WORLD'S HIGHEST STANDARD OF LIV
There's no w
like the
American

Recientemente paseaba en coche con un amigo por una de las hermosas avenidas de Washington D.C., cuando de pronto me llamó la atención un anuncio espectacular colocado encima de ese arquetipo de la cultura americana, una Cafetería (Diner). Lo interesante era que el letrero que estaba viendo era en sí un emblema de esta cultura, un letrero que se hizo muy presente con la fotografía de Margaret Bourke-White (MBW), hecha en el tiempo de la inundación de Louisville en 1937.

El anuncio al que me estoy refiriendo es "There is no way like the American Way" ("No hay camino como el Camino Americano"). Cuando lo vi por primera vez me vinieron a la mente muchas ideas sobre cuestiones relacionadas con la fotografía digital, obviamente además de todas las implicaciones sociales y políticas sobre el contenido de la imagen misma.

Me sorprendió la velocidad con la que leemos significados en una imagen, significados que están más allá de la información que en realidad transmite la fotografía. En el caso de la imagen de la inundación de Louisville de MBW, vemos una hilera de gente de color que hace fila. No sabemos qué exactamente es lo que esperan. Pudiera ser desde estar esperando transporte dada la inundación, o comida, o estar esperando al doctor, como ocurriría hoy día en el contexto de cualquier catástrofe natural. Porque hacen fila y porque son gente de color acabamos viéndolos como "pobres". Lo que surge es una asociación inmediata entre aquellos que son privilegiados (las personas blancas dentro del coche que aparece en el cartel) y los pobres (la gente de color que está de pie haciendo fila). Pero vean de nuevo la fotografía y podrán apreciar que la mayoría de estas personas están de hecho muy bien vestidas y no dan la impresión de ser "pobres". Podrían hasta ser profesionistas y de clase media, si no todos, al menos algunos. Incluso podría imaginar a algunos de estos mismos hombres en la fila intercambiando lugares con el hombre blanco al volante del coche que está encima. Como pueden ver, uno no necesita de la manipulacián digital para alterar el significado de una fotografía. Ya nosotros mismos hacemos una labor bastante buena tan sólo con fotografías "no alteradas".

Lo que me impresionó es que yo conocía ese letrero, que estaba encima de la Cafetería (Diner), por una fotografía y automáticamente lo asocié con la imagen de Bourke-White.

Inmediatamente llegué a la conclusión de que el anuncio de hoy en día tenía que haber sido robado de la fotografía, aunque no contaba con ninguna evidencia que sustentara mi especulación. Tras una mayor introspección sobre este asunto, empecé a reconsiderar mi juicio. En primer lugar, el primer letrero, el que aparece en la fotografía de MBW y que a mi manera de ver es el elemento que "hace" su fotografía, era, como sucede a menudo en nuestra historia de la fotografía, una imagen que pertenecía intelectual y artísticamente a otra persona que no era el fotógrafo. MBW usó ese anuncio de una forma muy expresiva para crear su "lograda" fotografía, aunque el letrero no le perteneciese "artísticamente" hablando.

Es sólo hoy, con tantos debates que se dan en torno a quién tiene el derecho de autor sobre qué, y particularmente en el contexto jurídico de cualquier supuesto "fraude digital", que empezamos a considerar este tipo de cuestiones legales. Como fotógrafo hoy en día si incluyeses dentro del marco de tu fotografía una porción tan grande de una imagen propiedad intelectual de alguien más, como hizo MBW en la suya, las respuestas serían al menos desaprobatorias.

El anuncio original tan es parte de la fotografía de Margaret Bourke-White que yo ya le había adjudicado a ella, y lo hice inconscientemente debo agregar, el derecho de propiedad intelectual de ese anuncio. Tan es así, que cuando lo vi independiente de su fotografía, supuse inmediatamente que había sido "tomado" de ésta misma. E incluso puede que haya sido el caso, pero aún siendo así, ese letrero de todas maneras no le pertenecía. ¿Tenía entonces ella derecho a usarlo? Sí en 1937, no estoy tan seguro que en 1999, y esto es algo que me preocupa enormemente.

Como fotógrafo activo yo esperaría que tuviéramos hoy la misma libertad de entonces, pero al mismo tiempo son muchas otras las cuestiones de la vida contemporánea relacionadas con la fotografía digital con las que tenemos que contender que no han sido tratadas suficientemente. Uno podría argüir que en el momento que un letrero está ubicado en la calle se vuelve del

dominio público. Pero, ¿realmente ocurre así? No creo, ya que me imagino que las compañías de publicidad tienen mucho cuidado de defender una cuestión así, particularmente de no dejar que sus esfuerzos creativos queden expuestos a la imitación.

En México, por ejemplo, tenemos que el gobierno interviene de manera tan infame como lo hacen las corporaciones del sector privado en Estados Unidos, en su esfuerzo por privatizar todo lo visual. Me atrevo a decir que ellos (el gobierno mexicano) incluso tomaron el modelo de estos últimos. Para darles un ejemplo, la enorme herencia cultural de todos los sitios arqueológicos que existen en México, en vez de pertenecer "al pueblo" como debería, no están al alcance de quien quiera fotografiarlos, ni las piezas que se encuentran en ellos. El argumento que esgrimen para impedir que se tomen fotografías es que están "protegiendo" lo que sea que creen que están resguardando. Sin embargo, tan pronto uno paga la cantidad que ellos consideran apropiada, estas preocupaciones desaparecen rápidamente.

Nada más imagine a los franceses tratando de reglamentar las imágenes de la torre Eiffel, o de la Estatua de la Libertad en Estados Unidos. Sin embargo, eso es lo que ha ocurrido en México. Uno tiene que contar con un permiso para tomar fotografías en cualquier sitio arqueológico, y si uno quiere usar sus imágenes con fines comerciales tiene que pagar una robusta cuota por derechos de autor. Hay cierta lógica en tratar de recabar fondos cuando el uso de las fotografías va a ser comercial, pero el argumento es muy escurridizo ya que, ¿quién tiene los derechos de semejante propiedad intelectual en el caso del patrimonio público? Esto no es algo sobre lo que se discute y regula en un foro abierto y del que se informe públicamente.

Así que ¿cuándo y cómo un "espacio público" se torna público en el mundo físico? ¿Cuándo algo pasa a ser del "dominio público"? ¿Dónde en el internet existe un "espacio público", si es que existe uno? Dadas las herramientas digitales con las que contamos hoy en día, uno bien podría tomar cualquier fotografía y colocarla dentro de una "imagen de la calle" como si fuera

un anuncio espectacular y mostrarla públicamente por el internet; ¿la convertiría eso en una imagen del "dominio público"?

Comparta con nosotros sus opiniones en torno al contenido de este editorial. Háganos saber lo que piensa acerca del espacio público y privado en cuanto tiene que ver con la propiedad intelectual. Díganos cómo ve la influencia de la fotografía digital sobre estas cuestiones.

Para terminar, quisiera desearles a todos los que han estado con nosotros aquí en ZoneZero durante estos últimos cinco años, y a todos los que recién llegan por primera vez, lo mejor para el milenio que viene. Que sigamos disfrutando mutuamente de nuestra compañía con buena salud y bastante amor durante un largo tiempo por venir.

Pedro Meyer
Diciembre 1999

Envíe sus comentarios a nuestra sección de foros.

http://zonezero.com/editorial/diciembre99/diciembre.html