

19

AÑO 10 N° 19, JULIO - DICIEMBRE 2015

Dep. Legal ppi 201502ZU4671

Esta publicación científica en formato digital es continuidad de la revista impresa
ISSN 1856-7134 / Depósito legal pp 200602ZU2376

situArte

Revista Arbitrada de la Facultad Experimental de Arte
de la Universidad del Zulia
Maracaibo - Venezuela



DIECINUEVE

Análisis de la composición fotográfica para efecto de la retención de la imagen en el espectador

Analysis of Photographic Composition to the Effect Retention of the Image in the Viewer

Recibido: 03-07-15
Aceptado: 23-10-15

Pablo Méndez

Universidad la Salle, Chihuahua
jpablomm@gmail.com

Resumen

La fotografía es un instrumento de comunicación global posicionado en los diferentes espacios, físicos o virtuales. La mayoría de las imágenes que consumimos son elaboradas con parámetros compositivos y en la actualidad absorbemos más imágenes que nunca; pero ¿acaso las reglas de la composición influyen para que una imagen pueda permanecer por más tiempo en la memoria del espectador? Gombrich comenta que “para poder recordar un gran número de elementos es preciso utilizar un almacenamiento (...) en forma codificada (...) abstracta o reducida” (2012, p.151). El objetivo de esta investigación fue realizar un acercamiento a la premisa de si estas utilidades posicionan o no una fotografía en la memoria y por cuánto tiempo. Utilizando dos grupos distintos, de hombres y mujeres de diferentes edades, se realizó una presentación de fotografías, con y sin reglas compositivas; posteriormente se hizo el llenado de una encuesta para cuantificar los resultados. Se concluye que las fotografías que responden a los preceptos compositivos son más recordadas.

Palabras clave: Fotografía; memoria; publicidad; cultura y fotografía; semiología.

Abstract

Photography is a global communication tool positioned in different spaces, physical or virtual. Most of the images we consume are made with compositional parameters and now absorb more images than ever, but will not the influence the composition rules for a picture can stay longer in the viewer's memory? Gombrich says, “to remember a large number of items must use storage (...) in coded form (...) abstract or reduced” (2012, p.151) The objective of this research was to make an approach to the premise of whether these utilities positioned or not a photograph in memory and for how long they stay. Using two different groups (men and women) of different ages, a presentation of photographs was performed with and without compositional rules, then filling out a survey to quantify the results gave a corollary of the photographs that responded to these provisions if they are more remembered.

Key words: Photography, memory, advertising, culture and photography, semiotics.

Introducción

La fotografía es un elemento cultural informativo y propositivo que construye un mensaje en su espacio semiótico, icónico y semántico. Es una herramienta o un medio para llegar a un cierto público, con el propósito de enriquecer y penetrar en el imaginario individual y/o colectivo. Como segunda premisa, se puede señalar la necesidad de los creadores de imágenes por destacar sus fotografías e intentar hacerlas prevalecer en la memoria de aquellos que las observan; una tarea sumamente difícil en la actualidad, ya que estamos en una época en la que se cuenta con la mayor cantidad de imágenes disponibles, principalmente en el espacio virtual.

Para iniciar con esta idea, habrá que dividir el espectro en cuanto a la naturaleza de creación de estas fotografías que principalmente habitan el ciberespacio, ya que tenemos, por un lado, la fotografía de creación voluntaria, la cual denominaré fotografía de exposición individual (FEI), cuyo objetivo principal es querer demostrar el estatus de lo que tenemos y los grupos a los que pertenecemos, realizadas no para recordar quiénes somos, sino para decirlo a las personas en un instante; esto último, desde un sentido sociológico (Echavarren, 2009). Y por otro lado, tenemos la imagen que se crea con la intención de que se consuma un concepto, es decir, la fotografía artística, documental y publicitaria (FADP) (Echavarren, 2009, p.16).

Con la primera idea de la fotografía individual (FEI), es pertinente contemplar que este tipo de imágenes se crea principalmente para ser consumida en un espacio virtual. En el ciberespacio, la mayoría de imágenes que se encuentran, no participan de una estructura compositiva y/o estética, lo cual provoca una falta de conocimientos en la sociedad de estos elementos; generando, al mismo tiempo, que la comunidad, en una forma muy generalizada, se alimente en mayor medida de fotografías con carencias en su estructura compositiva, con parámetros estéticos pobres.

Por otro lado, los cometidos de la fotografía (FADP) son claros: consumo, información, posicionamiento de un concepto y/o idea; y, en este sentido, tal como comenta Echavarren: "La imagen cumple también un importante papel como herramienta de control social. El control de la imagen por parte de los *mass media*" (2009, p.25). "La fotografía mantiene su celo de ser recordada, con su significado ritual, en donde cada una de ellas está cargada de un poder simbólico significativo" (p.28). Pero, actualmente ¿cómo puede una fotografía permanecer en la mente de aquel que la ve, con tal cantidad de imágenes disponibles en todos los espacios sociales y virtuales?

La polaridad que emerge de esta pregunta da a la fotografía la oportunidad de colocarse en dos extremos: la fotografía "bien elaborada" y la realizada con criterios estéticos pobres. Sin embargo, esto crea una fisura en el pensamiento del espectador en cuanto a lo "estéticamente aceptado" y lo no aceptado. Es decir, se consumen tantas

imágenes por día que es sumamente difícil que alguna sea posicionada en la mente del espectador. La fotografía se ha vuelto un chispazo; en unos segundos la imagen vista se pierde entre el bufete de fotos al que nos exponemos en todo momento.

En retrospectiva, la fotografía, en su tiempo análogo, era limitativa para aquellos practicantes-experimentadores que pudieran permitirse la compra de los artilugios necesarios para ello; por consecuencia, su espectro de actuación y difusión era controlado y estratégicamente elaborado. Cuando aparece la fotografía digital y empieza el uso de cámaras en dispositivos móviles, principalmente, aunado a la aparición de las redes sociales y los ya posicionados blogs, se da pie a un río de fotografías que se convierte en un mar de imágenes. Por lo tanto, el espectador empieza a lesionarse en sus requisitos estéticos y se queda en una zona gris en donde todo lo que ve se contamina, sin hacer distinción entre estos dos campos de actuación de la imagen.

Históricamente la fotografía nace con un propósito informativo, como un cuerpo gráfico que pretende ilustrar una cierta escena. Robert Capa fue uno de los primeros fotógrafos que representó la guerra e ilustró, sin más pretensión que la de informar lo sucedido, posiblemente con carencias estéticas.

Es oportuno decir que el mensaje es de suma importancia, pero lo que se pone en juego en este análisis son los parámetros compositivos para lograr su posicionamiento retentivo en la mente. Teniendo en cuenta a Gombrich, para llegar a posicionar un gran número de elementos en la mente del espectador deberá estar codificado el mensaje (2012, p.152). La fotografía es intrínsecamente un elemento abstracto, por lo que debería poder ser recordado con más facilidad; pero esto crea una gama de posibilidades entre lo que interesa al espectador y lo que no.

Ahora bien, la fotografía artística y documental se envuelve con los cometidos de la fotografía publicitaria; su sazónador es ser creada, llegar hasta el espectador y causar sensaciones que provoquen su entendimiento y permanencia. Y qué mejor que exhortar a la acción o sentimiento. Prácticamente estos son los mismos tópicos de la fotografía publicitaria. Pensemos en los fotógrafos contemporáneos que se valen de cualquier herramienta para obrar, lo cual es, en un principio, una parte fundamental de la libertad del arte mismo. La intención al sumergir a la fotografía documental, artística y publicitaria en el mismo recipiente es que estas tres categorías fotográficas beban de los mismos principios compositivos, sin dejar de lado su interés en comprobar, atestiguar, testificar e informar.

Por ende, mi principal interés es descubrir la importancia del estado contemporáneo de la composición, colocando en la mesa de análisis la composición fotográfica, principalmente en estas tres categorías; especialmente, la regla de tercios y la sección áurea como factores directos para la retención de la imagen en la memoria; colocando

el mensaje de la fotografía de una manera subyacente, sin diluir el mérito que guarda ante los diferentes expectantes, sino más bien con la intención de priorizar el enfoque sobre los elementos compositivos a analizar.

La implicación académica de las artes visuales se sumerge para formar patrones conductuales de creación nada detallados y, mucho menos, específicos en cuanto a lo aceptado estéticamente, formando, más que aclaraciones, confusiones. Esto debido a que los creadores, críticos de arte, galeristas, directores de museos y casas de cultura, coleccionistas y público en general, crean sus propias pautas de gusto, generalizadas y distintivas entre sí.

Este análisis no intenta proveer un manual de actuación para la creación fotográfica, sino esclarecer la idea de si en este mar de imágenes, la fotografía con ciertos elementos compositivos, puede ser poseedora de cualidades que la nutran para lograr permanecer en la mente del espectador.

La libertad de creación es fundamental para el sentido de expresión e información; la práctica fotográfica no será calificada, censurada y/o evaluada para su proceder en la publicación, pero podría resultar pertinente saber qué tipo de elementos genéricos y canónicos se pueden utilizar para lograr mayor retentiva en el espectador. Con ello se lograría que la imagen realizada se construyera con eficacia para la retentiva. Insisto en señalar que la presente investigación no va dirigida hacia la importancia o connotación del mensaje, lo cual sería otro objeto de investigación.

Reanudando el tema de la importancia de la composición para la retención de una imagen, pensemos ahora en las corrientes de moda, es decir, el sistema de consumo, lo cual crea patrones conductuales sociales e individuales que dictaminan aceptaciones (gustos aceptados) genéricos sobre un cierto producto o servicio. Ergo la fotografía publicitaria se ancla a la posibilidad de ser una imagen con dotes de ser retenida y de apelar a los gustos para exhortar a una cierta actividad o pensamiento.

Esto deja lugar a la fotografía publicitaria como un instrumento con pretensiones de influencia para el consumo. Hablando principalmente de esta categoría fotográfica, la pregunta es: ¿sería posible crear fotografías con las tendencias que se vayan marcando contemporáneamente, tomando en cuenta la composición, regla de tercios, sección áurea, color, expresión, connotación, tema, etc., que apelen a los gustos de las nuevas generaciones y así lograr mayor retención?, ¿o acaso lo que más importa es el mensaje en sí mismo y no priorizar los factores anteriores? Sin dejar de lado que estos dos agentes son eslabones de la misma cadena (composición y mensaje), no por ello obliga a que siempre se acompañen. Si dejásemos estas preguntas en nuestra mente, se puede pensar, de igual manera, que la fotografía podría contener elementos de construcción genéricos que ayuden a su retención, y ese es precisamente el punto de ésta investigación.

Ahora bien, con respecto a lo que es moda, Echevarren plantea: "Es la élite, los tratantes de arte, 'los

enterados', que Wolfe calcula en torno a 10.000 personas en todo el mundo, quienes eligen cuál es el estilo artístico 'de moda'. Al público se le enfrenta como un hecho consumado" (2009, p.32). Por lo tanto, esas 10.000 personas, al dictar la moda, también influyen en el carácter creativo de la construcción fotográfica.

Fundamentos teóricos

Es claro que cada fotografía tiene su propio espacio de actuación. Las FEI desde sus apartados sociológicos; las FADP luchan por permanecer a flote, a la vista de todos, para estar en la mente, para provocar y existir de manera atemporal. De acuerdo a esto último, las FADP actúan cada una desde su categoría y se mantienen en una lucha constante por destacar. Al final, contamos con los parámetros heredados de la pintura en cuanto a composición y, de manera contemporánea, con las reglas académicas y dictatoriales de los árbitros que califican las fotos y determinan cuáles son las "bien realizadas" y las que no, así como los libertadores de la creación que siguen o rompen estas reglas a conveniencia.

Hablando de la sección áurea (fig.1) como elemento compositivo, Leonardo Pisano, llamado también Fibonacci, descubrió una notable secuencia numérica que proporcionaba un número áureo para disponer de un elemento principal en una imagen y dividir una composición en proporciones agradables. "Es más fácil recordar una relación 5:8 que 1,628". Fibonacci, como matemático, utilizó la sucesión de los números para descubrir las proporciones. Este sentido matemático también es utilizado en la astronomía. Entre Fibonacci y Vitruvio determinaron un marco que contuviera la composición de los elementos para darle un sentido armónico, atendiendo tres acciones de suma importancia para la composición: superficies rectangulares con armonía de sección áurea, división de esos rectángulos y otros en secciones proporcionales para el todo y, por último, selección de los lugares de mayor interés (Pino, 1982, p.74).

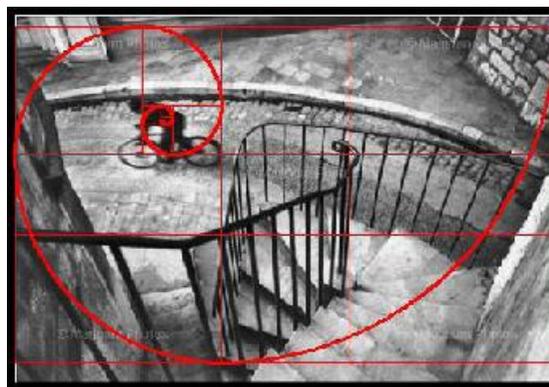


Figura 1
Cartier Bresson

La regla de tercios (fig.2) es de algún modo una simplificación de la sección áurea, formando puntos de intersección y, a su vez, puntos de interés para el espectador. La simetría dinámica se utiliza dentro de la regla de tercios para colocar los elementos a través, no sólo de diagonales y cuadrículas (Präkel, 2011, p.25). Como

comenta José Noguera (2013), la regla de tercios es una norma fundamental que debería ser respetada siempre para otorgar importancia al objeto de interés en la fotografía. Como se puede observar, la composición (fig.3) actúa de acuerdo a la distribución de elementos, entre estos, se le da aire fotográfico¹ para realizar la toma.

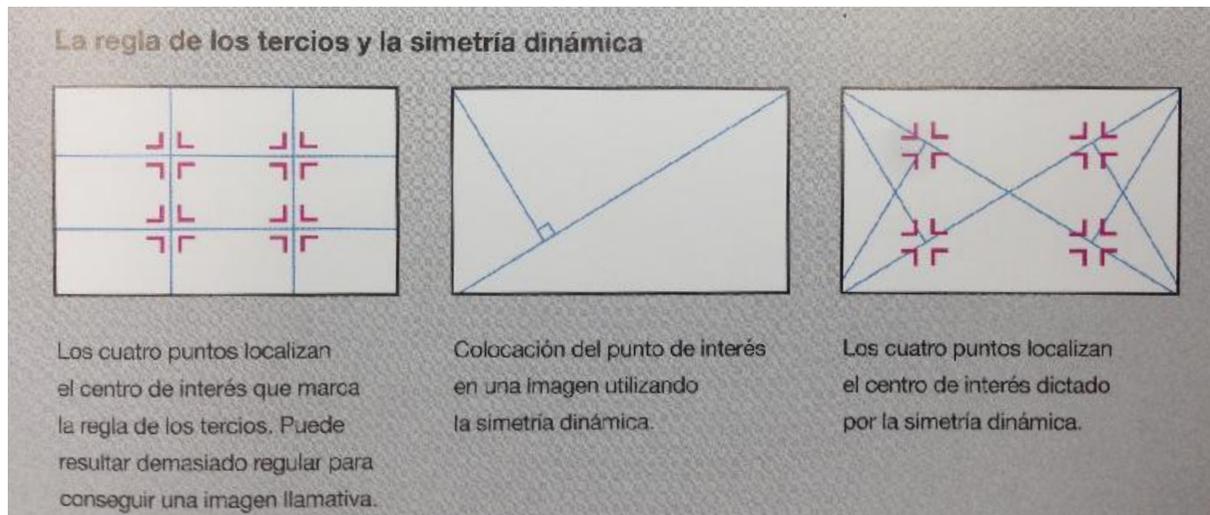


Figura 2

Regla de tercios del libro "Composición" de David Präkel.

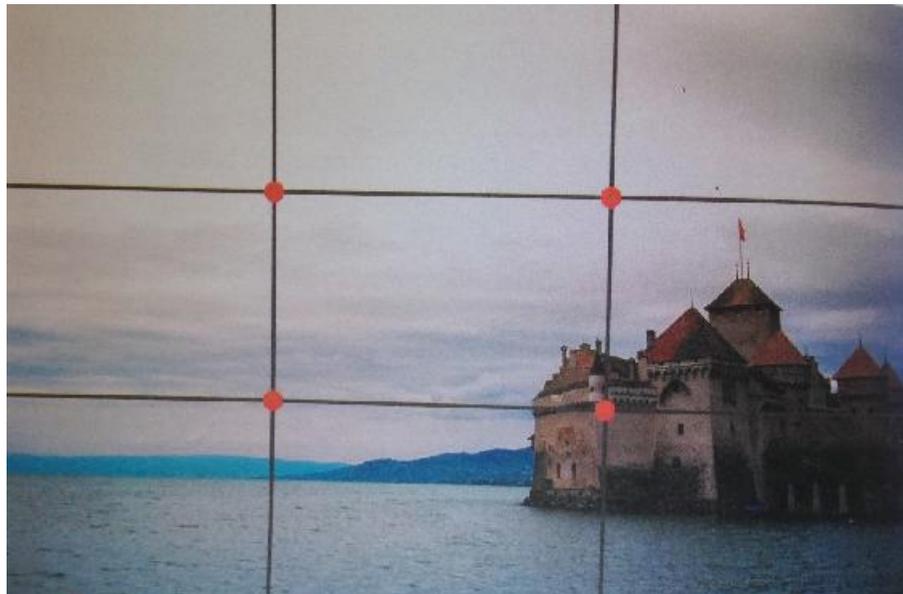


Figura 3

Regla de tercios del libro "Manual de fotografía" de José Noguera.

1 Término del argot fotográfico para definir el espacio entre los elementos distribuidos en el cuadro.

Es claro darse cuenta de qué es y cómo actúa la regla de tercios y la sección áurea, pero la pregunta sigue siendo la misma: ¿la composición fotográfica, en especial, la aplicación de la regla de tercios y la sección áurea pueden contribuir a formar fotografías que logren ser retenidas por más tiempo, o sólo es una forma geométrica de distribuir los elementos? Llegados a este punto, se puede pensar que la fotografía FADP tiene dos líneas que, a pesar de estar insertas sobre los mismos gráficos, contienen atenuantes diferentes. La primera línea sería que la fotografía constituye un mensaje, algo que se quiere decir, sugerir, un mensaje equivoco que intenta la concepción lo más uniforme posible para ser comprendido. Esta línea es el mensaje.

La otra línea es la compositiva, la cual actúa sobre diversas premisas, como las que se han mencionado, sólo con la intención de formar imágenes estéticas y con centros de interés claros. Cuando estos dos se unen, se piensa que se ha obtenido una fotografía "buena". Hay que pensar en estos dos últimos criterios, en especial, la línea del mensaje, bajo un criterio subjetivo. Se debe tener claro el mensaje y su especificidad connotativa y denotativa, y por medio de un comité dar testimonio de que la fotografía cumple con el requisito deseado.

En la FADP, las diferencias de tiempo para la construcción de una imagen y otra son distintas y en ocasiones similares, pero la fotografía publicitaria guarda detrás una técnica, producción y postproducción, dotando

a la imagen publicitaria de algo "fresco" con retoque y distinción de todas las demás imágenes. La fotografía documental guarda de modo más celoso el aspecto de la naturalidad de la imagen, intentando que sea más fiel a su propio intento taxidermista del capturado (Eguizábal, 2006, p.67). Aunque no es la prioridad de este escrito actuar con escrutinio sobre los parámetros de creación de cada una de las categorías mencionadas en las FADP, sí es oportuno conocer su forma de hechura.

Aclarado lo anterior, se puede observar que las FADP son imágenes que también actúan bajo esta regla compositiva. Por tomar un ejemplo, hablaremos de Charles C. Ebbets con su fotografía *Lunch atop a Skyscraper*, una de las imágenes más icónicas del género documentalista (fig.4). Esta fotografía cumple con la regla de tercios y sección áurea (fig.5). Se le puede atribuir, más que su composición, su difusión para permanecer en el estado memorístico de la colectividad.

Este posicionamiento icónico ha provisto a esta fotografía de dotes suficientes para que diversas personas en múltiples culturas la conozcan. Por lo tanto, es aceptable presumir que una fotografía se puede volver un recuerdo siempre y cuando se inserte en un diario colectivo por un tiempo determinado.

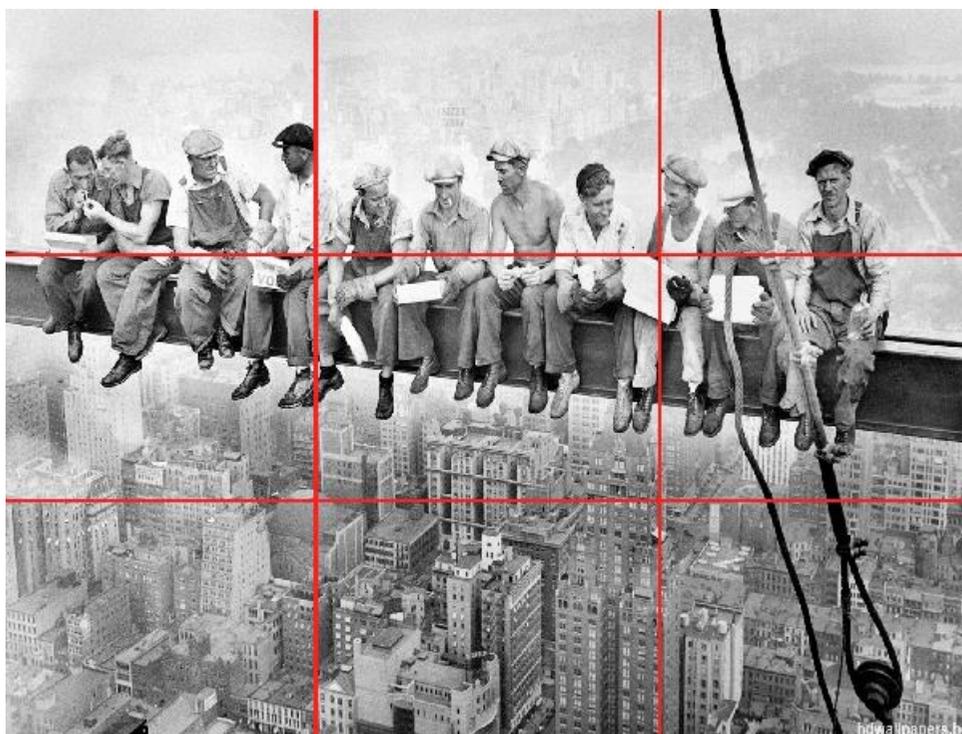


Figura 4
Charles C Ebbets Lunch atop a skyscraper.



Figura 5

Charles C. Ebbets Lunch atop a Skyscraper.

La actuación de la memoria

La memoria se puede definir como la capacidad de almacenar información, a la cual se puede recurrir en el momento deseado (Papagno, 2008, p.20). La memoria se divide en dos campos: la temporal y la duradera, o llamada también memoria de corto plazo y largo plazo. La memoria de corto plazo es la que retiene información limitada y por tiempos cortos, incluso segundos; la memoria de largo plazo tiene una retención ilimitada y por lapsos mucho más extensos.

La memoria de corto plazo se divide en dos secciones: memoria fonológica y memoria visuoespacial. Por el interés de este análisis, dirigiré este apartado a la memoria visuoespacial, para conocer cómo actúa la fotografía dentro del estado de memoria individual y colectiva.

Se cree que esta sección de la memoria actúa con los objetos reconocidos en color y forma (Papagno, 2008, p.23). "Existen distintos subsistemas de la memoria a corto plazo visuoespacial, unos se ocupan de las informaciones espaciales, como la colocación de un objeto; y otros de la información visual, por ejemplo, su aspecto (Papagno, 2008, p.31). Otra de las grandes características de la memoria visuoespacial es que si a un sujeto se le pide que describa "algo", la memoria de corto plazo puede evocar a la memoria de largo plazo pero, a su vez, la memoria de largo plazo se

apoya en la de corto plazo para mantener su imagen en caché (Papagno, 2008, p.33).

Los mencionados serían los puntos más relevantes en cuanto a la memoria de largo plazo; sin embargo, hay que tomar en cuenta que la memoria es un importante campo de estudio. Para este análisis se tomarán los primeros referentes descritos en los apartados anteriores.

A partir de lo expuesto, se puede concluir que las dos memorias actúan de manera simbiótica, otorgando la facilidad de proveerse información mutuamente y decidir qué queda en cada apartado de la memoria. Pero, en la imagen, ¿tiene que ver el sistema de mensaje de acuerdo a la cultura, para su propia retención? Haré un re-direccionamiento del estudio hacia la parte inicial: la composición de la fotografía. Regresando a la memoria de corto plazo, "si la información no se prepara para pasar a la siguiente etapa, ésta se pierde después de 30 segundos" (Rivera Camino, 2004, p.35).

Fuera del contexto cultural, social y de época, se puede pensar que si una imagen muestra una clara distinción del suceso como la de Charles C. Ebbets, en la cual se denota una estructura de elementos gráficos simples y de absorción rápida para su propio entendimiento, podría provocar que la fotografía contuviera elementos suficientes (escasos) para ser tan simplista que se guarde en la memoria de largo plazo.

La memoria de largo plazo está conectada directamente con la memoria de corto plazo, así como con la sensorial, a través de un proceso de codificación y recuperación de la información por un periodo permanente casi ilimitado y el almacenamiento puede ser semántico o visual. La memoria de largo plazo tiene mayor facilidad para almacenar imágenes que palabras y, a su vez, puede estar unificada a la memoria considerada como episódica, dando como resultado una memoria que se conecta con los estados semánticos y visuales, trayendo a otros episodios al frente, para tener todo el sentido conceptual de la idea. Es decir, la memoria episódica contiene una red de conectores semánticos y visuales que se enlazan con otros para generar el concepto, tomando en cuenta también que la memoria sensorial puede durar menos de un segundo y desecha rápidamente el contenido si se considera difícil, desagradable o complejo (Rivera Camino, 2004, p.36).

Para finalizar con el apartado de la memoria, se puede resumir que ésta se encuentra en un estado de conexión múltiple, el cual es alertado por diferentes estímulos de acuerdo a los intereses individuales. La

memoria de corto plazo abstrae la idea principal y se conecta con la episódica; si la episódica encuentra relevante el contenido, se conecta con la memoria de largo plazo. Se ha de contemplar el hecho de que la memoria es un recurso de almacenamiento, no de gusto o distinción, por lo que depende del sentido del gusto para aceptar o discriminar aquello que le parezca irrelevante.

Metodología

En esta investigación se realizaron fotografías con composición de la regla de tercios y/o sección áurea y sin ellos, con el fin de observar en cuáles casos se obtiene mayor retención sobre el espectador. Dejando de lado los atenuantes alternativos del color o monocromía, categoría, elementos, formatos y soportes, se tomaron para la investigación seis fotografías con los siguientes parámetros:

Figuras 6, 8 y 11: Sin regla de tercios y sección áurea.

Figuras 7, 9 y 10: Con regla de tercios y sección áurea.



Figura 6



Figura 7



Figura 8



Figura 9



Figura 10

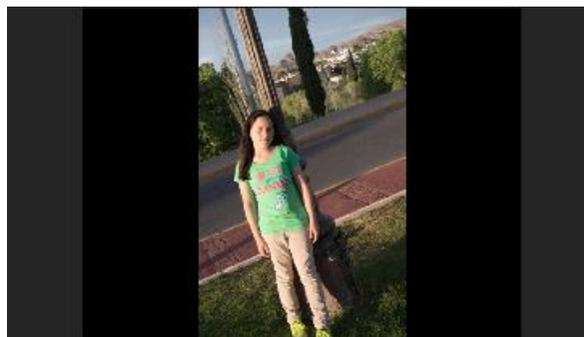


Figura 11

Resultados y comentarios

De acuerdo a los resultados obtenidos de la presentación y la breve serie de preguntas, se puede apreciar que la regla de tercios es un factor estético de la construcción de la imagen, que parece tener influencia sobre la retención. El primer grupo de estudio estuvo conformado por nueve mujeres, las cuales trabajaron sobre un proceso enigmático de cómo sería el estudio; esto se hizo con la intención de no comprometer los resultados. Al final de la presentación de las fotografías, hubo un llenado de tres preguntas.

En cualquiera de los casos, ninguno de los grupos sabía que después de diez días se les haría de nuevo la encuesta, esta vez sin la presentación, de tal modo que se pudo experimentar con la memoria de corto y largo plazo. Después de pasado ese tiempo, en la segunda ronda de preguntas, algunas recordaron a la mujer fumando (fig.5). En esa fotografía se aprecia la regla de tercios y sección áurea, y aunque sea segura la intervención de más factores para recordar una fotografía, se puede decir que la composición estética en una fotografía sí interviene para ser recordada, por lo menos al hablar del grupo de mujeres encuestadas.

Otro atenuante que resulta realmente fascinante es el hecho de que las mujeres recordaron más la imagen de la iglesia y la mujer, y después de un tiempo, sólo a la mujer fumando. Sin hacer un análisis semiológico, sería interesante realizar la misma investigación en una cultura distinta, con el fin de observar si los elementos empíricos culturales afectan los resultados.

Por su parte, en el grupo de hombres, conformado por siete personas, los resultados obtenidos indicaron que los varones recordaron más fotografías que las mujeres. En este grupo nos encontramos que dos de las fotografías más recordadas contienen la regla de tercios y la sección áurea (fig.4 y 5) pero una de ellas no contenía estos parámetros. Aun con ello se puede aceptar al decir que una fotografía con regla de tercios y sección áurea es mayormente recordada.

Es innegable que las diferentes culturas actúan de manera distinta y, aunque vivimos en una era globalizada,

en donde el acceso a internet nos abre las puertas a cualquier sitio, es oportuno mencionar que en aquellas culturas en las que se promueven diferentes actividades y/o religiones, posiblemente se recuerden otra serie de imágenes.

Los mensajes semiológicos visuales actuales, a pesar de estar unidos a la hipertecnologización y, hablando del hecho de la creación de fotografías para el imaginario colectivo, es lógico pensar que este mismo imaginario sirve como materia prima para crear nuevas imágenes, convirtiéndose en un bucle sin fin (Sisperregui, 2013, p.175).

Aun persiguiendo el factor de la retención y dejando claro que es un hecho en el que una cantidad impensable de elementos influyen, se puede presumir que las variabilidades de la fotografía en su infinitud sí persiguen las cuestiones estéticas compositivas para pronunciarse en la mente de aquel que las observa. Es notoria la carga semiológica que contienen las fotografías, lo cual es un punto de inflexión entre las miles de variables que podrían existir para cargar una imagen y dotarla de todo aquello que pueda ser recordado por un espectador. Es asunto de interés la idea de que se puedan crear imágenes que sean más recordadas en una cultura que en otra. Y esta investigación puede abrir un camino hacia una serie de estudios avanzados en el campo semiológico de la creación de imágenes unívocas para llegar a un determinado mensaje, elaborado específicamente para una cultura, espacio y época, pudiendo proveer fotografías que sean realizadas para fines determinados.

En conclusión y, de acuerdo con los resultados de esta investigación, se puede afirmar que la fotografía que sea creada con ciertos parámetros compositivos, tiene más oportunidad de ser recordada por el espectador. Dichos resultados fueron confirmados cuando diez días después se aplicó el mismo instrumento y se pudo ratificar que la composición es un elemento de relevancia cuando se considera lo que queda en la memoria del espectador.

Sin intención de ligar íntimamente la memoria con la interpretación del mensaje, el cual tiene múltiples significados debido a la subjetividad, predomina la connotación de un determinado espectador. La

composición fotográfica en su inflexibilidad hace que prevalezca la importancia de su quehacer aplicativo para servir a la memoria. "La aplicación, aplicada al arte, supone desgajar de la totalidad de la obra un conjunto de elementos (el X, el Y, el Z y así sucesivamente). La labor de interpretación es, virtualmente, de traducción. El intérprete dice: fíjate, ¿no ves que X es en realidad, o significa en realidad A? ¿Qué Y es en realidad B? ¿Qué Z es en realidad C?" (Sontag, 2014). La forma dual en la fotografía se divide o se fracciona, una por el mensaje y otra por la composición; a pesar de permanecer, pertenecer una a la otra, lo cual no significa que se trata de un matrimonio que no puede disolverse en un cierto punto por la intención de formar un cierto mensaje.

Como factor de la memoria, cualquiera de los dos es influyente pero, debido a que esta investigación apuntó solamente hacia el pilar de la composición, se cuantifica la importancia de que ésta mantiene una estrecha relación con la memoria y resulta un factor, si no determinante, si importante de considerar.

El arte, y tomando a la fotografía como tal, ya no es contemplada solo como una representación de la realidad, no en el sentido aséptico de la palabra, sino más bien como una mera expresión subjetiva que convierte al mensaje connotado en la imagen transicional de un elemento tanto de composición como de transformación relevante según quien la mire (Sontag, 2014).

Por último, siendo ésta la primera sección de la investigación de la afectación de los parámetros estéticos de la composición fotográfica para efecto de la retención de la imagen en el espectador, se podrán añadir en un futuro investigaciones cuantitativas y cualitativas con el mismo esqueleto simple y directo, con la intención de llegar a un análisis más profundo y complementario de lo que puede ser mayormente recordado en este mundo de imágenes digitales en el que vivimos.

Referencias

- Barthes, R. (s.f.). *La cámara lucida*. Paidós Ibérica.
- Berger, J. (2001). *Modos de ver*. Gustavo Gili.
- Echavarren, J. M. (2009). *Sociología visual: la construcción de la realidad social a través de la imagen*. Fundación Centro de Estudios Andaluces.
- Eguizábal, R. (2006). *Fotografía Publicitaria*. Madrid: Cátedra.
- Fontcuberta, J. (2013). *La cámara de Pandora*. Gustavo Gili.
- Gombrich, E. (2012). *Arte, percepción y realidad* (EPUB ed.). Paidós.
- Rivera Camino, J. (2004). *Marketing y publicidad subliminal: fundamentos y aplicaciones*. ESIC.
- Noguera, J. (2013). *Manual de fotografía*. Publicando Ebooks.
- Papagno, C. (2008). *La arquitectura de los recuerdos: cómo funciona la memoria*. Paidós.
- Pino, G. (1982). *Las artes plásticas*. Universidad Estatal a Distancia.
- Präkel, D. (2011). *Composición*. Blume.
- Salkeld, R. (2014). *Cómo leer una fotografía*. Barcelona: Gustavo Gili, SL.
- Sisperregui, J. M. (2013). *Cuestión de Imagen. Aproximaciones al universo audiovisual desde la comunicación, el arte y la ciencia*. Ediciones Universidad de Salamanca.
- Sontag, S. (2005). *Sobre la fotografía*. Alfaguara.
- Sontag, S. (2014). *Contra la interpretación y otros ensayos*. Debolsillo.



UNIVERSIDAD
DEL ZULIA

situArte

Revista Arbitrada de la Facultad Experimental de Arte de la
Universidad del Zulia

Año. 10. N°19 _____

*Esta revista fue editada en formato digital y publicada
en diciembre de 2015, por el **Fondo Editorial Serbiluz,**
Universidad del Zulia. Maracaibo-Venezuela*

www.luz.edu.ve
www.serbi.luz.edu.ve
produccioncientifica.luz.edu.ve