



# Tendencias estéticas de la fotografía del audiovisual en la era digital<sup>1</sup>

## ► Escribe **Diego Hernández Flores**

Director de fotografía, fotógrafo y realizador. Profesor Titular de las cátedras Iluminación y Cámara I e Iluminación y Cámara II, FBA-UNLP. Docente del seminario Video Digital-Nuevas Tecnologías, de la Universidad del Cine, y docente de Diseño fotográfico V y Taller de Fotografía I, de la Universidad de Palermo. Director de fotografía y camarógrafo de los largometrajes *La prisionera* (2006) y *500 grados a Marte* (2007). Realizó videoclips para las discográficas DBN y EMI. Se ha desempeñado como director de fotografía en numerosos cortometrajes, comerciales e institucionales.

"No pienses que voy a ver esa película", decía una antigua novia mía. Ella no sabía quién actuaba, ni quién la dirigía, ni cuál era el argumento. Sólo había visto un plano, y cuando se le preguntaba el porqué de semejante dictamen, respondía con seguridad: "No me gusta cómo se ve". Más allá de si esto entraña un prejuicio grave debido al acostumbramiento que una persona puede tener hacia un tipo de imagen, lo cierto es que podemos reconocer un origen o estilo cinematográfico por las características de su fotografía.

Es lamentable que esta identidad, a veces buscada, a veces impuesta por las condiciones de producción o la calidad de la posproducción, se vaya evaporando lentamente con el avance de la globalización.

En un análisis realizado en clase acerca de varias películas de distintas nacionalidades estrenadas durante 2008, se pudo constatar algo que en otra época hubiese resultado imposible: todas, en lo que respecta a la dirección de fotografía, se parecían demasiado. Este fenómeno actúa sobre diversos puntos que conforman la creación de una imagen, en la que los más relevantes son la formación técnica y el avance tecnológico.

## La educación universitaria en el tratamiento de la imagen

Basta con hojear la biografía de algunos de los más antiguos directores de fotografía para constatar que sus orígenes son variados. Muchos poseen una

<sup>1</sup> La primera parte de este artículo forma parte de una ponencia presentada por el autor en las "XVII Jornadas de Reflexión Académica en Diseño y Comunicación 2009" y publicada en *Reflexión Académica en Diseño y Comunicación*, Año X, Vol. 11. Buenos Aires, Universidad de Palermo, febrero de 2009.

formación en arte ortodoxa sumada a una educación técnica básica. Algunos heredaron el oficio familiar y se capacitaron a partir de la observación. Otros provienen de la fotografía fija y se adentraron luego en el dinamismo. También están los que se formaron en escuelas de cine, posibilidad que se va reduciendo en promedio a medida que el inicio de la carrera del artista es más remoto.

Las escuelas de cine o carreras universitarias de grado en cinematografía no son un fenómeno nuevo. Solamente en la Argentina podemos encontrar lugares que poseen esta orientación desde hace más de 30 años. Pero estas carreras pasaron a ser un fenómeno masivo a principios de los años 90 y atrajeron a gran cantidad de interesados de distintas clases sociales y nivel cultural.

La explosión generó una ventaja y un problema a la vez. El desarrollo académico trajo consigo el crecimiento cuantitativo y cualitativo del material bibliográfico, sin duda una gran ventaja. Esto, a su vez, permitió compilaciones de lo mejor del material existente en resúmenes poco sustanciosos, pero fácilmente digeribles para alumnos con paladar no acostumbrado a la profundización teórica, como bibliografía de materias dictadas en tiempo relámpago. Resúmenes de resúmenes, programas estándar, lo básico de lo básico, y, como ingrediente final, globalización.

La mezcla de estos elementos forjó, indefectiblemente, similitudes a nivel mundial en los programas de materias relacionadas con la tecnología audiovisual. Fue inevitable: miles de alumnos formados mediante programas similares concibieron imágenes con un parecido asombroso; técnicamente irreprochables, pero altamente despersonalizadas.

En la actualidad, al deber establecido de los directores de las carreras y de los docentes se le suma este nuevo desafío: buscar en sus alumnos signos particulares que puedan ser el punto de partida para la creación de imágenes personalizadas. Los últimos años de las carreras ofrecen el terreno ideal para este fin. El docente debe ser el encargado de presentar las obras

que marcaron la historia, pero también el responsable de desmitificarlas en pos de una búsqueda estética propia. Es asombroso notar en conversaciones con egresados de diferentes facultades que todos poseen los mismos tres héroes y que en los primeros pasos en la cinematografía profesional su intención estética constituye una clara emulación de sus obras. Seguramente, estos referentes sean los mismos que tienen los egresados de Japón, Rusia, EE.UU. o Colombia. El resultado está a la vista.

## Democratización y estandarización de la imagen

Mucho se habla acerca de que las nuevas tecnologías hacen posible en el nivel personal lo que antes sólo se podía dar en el corporativo, pero poco se dice de que el uso masivo de estas tecnologías genera una estética estandarizada en la imagen.

Peter Jackson filma su nueva película con una cámara de video de alta definición y de un costo similar al de un auto usado estándar. Sin duda, estamos frente a una revolución en la industria audiovisual; nadie en el pasado hubiera podido darse el lujo de filmar en la más alta calidad disponible a un costo que hubiese podido solventar un individuo de clase media. A partir de esto podemos dejarnos llevar e imaginar un futuro donde los grandes directores y los estudiantes primerizos filmen y editen con los mismos dispositivos.

Lejos están los tiempos en los que cada cinematografía nacional poseía una patente diferente de procesamiento de la imagen; podemos recordar, entre otros, el famoso *technicolor* en Estados Unidos o el proceso Pathé en Francia. Tiránicamente, la imagen filmada iba a estar ligada a ese componente particular. Pero las tiranías no son buenas, y por eso debemos festejar la llegada de las nuevas tecnologías, ya que más allá de presentarnos el riesgo de crear una imagen trillada, también nos permiten manipularla para que esto no suceda y hacen posible una búsqueda personal.



Las nuevas interfaces de manipulación de la imagen ofrecen la posibilidad de regular a nuestro gusto cada uno de los elementos. La paradoja es contundente y surge porque planteamos el problema desde lo técnico, cuando estamos frente a un problema meramente estético que, si bien se dispara a partir de la estandarización tecnológica, está ligado a la formación y a la falta de creatividad en la posmodernidad.

Un ejemplo claro de esta ausencia de creatividad es la falta de identidad en el cine digital y en la TV de alta definición. El aspecto del video de definición estándar se reemplaza en el de alta definición por uno con mayor espectacularidad, mucho más ligado a la visualización cinematográfica. Lo mismo sucede con el escaneado entrelazado que marcó una estética propia del video y ahora se ve reemplazado por el progresivo, en razón de emular la cadencia cinematográfica.

La pregunta es sencilla, ¿por qué el video no busca una identidad propia en los elementos visuales de su imagen? La respuesta es compleja e indefinida. Lo cierto es que nos conducimos a un estrato más de la despersonalización de la imagen. Si a esto le sumamos las predicciones de los teóricos de la imagen que profetizan que los formatos de cine, video, televisión y videojuegos se van a amalgamar en uno solo, con seguridad vamos a perder el asombro que antes nos producía una imagen diferente.

Ciertamente, este asombro muchas veces se producía por el error, por los defectos inherentes a los procesos de la imagen. Es ese gusto perverso que produce ver, por ejemplo, algunas películas argentinas de la década del 70 y el 80 en las que se observan una fotografía descuidada y una posproducción de mala calidad, pero con marca personal inconfundible. Hoy día, la calidad de los técnicos del cine profesional, de formación más academizada, no permite este margen de error. Además, esta educación tampoco forma directores de fotografía con un sello de autor notable.

No se puede negar el avance tecnológico ni tomar posturas retrógradas. Estamos en un gran momento, en el que las herramientas disponibles nos permiten

manipular cada uno de los parámetros de la imagen, acercándonos mucho más a la definición estricta de creación. El problema a resolver es cómo utilizar estas herramientas sin partir de conceptos estéticos preconcebidos, buscando siempre un criterio específico más allá de parámetros estandarizados. La tecnología no regala nada, sólo intercambia esfuerzos. Lo que antes costaba mucho ahora se puede hacer fácil, pero esta facilidad se ve siempre opacada con nuevos problemas a resolver.

Si uno quiere conocer el mundo debe apurarse. A medida que la globalización avanza produce que otras culturas se parezcan mucho a la nuestra. Seguramente, los viajeros de nuestro tiempo no sienten el mismo asombro que sentían los primeros expedicionarios. Esperemos que no suceda lo mismo con la imagen. Está en la búsqueda de los educadores, en el esfuerzo de los realizadores y en la exigencia del público que no sea así.

### Los formatos de visualización y el impacto de la imagen

Si analizamos los efectos de la globalización en los formatos audiovisuales podemos decir que una de las principales ventajas es no depender de los canales de distribución industrial. De esta manera, el público puede elegir en un porcentaje muy alto qué es lo que desea ver. Por más que la obra a ubicar sea de un país que posee una escasa circulación de sus audiovisuales, por más que sea de un carácter muy personal del realizador y esté producida para un público reducido, es sabido que con una mínima intención de búsqueda las posibilidades de poder visualizarla son muchas.

Se puede pensar acertadamente que uno de los problemas a tener en cuenta es la calidad de imagen de los dispositivos con que se visualiza la imagen. Pero esto es sólo un problema técnico menor que la tecnología se va a encargar de resolver adecuadamente con el tiempo. En verdad, lo importante a tener en cuenta como analistas de este fenómeno de globalización es

el cambio en la construcción, la asimilación y la discusión de las obras.

Si sólo tomamos el rubro de los estudiantes de artes audiovisuales sabemos por estadística que, por una razón de economía de tiempo y recursos, eligen ver su material de estudio por canales de Internet como YouTube, Vimeo o similares. Esto les posibilita realizar otras tareas, como escribir una reseña de lo que están viendo, comunicarse con otras personas o, si se quiere, jugar a las cartas. Es más, estos canales no sólo funcionan como medio de visualización, sino como verdaderas redes sociales donde uno puede dejar y recibir comentarios sobre lo que observa o enviarle cualquier tipo de mensaje al que regentea el canal.

El cambio a considerar es que la obra va a ir mutando a consecuencia de estas transformaciones. Recuerdo una reunión con amigos en donde, una vez terminada la cena, todos procedieron a mostrar fragmentos, sólo fragmentos, de películas. Obviamente, estos fragmentos eran en extremo impactantes debido a que competían entre sí para llamar la atención de los presentes, de igual manera que las imágenes lo hacen con los demás medios de distracción que posee un ordenador.

Muy lejos estamos de aquel cine debate de mediados del siglo XX, en el que los espectadores permanecían cómodamente sentados en las butacas de una oscura y silenciosa sala cinematográfica para luego pasar al bohemio café y tener largas y enfermizas charlas. Los nuevos formatos de visualización requieren un impacto de la imagen totalmente diferente. Debemos pensar la estructura de la imagen con parámetros formales ideados para este tipo de medios y no solamente razonados para la visualización parsimoniosa de la clásica sala de cine.

El director de fotografía no está exento de este problema. Una de sus funciones es pensar cómo visualiza la imagen el espectador. Lamentablemente, la mayoría de las veces este pensamiento sólo queda li-

gado a cuestiones de resolución o al cálculo numérico de zonas de luminancia.

A lo largo del siglo XX, los fotógrafos pensaron la imagen para la proyección cinematográfica, luego se adaptaba la película para su emisión en televisión o edición en video, pero el fotógrafo, al diseñar la imagen y exponer, pensaba casi únicamente en la sala. Hoy en día se encuentra ante la problemática de diseñar una imagen multifuncional, algo que pareciera prácticamente imposible.

Algo similar sucedió en los años 50 cuando el cine empezó a utilizar diferentes ratios de aspecto que imposibilitaban la visualización completa de la imagen en televisión. Esto derivó en que, al mirar a través del visor de una cámara de cine, se percibían variadas marcas de encuadre, generando el dilema de no saber bien cuál iba a ser el criterio a utilizar. Muchos camarógrafos reconocen que tratan de encuadrar la imagen para que funcione en diferentes proporciones de cuadro.

El director de fotografía (DF) siempre cumplió, entre otras, la función de tratar la imagen para poder crear climas y manejar la información visual que se le brinda al espectador. En los últimos años, no sólo debe poder efectuar estas tareas, sino también darle forma para un amplio conjunto de posibilidades, además de tener en cuenta que en muchos casos la atención del espectador no va a estar únicamente centrada en lo que está observando.

Un ejemplo concreto puede ser un serial producido, en principio, para televisión, pero pensado a la vez para poder ser observado desde un teléfono celular. El DF podría tener un criterio en el que la penumbra posea una diversidad de tonos y detalles perfectamente apreciables en una pantalla de televisión y la sutileza de la imagen sea percibida por un espectador atento y analítico. Pero también debería pensar una imagen donde la figura destaque con gran fuerza del fondo, la luz describa por medio de fuertes contrastes la información precisa para la narrativa, el principio de pregnancia pese más que cualquier sutileza armónica



y, sobre todo, donde se cree un alto impacto visual mediante una economía de medios. Difícil tarea para los fotógrafos, que en la mayoría de los casos provienen de una tradición en la que la sutileza pictórica siempre está por encima de la evaluación de las nuevas costumbres de visualización.

Desde lo técnico, el abanico de posibilidades se abre para ambos lados: el desarrollo de la alta definición se proyecta hacia el enriquecimiento de la calidad de imagen y, también, los dispositivos multifunción, livianos y económicos, nos llevan a límites en los que la imagen es apenas legible. En cambio, cuando se analizan las costumbres del espectador pareciera que la tendencia es cada vez mayor a distanciarse de la observación reflexiva. No se sabe con certeza cómo será el audiovisual del mañana, lo que sí podemos suponer es que va a estar ligado a un nivel de interacción mayor del espectador, donde los códigos formales van a tener un cambio rotundo.

El análisis de las nuevas costumbres del espectador es una herramienta que el director de fotografía debe sumar al conjunto de recursos que tome a la hora de diseñar la imagen, y deberá hacerlo de manera obligatoria si es que desea llegar a un público masivo. 