



# UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES

LUZ, FORMA Y FONDO EN EL  
MERCADO MEXICANO  
(PORTAFOLIO FOTOGRAFICO Y ENSAYO)

T E S I S  
QUE PARA OPTAR POR EL TITULO DE  
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION  
PRESENTA

BRENDA ARRIAGA JURADO

ASESOR DE TESIS:

LIC. JOSE ANTONIO GONZALEZ ARRIAGA



MEXICO, D. F.

2001



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

# AGRADECIMIENTOS

QUIERO AGRADECER A MI MAMA, QUIEN HA LOGRO CON SU AMOR Y FORTALEZA CONSTRUIR MI CAMINO POR LA VIDA.

GRACIAS A ANGELICA, PAULINA Y ORIANA, QUE SON EL MAYOR TESORO QUE DIOS ME BRINDO.

A MI ABUELA MARGARITA POR SU VALIOSO EJEMPLO DE BONDAD Y VALENTIA ANTE LA VIDA.

AGRADEZCO AL PROFESOR JOSE ANTONIO GONZALEZ ARRIAGA LOS GRANDES CONOCIMIENTOS RECIBIDOS, QUE HAN ENRIQUECIDO TANTO MI VIDA ACADEMICA COMO PERSONAL.

GRACIAS A JESÚS SOTO POR ORIENTAR MIS IDEAS A TRAVÉS DE SUS CONSEJOS Y CONOCIMIENTOS.

POR LLEVARME DE LA MANO HACIA LA FELICIDAD Y MOSTRARME EL VERDADERO AMOR, MIL GRACIAS FRANCISCO.

AGRADEZCO A TODAS LAS PERSONAS QUE PARTICIPARON DE ESTE TRABAJO, YA QUE CON SU AYUDA Y APOYO HICIERON POSIBLE LA CULMINACIÓN DE ESTA TESIS.

GRACIAS

# INDICE

## INTRODUCCIÓN

### ENSAYO

I

*LUZ, FORMA Y FONDO EN EL  
MERCADO MEXICANO*

### CONCLUSIONES

40

### ANEXO I

I

*SELECCIÓN DE FOTOGRAFÍAS*

### ANEXO II

I

*FICHAS TÉCNICAS Y  
FICHAS DE PRODUCCIÓN*

### BIBLIOGRAFÍA

2

---

# INTRODUCCION

---

# INTRODUCCION

Dentro de la Carrera de Ciencias de la Comunicación se brinda la oportunidad de presentar como tesis profesional de licenciatura un portafolio fotográfico como una nueva alternativa de titulación. Al abrir el abanico de opciones para obtener un título profesional que avale los conocimientos adquiridos a lo largo de una carrera de licenciatura, se abren nuevos horizontes a todos aquellos universitarios interesados en obtener además de un título profesional, una verdadera experiencia práctica sobre una actividad específica dentro de esta Carrera. Es importante resaltar que esta propuesta de titulación, ofrece la gran ventaja de ser un trabajo en el cual los conocimientos teóricos (ensayo escrito), se compaginen con la adquisición de la práctica (portafolio fotográfico), misma que enriquece al alumno, pues lo enfrenta a una realidad que va mas allá de las aulas de estudio. Dando por resultado un trabajo de gran utilidad, pues no solo enriquece las bibliotecas y centros de estudio, sino que abre las puertas del mercado de trabajo, pues brinda la oportunidad de convertirse en una exposición permanente y tangible de conocimientos.

La fotografía va mas allá de la simple acción de plasmar química o digitalmente una imagen de algún momento, objeto o idea. La fotografía a lo largo de su historia ha creado su propio lenguaje que expresa mediante imágenes, diversas maneras de experimentar y observar al mundo. De esta última acción el fotógrafo recoge todo ese diluvio visual que existe en su entorno y plasma en un soporte físico, ese instante efímero que ocurre frente a él. Así con ayuda de la fotografía, el fotógrafo posee la capacidad de interpretar a su manera los acontecimientos de la vida social. Por ello la *fotografía se convierte en un servidor social, tanto por su uso como por su función. Así se reivindica a la fotografía como actor social, dejando de pensar en ella solo como un proceso químico*

Si bien es cierto que en la actualidad cualquier individuo posee una cámara fotografía, también se sabe que se requiere conocer el lenguaje fotográfico para expresar a través de éste un mensaje de carácter social, informativo o propositivo; dando así un nuevo valor a la fotografía y con ello al fotógrafo. Esta nueva valoración de la actividad fotográfica ha diversificado sus aplicaciones, en este trabajo se tratará a la fotografía como medio de expresión y documento social. Así observamos la relación que existe entre la fotografía como documento social y la investigación periodística, pues si bien es cierto, la fotografía ha sido y será una importante fuente de información social y cultural del mundo.

La fotografía desde su invención ha crecido tomada de la mano de la sociedad, ha plasmado en papel por medio de procesos químicos, momentos históricos que nunca volverán a repetirse, convirtiéndose en un instrumento de primer orden social

La sociedad ha otorgado a la fotografía, el carácter de reproducir de forma mas acertada esa realidad que la rodea, concediéndole a esta actividad un carácter documental, presentándola "como el procedimiento de reproducir más fiel y más imparcial de la vida social", como expone Gisele Freund.

Pero la fotografía también es una forma de expresión social. Cada sociedad produce sus formas definidas de expresión que en gran medida nacen de sus exigencias y de sus tradiciones reflejándolas a través de diferentes lenguajes. En este caso la fotografía será el lenguaje para expresar y exponer una tradición mexicana como lo es el mercado.

El mercado mexicano es un mosaico visual, un espacio mágico compuesto de formas, texturas, olores y sabores que en cada colonia, pueblo o ciudad existe, grande o pequeño, tradicional o moderno, popular u ostentoso. Una tradición mexicana de la cual se han desprendido numerosos estudios que van desde el punto de vista económico, social, político, cultural o histórico, así que resultaría reiterativo y poco propositivo estudiar al mercado desde cualquier referencia antes mencionada.

Este trabajo fue necesario dividirlo en dos partes: un portafolio fotográfico y un ensayo escrito.

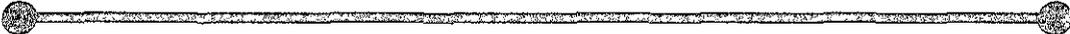
El portafolio fotográfico es el soporte físico y visual, que ayuda al fotógrafo a exponer a través de una estructura un tema o idea, además de ser una herramienta que ayuda a la transportación de la obra fotográfica. Esta forma de presentación es un útil medio que ayuda a preservar la obra a lo largo del tiempo.

Este portafolio esta integrado por 41 fotografías de 540, elegidas mediante un proceso de selección, donde la calidad técnica y temática fueron requisitos indispensables para estar dentro de este portafolio. Cabe mencionar que ninguna de las imágenes presentadas fueron retocadas o manipuladas digitalmente.

Si tomamos al ensayo como una investigación periodística, donde la metodología es más flexible, abierta y que tiene como fin propio una reflexión sobre algún tema de interés en particular; resulta ser el género más idóneo para conjugar la expresión fotográfica (portafolio fotográfico) con la expresión escrita (ensayo). Así, con este ensayo se pretende dar un marco histórico, social y cultural de lo que representa el mercado mexicano. Además de ser una parte complementaria al trabajo fotográfico, pues poco sería el valor de este ensayo sin el sustento práctico de las imágenes, por ello la importancia de unir dos acciones: lo visual con lo escrito, unión que pretende dar como resultado un digno trabajo profesional.



# ENSAYO



## LUZ, FORMA Y FONDO EN EL MERCADO MEXICANO

"Lo bello es una manifestación de las leyes secretas de la naturaleza, que a no ser por su aparición quedarían eternamente ignoradas para nosotros

Quien empieza a arrancarle sus secretos a la Naturaleza siente un ansia invencible de su más digno intérprete, el arte." \*

En el transcurso de la historia de la humanidad, la caracterización del arte ha sido un problema al que se han dado múltiples y diversas respuestas.

Para el pensamiento griego, de Platón <sup>1</sup> el arte es una apariencia respecto a la verdadera realidad: el mundo de las ideas. Aristóteles <sup>2</sup>, refiriéndose a la poesía, observa en él una reproducción imitativa: "el arte entre más real es más arte". Kant <sup>3</sup> distingue el arte de la naturaleza, la ciencia y el trabajo y habla de un arte estético o bello como modo de representación que place en el mero juicio por sí mismo, no mediante un concepto. Ahora bien, el arte tiene siempre una determinada intención de producir algo; pero si ello fuera una simple sensación (algo meramente subjetivo) que debiera ser acompañada de placer, entonces, ese producto no placiera en el juicio más que por medio del sentimiento sensible. Para Croce <sup>4</sup>, el arte es ante todo, intuición, entendida como expresión o actividad formadora interna. Lukacs <sup>5</sup> considera que el arte es un reflejo específico de la realidad sin

\*Goethe. Johann Wolfgang. Máximas y reflexiones. Goethe obras completas, tomo I, 1995

<sup>1</sup> Platón. "La República", X, 1,2, ss

<sup>2</sup> Aristóteles. "La Poética I, 1447a, 18 " Porque así, con colores y figuras, representan imitativamente algunos (los artistas) -por arte o por costumbre-, y otros con la voz.

<sup>3</sup> Immanuel Kant. "Crítica del Juicio", p. 35

<sup>4</sup> Benedetto Croce "Breviario de Estética", cap. I : "Qué cosa es el arte?", p 31-40

<sup>5</sup> Georg Lukacs. "Estética, los problemas de la estética", cap. I, p 33

llegar a ser idéntico. Hegel <sup>6</sup> no sólo se plantea el problema de la naturaleza del arte que él considera como un producto de la actividad humana, dirigido a los sentidos que tiene su fin en sí mismo, sino también, el de la necesidad que tiene el hombre de producir obras de arte. La cuestión para Freud <sup>7</sup> es también el de su origen -que encuentra en la fantasía inconsciente- y el de la función que cumple nuestra vida psíquica: proporcionar un goce que disfraza y suprime las represiones.

Así pues, para Freud el arte es la satisfacción indirecta de un deseo reprimido, es decir, el arte se muestra influenciado de un espíritu creador inconsciente. Maritain <sup>8</sup> caracteriza el arte como una virtud del intelecto práctico, que debe distinguirse de la moralidad, ya que se refiere a la bondad de la obra, no a la del artista como hombre. Para Bertolt Brecht <sup>9</sup> el problema del goce o aprovechamiento del arte es inseparable de la disposición o capacidad (que puede ser desarrollada) de observar el arte. Bertolt realiza la participación ingeniosa del artista en la obra artística. Por ello, habla de observación del arte y arte de la observación. Para Claude Lévi-Strauss <sup>10</sup> el arte se convierte en un lenguaje o sistema de signos, cuya función es, ante todo, establecer una relación significativa con un objeto. Sánchez Vázquez <sup>11</sup> en su definición del arte, otorga a la caracterización del arte el reflejo de realidad delimitada por el entorno sociocultural del artista. El arte constituye un trabajo basado en el intelecto

<sup>6</sup> Hegel. De lo bello y sus formas (estética). introducción, cap. III, p. 37

<sup>7</sup> Sigmund Freud. "Psicoanálisis del arte" Un recuerdo infantil de Goethe en "Poesía y verdad", p 202ss

<sup>8</sup> Maritain. "La Poesía y el arte", cap. I.

<sup>9</sup> Bertolt Brecht "Observación del arte y arte de la observación". en Paolo Chiarini Bertolt Brecht.

<sup>10</sup> Claude Lévi-Strauss. "Arte, lenguaje, etnología", entrevistas de Georges Charbonnier con Claude (diversos artículos).

<sup>11</sup> Sánchez Vázquez. Opinión tomada del ensayo publicado con el título "De la imposibilidad y posibilidad de definir el arte", en: Deslinde. revista de la F.F y L., UNAM, México, 1968, pp 22-29

expresado a través de símbolos. De este modo, Sánchez Vázquez agrega a la definición del arte la característica de ser una forma de expresión de ideas, es decir, el arte puede desempeñar el papel de transmisor y contenedor de la realidad del artista; en la obra artística se conjuntan una serie de elementos ideológicos que se transmiten a través de sí mismo

En lo referente a las disciplinas que integran esta conceptualización de arte, existen también varias polémicas, pese a tener algunos sólidos parámetros que permiten su ordenamiento.

Una de las disciplinas más controvertidas en cuanto a su aceptación como arte es, sin duda, la fotografía. Sin embargo, actualmente todos los estudiosos del arte la consideran como parte de éste, porque ésta se vale de la utilización de símbolos para presentarnos, mediante ella, otra visión del mundo, además de una gama de sentimientos “íntimos” reales: la realidad exterior del artista

El fotógrafo escoge condicionado por su inconsciente <sup>12</sup>, una fracción de su realidad que puede consistir en un lugar o motivo para manifestar a través de éste sus sentimientos e ideas personales. Él introduce una parte de sí y de su entorno en cada elemento de su creación artística.

Este punto de partida de la creación artística del fotógrafo, es también una vivencia. Una singular creación (fotografía) encierra elementos tan significativos y válidos como la realidad misma. “El fotógrafo tiene que convertirlo todo en un motivo de composición dentro de su fotografía...” <sup>13</sup>

---

<sup>12</sup> Cf nota 7

<sup>13</sup> Lola Álvarez Bravo. Reencuentros. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, INBA 1989.

La ideología es una parte principal de la obra de arte, de manera implícita o explícita, consciente o inconsciente, que puede ser de vanguardia o conservadora. Así pues, la fotografía no está excluida del pensamiento creador que determina una obra de arte, su lenguaje propio enlaza la realidad con un público expectante, que puede estar inmerso o excluido de ella. El fotógrafo debe proporcionar una forma concreta y específica de su arte, en este caso su creación se deberá apegar a las normas y formas propias de las artes visuales. Su trabajo será sujeto a una interpretación basada en la simbología propia de la disciplina, es decir, en líneas, texturas, luces, colores, encuadres, etc; así como una serie de alternativas y variantes de origen técnico tales como lentillas, filtros, objetivos, películas, etc. Todo arte se sirve de técnicas e instrumentos particulares, perfeccionados a lo largo del tiempo, para dar una forma concreta a su obra. La cámara y el laboratorio, además de otros instrumentos, representan para el fotógrafo (artista) exactamente lo mismo que los pinceles y la superficie (lienzo, mural, etc.) al pintor o, la piedra y los cincelos al escultor. A pesar de todas estas reflexiones sobre la propiedad artística de la fotografía, parte de la gente (incluso algunos especialistas en arte) asume una actitud degradante respecto a esta disciplina, porque se considera que en ella sólo se plasma una realidad inexistente.<sup>14</sup> Todo intento de manifestación artística por medio de la cámara, es vista con menosprecio ante las otras artes (pintura, danza, música, escultura, arquitectura, cinematografía), tal vez este

---

<sup>14</sup> Sánchez Vázquez, ob. cit.

comportamiento obedezca a la joven historia que sustenta (firmemente) este arte, que a diferencia de la música, la pintura, la escultura, por ejemplo, se remota a un pasado más próximo. Empero, también es considerado paradójicamente inferior a la cinematografía, pese a que esta última remota su origen en la fotografía.<sup>15</sup>

Durante la primera década del siglo XX, donde varios autores sitúan el inicio de la fotografía artística, la mayoría de los fotógrafos se esforzaban por conseguir el reconocimiento ante la sociedad artística de su trabajo; por ello se vieron obligados a “imitar la realidad”<sup>16</sup>, utilizando métodos y formas expresivas distintas a su disciplina, es decir, se abocaban conscientemente hacia la imitación de la pintura, que representaba su ideal artístico-creador absoluto, incluso se le denominó como “pictorialismo”<sup>17</sup> Este movimiento continuó hasta la victoria del impresionismo, el cual introdujo la fotografía a un proceso de servilismo, dado que los impresionistas anhelaban representar algunas impresiones instantáneas semejantes a las captadas con los lentes fotográficos. Con la ayuda de la cámara los impresionistas estudiaron las cambiantes condiciones de la luz de la naturaleza, gracias a esto lograron en sus cuadros un sutil tratamiento de la pertinencia atmosférica.<sup>18</sup> Ciertamente tales pinturas estaban inspiradas por la ciencia fotográfica; sin embargo, al final se diferenciaban de éstas por la nitidez y el realce de la riqueza de los detalles.

---

<sup>15</sup> Petr Tausk La Historia de la Fotografía Cap I, II Traducido al español por Michael Faber-Kaiser

<sup>16</sup> Cf Nota 2

<sup>17</sup> Petr Tausk.Op cit cap 1, 2

<sup>18</sup> Idem.

Por otra parte, los fotógrafos-artistas -que aún no eran reconocidos como tales- tenían a distancia considerable la elección de su temática artística, todavía se encontraban rumbo a una propia y definitiva "personalidad creadora" y hacia un reconocimiento por parte de la sociedad artística regente de la época.

Los temas fotográficos tardaron en independizarse de la pintura; ya que existía una especial predilección por los temas en los que la luz se difuminaba de forma nebulosa. Los "artistas de la cámara" elegían a menudo como componentes del cuadro diversos objetos de vidrio, que por refracción y reflexión, lograban suavizar los rayos de la luz. Gustaban de los paisajes, de las escenas callejeras envueltas en neblina; las escenografías silvestres, en medio de un clima lluvioso, no eran desagradables; y los cuadros donde la luz caía sobre el follaje de los arboles, sin penetrar totalmente, constituía su mayor deleite. De esta afición nacieron los paisajistas <sup>19</sup>

Una forma de expresión fotográfica como el retrato, existente desde la invención de la fotografía, había sido retomada por los fotógrafos a fin de introducirle un contenido ideológico y obtener por medio de ella el reconocimiento artístico ¿sería posible que la fotografía, a diferencia de la pintura, logrará plasmar una ideología en su forma? ya que ésta última no podía manejar con igual facilidad las escenografías y los rasgos de las personas que integraban un cuadro pictórico, por lo cual se veía limitada en su extensión creadora. Con el fin de lograr un retrato exquisito en fondo y no solo en forma, se esforzaron por

---

<sup>19</sup> Esperanza Cabrera Martínez y María López Matus. "Paisajes de México análisis semiológico de la fotografía de paisaje, técnica a color". Tesis, cap. III, México, 1996.

conseguir la mayor estilización posible e imitaron nuevamente formas de la pintura para lograr efectos pictóricos perfectos.<sup>20</sup> Al principio, no tuvo gran aceptación porque la nostalgia de los cuadros, “impregnados de pasteles”, no se apartaban del concepto artístico de la gente y de los mecenas del arte

Sin embargo, con el tiempo los fotógrafos lograron conquistar un amplio espectro de la manipulación con diferentes efectos de luz. Estas valiosas experiencias, muchos de ellos las supieron aprovechar en campos distintos, cuando ya habían abandonado la fotografía artística (el retrato artístico) a causa de la supremacía que seguía sosteniendo la pintura. La fotografía renacía y se fortalecía para iniciar y terminar su camino hacia la identidad artística, motivo que provocaría temor en los pintores; pues, beneficiada con el avance científico, la fotografía disminuiría sus costos con respecto a la pintura, además de que su elaboración resultaba mucho más rápida.

Los fotógrafos habían logrado el reconocimiento artístico y conseguido un uso práctico remunerador de su arte. Las condiciones para la fotografía artística comenzaban a “echar raíces”, que alcanzaron un gran auge en los años comprendidos entre las dos guerras mundiales.

Las grandes revistas comenzaron a utilizar sistemáticamente la fotografía como medio publicitario en campañas políticas,<sup>21</sup> como ilustraciones para las páginas de sus revistas,

---

<sup>20</sup> Petr Tausk. Op. cit. cap. I, II

<sup>21</sup> Fotografía Nazi. Leni Riefenstahl. Goebbels, Joseph Paul (1897-1945). Organizador del sistema de propaganda del régimen nacionalista. Leni Riefenstahl, directora cinematográfica alemana (1902). Realizó documentales que exaltaban el racismo: El triunfo de la voluntad (1936), olimpiada (1936).

gracias a esto, no sólo recibieron trabajo numerosos fotógrafos sino que, el público también comenzó a utilizar este arte como forma de expresión; la fotografía se convertía en un medio persuasivo, individual o masivo, excelente.

Al mismo tiempo aparecieron en el mercado numerosas publicaciones en las que la fotografía ocupaba el espacio principal de la obra <sup>22</sup>

En cuanto a la política, la fotografía constituyó el mayor instrumento de difusión de propaganda, pues era exacto, fuerte ideológicamente, hermoso y persuasivo, es decir, era característico de la fotografía de esta época, dar a conocer las particularidades del medio real con rapidez y poder estar dispuesta como producto terminado; sumando que, el desarrollo de la técnica fotográfica avanzaba a pasos agigantados.

Durante los primeros años de la posguerra se impuso una, hasta entonces desconocida, demanda de bienes de consumo. El mercado había quedado dañado con la guerra convirtiéndose en un “blanco excitante” para el mundo de la industria. Las favorables condiciones de partida de la industria ligera despertaban también el interés por la publicidad a gran escala.

---

<sup>22</sup> El mejor ejemplo de este fenómeno es Life, que en un periodo de 36 años, de 1936 a 1972 tuvo una extraordinaria influencia ideológica en sus lectores. La causa de esa influencia fueron las fotografías. Como advierte Ralph Graves, antiguo jefe de redacción: “casi todas las revistas se formaron entorno a redactores y articulistas, más desde el principio Life se formó entorno a fotógrafos. Ser fotógrafo de Life constituía el empleo más seductor de la profesión y atraía a los mejores del mundo. Con el apoyo de un cuerpo de reporteros, articulistas, redactores y dibujantes, solo se dedicaban a una cosa: la gran fotografía. El resultado fue una explosión cultural.” Lo mejor de Life, Revista LIFE, fundador Henry R. versión en español; trad. Rosa Ma. Carreto Original English Language Edition published by Time inc. In the United States, 1973

Las revistas ilustradas, mencionadas anteriormente, ofrecían un medio de publicidad eficiente y barato, además de persuasivo; este motivo influyó en el aprovechamiento de la fotografía para acompañar a un determinado producto comercial y lograr su venta. Aquí la fotografía nos presentaba sus perfectas formas estéticas, como un foco de atracción de las miradas y el interés del público consumidor. Los fotógrafos no se vieron librados del mercantilismo y se dedicaron a plasmar en su obra el contenido estético, bello, en vez del fondo ideológico, ya que su fin tenía solo bases comerciales

Sin embargo, a mediados del siglo XX, la fotografía no se alejaría del movimiento ideológico que experimentaba el mundo cultural, religioso, político y social. Los jóvenes y toda la sociedad anhelaban un cambio, buscaban una nueva filosofía ante la realidad, y la fotografía pretendía lo mismo; por lo cual comenzó a adquirir una identidad propia, alejándose de intereses ajenos a su arte.

Los fotógrafos convertían su obra en la bandera de la revolución ideológica que padecían en carne propia. Como bandera de un movimiento social, la fotografía revelaba los ideales, anhelos, las luchas, las lágrimas, la pasión, la sangre, la risa, el esfuerzo por alcanzar la meta deseada: “la igualdad de clases” y “el amor y la paz”.<sup>23</sup>

La fotografía artística no se detenía, aparecía como una nueva generación creadora capaz de aceptar y rechazar al equivoco para hondear en estilos muy distintos y propios, marcando el detalle y la preocupación por recoger la mayor riqueza visual, espiritual e intelectual para

---

<sup>23</sup> Lo mejor de LIFE, México. 1973. p 97 ss

transmitir una mirada nueva sobre la realidad, se encontraba con el arte que siempre la había constituido y que ella, hasta entonces, no había reconocido. El arte fotográfico aporta, de igual manera que las otras artes, un enriquecimiento estético-ideológico. Hoy en día la fotografía ha encontrado un lugar importante dentro del arte moderno. Como actividad creadora reacciona, de manera práctica, con mayor rapidez ante los hechos que las restantes artes, es decir, la fotografía requiere de menor tiempo de elaboración para mostrarnos su forma y fondo. Esta es la razón que ha hecho que en el siglo XX su evolución sea constante y vaya siempre a la par de los cambios en las estructuras sociales. Pues, poco a poco se ha adueñado de un lenguaje de comunicación único en su arte, con gran voluntad expresiva similar al lenguaje escrito, lo que la ha convertido en un medio de expresión activo

Una producción fotográfica establece siempre una relación entre el individuo y las imágenes exteriores elaboradas en distintos grados de iconicidad, se puede decir que entre más elevado sea éste, resulta más accesible la comunicación visual. Esta debe transformarse en una “sinfonía visual”<sup>24</sup>, es decir, debe encerrar una armonía en su composición, todos los elementos que la integran tienen que estar en sus lugares correspondientes, determinados por el creador.

Entre el individuo y la imagen fotográfica no es necesario disponer de un código especial. Si bien es cierto que, las imágenes plasmadas no son siempre reales, son por lo menos su análogo perfecto y es precisamente ese acercamiento a la realidad lo que para el sentido común define a la fotografía y captura la atención del espectador.

---

<sup>24</sup> Antoine Desilets. Técnica Fotográfica, cap 10 p 178ss

En el lenguaje fotográfico el código de connotación no es artificial, sino cultural<sup>1</sup>, se encuentra determinado por el entorno sociocultural de cada individuo en una época determinada. En este lenguaje los signos son gestos, actitudes captadas por un lente, colores o efectos, provistos de ciertos sentidos en virtud del uso de una sociedad determinada, es decir, la significación está subordinada a un bagaje cultural.

Este conjunto de conocimientos, ideas y sentimientos, son particulares de cada ser humano, su función consistirá en servir de puente para alcanzar esa relación estética con la realidad. Dicha relación se manifiesta en las diversas actividades que realiza a lo largo de su vida. El hombre "asimila" el mundo de diferentes modos. Primero, transforma prácticamente la realidad, asimilándola efectivamente de acuerdo a sus necesidades. Pero en el curso de la actividad práctica, los hombres aprenden a conocer el mundo y a comprender sus fenómenos y los procesos que operan en él. Esta comprensión del mundo circundante es también una asimilación de él, pero no real, práctica, sino "espiritual", es decir, se da en la conciencia. Con esto, cabe subrayar que esa asimilación espiritual, o comprensión del mismo no sólo se halla destinada a servir de "guía para la acción"<sup>25</sup>

Los hombres, como seres sociales distintos entre sí, asimilan el mundo que los rodea de múltiples formas. La multiformidad de esta asimilación se encuentra a su vez determinada,

1

---

<sup>25</sup> De Osnoy. Fundamentos de la estética marxista-leninista. G.A. La realidad estética del hombre con la realidad. Moscú, 1960, pp 177-190. Trad. A.S.V.

por un lado, de la multiformidad de la propia realidad objetiva, es decir, por la existencia de regiones y esferas en ella, cualitativamente distintas, abarcadas por la práctica social. Por otro lado, se encuentra determinada por la riqueza de necesidades humanas, por las capacidades y propiedades subjetivas propias de cada hombre, surgidas históricamente, que le impulsan a desplegar diversas formas de actividades y transformación de la realidad. La relación estética es la forma de relacionarse del hombre con el mundo, que se halla determinado por la práctica.

El hombre llega a encontrar esta relación estética con su realidad en cualquier ámbito de su vida; lo puede hallar en su vivir cotidiano; es decir, en la relación íntima que sostiene con su familia, en la compra de un automóvil, en la imagen de una fotografía, en una canción e incluso en la compra de los alimentos en un mercado. También puede encontrarlos en su trabajo, ya sea con fines artísticos o simplemente productivos

Así pues, esta manera de captar el mundo de forma estética, el hombre se ve obligado a introducirse en la esencia del objeto, en su contenido y sentido, a través de imágenes. Esta percepción estética se da por medio de los sentidos, de la sensibilidad experimentada y desarrollada por el individuo. El mundo de las percepciones, vivencias y placeres, que contiene la estética, se liga a la fase sensible del conocimiento; porque "la percepción del ser humano es un proceso a través del cual se elabora e interpreta la información de los estímulos para organizarla y darle sentido" <sup>26</sup>

---

<sup>26</sup> Alfonso Ardila. Psicología de la percepción, Trillas, México, 1980 p 93

de esta interacción. sujeto-objeto y realidad, surge la visión propia del exterior (ideología). El ser humano retrata su pensamiento por medio de acciones a lo largo de su vida. Cada individuo posee determinadas tradiciones acuñadas por el paso del tiempo, que se ven claramente reflejadas en sus platillos típicos, vestimentas, danzas regionales, dulce, etc. Sin embargo, estos tópicos son delimitados, de manera particular por cada región, es decir, concepciones que cada individuo observa y refleja en su realidad de forma muy diferente

Un ejemplo son las danzas del sur del País (las yucatecas, oaxaqueñas, chiapanecas, etc). Los vestidos que usan son vistosos, se adornan con *gran cantidad de plumas de colores*, así como, una extensa variedad de flores llenas de colores vivos, los participantes bailan delante de un altar en el que colocan ofrendas a sus dioses; reminiscencias éstas de un politeísmo que con gran dificultad algunos abandonaron. <sup>27</sup> También utilizan en sus bailes animales de la región y sus instrumentos son elaborados por materiales que la naturaleza les brinda. caracoles, tambores hechos con pieles de animales (conejos, coyotes, zorros, bueyes, armadillos, etc.), flautas de carrizo, etc. Los animales y la fauna forman parte activa de estos ritos. <sup>28</sup>

El concepto de realidad estética en el hombre, se encuentra determinado por la biodiversidad que le rodea (plantas, animales, climas, etc.) que asimila y le sirve para transformar su

---

<sup>27</sup> Luis Álvarez y Álvarez De la Cadena México leyendas-costumbres, tajes y danzas Editor Jesús Medina, México, 1983, p. 371

<sup>28</sup> Un ejemplo de esta interacción. hombre-medio ambiente, es la danza del Chandé, en Oaxaca, danza que interpreta la astucia de un conejo, el hombre, que trata de burlar a una zorra, la mujer, que lo encorrala tenazmente. Si es atrapado por la falda, la mujer trémula ésta muy graciosamente. si deja escapar el conejo, el hombre, zapatea con incomparable placer

medio, “Al transformar el mundo, el hombre tiene que habérselas no con abstracciones o conceptos, sino con la totalidad viva del objeto, con el propio mundo real. El objeto de la práctica es el mundo real de las cosas concretas.”<sup>29</sup> El hombre convive con una gran diversidad de imágenes reales a diario y no las puede alejar del “mundo de sus ideas”.<sup>30</sup>

La diversidad cultural de un pueblo, así como de grupos étnicos, está relacionada íntimamente con la naturaleza. Por ejemplo, los mexicas eran un pueblo caracterizado por el excelente aprovechamiento de sus recursos naturales.

Ahora bien, esta biodiversidad unida a la idiosincrasia nahuatl, le brindarían a este pueblo un gusto desmedido por la riqueza de los colores, el brillo de estos, las luces y los sentimientos que provocaba el contemplarlos, el orden cromático que, impregnado de una realidad estética, les proporcionaba estados de ánimo distintos. Este fenómeno se encuentra implantado en los memoriales de Fray Toribio de Motolinia acerca de la indumentaria nahuatl:

*“...rosas y guirnaldas que les ponen sobre las cabezas, además de sus atavíos que tienen para bailar, de mantas ricas y plumajes; y en las manos traen sus plumajes pequeños hermosos. En estos bailes sacan muchas divisas y señales en que se conocen los que han sido valientes hombres de guerra, estos colores reflejan la valentía y el arrojo de un pueblo.”*

---

<sup>29</sup> G A Nedoahuun, op cit

<sup>30</sup> Platón, op. cit

*"Cuando habian de bailar, en especial día del demunio (sic), Tiznábanse de mil maneras (reflejando el estado de animo), y para esto, el día por la mañana que habia baile, luego venian pintores y pinturas al tianquez (sic) o mercado con muchos colores y pinceles, pintaban los rostros y piernas y brazos a los que habian de bailar en la fiesta de manera que ellos querrian y la solemnidad lo demandaba, y así dibujados y pintados; ibanse a vestir diversas divisas, y algunas tan feas, que parecian demunios, y así servían al demunio con estas y otras mil maneras de servicios y sacrificios, y de la misma manera se pintaban para salir a la guerra "*<sup>31</sup> [MEMORIALES: 74]

Como menciona Fray Motolinía en sus memoriales, el mercado era sin duda, el principal centro recolector de los productos naturales de la región y el más concurrido. En él se encontraban los frutos, los productos y los servicios públicos, como la pintura para el pueblo.

Cuando se habla del mercado y su función dentro de la historia mexicana, o bien, sobre el comerciante y su lugar dentro de la sociedad, la mayoría de las investigaciones toman como punto de partida, según sea el caso, o el estudio del pochteca -tratante a larga distancia- o bien, el mercado de Tlatelolco. De este último encontramos las más completas y fascinantes descripciones en las fuentes históricas del siglo XVI, escritas por los españoles o por los

---

<sup>31</sup> Fray Toribio de Motolinía o Benavente. Memorias o libro de las cosas de la Nueva España y de los naturales de ella, México, UNAM, 1971, Instituto de Investigaciones históricas (serie de historiadores y cronistas de Indias, núm. 2).

“ministros de la evangelización”, que impresionados por su magnitud, movimiento y organización, narraron hasta los mínimos detalles de todo lo que observaban.

A diferencia de los historiadores que fijan su atención en las relaciones comerciales o sociales generadas ahí, nosotros hemos tratado de centrarnos en el aspecto estético que estaba contenido en sus productos y que a través de los años se ha conservado en la evolución del mercado hasta nuestros días. Empero, no dejaremos de lado algunos rasgos económicos.

En aquella época Tlatelolco constituía el mayor y más importante centro de abasto de la población, como narra Fray Motolinía

Ahora bien, con el crecimiento de la ciudad, su dominio militar y político sobre otra ciudad, se desarrollaría como una institución muy importante que llegaría a convertirse en el centro de convivencia de todos los pueblos del Valle de México y sus alrededores.

La actividad económico-social nacía en cada casa y cada barrio. La forma de obtener los productos para el intercambio se desarrollaba en cada casa; algunos trabajaban el yute, otros el cultivo de legumbres y verduras, unos más la ganadería. Después se conformaron por barrios y ocuparon lugares en la plaza para iniciar la “venta” <sup>32</sup>

El Estado disponía sitios específicos que albergaban al mercado y a sus participantes. Se destinaba una especie de local bastante amplio, rodeado de portales y capaz de dar cabida a muchas personas y productos, de manera que cada producto ocupase un lugar especial y exacto dentro del mercado.

---

<sup>32</sup> cf. Martha Patricia Maldonado Riquelme. Génesis y desarrollo de los mercados públicos en la Ciudad de México. De la época prehispánica al porfiriato.

La descripción de Bernal Díaz del Castillo nos muestra de manera peculiar, estas características.

*“ .. y desde que llegamos a la gran plaza que se dice Tlatelulco (sic), como no habíamos visto tal cosa quedamos admirados de la multitud de gente y mercaderías que en ella había y del gran concierto y regimiento que en todo tenían [..]. Ya querría haber acabado de decir todas las cosas que allí se vendían, porque eran tantas de diversas y calidades, que para que lo acabáramos de ver e inquirir, que como la gran plaza estaba llena de tanta gente y toda cercada de portales, en dos días no se viera todo.”*<sup>33</sup>

En efecto, Bernal y los restantes conquistadores estaban asombrados de la extensión territorial que abarcaba el mercado, pero la mayor impresión era provocada por la diversidad de productos que encontraban, porque a su paso por los puestos contemplaban una riqueza de texturas y colores que irradiaban los productos, un mosaico de imágenes, vivas a causa del color, se les revelaba ante sus ojos; el orden con el que se mostraban los productos a sus compradores, constituía el principal elemento de persuasión y cautivación para los extranjeros:

*“Hay todos los géneros de mercancías que en todas las tierras se hallan, así de mantenimiento como de vituallas, joyas de oro y de plata, de plomo, de latón, de cobre, de estaño, de piedras, de conchas, de caracoles y de plumas. Véndese cal, piedra labrada y por labrar, adobes, ladrillos, madera labrada y por labrar de diversas maneras. Hay calle de caza donde venden todos*

---

<sup>33</sup> Bernal Díaz del Castillo. Historia verdadera de la conquista de la Nueva España, Ed. Porrúa, México, 1980, cap XCII

los linajes de aves que hay en la tierra, así como gallinas, perdices, codornices, lavancos, dorales, zarcetas, tórtolas, palomas, pajaritos en cañuela, papagayos, búharos, águilas, halcones, gavilanes y cervicolos; y de alguna de estas aves de rapiña, venden los cueros con sus plumas y cabezas y pico y uñas. Venden conejos, liebres, venados, y perros pequeños, que crían para comer, castrados. Hay calles de herbolarios, donde hay todas las raíces y hierbas medicinales que en la tierra se hallan. Hay casas como de barberos, donde se lavan y rapan las cabezas. Hay casas donde dan de comer y beber por precios. Hay hombres como los que llaman en Castilla Ganapanes, para traer cargas. Hay mucha leña, carbón braseros de barro y esteras de muchas maneras para camas, y otras más delgadas para asiento y esterar salas y cámaras. Hay todas las maneras de verduras que se hallan, especialmente cebollas, puerros, ajos, mastuerzos, berros, borrojas, acederas y cardos y tegarvinas. Hay frutas de mucha manera, en que hay cerezas, ciruelas, que son semejantes a las de España. Venden miel de abeja y cera y miel de caña de maíz, que son tan melosas y dulces como las de azúcar, y miel de una plantas que llaman en las otras islas maguey, que es muy mejor que arrope, y de estas plantas hacen azúcar, y vino, que asimismo venden. Hay a vender muchas maneras de hilados de algodón de todos colores, en sus medejicas, que parece propiamente alcaicería de Granada en las sedas, aunque esto otro es en mucha más cantidad. Venden colores para pintores, cuantos se pueden hallar en España, y de tan excelente matices cuanto pueden ser. Venden cueros de venado con pelo y sin él teñidos, blancos y de diversos colores. Venden mucha loza en gran manera muy buena, venden muchas vasijas, todas de singular barro, todas o las más vidriadas y pintadas. Venden mucho pescado fresco y salado, crudo y guisado. Venden huevos de gallinas y de ánsares, y de todas las aves que he dicho, en gran cantidad; venden tortillas de huevos hechas. Finalmente, que en los dichos mercados se venden todas cuantas cosas se hallan en toda la tierra, que demás de las que ha dicho, son tantas y de tantas calidades, que por la

*prolijidad y por no me ocurrir tantas a la memoria, y aun por no saber poner los nombres, no las expreso”*<sup>34</sup>

Los productos no se encontraban dispersos a lo largo del lugar sin una lógica de ubicación; cada uno poseía un sitio especial en base a su género. Había un lugar determinado para el intercambio de verduras, legumbres y semillas, otro para los animales uno distinto para las prendas de vestir, otro diferente y alejado para el culto a los dioses y uno más destinado a la impartición de servicios públicos como el trabajo de metales, vasijas y ornamentos; el trabajo de piedras y maderas, joyas y muebles; el corte de pelo, el aseo, la carga y los comedores.

*“Comencemos por los mercaderes de oro y plata y piedras ricas y plumas y mantas y otras (sic) mercaderías de indios esclavos y esclavas [...] Luego estaban otros mercaderes que vendían ropa más basta y algodón, y cosas de hilo torcido, y cacahuateros que vendían cacao, y desta manera estaban cuantos géneros de mercaderías hay en toda la Nueva España [...]; así estaban en esta gran plaza, y los que vendían mantas de henequén y sogas y coartas, que son los zapatos que calzan y hacen del mismo árbol y raíces muy dulces cosidas, y otras rebusterías que sacan del mismo árbol, todo estaba en una parte de la plaza en su lugar señalado, y cueros de tigres, de leones y nutrias, y de adives y venados y otras alimañas e tejones e gatos monteses, dellos adobados y otros sin adobar están en otra parte, y otros géneros de cosas e mercaderías.”*<sup>35</sup>

<sup>34</sup> Hernan Cortes. Cartas de relación.

<sup>35</sup> Bernal Díaz Del Castillo. Op. cit.

Ciertamente el mercado era un espectáculo visual excepcional. Parecía un pequeño cuadro que enmarcaba una infinita naturaleza, un pequeño espacio que encerraba una parte del mundo náhuatl, de su biodiversidad y sus ideas, debió parecer a los españoles una imagen viva de una especie de “arca de Noé”,<sup>36</sup> donde todos y cada una de las cosas puestas ahí tenían un lugar y un sitio específico, todos desempeñaban una función específica dentro de la “orquesta de los colores, formas y texturas”.<sup>37</sup>

Hubiese sido imposible encontrar en el mercado de Tlatelolco un desorden de comerciantes o de productos.

No era conveniente -desde un punto de vista estético- colocar a un vendedor de jitomates junto a uno de pieles y este al lado de uno de semillas, porque el orden estético que encerraban los colores y las texturas de los productos se vería alterado, lo cual no era admitido fácilmente por la ideología nahuatl; pues, estos guardaban una gran devoción al “cosmos de los colores”.

Para los pueblos indígenas los colores, asociados siempre con la naturaleza y por medio de esta con la sabiduría, constituían una parte importantísima del lenguaje. Su escritura era pictográfica, o sea, meramente representativa de las cosas. Las pinturas habían sido esquemáticas. Entre ellas están las encontradas en los calli, casas; de los tlactli o juegos de pelota; de los tlahoque o señores, sentados en sus icpalli o sillas reales; de los diversos tributos, como mantas, plumas, cacao, bultos de maíz, animales. Debe notarse que los colores de las pinturas tenían un valor simbólico.

---

<sup>36</sup> Génesis 6, 7. Nuevo Testamento La biblia

<sup>37</sup> El maestro Diego Rivera

Así, por ejemplo, en una figura humana el amarillo designaba casi siempre el sexo femenino, el color morado la realeza del tlatoani o señor principal, el azul el rumbo del sur, el negro y el rojo, la escritura y la sabiduría <sup>38</sup>

El conocimiento e interpretación de los diversos glifos requiere un largo y minucioso estudio, que ciertamente no pretendemos realizar en este ensayo. Sólo queremos resaltar que la escritura basada en la pintura, tenía entre los pueblos prehispánicos enorme vigencia, como forma de representación en extremo precisa y también expresiva, desde un punto de vista meramente estético.

No sólo el mercado y la escritura reflejaban la importancia de los colores en estos pueblos. Los mitos también están llenos de alusiones a la naturaleza y a la belleza excelsa que esta brinda a los ojos de los hombres. Para el hombre nahuatl "nadie acabará de entender lo que son la riqueza y las flores del Dador de vida" <sup>39</sup> Él ignora si en el lugar del misterio habrá también existencia. Duda y, para salir de su incertidumbre, se refugia una vez más en el simbolismo de la estética que le brinda la naturaleza, el arte. Por lo menos aquí en la tierra, si es posible existir. Este pensamiento se resume admirablemente en los siguientes poemas:

EL ENIGMA DE HOMBRE ANTE DIOS <sup>(40)</sup>

*¿Tiene raíz, son verdaderos los hombres?*

<sup>38</sup> Véase Charles E. Dibble. "El antiguo sistema de escritura en México", en Revista Mexicana de Estudios Antropológicos, México, t. IV, p. 105 ss

<sup>39</sup> cf. Miguel León Portilla "Literaturas de Mesoamérica", de Cien de México, Secretaría de Educación pública, México, 1984

<sup>40</sup> Romances de los señores de la Nueva España. Manuscrito de cantares indígenas; colección Latinoamericana de la Universidad de Texas, fols. 4v. 5v. Recopilado y traducido por A. M. Garibay K. Poesía nahuatl I, México. UNAM. Instituto de Históricas. 1964. pp. 12-13.

*Nadie acabará de entender  
 lo que es tu riqueza, lo que son tus flores,  
 ¡inventor de ti mismo!  
 Sin terminar déjanos las cosas.  
 Por esto lloro,  
 me aflijo.  
 ¿Acaso para ti somos nada?  
 Tú nos destruyes,  
 tú nos haces desaparecer aquí*

El segundo texto titulado “origen y fin”, describe el modo como la divinidad da principio a las cosas existentes. Con flores, colores y cantos pinta y sombrea, como si estuviera escribiendo un código o describiendo una fotografía llena de un excelso realismo, creando así todo cuanto existe. Pero, “el Dador de vida”, es también quien pone término a la existencia. Vivimos en sus libros de pinturas, pero algún día seremos borrados de ellos. Una vez más, los sabios indígenas explican el principio y fin por medio del simbolismo de flores, colores, texturas y canto

#### ORIGEN Y FIN <sup>(41)</sup>

*Con flores escribes cosas,  
 ¡ho Dador de la vida!  
 Con cantos das color,  
 con cantos sombreas  
 a los que han de vivir en la tierra*

---

<sup>41</sup>Ibid, fol 35 r

*Después destruirás  
a águilas y tigres.  
solamente en tu pintura vivimos,  
aquí, sobre la tierra.  
Con tinta negra borrarás  
lo que fue la hermandad,  
la comunidad, la nobleza.  
Tú sombreas  
a los que han de vivir en la tierra.*

Al igual que en el caso de los mitos, en los himnos sagrados puede descubrirse su fina sensibilidad, su profundo sentido estético y lo elevado de su pensamiento. Las metáforas frecuentes en estos himnos dejan entrever también la exuberancia del medio en que vivió este pueblo. Se habla en ellos de ceibas de colores, faisanes y pavos de cresta amarilla, pedernales, frutos y semillas multicolores. Aquí mencionaremos algunos versos.

*“El pedernal rojo  
es la piedra sagrada  
de Ah Chac Mucen Cab,<sup>42</sup>  
La madre ceiba roja,  
su centro escondido está en el oriente,  
el rojo chacalpucté es también su árbol  
Suyos son el zapote y los bejucos rojos,  
los pavos rojos de cresta amarilla  
son sus pavos.  
El maíz rojo y tostado es su maíz.”*

---

<sup>42</sup> Es decir, espíritu rojo oculto en la tierra

*"El pedernal blanco  
 es la sagrada piedra del norte.  
 La madre ceiba blanca  
 es el centro invisible de Sac Mucen Cab <sup>43</sup>  
 Los pavos blancos son sus pavos  
 Las habas blancas son sus habas  
 El maíz blanco es su maíz."*

*"El pedernal negro  
 es la piedra del poniente.  
 La madre ceiba negra  
 es su centro escondido.  
 El maíz negro y acaracolado es su maíz  
 El camote de pezón negro es su camote.  
 Los pavos negros son sus pavos."  
 "La negra noche es su casa.  
 El frijol negro es su frijol.  
 El haba negra es su haba." <sup>44</sup>*

Sin embargo ¿cómo les era posible, a los pobladores mexicas, conocer la variedad de colores y texturas de la belleza natural, si el territorio donde se habían instalado no era precisamente el más opulento en productos naturales? Efectivamente, el medio ambiente que rodeaba a los mexicas no les proporcionaba esta gran cantidad de elementos naturales mágicos,

<sup>43</sup> Sin duda, el espíritu blanco oculto en la tierra

<sup>44</sup> Alfredo Barrera Vázquez. "El libro de los libros" de Chilam Balam, F C E., México, 1970. pp 17-18

que sirvieron para componer estos poemas.<sup>45</sup> No obstante, como menciona Bernal Díaz del Castillo,<sup>46</sup> contaban con el mercado que era el lugar donde se concentraban los mercaderes de distintos pueblos con mercancías originarias de sus regiones. De ahí los mexicas enriquecieron su conocimiento y apreciación por la naturaleza

El mercado no sólo proporcionaba un excelso mosaico de colores y formas a los mexicas y pueblos prehispánicos que concurrían al mercado, también daba un enriquecimiento cultural en el que intervenían las narraciones de lugares y productos mágicos que no podían ser trasladados al mercado. Esto se debía al contacto tan estrecho que existía entre comerciante y comprador, no existían intermediarios. Si un hombre deseaba comprar algún producto, trataba directamente con el vendedor, lo cual propiciaba una interacción cultural.

*"La venta y compra es personal, cambiando una cosa por otra; éste da un gallipavo por un haz de maíz; otro da mantas por sal o por dinero, que son las almendras de cacahuatl, que circulan como tal por toda la tierra, y de esta manera, pasa la barateria. Tiene cuenta, porque por una manta o gallina dan tantos cacao "*<sup>47</sup>

---

<sup>45</sup> Cabe señalar que estos poemas fueron compuestos en una época muy posterior al establecimiento del pueblo azteca en el valle de México (S XVII). Su elaboración se sitúa en los siglos que van del XIII al XV, una vez instalado ya el mercado.

<sup>46</sup> Supra, nota 32.

<sup>47</sup> Francisco López de Gómara. Historia general de las Indias. Tomo II "Conquista de México".

Dentro de los mercados existía un estricto orden y control, estaba prohibido comprar o vender fuera de los sitios establecidos en las plazas. No obstante, esta situación iría cambiando con el paso del tiempo.

Un hecho considerable en la evolución del mercado fue la conquista, que desarrollaría nuevas ideas y técnicas dentro de la mercadotecnia hasta entonces regente.

A pesar de que muchas de las instituciones prehispánicas habían sido destruidas con la conquista española, los mercados revistieron un gran interés y fueron adoptados por el nuevo sistema debido a que los mismos conquistadores dependieron de ellos para procurar y asegurar el abasto de su nueva ciudad. Aún los sistemas de cambio por medio de trueque o cacao se utilizaron por algún tiempo.<sup>48</sup>

Es claro que una institución como el mercado, con una estructura y organización interna capaz de resolver y satisfacer las necesidades de una ciudad por medio de la distribución de bienes de las distintas ramas de la producción, no podía ni debía ser destruida, así, aunque con algunos cambios y variaciones secundarias, sobreviviría a la conquista perdurando a lo largo de la colonia.

Dos eran los tipos de mercados existentes en la Colonia: los indios y los españoles. Tres eran los mercados indios: Santiago Tlatelolco, Tenochtitlan y San Hipólito; y uno español: el Parian.

*“El mercado de Santiago Tlatelolco, que existía desde la época azteca, perdió en la colonia el esplendor de esos años, en el se encontraban toda clase de ali-*

---

<sup>48</sup> cf Martha Patricia Maldonado Riquelme. Op. cit

*mentos que consumían los indios, sus ropas, así como materiales para la construcción tales como piedras, ladrillos, adobes, cal, arena, madera, leña, carbón. Allí están y se hallaron todos los oficios de todas las cosas que pueden haber en toda la Nueva España [. . .] Cada oficio y cada especie de mercaderías tiene distinto asiento y lugar, sin que nadie sea osado a se lo perturbar o ocupar (sic); y por que las gentes que a los mercados concurren son tan numerosos que aunque las plazas son grandes no caben con todas las mercaderías que hacen embarazo y ocupan mucho lugar como es la piedra; ladrillo, adobe, [...] y otras embarazosas cosas, ponellas en las bocas de las calles más cercanas.”<sup>49</sup>*

Empero, los indios -como vendedores ambulantes- portaban mantequilla, huevos, frutas y verduras, así como también pescado fresco. Ellos iban a vender por las calles de la ciudad y también en festejos católicos, aunque este comercio sólo se practicaba entre indios.<sup>50</sup>

La situación continuó de esta forma hasta la etapa posterior a la independencia. En este periodo comenzó a dividirse el comercio en dos ramas: las tiendas y tendajones (pequeñas tiendas donde se podía encontrar artículos básicos), y la otra, la de mercados, tianguis, ferias y los ambulantes.

El mercado seguiría siendo el centro de consumo de los habitantes de la Nueva España y, a pesar de las deplorables condiciones en que permaneció durante el porfiriato<sup>51</sup>, el mercado

<sup>49</sup> Fray Bartolomé De Las Casas “Los indios de México y la Nueva España”

<sup>50</sup> Francisco Cervantes de Salazar. “Crónica de Nueva España” comp. Don Francisco Del paso y Troncoso cap XVI.

<sup>51</sup> “Son anuncios de la miseria los mercados de Santa Catarina, la Merced, El Volador, San Lucas y Baratillo. Es este último además, el centro de vagos y truhanes, puesto que en él se comercia con objetos robados, y entre inmundas barracas. Todo el que por vez primera se encuentra frente al Baratillo, tubeca mucho rato antes de atreverse a penetrar en aquel horniguero trenzado de barracas de madera ennegrecida y apestosa” cf. José Valdés. “Porfiriismo” Historia de un régimen en crecimiento T II, México

seguiría guardando y proyectando esa riqueza visual proporcionada por los colores y formas de los productos que los “marchantes” ordenaban en los puestos con magistral imaginación. Posteriormente, los mercados se vieron desplazados por las nuevas tiendas extranjeras, aunque no desaparecieron. A ellos acudía aún la gente de escasos recursos económicos. Las tiendas, al igual que el mercado, estaban sujetas a presentar al comprador una imagen viva (estética) de sus productos para venderlos mejor, “como se ve mejor para vender”. De manera que a pesar de contar con la infraestructura técnica y teórica para lograr este objetivo, pierden la acción de compra y venta, eliminando la interacción marchante-cliente, nutrida por el lenguaje especial de la compra, el regateo, el embaucamiento de la verborrea de los merolicos siempre amena, el chisme y en ocasiones el albur, que junto con la belleza estética de los productos, crean el mundo mágico y colorido del mercado mexicano. A través de esta mirada por la belleza de los productos del mercado mexicano de antaño, hemos observado la manera de utilizar, por parte del vendedor, las formas naturales de los productos que vende, para crear una imagen visual, atractiva y persuasiva a los ojos del comprador, capaz de influir en su decisión de compra. El marchante ordena sus productos manipulando un orden y espacio, dentro de su puesto, en relación a los productos que desea vender, es decir, se vale del volumen, peso, tamaño, textura y color de la mercancía para provocar ese gusto visual que persuade el “bolsillo” del comprador. El vendedor busca las formas simples donde la regularidad y simetría se observan de manera natural. El marchante por medio de su experiencia percibe las formas, las asimila hasta jugar con ellas para ofrecer una presentación original, basada en su concepción personal de estética,

influenciado por la relación estrecha que mantiene con la estética natural del medio que le rodea: “como se ve mejor para vender”.

Los productos que se venden en los mercados, son ricos en variedad de colores. El color en la tradición del mercado, como hemos venido ejemplificando, refleja y provoca experiencias emocionales.

En ocasiones no nos percatamos de esta relación estética, aunque la sufrimos, debido a la convivencia tan frecuente e íntima que tenemos con el mercado. En la actualidad, dentro de la sociedad mexicana, una persona acostumbra visitar un mercado en un promedio de cada dos días, de lo cual se origina una costumbre que causa este alejamiento con la realidad visual. Sin embargo, el testimonio que hemos recogido de los conquistadores, que no conocían un centro mercantil con características tan peculiares, nos ha demostrado el impacto de estas formas y texturas que integran el extraordinario mosaico visual, capaz de transportarnos a un cosmos mágico de colores

A partir de esta situación de desatención por la estética que encierra el mercado mexicano, ha nacido un interés personal por registrar a través del amplio mundo de la fotografía, la estética peculiar del mercado mexicano: sus marchantes, sus compradores, sus productos, sus colores, texturas, su orden, etc. Así como, reencontrar su composición estética propia, que es parte de la iconografía mexicana, considerando que la fotografía no sólo nos permite mirar un objeto real y estético de una sola forma, sino que nos brinda diferentes perspectivas para disfrutarlo y entenderlo, porque nos introduce a aquellos aspectos o detalles que escapan, en el convivir cotidiano, a nuestra atención. En base a este contenido estético

existente en el mercado mexicano, intentaremos resaltar la geometría, el simbolismo y la estructura estética de algunos productos que conforman el mercado mexicano.

El trabajo realizado por Franz Mayer (1882-1975), reconocido como coleccionista y olvidado como fotógrafo, influye en nuestro interés por fotografiar los artículos mexicanos existentes en el mercado; ya que Franz Mayer fue un experimentador de imágenes que privilegió el plano cerrado, las texturas y las dimensiones volumétricas dentro del cuadro; él supo observar la esencia mexicana, transformando todo lo que miraba en una composición estética.<sup>52</sup> Así, por medio de la exaltación del detalle, mostraremos al espectador ese motivo, ese mundo de imágenes donde se hacen presentes el color, las texturas y las formas.

Al igual que Agustín Jiménez, Manuel Álvarez Bravo, Emilio Amero, Lola Álvarez Bravo, Aurora Latapí, Franz Mayer formó parte del grupo de fotógrafos de vanguardia de los años 20's, influenciados por la nueva visión de Edward Weston y Tina Modotti.<sup>53</sup>

Hemos reflexionado que sería imposible fotografiar toda la estética que encierra el mercado mexicano, porque además de ser un espacio de compra y venta, es un centro social con una antigua tradición popular, que va más allá de un simple espacio físico; sin embargo, no hemos escatimado esfuerzos para recopilar la mayor riqueza estética, - para ello - hemos seleccionado dentro de las partes que lo integran aquellas que, mediante un largo proceso de

---

<sup>52</sup> Esto se puede observar en sus obras: Ollas de barro, 1930. Naturaleza muerta, 1930. Sombreros en un mercado del Estado de México, 1930. Ollas y jarrones, 1930 Franz Mayer Fotógrafo. Museo Franz Mayer Artes de México. Colección uso y estilo, México, 1995. p 64,67,68,69 y 71

<sup>53</sup> Estos dos personajes fueron el disparo de un cúmulo de reflexiones críticas sobre las posibilidades renovadoras del lenguaje fotográfico; Edward Weston (estadounidense) y Tina Modotti (italiana), dejaron una conciencia de autoría artística sustentada en la estética mexicana.

meditación y estudio, hemos considerado las más exquisitas en formas y colores y también las más representativas de nuestro excelso mercado.

Dentro de este trabajo hemos querido dejar patente, que no pretendemos realizar arte, en toda la extensión de la palabra; porque el arte va más allá de una simple y personal apreciación de las cosas. Lo único que pretendemos es mostrar esa exquisita estética natural, que ha poseído y conservado a través de los años nuestro mercado mexicano.

Cuando se realiza una aproximación fotográfica que modifica el tamaño natural del objeto, practicamos una fotografía de acercamiento, ésta es capaz de transformar la imagen más común en una imagen extraordinaria. Al realizar un acercamiento se logra suscitar el interés del observador hacia el objetivo. Porque al mostrar detalles, se presenta ese mundo de manera distinta, lo cual conlleva al espectador a observar "lo no observado".

La fotografía de acercamiento nos otorga el beneficio de ver aquellos aspectos que, en algunas ocasiones, resultan ajenos a nuestro interés (práctico); de suyo hemos escogido esta técnica para lograr nuestro objetivo.

Todo fotógrafo, además de contar con recursos técnicos para realizar su obra, requiere de un soporte visual para presentar y exponer el fruto de su trabajo. De este modo, el portafolio fotográfico se convierte en una herramienta tangible que ayuda a ordenar, clasificar, guardar, exponer y transportar las fotografías realizadas. Esta forma de presentación mantiene bajo un estricto cuidado la producción, logrando así la preservación del material en el tiempo.

Otra función del portafolio fotográfico es ofrecer una estructura y forma para establecer una relación íntima entre las imágenes expuestas y el tema a tratar.

Para fines de presentación académica, resulta ser un medio muy eficaz de exposición, que cumple con las necesidades requeridas para la representación de las fotografías concernientes a nuestro trabajo.

Este portafolio fotográfico consta de 41 fotografías, que corresponden al género de ensayo fotográfico.

Las fotografías que integran este ensayo fotográfico están divididas en dos parte:

La primera está compuesta por 26 fotografías, que plasman la composición estética de algunos productos que existen en el mercado a través de planos cerrados y acercamientos para lograr obtener texturas; dando una importancia a las dimensiones volumétricas que se aprecian en este tipo de productos, enfatizando así la presencia de las formas y con ello su geometría. Por tanto, se logra la exaltación del detalle en extremo con un toque de índole nacionalista (tradición mexicana)

Los productos aquí fotografiados corresponden al orden de lo "inusual" para ser plasmado en imágenes. Pero a través de este ensayo se intenta recuperar ese diluvio de imágenes que conforman parte de la iconografía mexicana. Es importante resaltar que en las fotografías de la primera parte del portafolio, la participación del fotógrafo solo obedeció a un carácter de índole técnico: encuadres, angulaciones, planos, etc., sin manipular el orden estético de los productos y sujetándose sólo a lo predispuesto por el comerciante. El acomodo de los productos en los puestos corresponde únicamente a la visión del vendedor.

El viaje por esta mirada de algunos productos que existen en el mercado inicia de esta forma.

Las primeras 5 fotografías (porros, cebollas, ajos, rábanos, chiles), corresponden a productos utilizados y empleados por la mayoría de las mexicanas, y por que no de los mexicanos, para la preparación de alimentos, todos estos condimentos típicos de la cocina mexicana.

En las dos siguientes saboreamos frutas. Los mangos por aquello de “estas como mango” . Las naranjas no podían faltar, porque para esos días de intenso calor resultan ser la mejor manera de refrescarse; ¡y que tal una agua de melón! no tan económica como la naranja, pero si igual de deliciosa y refrescante.

Volteamos la mirada y encontramos la oportunidad de disfrutar unos deliciosos elotes. El maíz como símbolo representativo de la historia y la alimentación básica del mexicano, que sin importar quienes somos, nos brinda su alto valor nutritivo.

Al continuar nuestro recorrido se nos atraviesan esas pepitas tan deliciosas y nutritivas pero, tan difíciles de comer; por esta razón solo pediremos “un peso de pepitas”.

Para las numerosas fiestas que se celebran en México, los tamales son la mejor solución económica para alimentar a “tanto invitado”, incluso siempre alcanza para el “itacate”. Y claro para un buen tamal, un buen atole enduizado con el singular sabor del piloncillo

Llegamos al sitio donde encontramos aquellos juguetes con los que jugamos “a la casita” (bolsas de mandado, escobas, escobetas, cucharas) y, otros utensilios como cinceles y sandalias que, por raro que parezca, también se encuentran en el mercado.

Observamos “el pasillo de los pescados”, aquí la variedad es inmensa, va desde lo más sofisticado y exquisito hasta lo más sencillo y económico para preparar un rico “vuelve a la vida”.

El pollo por rico, nutritivo y barato es un alimento básico en la preparación de numerosos platillos con una extensa gama de formas de ser guisado, ¡qué tal un “caldo de gallina”!

Para finalizar recorremos un pasillo “convertido en jardín”. Aquí las flores son una forma de cortejo, de acercamiento a su delicada y bella semejante, la mujer. Un producto de excelsa belleza y delicada fragancia, que brota en la conquista de una mujer en la entrega de un sentimiento a través de coloridos pétalos.

En la segunda parte del portafolio fotográfico se construye un mundo efímero, un espacio intemporal, un momento de ensueño, un lugar donde el observador es cautivado por lo que percibe a través del sentido de la vista; explora, experimenta y es cómplice de una peculiar manera de proponer y plasmar imágenes. Ahí se introduce la visión personal del fotógrafo, en la forma extraña de jugar con elementos distintos entre sí pero no distantes como lo son el cuerpo femenino y algunos productos que son los más representativos en su género, existentes en los mercados. La selección de dichos productos ha sido determinada por un criterio personal, que estuvo basado en el fácil manejo del producto, su accesible compra, las características propias del producto (forma, color, textura, tamaño), en su bajo costo, y por supuesto en la representación simbólica dentro de la vida del mexicano. Los productos elegidos fueron los jitomates, la cabeza de cerdo, los huevos, y la sandía todos estos productos con múltiples maneras de ser trabajados de forma creativa. El segundo elemento a trabajar en esta parte es la estética del cuerpo femenino; éste resulta ser la constante en las diferentes producciones. Es la llave que abre el espacio-tiempo irreal, que se propone en esta sección

El pollo por rico, nutritivo y barato es un alimento básico en la preparación de numerosos platillos con una extensa gama de formas de ser guisado, ¡qué tal un “caído de gallina”!

Para finalizar recorremos un pasillo “convertido en jardín”. Aquí las flores son una forma de cortejo, de acercamiento a su delicada y bella semejante, la mujer. Un producto de excelsa belleza y delicada fragancia, que brota en la conquista de una mujer en la entrega de un sentimiento a través de coloridos pétalos.

En la segunda parte del portafolio fotográfico se construye un mundo efímero, un espacio intemporal, un momento de ensueño, un lugar donde el observador es cautivado por lo que percibe a través del sentido de la vista; explora, experimenta y es cómplice de una peculiar manera de proponer y plasmar imágenes. Ahí se introduce la visión personal del fotógrafo, en la forma extraña de jugar con elementos distintos entre sí pero no distantes como lo son el cuerpo femenino y algunos productos que son los más representativos en su género, existentes en los mercados. La selección de dichos productos ha sido determinada por un criterio personal, que estuvo basado en el fácil manejo del producto, su accesible compra, las características propias del producto (forma, color, textura, tamaño), en su bajo costo, y por supuesto en la representación simbólica dentro de la vida del mexicano. Los productos elegidos fueron los jitomates, la cabeza de cerdo, los huevos, y la sandía todos estos productos con múltiples maneras de ser trabajados de forma creativa. El segundo elemento a trabajar en esta parte es la estética del cuerpo femenino; éste resulta ser la constante en las diferentes producciones. Es la llave que abre el espacio-tiempo irreal, que se propone en esta sección.

La admiración por el cuerpo femenino, lleva a tener esa contemplación especial por el mismo; otorgándole a la mujer ese lugar sublime por todo lo que encierra y representa en su haber.

En la primera producción, que consta de seis fotografías, la intención es plasmar y relacionar con el cuerpo femenino un producto tan popular como son los jitomates. Este producto debido a su color intenso (rojo), su forma ovalada o redonda, tamaño pequeño y textura lisa y jugosa; ha sido considerado como el perfecto para interactuar con el cuerpo femenino. El desnudo plasmado en esta producción es el gancho, el instrumento que permite llevar al observador a un espacio donde la plasticidad se expresa a través del lenguaje corporal, para trasladar al espectador, por medio de su percepción, a un extraño contraste de colores y formas entre el producto y el desnudo, que captan la atención del mismo. Así pues, al tenderse sobre una alfombra roja, aguarda silenciosa ese momento de renacer.

La segunda producción consta de tres fotografías; aquí se plasma el encuentro de placeres a través del juego de la seducción; esa interacción entre lo prohibido y lo deseado, entre lo sublime y lo mundano, para aflorar todo lo reprimido. La figura femenina nuevamente es el punto central de la fotografía; ella es la dominante, la ejecutora; se apodera de todo aquello que llega a sus manos, a su ser. Es la dueña que tiene el encanto de doblegar a quien intente llegar a su territorio. Su mirada es el arma para su triunfo, su complemento preciso es la cabeza de cerdo, por todo lo que encierra su concepto. Su figura representa lo asqueroso, lo repulsivo, lo despreciable, pero a su vez, el sabor tan "exquisito" de su carne.

En las tres fotografías que componen la tercera producción, se plasma la exaltación del huevo como elemento que rompe la quietud a punto de una erupción, que es ocasionada por

la necesidad de ver más allá de lo que todo vemos, esa inquietud del ser humano de saber más allá de lo que sabe, de llegar más allá de donde a llegado, de sentir más allá de lo que ha sentido; y con ello, de experimentar seguridad y poder sobre lo externo y desconocido. Sin embargo, después de toda esa inquietud convertida en torbellino para descubrir lo existente en el sentir íntimo del otro ser, o simplemente para saber si algo existe; ella regresa a esa quietud, a ese estado de aceptación y respeto a lo desconocido e imposible de ver y conocer: el sentir de cada ser humano.

“Una mexicana que fruta vendía ciruela, chabacano, melón o sandía”. Tres fotografías conforman esta última producción. Aquí interviene la naturaleza, representada por una de las frutas más populares y simbólicas dentro de la vida de los mexicanos. la sandía. El cuerpo femenino es el marco exacto para resaltar la frescura, el colorido que se encuentra en esta fruta, que al ser integrada a la figura femenina provoca un acto de sensualidad. La combinación es una invitación a refrescarse con esa sensación cautivadora, que produce este singular fruto que a través de su sabor nos conduce al placer.

Esta segunda parte del portafolio pretende originar, en medio de la realidad cotidiana, una dimensión donde se quebranta con el tiempo lineal para instaurar un tiempo profundo que conlleve al observador a construir sus propias realidades desconcertantes, agudas, alucinantes, que existen en su interior, a partir de lo visto en estas 15 fotografías.

Mediante estas propuestas personales, se indagan en la profundidad de nuestro sentir, de nuestro estar en el tiempo y el espacio, consciente de que el tiempo y el espacio no son naturales sino solo son un acuerdo social para aceptar nuestra manera de estar en el mundo. Aquí interviene la naturaleza y la integración de los personajes en un acto creativo para

mostrar otra realidad en base a una interpretación y apreciación de ese entorno físico y humano.

La fotografía, por sí sola, es y transmite una idea, un mensaje, un sentir, interpretado de acuerdo a la percepción de cada observador. Cada individuo tiene una interpretación personal de aquellas imágenes que observa. Dichas imágenes obtienen un valor simbólico en base a referencias socioculturales, políticas y religiosas, que generan por medio de recursos icónicos, un propio lenguaje visual.

Empero, apesar de que la fotografía goza de un lenguaje visual propio, no está alejada o separada del lenguaje escrito. Este elemento da un contexto un sentido a la fotografía. Por tanto, toda imagen se ve rodeada por factores que le proporcionan un contexto, una referencia que ayuda a una interpretación más amplia por parte del observador. Así la importancia del pie de foto, radica en la labor de hacer más exacto el mensaje de la fotografía.

Nancy Newhall, en un artículo publicado en 1952 en la revista *Aperture*, explica que a partir de una intersección semántica entre fotografía y texto “no expone, ni comenta ningún aspecto de la imagen, sino que salta por encima de los hechos añadiendo una dimensión nueva. La leyenda amplificativa (pie de foto) incorpora sus propias connotaciones a las de la fotografía, produciendo así un nuevo contenido, inesperado quizá, puesto que no existían en las palabras ni en la fotografía, sino gracias a su yuxtaposición.”<sup>54</sup>

Con la finalidad de dar un contexto singular a cada una de las fotografías expuestas en este ensayo fotográfico, se eligieron y anexaron referencias literarias a éstas, dicha elección

---

<sup>54</sup> Joan Fontcuberta. *Fotografía: conceptos y procedimientos Una propuesta metodológica*. p 73

surgió en un afán de emparentar dos artes: la fotografía y la literatura, la imagen y la palabra, como formas de expresión, que se concilian y complementan. Los autores retomados para este trabajo, corresponden a los gigantes de la literatura hispana. Juan Rulfo, Rosario Castellanos, Pablo Neruda, Federico G. Lorca, Vicente Ramos, etc., que fungen como dignos representantes del arte de la literatura contemporánea

Dentro de la actividad fotográfica, la técnica es sólo un instrumento, una herramienta que utiliza el fotógrafo para dar sentido e intención a la imagen que será plasmada en el papel. En esta gama amplia de utensilios técnicos encontramos diferentes filtros, objetivos, exposímetros, flashes, películas, cámaras, revelados e impresiones, equipos de iluminación, y otros tantos, más especializados

El aparato mecánico básico y principal que utiliza el fotógrafo es la cámara fotográfica; en este trabajo fotográfico la cámara reflex de 35mm fue la herramienta empleada.

El objetivo de 50mm, mejor conocido como lente normal, fue empleado, al igual que el zoom, que es un objetivo de cobertura angular variable (35mm-70mm). Entre los diferentes tipos de películas existentes en el mercado de la fotografía, la denominada diapositiva de color, fue la empleada para cubrir las necesidades de este trabajo, pues al no contar con las instalaciones y condiciones físicas necesarias como un cuarto oscuro, químicos necesarios y aparatos para impresión; la alternativa fue la película antes mencionada, ya que por medio de esta, procesada en forma automática, se obtienen copias positivas que también se les conocen como transparencias; resulta ser un material fácil de observar y manejar, además de ser accesible su revelado en laboratorios profesionales

Cabe resaltar que en ocasiones la falta de recursos económicos para la obtención de accesorios que den mayor calidad al trabajo fotográfico, como lo es en el campo profesional, se convierte en una limitante en lo técnico, para nosotros como estudiantes; no obstante con elementos tan sencillos y creatividad se pueden lograr cosas con calidad.

ESTE VISTO NO SALE  
DE LA BIBLIOTECA

---

# CONCLUSIONES

---

# CONCLUSIONES

La fotografía como medio de expresión, ha explorado desde sus inicios las posibilidades de consolidar ideas para materializar lo imaginario, para abstraer la esencia de las cosas reales. Así, se ha demostrado con este trabajo que la fotografía es un medio capaz de plasmar en imágenes un sin número de objetos, descubrir aspectos que nos proporcionan una gran riqueza visual de tonos, líneas, colores, formas, texturas, volúmenes; que permiten expresar ideas, sentimientos, y porque no mensajes.

La presentación de mi tesis por medio de un portafolio fotográfico, me dio la oportunidad de descubrir en la fotografía, una alternativa dentro de mi carrera, además de especializarme en un área de la comunicación. Así al convertirse esta tesis en un ejercicio práctico, me brindó la oportunidad de presentar los conocimientos y experiencias adquiridas en el mundo de la fotografía.

El poder “ver” en términos fotográficos es resultado de una preparación visual. Para lograr desarrollar un nivel de percepción, sensibilidad y gran capacidad de observación, fue

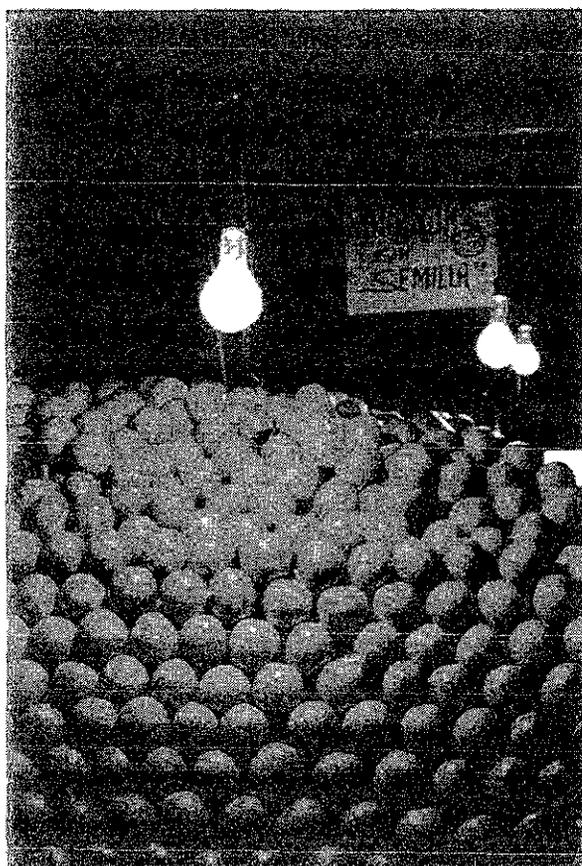
importante combinar los conocimientos teóricos con visitas a exposiciones de fotografía, escultura, pinturas, conferencias sobre arte, asistir al cine, consultar revistas de alta calidad fotográfica, etc; ya que este aprendizaje visual solo se puede adquirir a través de estas actividades prácticas.

Con el presente trabajo concluyo que es necesario ir mas allá de una investigación teórica El integrar el elemento práctico (portafolio fotográfico), ofrece una posibilidad más amplia en los beneficios y utilidades que se le pueden otorgar a un trabajo de esta índole Así se puede afirmar que la tesis debe ser el ultimo trabajo escolar y el primer trabajo profesional.

---

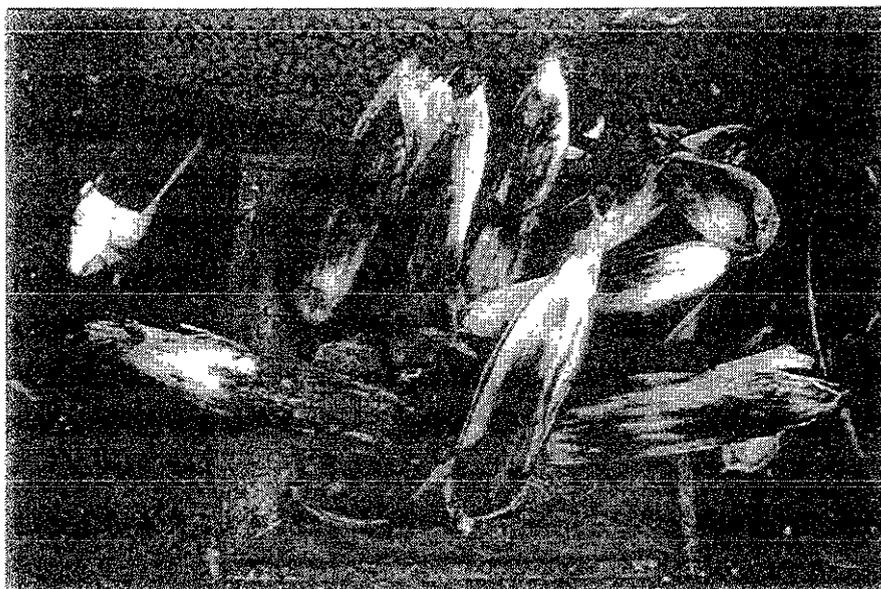
# ANEXO I

---



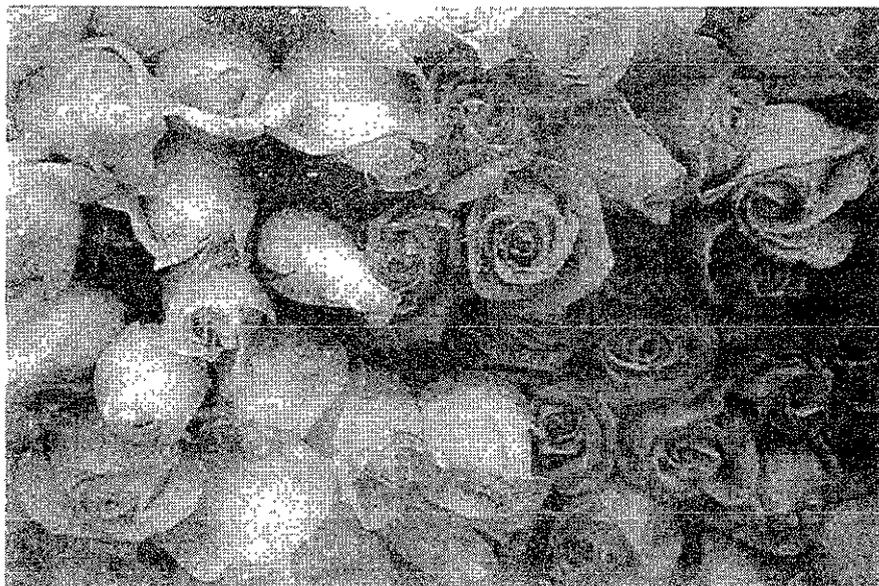
"NARANJA,  
RISA DE ORO,  
EN CADA PORO UN SOL TE DANZA."

AURORA REYES



"SU ROSTRO ES DEL COLOR  
DE LA CENIZA." ,

ROSARIO CASTELLANOS



"EN TU MEJILLA ROSA ESTÁ  
EL PONIENTE,  
Y LA BLANCA ALBORADA ESTÁ  
EN TU FRENTE."

*Ma. ENRIQUETA CAMARILLO*



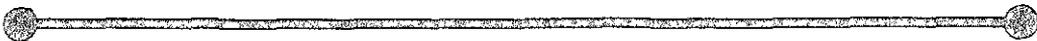
"ALFOMBRA TIERNA, DIME ¿DE QUE HONDURA  
NACIÓ LA SANGRE QUE EN TU PIEL TRABAJA,  
PARA QUÉ GERMINARÁS CON VENTAJA  
Y MÁS SEDA SE HICIERA TU ENVOLTURA?"

GRISELDA ÁLVAREZ



"UNA MEXICANA QUE FRUTA VENDÍA,  
CIRUELA, CHABACANO, MELÓN  
O SANDÍA."

RONDA INFANTIL



# ANEXO II



# FICHAS DE PRODUCCION Y FICHAS TECNICAS

- |             |                             |        |                     |
|-------------|-----------------------------|--------|---------------------|
| 1.-Técnica: | Plata sobre gelatina. Color | Lugar: | Mercado de Copilco  |
| Cámara:     | Nikon F3                    | Fecha: | 5 de abril de 1997  |
| Película:   | Fuji Fujichrome sensia      |        | (poros)             |
|             | Luz de día Asa 100          |        |                     |
| Objetivo:   | 35-70mm                     |        |                     |
|             |                             |        |                     |
| 2.-Técnica: | Plata sobre gelatina. Color | Lugar: | Mercado la Merced   |
| Cámara:     | Nikon F3                    | Fecha: | 20 de marzo de 1997 |
| Película:   | Fuji Fujichrome sensia      |        | (cebollas)          |
|             | Luz de día. Asa 100         |        |                     |
| Objetivo:   | 35-70mm                     |        |                     |
|             |                             |        |                     |
| 3.-Técnica: | Plata sobre gelatina. Color | Lugar: | Mercado de Tlalpan  |
| Cámara:     | Nikon F3                    | Fecha: | 03 de enero de 1997 |
| Película:   | Fuji Fujichrome sensia      |        | (ajos)              |
|             | Luz de día. Asa 100         |        |                     |
| Objetivo:   | 50mm                        |        |                     |
|             |                             |        |                     |
| 4.-Técnica: | Plata sobre gelatina. Color | Lugar: | Mercado la Merced   |
| Cámara:     | Nikon F3                    | Fecha: | 20 de marzo de 1997 |
| Película:   | Fuji Fujichrome sensia      |        | (rábanos)           |
|             | Luz de día. Asa 100         |        |                     |
| Objetivo:   | 50mm.                       |        |                     |

- 5.-Técnica: Plata sobre gelatina. Color  
 Cámara: Nikon F3  
 Película: Fuji Fujichrome sensia  
 Luz de día Asa 100  
 Objetivo: 35-70mm.
- Lugar: Mercado de Jamaica  
 Fecha: 28 de mayo de 1997  
 (chiles)
- 6.-Técnica: Plata sobre gelatina Color  
 Cámara: Nikon F3  
 Película: Fuji Fujichrome sensia  
 Luz de día Asa 100  
 Objetivo: 50mm.
- Lugar: Mercado de Copilco  
 Fecha: 5 de abril de 1997  
 (mangos)
- 7.-Técnica: Plata sobre gelatina. Color  
 Cámara: Nikon F3  
 Película: Fuji Fujichrome sensia  
 Luz de día Asa 100  
 Objetivo: 50mm.
- Lugar: Central de abastos  
 Fecha: 21 de enero de 1997  
 (naranjas)
- 8 - Técnica: Plata sobre gelatina. Color  
 Cámara: Nikon F3  
 Película: Fuji Fujichrome sensia  
 Luz de día. Asa 100  
 Objetivo: 50mm.
- Lugar: Central de abastos  
 Fecha: 21 de enero de 1997  
 (melones)
- 9.- Técnica: Plata sobre gelatina. Color  
 Cámara: Nikon F3  
 Película: Fuji Fujichrome sensia  
 Luz de día. Asa 100  
 Objetivo: 35-70mm
- Lugar: Mercado de Tlalpan  
 Fecha: 03 de enero de 1997  
 (elotes)
- 10.-Técnica: Plata sobre gelatina Color  
 Cámara: Nikon F3  
 Película: Fuji Fujichrome sensia  
 Luz de día Asa 100  
 Objetivo: 35-70mm
- Lugar: Mercado de Xochimilco  
 Fecha: 27 de marzo de 1997  
 (pepitas)

- 11.-Técnica: Plata sobre gelatina. Color  
Cámara: Nikon F3  
Película: Fuji Fujichrome sensia  
Luz de día. Asa 100  
Objetivo: 35-70mm  
Lugar: Mercado de Xochimilco  
Fecha: 27 de diciembre de 1996  
(hojas de maíz)
- 12.-Técnica: Plata sobre gelatina. Color  
Cámara: Nikon F3  
Película: Fuji Fujichrome sensia  
Luz de día. Asa 100  
Objetivo: 35-70mm  
Lugar: Mercado de Xochimilco  
Fecha: 26 de marzo de 1997  
(piloncillos)
- 13.-Técnica: Plata sobre gelatina. Color  
Cámara: Nikon F3  
Película: Fuji Fujichrome sensia  
Luz de día. Asa 100  
Objetivo: 50mm.  
Lugar: Mercado de Xochimilco  
Fecha: 21 de enero de 1997  
(bolsas de mandado)
- 14.-Técnica: Plata sobre gelatina. Color  
Cámara: Nikon F3  
Película: Fuji Fujichrome sensia  
Luz de día. Asa 100  
Objetivo: 50mm.  
Lugar: Mercado de Coyoacan  
Fecha: 31 de octubre de 1996  
(escobas)
- 15.-Técnica: Plata sobre gelatina. Color  
Cámara: Nikon F3  
Película: Fuji Fujichrome sensia  
Luz de día. Asa 100  
Objetivo: 35-70mm  
Lugar: Mercado de Copilco  
Fecha: 05 de abril de 1997  
(escobetas)
- 16.-Técnica: Plata sobre gelatina. Color  
Cámara: Nikon F3  
Película: Fuji Fujichrome sensia  
Luz de día. Asa 100  
Objetivo: 35-70mm  
Lugar: Mercado de Xochimilco  
Fecha: 14 de enero de 1997  
(cucharas)

- 17.-Técnica: Plata sobre gelatina. Color  
 Cámara: Nikon F3  
 Película: Fuji Fujichrome sensia  
 Luz de día. Asa 100  
 Objetivo: 50mm.  
 Lugar: Mercado de Xochimilco  
 Fecha: 14 de enero de 1997  
 (cincoles)
- 18.-Técnica: Plata sobre gelatina Color  
 Cámara: Nikon F3  
 Película: Fuji Fujichrome sensia  
 Luz de día. Asa 100  
 Objetivo: 50mm.  
 Lugar: Mercado de Xochimilco  
 Fecha: 27 de diciembre de 1996  
 (sandalias)
- 19.-Técnica: Plata sobre gelatina. Color  
 Cámara: Nikon F3  
 Película: Fuji Fujichrome sensia  
 Luz de día. Asa 100  
 Objetivo: 35-70mm.  
 Lugar: Mercado de La Viga  
 Fecha: 21 de enero de 1997  
 (langostas)
- 20.-Técnica. Plata sobre gelatina Color  
 Cámara: Nikon F3  
 Película: Fuji Fujichrome sensia  
 Luz de día. Asa 100  
 Objetivo: 50mm.  
 Lugar: Mercado de Xochimilco  
 Fecha: 14 de enero de 1997  
 (pescado)
- 21.-Técnica: Plata sobre gelatina. Color  
 Cámara: Nikon F3  
 Película. Fuji Fujichrome sensia  
 Luz de día. Asa 100  
 Objetivo: 35-70mm.  
 Lugar: Mercado de La Viga  
 Fecha: 21 de enero de 1997  
 (robalos)
- 22.-Técnica: Plata sobre gelatina. Color  
 Cámara: Nikon F3  
 Película: Fuji Fujichrome sensia  
 Luz de día. Asa 100  
 Objetivo: 50mm.  
 Lugar: Mercado de Xochimilco  
 Fecha: 14 de enero de 1997  
 (cabezas de pollo)

- 23.-Técnica: Plata sobre gelatina. Color  
 Cámara: Nikon F3  
 Película: Fuji Fujichrome sensia  
 Luz de día. Asa 100  
 Objetivo: 50mm.  
 Lugar: Mercado de Tlalpan  
 Fecha: 03 de enero de 1997  
 (patas de pollo)
- 24.-Técnica: Plata sobre gelatina. Color  
 Cámara: Nikon F3  
 Película: Fuji Fujichrome sensia  
 Luz de día Asa 100  
 Objetivo: 35-70mm.  
 Lugar: Mercado de Jamaica  
 Fecha: 28 de mayo de 1997  
 (margaritas)
- 25.-Técnica: Plata sobre gelatina. Color  
 Cámara: Nikon F3  
 Película: Fuji Fujichrome sensia  
 Luz de día. Asa 100  
 Objetivo: 35-70mm.  
 Lugar: Mercado de Jamaica  
 Fecha: 28 de mayo de 1997  
 (rosas)
- 26.-Técnica: Plata sobre gelatina. Color  
 Cámara: Nikon F3  
 Película: Fuji Fujichrome sensia  
 Luz de día Asa 100  
 Objetivo: 35-70mm.  
 Lugar: Mercado de Jamaica  
 Fecha: 28 de mayo de 1997  
 (rosas)
- 27.-Técnica: Plata sobre gelatina. Color  
 Cámara: Nikon F3  
 Película: Fuji Fujichrome sensia  
 Luz de día Asa 100  
 Objetivo: 35-70mm.  
 Producto: Jitomates  
 Modelo: Mariana C. Salazar Jiménez  
 Fecha: 06 de diciembre de 1997  
 Lugar: Coyoacan
- 28.-Técnica: Plata sobre gelatina. Color  
 Cámara: Nikon F3  
 Película: Fuji Fujichrome sensia  
 Luz de día Asa 100  
 Objetivo: 35-70mm.  
 Producto: Jitomates  
 Modelo: Mariana C. Salazar Jiménez  
 Fecha: 06 de diciembre de 1997  
 Lugar: Coyoacan

- 29.-Técnica: Plata sobre gelatina. Color  
 Cámara: Nikon F3  
 Película: Fuji Fujichrome sensia  
 Luz de día. Asa 100  
 Objetivo: 35-70mm.  
 Producto: Jitomates  
 Modelo: Mariana C Salazar Jiménez  
 Fecha: 06 de diciembre de 1997  
 Lugar: Coyoacan
- 30.-Técnica: Plata sobre gelatina. Color  
 Cámara: Nikon F3  
 Película: Fuji Fujichrome sensia  
 Luz de día. Asa 100  
 Objetivo: 35-70mm  
 Producto: Jitomates  
 Modelo: Mariana C. Salazar Jiménez  
 Fecha: 06 de diciembre de 1997  
 Lugar: Coyoacan
- 31 -Técnica. Plata sobre gelatina Color  
 Cámara: Nikon F3  
 Película: Fuji Fujichrome sensia  
 Luz de día. Asa 100  
 Objetivo: 35-70mm.  
 Producto Jitomates  
 Modelo. Mariana C. Salazar Jiménez  
 Fecha. 06 de diciembre de 1997  
 Lugar: Coyoacan
- 32.-Técnica: Plata sobre gelatina. Color  
 Cámara: Nikon F3  
 Película: Fuji Fujichrome sensia  
 Luz de día. Asa 100  
 Objetivo: 35-70mm.  
 Producto. Jitomates  
 Modelo: Mariana C. Salazar Jiménez  
 Fecha: 06 de diciembre de 1997  
 Lugar: Coyoacan
- 33.-Técnica: Plata sobre gelatina. Color  
 Cámara Nikon F3  
 Película: Fuji Fujichrome sensia  
 Luz de día. Asa 100  
 Objetivo: 50mm  
 Producto: Cabeza de Cerdo  
 Modelo: Alejandra Orozco Alba  
 Fecha: 20 de noviembre de 1997  
 Lugar: Iztapalapa
- 34.-Técnica: Plata sobre gelatina. Color  
 Cámara: Nikon F3  
 Película: Fuji Fujichrome sensia  
 Luz de día Asa 100  
 Objetivo. 50mm  
 Producto: Cabeza de Cerdo  
 Modelo. Alejandra Orozco Alba  
 Fecha 20 de noviembre de 1997  
 Lugar Iztapalapa

- 35 -Técnica: Plata sobre gelatina Color  
Cámara: Nikon F3  
Película: Fuji Fujichrome sensia  
Luz de día Asa 100  
Objetivo: 50mm.
- Producto: Cabeza de Cerdo  
Modelo: Alejandra Orozco Alba  
Fecha: 20 de noviembre de 1997  
Lugar: Iztapaalapa
- 36 -Técnica: Plata sobre gelatina Color  
Cámara: Nikon F3  
Película: Fuji Fujichrome sensia  
Luz de día Asa 100  
Objetivo: 50mm.
- Producto: Huevos  
Modelo: Mariana C. Salazar Jiménez  
Fecha: 14 de enero de 1998  
Lugar: Coyoacan
- 37 -Técnica: Plata sobre gelatina Color  
Cámara: Nikon F3  
Película: Fuji fujichrome sensia  
Luz de día. Asa 100  
Objetivo: 50mm.
- Producto: Huevos  
Modelo: Mariana C. Salazar Jiménez  
Fecha: 14 de enero de 1998  
Lugar: Coyoacan
- 38.-Técnica: Plata sobre gelatina. Color  
Cámara. Nikon F3  
Película: Fuji fujichrome sensia  
Luz de día. Asa 100  
Objetivo: 50mm.
- Producto. Huevos  
Modelo: Mariana C. Salazar Jiménez  
Fecha: 14 de enero de 1998  
Lugar: Coyoacan
- 39.-Técnica. Plata sobre gelatina. Color  
Cámara: Nikon F3  
Película. Fuji Fujichrome sensia  
Luz de día. Asa 100  
Objetivo: 50mm.
- Producto: Sandía  
Modelo. Mariana C Salazar Jiménez  
Fecha: 12 de febrero de 1998  
Lugar: Coyoacan
- 40 -Técnica: Plata sobre gelatina Color  
Cámara: Nikon F3  
Película. Fuji Fujichrome sensia  
Luz de día. Asa 100  
Objetivo: 50mm.
- Producto. Sandía  
Modelo: Mariana C. Salazar Jiménez  
Fecha: 12 de febrero de 1998  
Lugar: Coyoacan

41.-Técnica:	Plata sobre gelatina Color	Producto:	Sandía
Cámara:	Nikon F3	Modelo:	Mariana C Salazar Jiménez
Película:	Fuji Fujichrome sensia	Fecha:	12 de febrero de 1998
	Luz de día. Asa 100	Lugar:	Coyoacan
Objetivo:	50mm		



# BIBLIOGRAFIA



# BIBLIOGRAFIA

- Almeida, Lourdes Corazón de mi corazón 13 años de fotografía polaroid Museo Diego Rivera, INBA, México, 1993. (catálogo)
- Alvarez y Alvarez De la Cadena, Luis. México, leyendas, Costumbres, trajes y danzas Editorial Jesús Medina. 3a edición, México, 1983.
- Alvarez Bravo, Dolores Reencuentros, Consejo Nacional Para la Cultura y las Artes. INBA, Museo Estudio Diego Rivera, México, 1989.
- Alvarez Bravo, Manuel. El artista, su obra, sus tiempos; Banamex, Banco Nacional de México, Edición División Internacional del Banco Nacional de México, México, 1991,
- Alvarez Bravo, Manuel Mucho sol. F.C.E. Colección Rio de Luz, México, 1989.
- Ardila, Alfredo. Psicología de la percepción. Ed. Trillas, México, 1980.
- Aristóteles. La Poética, versión directa, introducción y citas: Dr. Juan D. García, Ed. UNAM, 1946
- Barrera Vásquez, Alfredo. El libro de los libros de Chilam Balam. F.C.E., México, 1970
- Bourdieu, Pierre. La fotografía: un arte intermedio. Editorial Nueva Imagen, México, 1979
- Brecht, Bertolt. Observación del arte y arte de la observación. Ed. Península, Barcelona, 1967.
- Cabrera Martínez, Esperanza y Matus López, Dolores. Paisajes de México análisis semiológico de la fotografía de paisaje técnica a color. UNAM F C P y S., Tesis, 1996

- Cervantes, Francisco. Crónica de Nueva España. Comp. Don Francisco del Paso y Troncoso, Museo Nacional de Arqueología, Historia y Etnografía, Tercera serie/historia, 3 vols. México, 1936
- Constantine, Mildred. Tina Modotti Una vida frágil. F.C.E., México, 1979.
- Cortes, Hernan. Cartas de Relación. Ed. Porrúa, México, 1963.
- Costa, Joan. El lenguaje fotográfico. Iberica Europea de Ediciones, S.A., Barcelona, 1997
- Croce, Benedetto. Breviario de Estética. Ed. F.C.E , México, 1984
- De, Osnovy. Fundamentos de estética marxista-leninista, Moscú, traducción de A.S.V. Moscú, 1960
- Debroise, Oliver. Fuga mexicana. Un recorrido por la fotografía en México. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. México, 1994.
- Desilets, Antoine. Aprende fotografía. Ed Daimon, Barcelona, 1973.
- Desilets, Antoine Técnica fotográfica Ed Daimon, Barcelona, 1971.
- Dibble E., Charles. "El antiguo sistema de escritura en México", en Revista Mexicana de Estudios antropológicos, México, 1970
- Dubois, Philippe. El acto fotográfico. De la representación a la recepción. Ediciones Paidós, Barcelona, 1983.
- Flusser, Vilem. Hacia una filosofía de la fotografía. Ed. Trillas, Biblioteca Internacional de Comunicación, México, 1990.
- Fontcuberta, Joan. Fotografía: conceptos y procedimientos. Una propuesta Metodológica. Ed. Gustavo Gili, Colección medios de comunicación en la enseñanza; Barcelona, 1990
- Freud, Sigmund El psicoanálisis del arte. Ed. Alianza, Madrid-México, 1984
- Freund, Gisele. La fotografía como documento social. Colección Punto y Línea, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1976.
- Garibay K, Ángel Ma. Poesía Náhuatl I. Romances de los Señores de la Nueva España, México, U.N.A.M , Insituro de investigaciones Históricas, 1963.
- Goethe, Johann Wolfgang. Máximas y reflexiones. Goethe obras completas, Trad. Rafael Cansinos Assens, Madrid, Aguilar, Tomo I , 1995

- Heather, Angel. La aproximación en fotografía. Ed. Marin, España, 1988
- Hegei. De lo bello y sus formas (estética), trad. Manuel Granell, España-Calpe, Madrid, España, 1969
- Heidegges, Martin Der ursprung der kunstwerkes und holderlin und das wesen der dichtung, trad. y prólogo Samuel Ramos, F.C.E., México, 1973
- Iturbide, Graciela. Fotoseptiembre. Museo del Palacio de Bellas Artes, Septiembre-octubre de 1993. I.N.B.A. (catálogo)
- Kant, Immanuel, Crítica del juicio, Ed. Librería El Ateneo, Buenos Aires, 1951
- Levi-Strauss, Claude. Arte, lenguaje, etnología. Entrevista de Georges Charbonier con Claude, Ed. Siglo XXI, México, 1972
- Lo mejor de LIFE, revista LIFE, Fundador Henry R. Luce; versión en español; Trad. Rosa Carreto, original English language edition published by time inc. in the United States, 1973.
- López de Gomara, Francisco. Historia general de las Indias. Tomo II, "Conquista de México". Biblioteca de Historia núm. 13 De Orbis, España, 1985.
- López-Portilla, Miguel. Literaturas de Mesoamérica. Ed. Cien de México, SEP, México, 1984.
- Lukacs, Georg, "Estética". Los problemas de la estética. Vol. I, Ed. Grijalbo, Barcelona México, 1966. Trad. Manuel Sacristan.
- Maldonado Riquelme, Martha Génesis y desarrollo de los mercados públicos en la Ciudad de México. (de la época prehispánica al porfirismo). UNAM, F.C.P. y S. Tesis, México, 1995
- Mayer, Franz. Franz Mayer fotógrafo. Museo Franz Mayer. Artes de México. Colección uso y estilo, México, 1995. (catálogo)
- 150 años de fotografía en México. Memorias del tiempo. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, México, 1994. pp 223 (catálogo)
- 150 años de fotografía en México. Mujer x Mujer. Museo de San Carlos, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, INBA, México, 1989.

- Oweena Fogarty, Camille. Recintos fugaces para rituales del tiempo. U.A.M. Azcapotzalco, México, 1991.
- Platón. La República en Diálogos. Ed. Porrúa, México, 1985
- Santa Biblia. Antiguo y nuevo testamento Versión de Casidoro de Reina. Sociedades Bíblicas en América Latina. México, 1960
- Sevilla, Amparo. Danza, Cultura y Clases Sociales. Serie investigación y documentación de las Artes Segunda época, INBA, México, 1990.
- Sougez, Marie-Loup. Historia de la fotografía. Ediciones Cátedra, Madrid, 1988.
- Suter, Gerardo Tiempo inscrito. Museo de Arte Moderno, México, 1991.
- Tausk, Petr. Historia de la fotografía en el siglo XX De la fotografía artística al periodismo gráfico. Colección Comunicación Visual, Ed Gustavo Gili, Barcelona, 1978.
- Valdez, José. Porfiriismo Historia de un régimen en crecimiento. Tomo II
- Vilchis, Lorenzo Teoría de la imagen periodística. Ed Paidós, España, 1993.