

EL FOTOMUNTATGE: UN NOU MITJÀ DE COMUNICACIÓ

Juan Naranjo



A mitjans del segle XIX es va produir un increment considerable de la densitat iconogràfica degut a la reproducció de grans quantitats d'imatges a les revistes, la premsa o els llibres, així com a la comercialització de fotografies, litografies o gravats. Aquests fets van contribuir de forma notable al desenvolupament de la cultura visual.

La premsa satírica va ocupar un lloc destacat en el desenvolupament de les publicacions il·lustrades i els dibuixants utilitzaren diverses tècniques visuals en la realització de les caricatures, com per exemple, la superposició de múltiples imatges o els canvis sobtats d'escala, en els quals el fet hilarant i l'oníric es barrejaven creant una atmosfera d'irrealitat.

Els fotomuntatges varen ser una de les primeres formes de transgressió de "l'objectivitat" fotogràfica; estan molt relacionats amb la caricatura tant a nivell estètic com a nivell conceptual. Els creadors del segle XIX varen experimentar amb aquesta nova tècnica, la qual els va permetre manipular la realitat. L'aglutinació de diferents negatius, la juxtaposició de fragments de fotografies encolades sobre una imatge fotogràfica o sobre qualsevol altre suport així com la utilització combinada de la fotografia amb altres mitjans, com la pintura o el dibuix, varen ser alguns dels recursos més utilitzats en construcció de fotomuntatges.¹

1. Es produïren també altres tipus de combinacions, com fotografia i tipografia o la de fotomuntatge i fotogrames.

Al llarg de la dècada de 1850 el fotomuntatge es va utilitzar freqüentment, tant en els cercles artístics com en els comercials o en l'àmbit domèstic. L'estudi Disderi de París va ser un dels primers a realitzar i comercialitzar, de forma massiva, fotomuntatges en els quals una sola fotografia aplegava fins a 321 retrats de personatges cèlebres del Segon Imperi. Oscar Gustave Reijlander i Henri Peach Robinson varen obtenir una gran notorietat pels seus muntatges artístics, en els quals utilitzaven múltiples negatius. Tanmateix, alguns dels muntatges més interessants es van fer en l'àmbit domèstic.

Els fotomuntatges es van fer servir amb diverses finalitats, com per exemple la crítica social, política o artística. A tal fi els fotomuntadors utilitzaren recursos estètics molt propers als caricaturistes, com les exagerades modificacions d'escala o la juxtaposició d'imatges que pertanyien a diferents contextos, cosa que conferia a les seves obres un caràcter d'irrealitat accentuat. En altres casos varen utilitzar el gran poder de credibilitat que tenia la fotografia per presentar muntatges com si fossin imatges reals. Aquest va ser el cas de les fotografies d'esperits o les realitzades amb fins propagandístics per desacreditar els "comuners" durant la revolució de 1871 a París.²

La popularitat del fotomuntatge va anar creixent entre el gran nombre de fotògrafs afeccionats³ que van sorgir a finals del segle XIX, atès que es divulgaren les tècniques que permetien realitzar muntatges fotogràfics i que van ser publicades en nombrosos llibres i revistes. La plataforma més important de difusió dels fotomuntatges a principis de segle van ser les targetes postals, unes targetes que seduíren i inspiraren els surrealistes.⁴

Com hem pogut veure, el fotomuntatge es va fer servir freqüentment durant el segle XIX, però sembla que va ser un fet obviat pels teòrics del període d'entreguerres. Gustave Klucis va escriure:

En el món existeixen dos corrents principals de l'evolució del fotomuntatge: una prové de la publicitat americana i va ser aprofitada pels dadaïstes i expressionistes. El

2. Gaston Tissandier va descriure al seu llibre *Les merveilles de la photographie*, Librairie Hachette et Cie, París, 1875, diferents mètodes per fer caricatures fotogràfiques en les quals el cap era exageradament desproporcionat en relació amb la mida del cos, així com la forma de realitzar imatges fictícies: "els comerciants poden posar a la venda escenes històriques com l'entrevista entre Bismark i Thiers, etc. Tan sols els caps dels personatges són autèntics [...] l'escenificació és fictícia i està representada per qualsevol persona".

3. La simplificació de la tècnica fotogràfica i la reducció de costos econòmics que es va produir durant les últimes dècades del segle XIX van permetre accedir a la utilització de la fotografia a un ampli espectre de la societat.

4. Paul Eluard publicà l'article "Les plus belles cartes postales" (*Minotaure*, n. 3-4, Skira, París, 1933), en què reproduí una selecció de la seva col·lecció de postals de principis de segle. Així mateix, Joaquim Gomis va realitzar l'any 1934, a la Joieria Roca de Barcelona, la projecció de diapositives "Postals i fotografies (1888-1914)", basada en peces de la seva col·lecció.

segon corrent, la del fotomuntatge propagandístic i polític, s'ha originat sobre la base de la vida social i política a la terra soviètica.⁵

Els muntatges de fotografies o d'imatges fotogràfiques van començar a fer-se servir de forma reiterada, tal com apunta Gustav Klucis, pel grup Dadà berlinès, que va ser el primer d'utilitzar el terme *muntatge*⁶ per definir les seves obres. La paraula o concepte *muntatge* està molt relacionat amb el concepte artístic o antiartístic⁷ que tenien aquest grup de creadors integrat per Raoul Hausmann, Hannah Höch i John Heartfield i altres, els quals se sentien més propers a les tasques realitzades pels enginyers que al rol que exercien els artistes.

Tanmateix, el desenvolupament del fotomuntatge com un dels elements més importants de la comunicació visual moderna va anar unit a una nova concepció artística que rebutjava les formes tradicionals de la representació artística i en la qual l'obra única va perdre el seu pes enfront de les que es podien reproduir de forma múltiple: "La invenció de la pintura de cavallet va fer possible la realització de grans obres d'art però, actualment, han perdut la seva força. El cinema i les revistes il·lustrades han pres el relleu."⁸ Creadors com el Lissitzky van utilitzar les possibilitats que oferien els mitjans de comunicació de masses per a fer arribar l'art al gran públic.

La publicitat descrita per Gustav Friedrich Hartlaub com "l'autèntic art públic" va experimentar un fort procés d'expansió degut a la prosperitat econòmica dels primers anys vint i a l'increment del consum produït per la producció en massa. Els creadors moderns van desenvolupar un paper important en la renovació de la publicitat, atès que, en molts casos, les seves implicacions estaven relacionades amb qüestions estètiques però també amb qüestions socials. La cerca de noves formes d'expressió va trobar en les arts aplicades un magnífic potencial, i així el disseny gràfic, la fotografia i el fotomuntatge van exercir un paper molt rellevant.

Les revistes, les cobertes de llibres, els cartells, les postals i els fulletons publicitaris es van convertir en les plataformes de difusió de les obres de nombrosos creadors que pertanyien als moviments d'avantguarda que utilitzaren el fotomuntatge, com László Moholy-Nagy, el Lissitzky, Willi Baumeister, Max Burchartz, Cesar Domela, Paul Schuitema, Jan Tschichold, Piet Zwart i Herbert Bayer. A Espanya Pere Català Pic va ser un dels màxims representants d'aquest corrent renovador. Fou a l'estudi familiar on Pere Català Roca es va iniciar en el món de la fotografia, a principi dels anys 40, realitzant una interessant labor en què va experimentar amb les solaritzacions, els fotogrames i els fotomuntatges, aquesta darrera tècnica la va

5. Gustav KLUCIS: *Le photomontage comme nouvel aspect de l'art d'agitation*, Moscou, 1931.

6. *Muntatge* en alemany significa 'acoblament'.

7. "La utilització d'aquest terme tradueix la nostra aversió pel paper de l'artista i, considerant-nos enginyers, parlem de construir, d'acoblar les nostres obres." Raoul HAUSMANN: *Courrier dada*, París, 1948.

8. El LISSITZKY, "Unser Buch", a *Gutenberg-Jahrbuch*, Magúncia, 1926-1927, reproduït a Claude Leclanche-Boulé, *Le constructivisme russe, typographies & photomontages*, Flammarion, París, 1991.

utilitzar de manera regular en la realització de fotografies industrials i publicitàries juntament amb el seu pare. Paral·lelament, va desenvolupar una obra personal que el va portar a guanyar el premi fotogràfic Ciutat de Barcelona (1955), un dels molts reconeixements que ha obtingut en la seva dilatada i fructífera carrera fotogràfica.



Fotografia de Pere Català i Roca presentada al premi Ciutat de Barcelona l'any 1955.
MUSEU DE VALLS / DONACIÓ DE PERE CATALÀ I ROCA