La fotografía zombi en la cultura popular. Notas críticas

Fernán Rioseco P.¹

Resumen

En oposición a la cada vez más extendida teoría de la muerte de la fotografía (BELTING, 2007; RITCHIN, 2009), el artículo se propone defender el uso político de la fotografía tomando como elemento de análisis la temática zombi en la cultura popular. Para ello se presentan dos tesis fundamentales, íntimamente relacionadas: la primera es que la fotografía contribuye a la deconstrucción del lenguaje y los discursos de poder de las sociedades capitalistas pos atentados terroristas del 11/S; y la segunda es que la decadencia de una sociedad se evidencia, en primer término, a través de la degeneración de su lenguaje. La imbricación de estas tesis pretende rescatar la función de la fotografía apelando a su genealogía política, pero aceptando que es necesaria una revisión del ejercicio fotográfico debido a la aparición del soporte digital. Así concebida, la fotografía forma parte de un ejercicio narrativo que contribuye a la construcción de comunidad, identidad e historia.

Palabras clave: fotografía, zombi, cultura, lenguaje, poder.

Abstract

In opposition to the increasingly widespread theory death of photography (BELTING, 2007; RITCHIN, 2009), the paper propose to defend the political use of photography as an element of analysis taking the zombie theme in popular culture. For this, two fundamental theses, closely related are presented: The first is that photography contributes to the deconstruction of language and discourse of power in capitalist societies after terrorist attacks of 11/S; and the second is that the decline of a society is evident, first, through the degeneration of his language. The overlap of these thesis aims to rescue the function of photography by

¹ Email: flrioseco@gmail.com

appealing to their political genealogy, but accepting that a review of the photographic exercise because of the emergence of digital media is necessary. Thus conceived, the photography is part of a narrative exercise that helps build community, identity and history.

Key words: Photography, zombie, culture, language, power.

1. Introducción

Después de los atentados terroristas del 11/S, y como suele acontecer en épocas de crisis, ha tenido lugar un explosivo aumento de la cinematografía, cómics, videojuegos y narrativa zombi en general, asociado al resurgimiento de una “cultura apocalíptica”, y a un nuevo paradigma mundial en el contexto de la *War of Terror* inaugurada por los Estados Unidos.

En la sociología existen estudios serios, a lo menos, desde la década de 1970 gracias a los análisis del sociólogo alemán Ulrich Beck². Y hace pocos años se publicó un libro de Fernández Gonzalo titulado *Filosofía Zombi*³. De modo que el cine, la sociología y la filosofía se han ocupado adecuadamente de la temática zombi y sus imbricaciones políticas, sociales y culturales, pero constituye una sorpresa la escasez de investigaciones acerca de la relación entre la fotografía y los muertos vivientes.

Lo anterior podría deberse a que simplemente no existe ninguna conexión. Pero sospecho que el asunto no va por ahí. También soy consciente de que más de alguno objetará que, dado que una obra cinematográfica requiere de una dirección de fotografía, no es efectivo que el tema no se haya planteado antes. No obstante, no me refiero a la fotografía en cuanto montaje artístico, sino a la fotografía considerada filosóficamente, y sobre todo, políticamente.

En la primera mitad del siglo XIX, surgió la noción de *tipo* como uno de los rasgos sociológicos de la sociedad parisina, a la par con las primeras revoluciones industriales, y en un contexto de transformación de los espacios arquitectónicos de las grandes ciudades europeas. El poeta

² BECK, U. y BECK-GERNSHEIM, E., *La individualización. El individualismo institucionalizado y sus consecuencias sociales y políticas*. Paidós Ibérica, Estado y Sociedad 114, 2003.

³ FERNANDEZ GONZALO, J., *Filosofía Zombi*. Editorial Anagrama, Madrid, 2011.

y cuentista norteamericano Edgar Allan Poe, especialista en descifrar el claroscuro de la naturaleza humana, escribió un cuento en el que emplea esta idea decimonónica de los tipos: *El hombre de la multitud*⁴. Inspirados en esa narración, nos acecha la duda: ¿Son los zombis un tipo de las sociedades capitalistas liberales pos atentados del 11/S? Y, si la respuesta fuese afirmativa, ¿Cuál es la función de una pretendida “fotografía zombi” articulada en términos políticos?

Cuando nos referimos a una fotografía articulada en términos políticos, no la planteamos en el sentido benjaminiano de una “politización del arte” como respuesta a un proceso de estetización de la política, operado desde el fascismo⁵. En efecto, la relación arte-fotografía está lejos de encontrarse debidamente clarificada, menos en esta época de dominio absoluto de la fotografía digital, de fácil acceso a una masa cada vez más ávida de imágenes y espectáculos.

Por cierto, aclaro que estoy en desacuerdo con la tesis radical de la “muerte de la fotografía”, que algunos autores como William Mitchell (1992), Nicholas Mirzoeff (2003), Hans Belting (2007), y últimamente Fred Ritchin (2009) se han apurado en certificar, como consecuencia del boom de la fotografía digital, en desmedro de la fotografía analógica.

En nuestros días constituye un tópico leer frases demodé como “con la fotografía digital todos somos artistas” o “todos somos fotógrafos”. En mi modesta opinión, se trata de una concepción errada que tiende a identificar el arte con la fotografía, y reduce la función de esta última a una perspectiva estética, olvidando su genealogía esencialmente política. Dicho lo anterior, sí comparto que es necesario repensar y actualizar el propósito de la fotografía, no solo debido a la aparición del soporte digital, sino también de tecnologías cada vez más avanzadas, y el uso masivo de las llamadas “redes sociales” como Twitter, Facebook, Instagram, Flickr y otras.

Tampoco quiero denotar el uso propagandístico de las imágenes fotográficas, para fines de tipo partidista o proselitista.

Lo que pretendo significar y rescatar (contra la tesis de la “muerte de la fotografía”), es la idea de la fotografía desde el punto de vista de su

⁴ POE, E. A., en *Cuentos Completos*. Traducción de Julio Cortázar, 2º reimpresión, Buenos Aires, 2012, pp. 329-339.

⁵ BENJAMIN W., «La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica», en *Conceptos de Filosofía de la Historia*. Agebe, Buenos Aires, 2011, pp. 129-131.

relación con los usos políticos de la memoria y la historia. Pero ya no se trata de la perspectiva tradicional de la imagen fotográfica en tanto huella o registro, ni tampoco la de su valor testimonial en una dialéctica de presencia y ausencia, sino como deconstrucción, entendida esta última como desmontar, poner en crisis y exhibir la artificialidad del lenguaje y de las construcciones mentales relacionadas con el sujeto y el objeto fotográficos⁶.

De este modo, la tesis que quiero defender es que la fotografía zombi constituye (junto con el cine, el cómic y la narrativa de los muertos vivientes en general) una deconstrucción del lenguaje de las sociedades capitalistas pos atentados terroristas del 11/S, caracterizadas por el consumo masivo e indiscriminado de mercancías, la acumulación de imágenes y espectáculos (Debord), el vacío (Lipovetsky), la liquidez (Bauman), la pseudoactividad (Zizek), y el simulacro (Baudrillard). Empleando la terminología de los no muertos, se trata de sociedades “en descomposición”. Así como los cuerpos se descomponen con la aparición de los fenómenos cadavéricos, también las sociedades (concebidas como un “cuerpo social”) pueden descomponerse hasta alcanzar un estado de putrefacción moral y metafísica⁷. Y es aquí donde el ejercicio fotográfico, cualquiera sea el soporte que se utilice, adquiere su dimensión trascendental, que no es artística, sino política.

Como tesis auxiliar, aunque estrechamente ligada a la principal, argumentaré que la decadencia de una sociedad se evidencia, en primer término, a través de la degeneración de su lenguaje. Y no debería sorprendernos que el no-lenguaje de los zombis se situó en un nivel pre-lógico (en el sentido griego de *logos*), con abundancia de gruñidos, alaridos y viscosidades nauseabundas saliendo por sus bocas.

⁶ “El uso político de la fotografía se define por la forma en que la producción y reproducción de imágenes por parte de un sujeto político contribuye a la definición de su identidad”. (Las huellas del tiempo, el uso político de la fotografía, Cecilia Cortés, Universidad de Buenos Aires, 2007).

⁷ Después de los atentados del 11/S, la expresión “muerto viviente” (más elegante que “zombi”) pasó a ser parte de la terminología de la *War of Terror* impulsada por los Estados Unidos, cuando el Secretario de Defensa del ex presidente G. W. Bush, Donald Rumsfeld, nos regaló su tristemente célebre comentario “unknown knowns” acerca, entre otras cosas, del destino de los prisioneros de Guantánamo. Rumsfeld afirmaba que muchos de sus prisioneros, aunque estuviesen técnicamente vivos, estaban oficialmente “muertos en vida” y que, por ende, se les trataría de acuerdo con su estatus.

2. El zombi como tipo contemporáneo

Una idea religiosa muy arraigada en el occidente cristiano es la del hombre creado a imagen y semejanza de Dios. Aplicada a la fotografía, implica que “ninguna máquina humana puede fijar la imagen divina”⁸. Sin embargo, los zombis vienen a cuestionar esto, ya que técnicamente no están vivos, pero tampoco muertos. Se trata de *muertos vivientes* o *no muertos*, criaturas molecularmente idénticas al ser humano, pero también cadáveres desprovistos de estados mentales y de conciencia fenomenológica. Perdieron su áurea. Así como el hombre fue creado a imagen y semejanza de Dios, los zombis han sido creados a imagen y semejanza del hombre, pero no son hombres: dejaron de serlo. Luego, una máquina humana como la cámara fotográfica podría “capturarlos”, esto es, debería ser capaz de aprehender su esencia.

Por cierto, esta idea de presentar a los zombis como tipos posmodernos, remite obligatoriamente a la figura de Walter Benjamin.

La noción de “tipo” en la obra benjaminiana aparece relacionada con el *flâneur* del que hablaba el poeta francés Charles Baudelaire, para describir al *callejero* y al *hombre de mundo*: alguien que camina por la ciudad con el fin de experimentarla (Cf. BAUDELAIRE, 1964).

A riesgo de simplificar, diremos que el *flâneur* para Benjamin constituye un tipo del “iluminado”, como lo es también el soñador, el que consume opio, y el embriagado.⁹ Pero, como anota el filósofo alemán, la propia dinámica de las sociedades industrializadas puso a los *flâneurs* en peligro de extinción. De acuerdo con la interpretación de Susan Buck-Morss, lo que en definitiva extinguió al *flâneur* clásico fue el tránsito, asociado a la degradación de los pasajes:

Hoy en día es evidente para cualquier peatón en París que los automóviles son la especie dominante y depredadora en el espacio público... Los *flâneurs*, al igual que tigres o tribus preindustriales, son arrinconados en reservas, preservados dentro de medio ambientes artificialmente creados: calles peatonales, parques y pasajes subterráneos¹⁰.

⁸ BENJAMIN, W., *Breve historia de la fotografía*. Casimiro Libros, 2011.

⁹ Cf. CONVOLUTO M, *El libro de los pasajes*. Akal, Madrid, 2004, pp. 421 y ss.

¹⁰ BUCK-MORSS, S. «El *flâneur*, el hombre-sandwich y la puta: las políticas del vagabundo», en *New German Critique* N°39, Second Special Issue on Walter Benjamin (Autumn, 1986), pp. 120-121.

En un sentido similar, para Susan Sontag el fotógrafo de clase media (no necesariamente el fotógrafo profesional), es en sí mismo un *flâneur*:

No le atraen las realidades oficiales de la ciudad, sino sus rincones oscuros y miserables, sus pobladores relegados, una realidad no oficial tras la fachada de vida burguesa que el fotógrafo «aprehende» como un detective aprehende a un criminal (SONTAG, 2007: 85).

De ahí que no sorprenda que Sontag tenga en alto valor como fotógrafo *flâneur* a Eugène Adget, quien a fines del siglo XIX comenzó a fotografiar las callejuelas parisinas y a los tipos marginales de la sociedad (CUVARDIC GARCÍA, 2012: 225).

Ahora, si los muertos vivientes son un tipo contemporáneo, el paso siguiente consiste en determinar qué clase de tipo son, y qué relación puede tener esto con la fotografía.

2.1. Zombis y capitalismo

La idea de los muertos vivientes como una metáfora prodigiosa del capitalismo tardío, ha sido bien explotada (Cf. BISHOP, 2010; FERNÁNDEZ GONZALO, 2011). Lo que nos interesa puntualizar acá es la relación entre zombis y centros comerciales desde el punto de vista de la fotografía.

La genealogía del nexo entre zombis y *malls* remite a los precursores de estos últimos: los antiguos bulevares parisinos construidos por Haussman durante la segunda mitad del siglo XIX.

Como sostiene Buck-Morss, hacia 1850 en París la *flânerie* se ejercía con preferencia en los pasajes, pero la edificación de los nuevos bulevares bajo el mandato de Napoleón III, con sus amplias veredas hizo posible (al menos al comienzo) el paseo de los individuos y de las familias en las nuevas arquitecturas, lo que aceleró la decadencia de los pasajes y reflejó un cambio en la función de la *flânerie* (BUCK-MORSS, 1986: 122).

En el siglo XXI, la posta de los viejos bulevares ha sido tomada por los *malls*, cuyo peculiar espacio arquitectónico es un fiel reflejo del *modus vivendi* de las sociedades de consumo: auténticos “palacios de cristal”, según la alegoría del filósofo alemán Peter Sloterdijk, para graficar la idea de exclusión del mundo exterior (SLOTERDIJK, 2007).

Pero, desde luego, los *malls* no son solo palacios de cristal. Tanto su arquitectura como su lenguaje (expresado a través de folletos, páginas

web, inserciones en los diarios e internet, avisos en la radio y la televisión, etcétera), articulan implícitamente un tipo de discurso político de corte liberal que promueve una posición de deseo en el sujeto, y cuya fantasmagoría crea una “realidad de lo virtual” para un consumidor ávido de devorar no solo mercancías, sino también íconos, imágenes y espectáculos, en espacios donde la libertad de consumo no es más que una esclavitud al goce (VENEGAS AHUMADA, 2011).

Esta sutil distinción entre deseo y goce, que proviene del psicoanálisis de Jacques Lacan, es de suma importancia para comprender la relación que existe entre los zombis y los *malls*. En efecto, el goce lacaniano es un “exceso de placer”, que existió en un estadio anterior a la aprehensión del lenguaje por un individuo singular, y que no forma parte de su memoria; en tanto que el deseo es el abandono de los comportamientos asociados con un objeto determinado. Por ello, el goce -en definitiva- solo es capaz de engendrar dolor y ausencia de libertad, mientras que el deseo se traduce en la liberación de la voluntad (FERNÁNDEZ GONZALO, 2011: 137).

En otras palabras, ser zombi no es otra cosa que vivir en el dolor, en un estado pre-lógico, sin lenguaje y sin memoria (junto con la ausencia de estados mentales y de conciencia fenomenológica). Ser humano, en cambio, es vivir en el deseo y haber experimentado el lenguaje, la memoria y la liberación de la voluntad.

Y es justamente aquí donde se presenta el problema fundamental para nosotros los humanos: el tránsito desde la libertad del deseo hacia la esclavitud del goce, operado al interior de esos “palacios de cristal” que son los *malls*, a la larga nos transforma en zombis. Se produce inconscientemente una identificación del tipo del “consumidor” con el tipo del “zombi”. Ambos solo anhelan devorar: mercancías, imágenes y espectáculos los primeros; cuerpos y cerebros humanos, los segundos. Pero en el fondo, no existe una diferencia sustancial entre uno y otro, ya que tanto el tipo del consumidor como el tipo del zombi son esclavos del goce. Ninguno de ellos es libre. En realidad, ambos podrían ser subsumidos en un nuevo tipo: el “devorador” capitalista, carente de lenguaje, memoria e historia.

Ya que hemos citado a Lacan, mencionemos a uno de los más conocidos teóricos lacanianos de nuestro tiempo: Slavoj Žižek. En su ensayo *Madness and Habit in German Idealism: Discipline between the Two Freedoms* (ŽIŽEK, MHGI)¹¹ el autor esloveno contrapone el zombi con la no-

¹¹ Con “MHGI” me refiero a el texto de ŽIŽEK, Slavoj (?): «Madness and Habit in Ger-

ción hegeliana de hábito. Según Zizek, los muertos vivientes constituyen una figura extrema de hábito puro en su nivel más elemental, anterior al nacimiento del lenguaje, la conciencia y el pensamiento. Para Hegel la naturaleza del hábito es doble: por un lado es la base de la estabilidad vital, pero por otro, constituye la negación de la libertad. En palabras de Zizek:

Los zombis no son libres, están al servicio de su necesidad. Su imagen es un doble generado en lo siniestro (*un-beimlich*); su apariencia resulta familiar e inquietante a la vez por su mirada vacía que nos invita a ser como él... El shock de encontrarnos con un zombi no es el shock de toparnos con la alteridad, es el impacto de confrontarnos con los cimientos de nuestra propia inhumanidad repudiada (ZIZEK, MHGI).

La mirada vacía del muerto viviente a que alude el filósofo esloveno es, en rigor, una no-mirada y, en última instancia, una “mirada total”, entendida como una absoluta ausencia de fuego en los ojos, y del *élan vital* acuñado por Bergson.

En los apartados siguientes, intentaremos mostrar cómo esta identificación psicoanalítica entre consumidores y zombis propia de las sociedades de consumo, se materializa en una primera etapa a través de la degradación del lenguaje humano hasta alcanzar niveles pre lógicos, en un estadio similar al de los muertos vivientes; y cómo se desarrolla en capas más profundas articulando un discurso político-liberal de aparente inclusión y actividad, en “palacios de cristal” donde las clases sociales se encuentran, pero no se reconocen (MOULIÁN, 2009).

Planteado de este modo, se visualiza la función política de la fotografía en general, y de la fotografía zombi en particular, en cuanto deconstrucción de los discursos de poder de las democracias neoliberales, y como genuino reducto de la libertad frente a esos mismos discursos.

2.2. Zombis, consumidores y *flâneurs*

Desde 1980 en adelante, el *flâneur* como categoría conceptual ha sido resignificado para intentar comprender ciertas prácticas de las sociedades posmodernas. Así, algunos han visto en la dinámica misma de los

malls, espacios para *flâneurs* contemporáneos o, más precisamente, para la *flânerie*, es decir, la actitud que los caracteriza. Friedberg (1991: 425) afirma que el cine del *mall*, al mantenerse abierto hasta altas horas de la noche, concede la posibilidad a los *flâneurs* de deambular por sus recovecos mediante la exhibición de películas en un horario en que la afluencia de público se reduce sustancialmente. Otros, como Jenks (1995: 153), estiman que “el *flâneur* debe sacudirse la ‘actitud blasé’ y proceder a una apreciación crítica de la falsedad, fabricación e imitación, en el corazón de la posmodernidad, de la red volátil de sentido”.

Una de las ideas más interesantes, que no podemos desarrollar acá, es la del “*cyberflâneur*”, un visitante del ciberespacio que amalgama las diversas metamorfosis del *flâneur*: el paseante, el vagabundo, el turista y el pirata (CUVARDIC GARCÍA, 2012: 228). También merecería un análisis detallado el estudio de la *flânerie* desde la perspectiva de las llamadas “Smart Cities”, esto es, ciudades cada vez más vigiladas y controladas por tecnologías de vanguardia como el GPS o los circuitos cerrados de televisión en los espacios públicos y privados.

Lo que me interesa plantear acá, es la posibilidad de que los consumidores puedan ser considerados como *flâneurs* y, por extensión, los zombis, debido a la identificación que hemos expuesto en el párrafo anterior. En este sentido, autores como Smart (1994: 181-197) utilizan el término para referirse a los consumidores de *fast food*, pero esto parece una interpretación demasiado laxa. En mi opinión, ni los consumidores ni los zombis pueden ser considerados *flâneurs*, pero (y esta distinción es crucial) alguien que se ocupe críticamente de la temática zombi (como un fotógrafo profesional, un cineasta como George Romero o los creadores de series de televisión como *The Walking Dead*), eventualmente podría ser considerado una especie de *flâneur entre los zombis*, que no es lo mismo.

2.3. Punctum y studium: El zombi como arquetipo

Como sabemos, fue Roland Barthes quien en su magnífico ensayo *La cámara lúcida. Nota sobre la fotografía*, hizo la importante distinción para la teoría de la fotografía entre *punctum* y *studium*. La primera es esa cualidad que nos “pincha” y atrapa, muchas veces por motivos misteriosos e inconscientes. El *studium*, en cambio, se identifica con lo racional y lo

universal: cualquier espectador puede percibirlo y entenderlo.¹² Barthes se refiere al *punctum* como un “detalle” que le atrae de una fotografía determinada:

Siento que su sola presencia cambia mi lectura, que miro una nueva foto, marcada a mis ojos con un valor superior. Este detalle es el *punctum* (lo que me punza) (BARTHES: 1980: 78).

Esta distinción plantea, a su turno, varias interrogantes: ¿Es el *punctum* una cualidad de la fotografía o depende del espectador singular que la contempla? ¿Existe algo así como un *punctum* “intencional” buscado por el fotógrafo?

Si extrapolamos estas ideas a la fotografía zombi, se producen algunas consecuencias interesantes. El *studium*, esto es, la parte racional y universal de la imagen fotográfica, parece estar asociado a un lenguaje de tipo verbal o escrito, en cuanto vehículo adecuado para expresar nuestra racionalidad. El *punctum*, en cambio, podría vincularse a una forma de lenguaje no-verbal (aunque no necesariamente corporal), y desenvolverse en un nivel inconsciente o pre-consciente. Si esto es correcto, la contemplación de una fotografía zombi debiese producir en un espectador cualquiera una movilización de sus fuerzas conscientes e inconscientes, en términos de aceptación o rechazo. Ello explicaría, en buena medida, la fascinación cada vez más creciente de muchas personas por las imágenes de zombis y, por el contrario, el rechazo visceral de otras frente a idénticas representaciones¹³.

Lo anterior se debe a que de acuerdo a la descripción mítica, los zombis carecen de lenguaje y de estados mentales, al transitar en un estadio

¹² A este tipo de fotografías, Barthes las denomina *unarias*: “La fotografía es unaria cuando transforma enfáticamente la <realidad> sin desdoblarla, sin hacerla vacilar... La fotografía unaria tiene todo lo que se requiere para ser trivial...” (BARTHES: 1980: 76).

¹³ Aunque muchos han sostenido que la fascinación humana por los zombis tendría su origen en una pulsión de autodestrucción y el surgimiento de una cultura apocalíptica, especialmente luego de los atentados terroristas del 11/S. La fantasía y el anhelo inconsciente de un apocalipsis como condición *sine qua non* para el nacimiento de una nueva estética, materializado en las imágenes de hordas informes y nauseabundas de zombis arrasando con el mundo tal como lo conocemos; es decir, la fantasía de un “apocalipsis zombi”. Cf. BIRKENSTEIN, J. & FROULA, A & RANDELL, K. Reframing 9/11. Film, Popular Culture and the “War of Terror”. Estados Unidos: Continuum International Publishing Group, 2011. p. 23.

pre-lógico, de un modo similar al de los hombres primitivos, quienes carecían de un lenguaje interpretable (aunque no de estados mentales y conciencia fenomenológica). Este rasgo es el que impide la identificación consciente del espectador con la imagen del zombi, pero al mismo tiempo lo conecta con su propio inconsciente.

Desde el punto de vista psicoanalítico, cuando vemos fotografías clásicas de zombis lo que vemos es a cadáveres desprovistos de estados mentales, que solo anhelan devorarnos ante la primera oportunidad y arrasarnos con todo a su paso. Lo que se nos presenta es la imagen de un “monstruo”, en un sentido mítico. Y, como es obvio, nadie en su sano juicio desearía identificarse con un monstruo. Pero es precisamente su naturaleza ominosa (como la entendía Freud) lo que caracteriza a los zombis: “Lo trágico ominoso es la muerte viva o la vida que es puro morir bajo un aspecto putrefacto y abyecto: irrupción de lo real monstruoso” (GIBRÁN, 2013). El carácter ominoso de los zombis es el rasgo que engendra el miedo humano, y el “horror cósmico” del que hablaba Lovecraft, para cuya descripción no existen palabras. Nuestro lenguaje, como demostró Fritz Mauthner, es incapaz de dar cuenta de esa particular experiencia subjetiva.

Sin embargo, en los últimos años se ha producido una revisión del género que ha transformado al zombi en un concepto crepuscular. Ya no se trata de revivir cadáveres desde la ultratumba a través de ritos extraños, pócimas mágicas o conjuros diabólicos, sino de realizar la pulsión de muerte y de autodestrucción que reside en lo más recóndito de nuestro ser, por la vía del uso de potentes drogas, y/o mutaciones de virus capaces de privarnos de nuestros estados mentales y conciencia fenomenológica, quedando sometidos, en consecuencia, a la entera voluntad de *otros*, que muy probablemente son los que detentan el poder político-económico. De hecho, toda la imaginaria de un eventual “apocalipsis zombi” está asociada al uso político de armas bacteriológicas y de potentes drogas capaces de producir los mencionados efectos, sea de forma transitoria o permanente¹⁴.

¹⁴ En el documental de National Geographic titulado *The Truth Behind Zombies* (2010), la viróloga de la University of Miami, Samita Andreansky, plantea una inquietante posibilidad: “Imagínese un escenario en el que mediante técnicas de ingeniería genética, el virus de la rabia se mezcla con el de la gripe para que sea transmisible por el aire, con el del sarampión para que produzca cambios en la personalidad, con el de la encefalitis para que el cerebro arda de fiebre y aumente la agresividad y, por último, con el del ébola para que el infectado sangre a borbotones... todo esto combinado produciría algo así como un

Esta nueva descripción del zombi, alejada de su arquetipo clásico, tiene relación con el *punctum* del que hablaba Barthes, ya que en nuestros días lo cierto es que cualquiera de nosotros puede convertirse en un “zombi”. Y no lo planteamos como una alegoría de la sociedad de consumo, ni como un nuevo tipo sociológico, sino como un estado transitorio o definitivo de pérdida de nuestros estados mentales y conciencia fenomenológica, como efecto del uso de armas bacteriológicas o de drogas poderosas. Al difuminarse las fronteras entre el mito y la realidad, también se han vuelto borrosas nuestras representaciones acerca de los muertos vivientes, de modo que es muy probable que un espectador actual de fotografías zombis, encuentre el *punctum* de la imagen fotográfica en la identificación inconsciente con un “monstruo” que se ha vuelto cada vez más humano.

2.4. Zombis, lenguaje y conciencia

Dijimos que uno de los rasgos del arquetipo clásico del zombi es su no-lenguaje, un mutismo acompañado de gruñidos y alaridos que asociamos con el *punctum* de la imagen fotográfica, al remitir la representación visual a una pulsión inconsciente en el espectador de *tánatos* y autodestrucción.

El zombi no habla, gruñe, es pura voz sin lenguaje, está estancado en un movimiento acéfalo mortuario que siempre acicatea hacia delante (GIBRÁN: 2013).

En nuestras sociedades de consumo constatamos un creciente proceso de degradación del lenguaje, cuyo corolario podría ser un estado de “zombificación masiva”, de acuerdo a las ideas de G. Lipovetsky en *La era del vacío* (1986).

Según expone el autor francés en el párrafo titulado *El zombi y el psi*, junto a la revolución informática las sociedades posmodernas asisten a una especie de “revolución interior”, a un entusiasmo generalizado por el autoconocimiento y la realización personal. Lo grave es que esta autoconciencia narcisista y egocéntrica ha sustituido a la conciencia de clase, a la conciencia política, y ha conducido a los individuos al atomismo y a la inacción social. Narciso, obsesionado con mirarse a sí mismo, obsta-

culiza los discursos de acción de masas y facilita la desaparición de lo que Lipovestky llama la “era de la voluntad”. La voluntad es el enemigo del capitalismo liberal: no debe haber oposición, ni menos una masa crítica movilizada desde y para la acción social. Y, por supuesto, este discurso narcisista va acompañado de una ética permisiva y hedonista, que apunta a la disolución del yo, y a una variante del nihilismo denunciado por Nietzsche en el siglo XIX, pero esta vez llevado hasta las últimas consecuencias (LIPOVETSKY, 1986: 56-57).

A la par con el aumento exponencial de ciudadanos que no tienen interés alguno o muy reducido, por la lectura y la escritura, las nuevas tecnologías y, sobre todo, las denominadas “redes sociales”, han propiciado en los usuarios virtuales, un uso cada vez más precario e inadecuado del lenguaje. No es este el lugar para desarrollar un análisis profundo del fenómeno. Lo que nos interesa resaltar es el peligro que conlleva la degeneración del lenguaje, en una ecuación donde otro de los elementos que se añade es la alegoría del *consumidor zombi*. Y si al cóctel le agregamos el uso de drogas cada día más potentes y de fácil acceso al público general, el resultado es un ser humano degradado moralmente (su dignidad queda en entredicho), esclavo del goce y sometido a la voluntad de otros, ya que su individualidad se ha disuelto. Un sujeto *sujetado* y controlado por otros; un individuo sin memoria y, por lo tanto, sin historia.

Por supuesto, no se trata de un fenómeno de los años recientes. Ya Foucault, en *Las palabras y las cosas* (1964), nos advertía que hemos perdido la capacidad de referir a través del lenguaje. “Las palabras se habrían opacado, no dejarían el aroma de su presencia, las desviaciones y diferencias sustanciales, los artefactos semióticos” (FERNÁNDEZ GONZALO, 2011: 18).

Nuestra tesis es que la degradación del lenguaje es el primer indicio, el primer síntoma, de un proceso de “zombificación masiva”. Pero hay otra forma de enfocar el problema, que consiste en suponer —como argumento— que los zombis existen o, al menos, que razonablemente podrían existir. En filosofía de la mente, este argumento ha sido empleado por diferentes filósofos, pero especialmente por el australiano David Chalmers, para refutar el fisicalismo¹⁵.

¹⁵ Según Chalmers (1996:93-171; 2010:141-205), dado que un zombi se define fisiológicamente como indiscernible de un ser humano (de hecho, solo se distinguen porque el zombi carece de experiencia consciente), la sola posibilidad lógica de que puedan existir zombis, es suficiente argumento para refutar el fisicalismo o materialismo.

3. La fotografía zombi como parte de un ejercicio narrativo

En *La cámara lúcida*, dice Roland Barthes:

En la Fotografía no puedo negar jamás que la cosa estuvo presente. Hay una doble posición conjunta: de realidad y de pasado [...] la foto [no es] una copia de la realidad, sino una emanación de una realidad pasada: una magia, no un arte (...). Lo importante es que la foto posee una fuerza constitutiva, y que lo constitutivo de la Fotografía se relaciona, no con el objeto, sino con el tiempo (BARTHES, 1980: 138-39).

Para el filósofo francés, la fotografía cumple una función de evidencia que se relaciona con el tiempo. La fotografía no es una copia de la realidad, sino la “emanación de una realidad pasada”.

Sin embargo, este planteamiento barthesiano no genera consenso entre los teóricos actuales de la fotografía. Así, Joan Fontcuberta considera que la fotografía de nuestros días (especialmente la que utiliza el soporte digital) no puede ser concebida como “huella”, “registro” o “certificación” de lo real, sino que es exactamente al revés: “Existimos gracias a las imágenes” (FONTCUBERTA, 2010: 18).¹⁶ Y según el autor catalán, el caso paradigmático de esta idea lo constituyen los replicantes de la película *Blade Runner* (1982), de Ridley Scott, quienes llevaban encima fotografías para recrear un pasado que nunca existió, porque gracias a la fotografía (en este caso “falsas fotografías”) “la memoria les da identidad y la identidad los hace reales” (FONTCUBERTA, 2010: 27).

En mi opinión, Fontcuberta da en el clavo en cuanto a la identificación de la función actual de la fotografía, desde el punto de vista cultural y político: la asignación de identidades por la vía de la deconstrucción de los discursos de poder.

Como adelantamos en la introducción, el boom de la fotografía digital y de las redes sociales exige una actualización y una revisión de los distintos roles de la fotografía. En ese sentido, la fotografía digital permite el desarrollo de la dimensión narrativa por sobre la descripción del instante, tradicionalmente vinculada a la fotografía analógica, es decir,

¹⁶ Según Fontcuberta “...las imágenes [fotográficas] ya no son representaciones, sino que son mundo. Hay tantas imágenes que ya no son simples alusiones o reflejos del mundo, sino que se incorporan materialmente a la realidad...” (El destacado es mío). Cf. <http://www.artelimit.com/periodico/exposicion-destacada-metabolismos-de-la-imagen-joan-fontcuberta-2>

logra superar la idea de la imagen fotográfica como “testimonio” de un “instante decisivo”, como pensaba Cartier Bresson. La lógica de la fotografía digital implica, según Fontcuberta, que “las fotos ya no sirven tanto para almacenar recuerdos, ni se hacen para ser guardadas... sirven como exclamaciones de vitalidad, como extensiones de unas vivencias, se comparten y desaparecen, mentalmente o físicamente... transmitir y compartir fotos funciona así como un nuevo sistema de comunicación social” (FONTCUBERTA, 2010: 38-39).

De este modo, el paradigma clásico del “creador-fotógrafo” es sustituido por el del “ciudadano-fotógrafo”, lo que no significa caer en el lugar común de que “todos somos artistas” o “todos somos fotógrafos”. En efecto, el ciudadano-fotógrafo no es un artista ni un “fotógrafo” a secas, sino un sujeto común y corriente que emplea un artefacto digital con la finalidad de compartir experiencias, en vez de poseerlas internamente. Sus fotografías son vernáculos, no profesionales. Pero este individuo no se contenta con la mera posibilidad de repetir un instante decisivo del pasado, ni recordar algún acontecimiento u olvidar otro, a través de la memoria. Esta última, para el ciudadano-fotógrafo de la era digital, más bien contribuye a la generación de una narrativa positiva para la construcción y fortalecimiento de los lazos familiares (CHALFEN, 1987; BOURDIEU, 1984; HARRISON, 2004).

Según el sociólogo Jan Van Dijck, la memoria no solo representa una mediación entre nosotros mismos y nuestros recuerdos, sino también entre los distintos miembros de un determinado grupo o colectivo. Estas mediaciones refieren a “la forma en la que construimos y retenemos un sentido de individualidad y comunidad, de identidad e historia” (VAN DIJCK, 2007:2). Más adelante agrega:

Mientras que las fotografías impresas están hechas para ser guardadas como recuerdos, las imágenes codificadas o en la pantalla tienden a ser asignadas con un valor temporal (de intercambio), siempre susceptible de ser reciclada o reformulada. La fotografía en papel es un objeto al cual sostenerse, mientras que la imagen digital aparece como un objeto para trabajarse y distribuirse (VAN DIJCK, 2007: 112).

Las “memorias mediadas” (como las denomina Van Dijck) son fundamentales para mantener la identidad de un grupo o colectivo social. De ahí que el uso político de la fotografía zombi no remite tanto a la idea de “huella”, “registro”, “testimonio” o “certificación”, como a la más sutil de construcción de comunidad, identidad e historia. Y no es casualidad

que nuestro objeto fotográfico posea naturaleza mítica, ya que en rigor no es posible la existencia y la subsistencia de una sociedad sin mitos. En efecto, para Joseph Campbell, los mitos son “pistas respecto de las potencialidades espirituales de la vida humana” (CAMPBELL, 1991: 5) y desempeñan cuatro funciones básicas: mística, cosmológica, sociológica y pedagógica. Las dos últimas adquieren relevancia al abordar la temática zombi, ya que la función sociológica contribuye al sostenimiento y legitimación de un orden social, en tanto que la función pedagógica enseña a los individuos a vivir una vida humana.

4. Conclusiones

Entre todos los géneros, la fotografía tiene el privilegio teórico de ser la única capaz de aprehender fielmente la realidad a través de las imágenes (DUBOIS, 1986: 19). Como declara Barthes, la fotografía es la “emanación de una realidad pasada”. En el cine (con excepción del documental y el gore) el espectador sabe que las imágenes que ve en la pantalla no son reales, sino representaciones de ideas y de ficciones concebidas en la mente de guionistas y directores, y que buenos efectos especiales causan la impresión de un vivo realismo.

Sin embargo, en años recientes la naturaleza “realista” de la fotografía ha sido puesta en duda, debido al boom de la fotografía digital y al uso masivo de las llamadas “redes sociales”, fenómenos que –según algunos autores como Fred Ritchin– han sentenciado a muerte a la fotografía, al menos como históricamente ha sido concebida. Otros, algo más eclécticos, admiten que “la tecnología digital desacredita genéricamente la credibilidad del documento fotográfico” (FONTCUBERTA, 2010: 64).

A su turno, el exceso de imágenes al que somos bombardeados cotidianamente, ha modificado la visión tradicional de la imagen fotográfica como *representación* del mundo, por otra que identifica la imagen con la realidad. Como dice Fontcuberta, “las imágenes son mundo”. La misión de un fotógrafo contemporáneo (o “post fotógrafo”, como lo denomina el autor español) no es tanto la realización de imágenes, sino darles un sentido, del que precisamente carecen debido a su excesivo volumen.

El problema fundamental de tesis radicales como la de Ritchin, es el peligro de olvidar la genealogía política de la fotografía. Si la función de la fotografía ya no consiste en ser una huella, registro, testimonio o certificación de un acontecimiento; si desligamos a la imagen fotográfica de

los usos políticos de la memoria y la historia, es evidente que corremos el riesgo de repetir Auschwitz, Pisagua o Nagasaki. No obstante, compartimos que la fotografía digital y el aumento explosivo de las redes sociales, torna imperativa la revisión de la función fotográfica, pero sin olvidar nunca sus usos políticos.

En mi opinión, el auge de la fotografía digital no implica necesariamente la desaparición de la fotografía analógica. Pero aun aceptando que el soporte digital supone un cambio de paradigma, pervive una función política de la fotografía, que es independiente de su materialidad. Dicha función pasa por entender a las imágenes fotográficas como parte esencial de un proceso de deconstrucción de los lenguajes sociales y de los discursos de poder. Así concebida, la fotografía debe ser capaz de exhibir la artificialidad del lenguaje y de las construcciones mentales de las sociedades capitalistas liberales del siglo XXI. Y, especialmente, debe ser capaz de contribuir a la generación de comunidad, identidad e historia.

Por lo tanto, el uso político del ejercicio fotográfico asociado a la temática zombi (del mismo modo que el cine y el comic, aunque en niveles diferentes), consiste en dar cuenta de la descomposición que está operando en el seno de las sociedades de consumo, y también dentro de nosotros mismos. Porque si bien no estamos muertos, tampoco estamos genuinamente vivos. Somos *no muertos*, igual que los zombis, ya que nuestra vida y nuestra voluntad son controladas por otros. Somos jugados por otros, mientras nuestro lenguaje se degrada a niveles grotescos, e ingenuamente creemos que participamos más que nunca de los intereses y actividades de la sociedad. Pero como Zizek ha demostrado, nuestra pretendida “actividad” no es más que pseudoactividad (ZIZEK, 2009).

Todos somos zombis, lo que ocurre es que no nos damos cuenta. Aunque, quizás, lo más grave es que sí nos damos cuenta, pero nuestra razón cínica no nos permite actuar de otro modo: sabemos que los *malls* son mega mercados cuyo único interés es el lucro a ultranza, que muchas veces vamos a encontrar allí aglomeraciones, que es difícil el desplazamiento, que el ambiente es sofocante y escasea el aire, pero aun así asistimos a esas monstruosas fantasmagorías, y lo hacemos porque nuestra posición frente al mall está mediada por el “fantasma” lacaniano (ZIZEK, 2003).

Borges escribió en *El Inmortal* que “lo divino, lo terrible, lo incomprendible, es saberse inmortal” (BORGES, 2011: 841). Parafraseando al gran autor argentino, tengo la impresión de que lo divino, lo terrible, lo

incomprensible, es saberse muerto viviente. Y, peor aún, no hacer nada por impedirlo.

Referencias bibliográficas

- BARTHES, R. (2006): *La cámara lúcida. Nota sobre la fotografía*. Madrid: Paidós 10ª Edición.
- BAUDELAIRE, CH. (1964): *El pintor de la vida moderna*. Nueva York: Da Capo Press.
- BECK, U. y Beck-Gernsheim, E. (2003): *La individualización. El individualismo institucionalizado y sus consecuencias sociales y políticas*. Paidós Ibérica, Estado y Sociedad 114.
- BELTING, H. (2007): *Antropología de la imagen*. Buenos Aires: Katz Ediciones.
- BENJAMIN, W. (2011): *Breve historia de la fotografía*. Casimiro Libros.
- BIRKENSTEIN, J., Froula, A & Randell, K. Reframing 9/11. Film, Popular Culture and the “War of Terror”. Estados Unidos: Continuum International Publishing Group, 2011.
- BISHOP, K. W., *American Zombie Gothic. The Rise and Fall (and Rise) of The Walking Death in Popular Culture*, McFarland & Company, Inc., Publishers.
- BORGES, J.L. (2011): *Obras completas I (1923-1949)*. Buenos Aires: Editorial Sudamericana.
- BOURDIEU, P. (2003): *Un arte medio: Ensayo sobre los usos sociales de la fotografía*: Gustavo Gili.
- BUCK-MORSA, S., “El flâneur, el hombre-sandwich y la puta: las políticas del vagabundeo”, en *New German Critique* N°39, Second Special Issue on Walter Benjamin (Autumn, 1986).
- CAMPBELL, J. (1991): *El poder del mito*. Barcelona: Emecé, Colección Reflexiones, 314 pp.
- CORTES, Cecilia (2007): *Las huellas del tiempo, el uso político de la fotografía*. Universidad de Buenos Aires.

-
- CUVARDIC GARCÍA, D. (2012): *El flâneur en las prácticas culturales, el costumbrismo y el modernismo*. París: E-book.
- CHALFEN, R. (1987): *Snapshot Version of Life*. Bowling Green State University Popular Press.
- CHALMERS, D. (1999): *La mente consciente*. Barcelona: Gedisa.
- DUBOIS, P. (1986): *El acto fotográfico. De la representación a la recepción*. Barcelona: Ediciones Paidós.
- FERNANDEZ GONZALO, J. (2011): *Filosofía Zombi*. Madrid: Editorial Anagrama.
- FONTCUBERTA, J. (2010): *La cámara de Pandora. La fotografía después de la fotografía*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, SL.
- FRIEDBERG, A. (1991): *Les Flâneurs du mal* (I): Cinema and the Postmodern Condition, PMLA, Vol. 106, No 3, May.
- GIBRAN, L. (2013): "Psicoanálisis y monstruosidad", *Revista Consecuencias*, Edición N°10, junio de 2013; Disponible en <http://www.revconsecuencias.com.ar/ediciones/010/template.asp?arts/Aplicaciones/Psicoanalisis-y-monstruosidad.html>.
- HARRISON, B. (2004) *Snap Happy: toward a sociology of everyday photography*. In C. Pole (ed.) *Seeing is Believing?: Approaches to Visual Research* (Vol. 7, pp 23-39): JAI Press.
- JENKS, C. (1995) *Watching your step: The History and Practice of the Flaneur*, *Visual Culture*. Ed. Chris Jenks. NY: Routledge.
- LIPOVETSKY, G., (1986): *La era del vacío. Ensayos sobre el individualismo contemporáneo*. Barcelona: Anagrama.
- MITCHELL, W. (1992): *The Reconfigured Eye: Visual Truth in the Post-Photographic Era*, Cambridge, Mass., MIT Press.
- MIRZOEFF, N. (1999): *An introduction to visual culture*. Londres, Routledge.
- MOULIÁN, T. (1998): *El consumo me consume*. Santiago: LOM.
- POE, E. A. (2012), *Cuentos Completos*. Traducción de Julio Cortázar, 2° reimpresión. Buenos Aires.

- RITCHIN, F. (2009): *After Photography*. Nueva York: W.W. Norton & Company, Inc.
- SLOTERDIJK, P. (2007): *El palacio de cristal*, Conferencia pronunciada en el marco del debate “Traumas urbanos”; La ciudad y los desastres”, Centro de Cultura Contemporánea de Barcelona, CCCB, 2004.
- SMART, B. (1994): “Digesting the modern diet: gastro-porn, fast food and panic eating”, in K. Tester (ed.) *The Flaneur* (Routledge, London), pp. 158-80.
- SONTAG, S. (2006): *Sobre la fotografía*. México D.F.: Alfaguara.
- VAN DIJCK, J. (2007): *Mediated memories in the digital age*. Stanford: Stanford Univ. Press.
- VENEGAS AHUMADA, C. (2011): “El Mall Plaza: su página web y arquitectura como espacios de fantasma y fantasía ideológica. Un psicoanálisis al sujeto de consumo”. Valparaíso, *Revista Faro* N°13, Universidad de Playa Ancha.
- ZIZEK, S. (2005): *La suspensión política de la ética. Introducción*. Buenos Aires: FCE.