeto observado, tanto en el espacio físico como en el digital y en el híbrido. Ello permitirá realizar un análisis sobre el papel de la fotografía desde el surgimiento de internet y el uso masivo de la tecnología móvil.

Asimismo, a lo largo de este recorrido se pondrá el foco en las relaciones que existen entre el espejo y la pantalla, superficies reflectantes que presentan los soportes fotográficos digitales que encuentran sus antecedentes en el daguerrotipo.

1. El *flâneur* como daguerrotipo andante

1.1. El *flâneur*

Es a través de los escritos de Benjamin donde podemos hallar sus características más representativas: el *flâneur* es un paseante callejero que vaga sin rumbo fijo dentro de la multitud pero sin formar parte de ella y dentro de la cual logra disfrutar de la soledad y de la libertad que le produce el anonimato. El *flâneur* observa y es observado, es comprador y mercancía, es actor y espectador. En definitiva, se trata de una figura extremadamente contradictoria como contradictoria es la ciudad, pues él es su misma encarnación.

Una de las propiedades que debemos destacar en primera instancia del *flâneur* en su relación con la fotografía es el predominio que en él se da de lo visual. El *flâneur*, que nace en un París recién remodelado por Haussmann y que se ha convertido en el prototipo de la ciudad moderna, se encuentra deambulando por un escenario repleto de estímulos visuales.

Para el *flâneur*, el acto de mirar en un caminar sin rumbo, supone una experiencia de placer que Benjamin compara con un “caleidoscopio con conciencia”, un constante fluir de imágenes y que Buck-Morss define como un fenómeno de carácter anestésico, explicando que la experiencia de la ciudad moderna es la experiencia del shock: el habitante de la ciudad moderna debe anestesiarse para sobrevivir en un contexto de estímulo permanente (luces, ruido, tráfico, etc.)

¡Hormigueante ciudad, llena de sueños,

donde el espectro en pleno día agarra al transeúnte!

Los misterios rezuman por todas partes como las savias

en los canales estrechos del coloso poderoso.

(*Los siete viejos*, Charles Baudelaire)

El *flâneur* siente que la ciudad es su casa y encuentra en los pasajes el medio perfecto para practicar la deambulación, espacios que resumen la ciudad y se muestran como un mundo en miniatura (Benjamin, 2005: 69). Los pasajes eran unas galerías acristaladas que conectaban una calle con otra, rincones perfectos para practicar el errabundeó, porque invitan a caminar sin rumbo favoreciendo el encuentro y la sorpresa, espacios que albergan comercios que exhiben la mercancía en los escaparates que hipnotizan al *flâneur*.

Objetos novedosos dispuestos a ser consumidos, fetiches protegidos por el vidrio, por esa membrana transparente que permite verlo todo pero sin tocar nada, una superficie que es al mismo tiempo reflectante, que atrapa la mirada del *flâneur* pero al mismo tiempo se la devuelve. De esta manera, atraído por los artículos expuestos pero sin llegar a sucumbir a su consumo recibe a través de la vitrina del cristal una visión multiplicada en la que se superpone la imagen de la mercancía a su propio reflejo, de ahí que Benjamin destacara la capacidad empática de esta figura, estableciendo una conexión entre la identificación que el *flâneur* tiene con todo aquello que mira, y la mercancía, siempre disponible para ser adquirida por cualquier comprador.

A través de la empatía, el observador se aproxima a lo observado pero marcando al mismo tiempo las distancias por lo que él, que en un principio solamente practicaba el consumo visual sin llegar a sucumbir al poder del capitalismo, es atraído por su propio reflejo y por la mercancía misma. Ello provocó que Benjamin declarara la muerte del *flâneur*, que fue absorbido por la fantasmagoría del vidrio y consumido por el consumo.

1.2. El “daguerrotipo andante”

La invención de la fotografía dio lugar a una nueva forma de mirar vinculada a la ciudad; un nuevo modo de observar propio de su tiempo, la modernidad. Como comentamos, por su incesante observación de todo lo que le rodea, el *flâneur* encuentra afinidades con la figura del fotógrafo (callejero), porque en primer lugar la fotografía es un arte propio de aquellos que se mueven, que caminan, y tanto el acto de fotografiar como la práctica de la *flânerie* son en sí mismos un gesto de la contemplación (Flusser, 2009: 12).

En sus poemas, Baudelaire describe al *flâneur* como un personaje contemplativo y obnubilado por el ajetreo de la ciudad; un hombre-cámara que todo lo registra y en el que el propio dispositivo se convierte en extensión del órgano de la vista, revelando detalles del mundo y haciendo visible una realidad que escapa al ojo humano. Por ello resulta sugerente que Fournel (1867: 268), describiera al *flâneur* como un daguerrotipo errante, móvil y apasionado, usando un estado del arte de la tecnología en el proceso de la fotografía del s. XIX.

Este hombre es un daguerrotipo móvil y apasionado que registra el más mínimo detalle y en él se refleja, con sus cambiantes destellos, aquello que ocurre, el ritmo de la ciudad, la fisonomía múltiple del espíritu público².

El daguerrotipo (1839) es un proceso por el cual se obtiene una imagen, original, en positivo a partir de una placa de cobre recubierta de yoduro de plata, que se convierte en una pieza única e irreplicable por ser la propia placa la que se introduce directamente en la cámara obteniendo solamente un positivo. En *La obra de arte en la era de su reproductibilidad técnica*, Benjamin (1936) reconoce que en el daguerrotipo vibra todavía, aunque de manera fugaz, el aura (el aquí y ahora), porque el centro continúa siendo el rostro de algún humano.

Los daguerrotipos se distinguen de otros procedimientos porque la imagen se forma sobre una superficie de plata fotosensible pulida como un espejo, que ha sido previamente tratada para revelarse la imagen directamente sobre ella; de esta manera, no resulta extraño realizar una comparación entre la *flânerie* y el proceso de revelado fotográfico si pensamos que ambas iluminan partes ocultas de la ciudad, y lo que está en negativo va empujando lentamente, convirtiéndose en luz.

Destacando su cualidad de superficie reflectante, resulta evocadora la idea de que el daguerrotipo es un descendiente directo del espejo, pues al igual que este, el proceso fotográfico imprime y fija aquello que se refleja en la superficie, y así lo explicaba en 1856 el teórico Ernest Lacan: “El daguerrotipo fijaba la imagen fugitiva del espejo. Era un prodigio que no se explicaba, pero que era necesario creer”³.

Dado que los espejos solo cobran sentido cuando alguien se refleja en ellos, su historia equivale a la de la visión, de la conciencia y del conocimiento. El único referente del que disponía la primera generación que asistió al nacimiento de la fotografía era el espejo, que desde mucho antes había sido el medio que duplicaba lo visible de una forma precisa, clara y brillante, como posteriormente lo haría el daguerrotipo (Fontcuberta, 2015: 136).

El nacimiento del daguerrotipo en 1839 dio paso a la era de la revolución tecnológica y la invención de la fotografía coincide con el tiempo de la industrialización, tecnificación y consumo que participaba de los procesos propios de su tiempo: producción en masa, comercialización y distribución al gran público. En este sentido, tal y como apunta Baudrillard (1999), “no es de extrañar que la fotografía haya aparecido como médium técnico en una época, la era industrial, en la que la realidad empieza a desaparecer”.

1.3. En busca del “instante decisivo”

² Fournel, Víctor: *Ce qu'on voit dans les rues de Paris*, Paris: E. Dentu, 1867.

³ Lacan, Ernest. *Esquisses photographiques*. Ayer Company Publishers, Incorporated, 1856.

Baudelaire describe en ocasiones al *flâneur* como una especie de hombre “al acecho”, una característica que también le acerca a la de figura del fotógrafo ya que tanto uno como el otro, devienen cazadores furtivos inmersos en la selva urbana: transformado en una cámara fotográfica, apunta con el objetivo y dispara para alcanzar a su presa pulsando el disparador del dispositivo⁴. Tal y como afirmaba Cartier Bresson, el azar era lo único en lo que creía y que las fotos lo tomaban a él y no a la inversa; que la suya no era tanto una habilidad como una receptividad ya que “el fotógrafo, con todos los sentidos alerta, debe esperar la sorpresa, ser una placa sensible”⁵, es decir, un “daguerrotipo andante” que haciendo uso de la tecnología, registra sus impresiones y saca a la luz el acontecimiento de la metrópolis moderna.

A este respecto, y volviendo a la idea del nacimiento del daguerrotipo como una necesidad de fijar la imagen fugaz reflejada en un espejo (Lacan, 1856), en tanto superficie reflectante que revela la imagen directamente sobre ella encuentra de alguna manera su personificación en la figura del *flâneur*, y también en la del fotógrafo. Otra analogía la encontramos en la que establecen tanto Benjamin como el teórico de cine Krakauer al identificar al fotógrafo o director de cine con el caminante de la ciudad, destacando el potencial de observación, análisis y crítica de la *flânerie*, ya que el *flâneur* alcanza su conocimiento a través de las instantáneas, la multitud de instantes o la multiplicidad de imágenes fragmentadas que le brinda la urbe.

Retomando la comparación que establece Fournel del *flâneur* como “daguerrotipo andante”, Susan Sontag (2005: 55) aborda esta relación especialmente a partir del desarrollo de las cámaras compactas del s. XX y afirma que “la fotografía cobra primero vida como una extensión del ojo del *flâneur* de clase media, cuya sensibilidad fue tan acertadamente cartografiada por Baudelaire. El fotógrafo es una versión armada del paseante solitario que registra, acecha, navega por el infierno urbano, del caminante voyeurista que descubre la ciudad como un paisaje de extremos voluptuosos”.

2. La realidad a través de la pantalla

2.1. El *flâneur* en el ciberespacio

A finales de los años 90 en pleno apogeo del entusiasmo por Internet, se trazó una analogía entre los *flâneurs* parisinos del s. XIX y los *ciberflâneurs* que se veían arrastrados por los vientos de la información. Divagando por las nuevas carreteras del ciberespacio, surfando link tras link, el *ciberflâneur* activaba un estado de conciencia en el que el tiempo se desvanecía, surgiendo como un personaje capaz de convivir con la diversidad de las nuevas informaciones en un contexto de transformación.

4 Para un repaso de la relación entre la fotografía y la poesía de Baudelaire, ver: Cabo, Mariana. “Charles Baudelaire y la fotografía: el ojo-cámara del poeta”. *Cédille revista de estudios franceses*, nº 11, abril de 2015. Disponible en: <https://cedille.webs.ull.es/11-DEF/05cabo.pdf> (Fecha de consulta: 25 julio 2016).

⁵ Entrevista al fotógrafo incluida en el catálogo de la exposición “Henri Cartier Bresson. La mirada del Siglo XX, realizada en el Museo del Palacio de Bellas Artes en la Ciudad de México del 25 de febrero al 17 de mayo de 2015.

Ahora, las huellas del caminante ya no se graban sobre el pavimento de las ciudades, sino que se imprimen de manera efímera y caótica sobre los nuevos canales de la red, que pueden ser comparados con una ciudad virtual. Por ello, al ser una parte elemental en la construcción de una ciudad, entorno o contexto, autores como Lemos (2001), Hartman (2004), Manovich (2006), o Mozorov (2012) han recurrido a la figura del *flâneur*, actualizándola y recuperándola en el ciberespacio para tratar de comprenderlo.

Lo que la ciudad y las calles eran al *flâneur*, son ahora el Internet y la Supercarretera para el *ciberflâneur*

6

El *ciberflâneur*, es una especie de nómada que va indagando o navegando por un espacio virtual, y como resultado del paseo acaba proyectando una idea, objeto o acción a partir de sus reflexiones, convirtiéndose en productor de contenidos, que practica la búsqueda y consume conocimiento.

La *ciberflânerie* debe ser entendida como un estado transitorio de navegación que puede ser asumido virtualmente por cualquier usuario de la red en un momento dado, siempre y cuando adopte una actitud que se aparte de las normas establecidas para crear una manera propia de moverse por el ciberespacio, una forma de dejarse llevar por los flujos de signos: aquí, el *flâneur* transita a través de hipertextos o enlaces electrónicos que conectan diferentes “calles” por las cuales establece recorridos.

2.2. Un mar de imágenes

Entonces, el ciberespacio se presentaba como un nuevo medio donde poder deambular mientras el usuario permanecía sentado en una silla, moviendo el ratón y haciendo uso del teclado, este podía navegar entre un mar de datos, información, textos e imágenes, un viaje virtual y visual, y en ocasiones también sonoro, no olvidemos que era el sonido del módem que nos permitía cruzar el umbral y adentrarnos en él.

Frente a la pantalla del ordenador ocurre algo similar a lo que sucedía en los pasajes: el *ciberflâneur* observa, hechizado, la mercancía que se encuentra tras la membrana de vidrio dejándose llevar por la aleatoriedad del hipertexto. Pero con el paso del tiempo la mercancía se fue apoderando del ciberespacio, y la popularidad de aplicaciones que permitían realizar actividades específicas, normalmente de compra, hizo de la *ciberflânerie* una práctica casi imposible. Tal y como lo hiciera Benjamin con el *flâneur*, Mozorov declaró entonces, la muerte del *ciberflâneur*. Pero si pensamos en la inmersión de esta figura en el ciberespacio a través de la pantalla, vemos de nuevo cómo el vidrio expulsa la imagen de su reflejo, quizá, para mantener esa distancia necesaria que le permite reflexionar y plasmar sus impresiones de este nuevo entorno sin sucumbir a la mercancía.

6 Morozov, Evgeny. “The Death of the Cyberflâneur” [en línea] *New York Times*. 4 febrero 2012.

http://www.nytimes.com/2012/02/05/opinion/sunday/the-death-of-the-cyberflâneur.html?pagewanted=all&_r=0 [consulta: 3 agosto 2012]

Para permanecer libre en su deambular y no ser confundido con la multitud de sujetos movidos por impulsos consumistas y sujetos a un tiempo que es oro, es decir, el tiempo propio de comienzos del capitalismo, debe mantener cierta distancia con aquello que le rodea, una distancia en la que Benjamin tenía puesto el punto de mira: tras sumergirse entre la multitud de estímulos y sujetos de la metrópolis moderna y perderse entre ellas, siempre logra permanecer separado, alejarse de la embriaguez para poder así reflexionar sobre la nueva cotidianidad que se experimenta en la ciudad moderna. El análisis necesita distancia física para mantener su mirada reflexiva, una distancia que podemos relacionar con aquella que se interpone entre el ojo del fotógrafo y la realidad, que en este caso es la separación interpuesta por el propio dispositivo fotográfico.

La aparición de la web 2.0 dio lugar a un aumento de la sobreestimulación visual, algo que coincide con el surgimiento de los “social media”: conjunto de aplicaciones basadas en internet que permiten la creación y el intercambio de contenidos creados por los usuarios que enlazan información y que constituyen las redes sociales. Ello permite un juego de roles al ofrecer la posibilidad de ser actores activos o pasivos en la generación de información en el ciberespacio.

Este fenómeno que permite crear y compartir contenido en línea, encuentra en cierta manera su antecedente en la fotografía. A diferencia de lo que ocurre con el cine o la televisión, donde hay un productor y millones de espectadores, tanto en la fotografía como en las redes sociales, en el ciberespacio se da el caso de la existencia de millones de productores (Colorado, 2013).

Este hecho puede ser visualizado a través de Flickr, una plataforma que inició un capítulo nuevo en la historia de la fotografía y que nació como un espacio que servía de álbum virtual para las imágenes que subían los usuarios, permitiendo almacenar, ordenar, buscar, vender y compartir imágenes, fotografías o vídeos en línea a través de internet.



Fig. 1. Erik Kessels, 24 HRS IN PHOTOS, 2011.

En la instalación *24 Hrs in photos*, el artista Erik Kessels (2011) imprimió todas las imágenes compartidas en flickr durante un periodo de 24 horas, para mostrar la cantidad de información gráfica que se comparte hoy día, montañas de fotografías que muestran la sensación de ahogarse en las representaciones de las experiencias de otras personas.

En este contexto de exceso de imágenes, el *flâneur* ha evolucionado y se ha convertido en un experto de la selección visual, adquiriendo la capacidad de filtrar la excesiva saturación visual que existe en la actualidad, pasando de ser un cazador de instantes a un recolector de imágenes⁷. La instalación de Kessels muestra de una manera física la gran amalgama de fotografías que los usuarios comparten en plataformas como Flickr

⁷ Sema d'Acosta. "Els agricultors. Recol·lectar i/o manipular", Ajuntament de Barcelona, Sant Andreu Contemporani, 2014.

Este momento es tan crucial como lo fue el daguerrotipo en el s.XIX para la fotografía tradicional. Si entonces el reto era conseguir una técnica que lograra fijar la luz en un soporte físico y la abaratara, ahora que ya es gratis e inmaterial el reto es organizar esa maremágnum digital (Fontcuberta, 2015).

2.3. Un paseo visual, virtual y vertical

El *ciberflâneur* navega el espacio urbano digitalizado desde las alturas. En 1990 Michel de Certeau contraponía la experiencia horizontal del espacio a la vertical explicándola a través del *flâneur* y el *voyeur*, respectivamente. La primera hace referencia a la que el *flâneur* obtiene de la ciudad a través del contacto directo con ella, de pasearla. La vertical es aquella que el *voyeur* alcanza, por ejemplo, desde lo alto de un rascacielos, en este caso desde el World Trade Center. Aunque no debemos confundir ambas figuras, podríamos pensar que la visión del espacio que disfruta el *voyeur* desde las alturas no difiere mucho de la que experimenta el *ciberflâneur*, a saber, deambulando por las calles digitalizadas de Google Earth.

Volviendo la vista atrás, recordamos que el auge de la fotografía coincidió en París con el esplendor de los globos aeroestáticos. El polifacético Gaspard-Félix Tournachon, más conocido como Nadar, se subió a un globo aeroestático cámara en mano, y tras varios intentos atravesando numerosas dificultades, en la primavera de 1858 ofreció al público sus primeras vistas aéreas, convirtiéndose en uno de los fotógrafos más famosos de París. Nadar era un ojo en el cielo que disparaba con su cámara fotográfica para obtener la vista de los pájaros (y de los dioses), que es la visión cenital desde la cual hoy los satélites lo registran (casi) todo de forma automática.

En su libro *Prácticas artísticas e internet en la época de las redes sociales*, Juan Martín Prada (2015: 241), dedica un apartado a analizar la práctica fotográfica a partir de la irrupción de geonavegadores como Google Earth.

En él, el autor se cuestiona el papel de la fotografía en un mundo registrado prácticamente en su totalidad, pues los satélites realizan millones de imágenes que componen un tejido que representa casi el conjunto de la superficie terrestre: una imagen navegable del mundo; unas fotografías automáticas, impersonales y sin ningún tipo de intención creativa ni expresiva. En este contexto, no resulta extraño que el fotógrafo decida buscar y recuperar el “instante decisivo”, objetivo que perseguía Cartier Bresson (y que todo fotógrafo debía capturar), no ya en las calles sino en la imagen-mundo, o mundo convertido en imagen, que ofrecen plataformas como Google Earth, Google Maps o Google Street View.

Integrado en Google Maps en 2008, Google Street View está basado en millones de imágenes geolocalizadas de las calles y carreteras de numerosas calles del mundo, implantándose como un dispositivo de realidad virtual que permite explorar visualmente cualquier lugar transitable, como si uno lo recorriera con un vehículo. Cada diez o veinte metros, un sistema compuesto por nueve cámaras instalado en la parte superior de cientos de “coches-google” que transitan por más de veinte países, va capturando imágenes panorámicas y geolocalizándolas, contribuyendo de manera importante a reforzar la idea de que internet supone un duplicado de la realidad en tanto que puede reemplazar la experiencia directa que uno obtiene del mundo.

Si Cartier Bresson, descrito en ocasiones como el *flâneur* paciente “caminaba todo el día, con el espíritu en tensión, buscando en las calles tomar en vivo fotos como flagrantes delitos” tal y como escribió él mismo en la introducción de *Imágenes a la Sauvette* (1952), el fotógrafo en el espacio virtual va en búsqueda del acontecimiento fotográfico en fotografías ya tomadas previamente vía satélite. Así pues, la captura de ese “instante decisivo” es por vía de la selección y no de la captación directa (Martín Prada 2015: 245), es decir, se produce un cambio de rol del fotógrafo como cazador al fotógrafo como recolector.

En esta labor, el fotógrafo puede realizar capturas de pantalla, con lo que ya no se hace necesario el uso de la cámara fotográfica, o bien, como es el caso de Michael Wolf, que toma la imagen a través de su objetivo, reafirmando su pasión por la fotografía “real”. En su obra *Paris Street View* (2010), Michael Wolf adopta el rol

del fotógrafo-cazador y se convierte en *ciberflâneur*, un hombre-ojo que se desplaza por las calles virtuales de Google registrando a través de su cámara, la pantalla. De nuevo, el espacio fotografiado está mediado por una distancia que viene dada por el objetivo de las cámaras del vehículo de Google, la pantalla del ordenador y la cámara fotográfica de Wolf, unas imágenes en las que los píxeles de la pantalla adquieren especial relevancia.



Fig. 2. Michael Wolf, *Paris Street View*, 2010.

3. Hacia un *flâneur*-fotógrafo móvil

3.1. La “movilidad” de la imagen

El uso extendido que se hace hoy de la captura de imágenes encuentra su antecedente en la cámara Kodak Brownie, comercializada en los albores del s. XIX que supuso el comienzo de la fotografía instantánea, ofreciendo a cualquiera la posibilidad de hacer fotografía. Más tarde, la cámara Leica comercializada en 1925, marcó un cambio de paradigma en el mundo de la fotografía, no solo facilitando a los fotoaficionados el acceso a un aparato profesional, sino que consiguió que la fotografía se convirtiera en algo cotidiano por tratarse de una cámara pequeña, ligera y discreta que dio lugar a una nueva forma de mirar.

Fue a principios de los 2000 cuando las cámaras digitales se vuelven accesibles a la gente, y aproximadamente cinco años más tarde, alrededor de 2005 tiene lugar la convergencia entre tecnología, personas y redes sociales. Aunque el teléfono móvil ya existía es ahora cuando su uso se hace habitual, dando lugar a una vida experimentada a través de imágenes y dispositivos digitales.

En 2007 Steve Jobs presenta iPhone, y por primera vez, a través de un solo dispositivo era posible tanto recibir contenidos como crearlos, y un público creciente podía realizar una fotografía y compartirla de manera instantánea a través de su smartphone.

La unión de las redes sociales, producto de la web 2.0, con la explosiva expansión de los smartphones ha significado el cambio más importante que se ha producido en la historia de la cultura de masas y la comunicación.

En octubre de 2010 aparece Instagram, que combina las funciones de la cámara fotográfica con la posibilidad de agregar filtros y compartir fotos de una manera sencilla y eficaz. En este contexto, lo cotidiano adquiere una gran relevancia y es transformado por la fotografía, dando lugar a una realidad cristalizada en imágenes, donde

estas ya no suponen una mediación con el mundo, sino su amalgama, cuando no su materia prima (Fontcuberta, 2015).

La metáfora del *flâneur* como hombre-cámara a la que hacíamos referencia anteriormente, muestra la analogía que existe entre el ojo y la cámara, ya que ambos son sistemas capaces de producir imágenes reales; pensemos en la similitud, por ejemplo de la lente de la cámara con la cornea del ojo, o del diafragma y la pupila. Una extensión del ojo como cámara (McLuhan, 1996), que resulta todavía más evidente con la incorporación de estas a los teléfonos móviles: el *flâneur*-fotógrafo tiene la posibilidad de capturar todo aquello que sucede a su alrededor con la mirada fija en la pantalla de su dispositivo móvil, que ha recuperado el cuerpo para desplazarse por el espacio urbano híbrido.

3.2. La “movilidad” del *flâneur*

El uso extendido que en la actualidad se hace del teléfono móvil, no solamente como medio de comunicación oral sino como herramienta que permite el acceso a internet y al comercio electrónico, hace posible realizar compras en cualquier momento y lugar, sin límite de horario y con medios de pagos digitales. Ello ha dado lugar a que Robert Luke (2001) escribiera sobre la existencia de un *flâneur* transformado en una figura más móvil y actualizada en una versión posmoderna, al que ha llamado *phoneur* (telefoneante), y que Lucy Kimbell (2001) denominó “*flânerie* telefónica” (*cellular flânerie*). El *phoneur* es un comentarista del mundo posmoderno que comunica a través de su teléfono móvil.

Si el *flâneur* decimonónico paseaba y se deleitaba con las mercancías mostradas tras el vidrio del escaparate de los pasajes parisinos, el *phoneur* tiene a su disposición un escaparate cuasi infinito en la palma de su mano que no solamente reproduce las imágenes, sino que las produce.

Mientras que en un principio la comunicación telefónica estaba basada en las llamadas de voz, en la actualidad, aplicaciones de mensajería instantánea como Whatsapp se han vuelto muy populares. Así, la presencia de las pantallas en los dispositivos móviles han ido ganando presencia, debido a su capacidad de conexión a internet, junto con la inclusión de las cámaras fotográficas y de vídeo, mensajería escrita, redes sociales... fijan la mirada del *phoneur* en las pantallas de sus teléfonos, convirtiéndose de nuevo, en una figura mayoritariamente visual, en un ciudadano digital (*homo digitalis*) que puede acceder a todo aquello que desea ver.

En este orden de cosas, Fontcuberta (2015) sostiene que la incorporación de cámaras en los teléfonos móviles, fáciles de manejar y que producen fotos sin coste alguno, ha dado lugar a la aparición de una nueva especie: el *homo photographicus* que todo lo fotografía.

3.3. Reflejos compartidos

El uso que se hace de las redes sociales muestra la necesidad imperante de compartir la experiencia de uno en tiempo real, lo que conlleva la construcción de la imagen de uno mismo diseñada de modo que resulte atractiva para los otros, activándose de esta manera la idea del “yo como obra de arte” que se hacía visible en un primer momento en videoblogs y fotoblogs, ahora eclipsados por las populares redes sociales.

En este contexto, la toma de fotografías se ha convertido en una de las actividades más demandadas por el público no especializado, quizás, porque hoy, más que nunca, la imagen compartida de uno mismo invade el espacio de la autoconstrucción. Al multiplicar las reproducciones, el usuario experimenta una presencia masiva en lugar de una presencia irrepetible, pues con cada teléfono móvil, el usuario lleva con él una “historia de

bolsillo" que permite duplicar su existencia. Un espejo que ofrece el reflejo de aquello que queremos ser; reflejo en tanto imagen extendida y repetida de uno mismo (McLuhan, 1964) en tiempo real.

Fontcuberta (2016) propone el uso del término “postfotografía” para referirse a la fotografía que surge en el espacio de la sociabilidad digital y que difiere notablemente al referido daguerrotipo del siglo XIX. La postfotografía hace uso de la imagen en tanto lenguaje, pudiendo llegar a sustituir una llamada telefónica. En la actualidad, sostiene, la fotografía es la expresión efímera de un instante cualquiera, mostrando nuevas formas de ver y nuevos puntos de vista.

Una de las características más significativas de la postfotografía es la desmaterialización de la imagen: si en la fotografía la luz se transforma en materia, en la postfotografía la luz se transforma en códigos, por tanto, aporta información visual sin necesidad de soporte; carente de corporeidad, el ser postfotográfico deviene pura alma, puro espíritu.

Un *phoneur* descendiente del *homo photographicus* que busca su reflejo y el reflejo del mundo a través de la autorrepresentación, imágenes captadas y mediadas, producidas y re-producidas en la pantalla de su teléfono móvil.

4. A modo de conclusión. Un juego de espejos

A lo largo de este paseo por unos espacios inundados de imágenes, podemos observar cómo la recuperación de la figura del *flâneur* tradicional y su actualización a los nuevos entornos generados por el uso de internet, deja entrever ciertos aspectos que son comunes a ellos, así como ciertas analogías que existen entre la *flânerie* y el proceso fotográfico.

Como vimos, a lo largo de este recorrido adquiere especial importancia un elemento que está presente y que se extiende a lo largo de los tres espacios: el vidrio como elemento mediador, como una abertura de acceso a través de la cual el *flâneur* pasa de un espacio a otro. Una membrana transparente que aparece en primer lugar como el cristal de un escaparate que se encuentra en el interior del pasaje, donde el *flâneur* contempla la fantasmagoría de la mercancía; una vitrina que en el ciberespacio deviene pantalla y que se convierte en el acceso entre los dos espacios que más tarde se funden y cohabitan en el espacio híbrido con el uso de la pantalla móvil. De esta manera asoma la idea de espejo como umbral, como espacio que abre el paso a otro espacio: espejo como ventana abierta a la imaginación.

El cristal, que vive siempre en el límite, es transformado por la fotografía en umbral, un acceso habitado tanto por el *flâneur* como por el fotógrafo. Ambos se encuentran en las entradas de los espacios que traspasamos, permaneciendo en el margen. El paso de un umbral a otro no supone solamente cruzar de un espacio a otro, sino pasar de un estado de conciencia a otro e incluso de un tiempo histórico a otro.

En la primera parte, la fotografía aparece como una serie de instantes reflejados en el espejo e inmortalizados en el daguerrotipo: un *flâneur* foto-sensible que es la personificación de un espacio y tiempo concretos. El *flâneur* como “daguerrotipo andante” revela unas imágenes caleidoscópicas de las que no existe copia alguna: imágenes superpuestas y auráticas que revelan unos fragmentos que componen la experiencia del shock.

A través de la pantalla, en el ciberespacio, el *flâneur* navega entre unas imágenes incorpóreas y unos reflejos-luz, de seres que tratan de encontrar su lugar registrando y compartiendo todo lo que le rodea con el objetivo de re-reproducirse: la pantalla se ha convertido en el espejo donde uno busca verse reflejado. La imagen que se visualiza a través de ella se auto-produce a cada momento, eliminando de esta manera los límites que existen entre original y copia.

Ante la multiplicidad de imágenes que surgen de la pulsión por fotografiarlo todo, el fotógrafo encarnado en un *flâneur* actualizado, deambula y trata de recuperar el “instante decisivo” en un mundo-imagen, deambulando por

una ciudad digitalizada convertido en hombre-ojo revelando detalles del mundo y haciendo visible una realidad que ha quedado ocultada por el exceso.

En el acto de fotografiar la pantalla, esta le devuelve al fotógrafo el reflejo de su propia imagen, así como la del propio dispositivo: la cámara fotográfica es autofotografiada. La distancia necesaria que, recordamos, tanto el *flâneur* como el fotógrafo toman con la realidad para poder luego reflexionar sobre ella y en la que la empatía juega un papel determinante, se confunde aquí en esta superposición donde los límites entre sujeto observador (cuyo rostro queda oculto por el dispositivo fotográfico) y objeto observado, se desvanecen.

De esta manera, la visión se contrapone a ser mirado, porque por mediación del espejo, el fotógrafo es mirado por la fotografía, generando así un autorretrato reflejado que incluye la imagen dentro de la imagen. Los espejos, dispositivos que a su vez son una metáfora de la fotografía, conllevan la necesidad y el gusto de la mirada hacia uno mismo, además de la necesidad y el gusto de compartirla: imágenes que nos fijan y nos explican ante la mirada del otro.

En definitiva, a partir de estas imágenes de espacios transitados por ambas figuras, sale a la luz la idea de la *flânerie* y la fotografía como prácticas de leer la ciudad, y también de escribirla pues ambos, *flâneur* y fotógrafo son portadores y productores de signos, de sentido: reflejan el acontecer urbano, son espejos de memoria.

Referencias bibliográficas

- BAUDELAIRE, Charles (1840). *El pintor de la vida moderna*. Madrid: Editorial Taurus, 2013.
- BENJAMIN, Walter (1982). *Libro de los Pasajes*. Madrid: Edición de Rolf Tiedemann, Akal, 2007.
- BENJAMIN, Walter (1936). *La obra de arte en la era de su reproductibilidad técnica*. Buenos Aires: Ediciones Godot.
- COLORADO, Óscar (2013). *La fotografía como fenómeno de masas*. <https://oscarenfotos.com/2013/09/14/la-fotografia-como-fenomeno-de-masas/#_edn28> [Consulta: 21 julio 2016].
- DE CERTEAU, Michel (1990). *La invención de lo cotidiano. Tercera parte: Prácticas de espacio*. México: Editorial Cultura Libre.
- FLUSSER, Vilém (2009). *Una filosofía de la fotografía*. Madrid: Editorial Síntesis.
- FONTCUBERTA, Joan (2016). *La furia de las imágenes*. Galaxia Gutenberg.
- FOURNEL, Victor (1857). *Ce qu'on voit dans les rues de Paris*. Paris: Ed. Dentu.
- HARTMANN, Maren (2004). *Technologies and Utopias: The ciberflâneur and the experience of "Being Online"*. University of Westminster.
- LESMESS, Daniel. "El *flâneur*, errancia y verdad en W. Benjamin". *Paralaje Revista de Filosofía*. 2011, nº 6. <<http://www.paralaje.cl/wp-content/uploads/2014/11/6-2-LESMESS-DOSSIER-173-556-1-PB.pdf>> [Consulta: 28 septiembre 2015].
- LUKE, Robert (2006). "The *phoneur*: Mobile commerce and the digital pedagogies of the wireless web". En P. Trifonas (Ed.). *Communities of difference: Culture, language, technology* (pp. 185-204). London: Palgrave Macmillan.
- MANOVICH, Lev (2006). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación*. Buenos Aires: Paidós.
- MARTÍN PRADA, Juan. *Prácticas artísticas e internet en la época de las redes sociales*. Madrid: Akal / Arte contemporáneo, 2012.
- MCLUHAN, Marshall (1964). *Comprender los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós, 1996.

El fotógrafo como encarnación del flâneur: del “daguerrotipo andante” al phoneur en el espacio híbrido.

MOROZOV, Evgeny (2012). “The Death of the Cyberflâneur”. *New York Times*.
<http://www.nytimes.com/2012/02/05/opinion/sunday/the-death-of-the-cyberflâneur.html?pagewanted=all&_r=0>
[Consulta: 3 agosto 2012].

SIMMEL, Georg (1958) en Benjamin, Walter (1998). *Poesía y Capitalismo. Iluminaciones II*. Madrid: Taurus.

SONTAG, Susan (1977). *Sobre la fotografía*. México: Alfaguara, 2005.