



La construcción simbólica de lo ecológico en los entornos urbanos. Un análisis desde la imagen

Miguel Sánchez-Moñita Rodríguez¹

Recibido: 1 de febrero de 2021 / Aceptado: 23 de marzo de 2021

Resumen. Este artículo analiza la construcción estética del paisaje que emana de la simbología del capitalismo verde y explora la iconosfera de la fitofilia que ha pasado de las representaciones simbólicas ficticias a la realidad de los espacios urbanos. Realizaremos un recorrido través de la fotografía, desde una mirada artística, de los paisajes falsamente sostenibles que emergen de la construcción cultural de lo ecológico. El sistema de consumo se ha apropiado de la construcción iconográfica de lo verde para edificar un nuevo modelo económico con el que seguir creciendo. La sociedad digitalizada ha asumido esta falsa transición ecológica como un nuevo mito estético con el que renovar las narraciones de la sociedad de consumo.

Palabras clave: Arte; fotografía; sostenibilidad; capitalismo verde; paisaje.

[en] The symbolic construction of the ecological in urban spaces. An approach from image

Abstract. This article analices the landscape esthetic construction emanated from the green capitalism symbology and explores the phytophilia iconosphere (love for greenery) that has turned from fictional symbolic representations to the reality of urban spaces. We'll take a tour from an artistic look and through the photography of fake sustainable landscapes as a result of a cultural construction of the ecological. Consumption system has taken this greenery iconographic construction to build a new economic model to keep growing. Digitized society has assumed this false ecological transition as a new aesthetic myth with which to renew the narratives of consumer society.

Keywords: Art; photography; sustainability; Green capitalism; landscape.

Sumario. Introducción. 1. El nuevo interface que secuestra la realidad y la aceleración del consumo. 2. Arte, fotografía y reflexión en el mundo de la aceleración. 3. Recuperar los lazos con la naturaleza a través del arte. 4. Sostenibilidad y paisaje: reconocer el verde como algo positivo. 5. La fitofilia aparente: el verde como el paisaje deseado. 6. La falsa reconstrucción de lo verde. 7. Conclusiones. Bibliografía.

Cómo citar: Sánchez-Moñita Rodríguez, Miguel (2021). La construcción simbólica de lo ecológico en los entornos urbanos. Un análisis desde la imagen, en *Anales de Historia del Arte* nº 31 (2021), 311-334.

¹ Universidad Rey Juan Carlos
miguel.sanchezmonita@urjc.es.
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6176-5355>.

Introducción

La fotografía y la sostenibilidad son conceptos tremendamente amplios y maleables según la perspectiva desde la que se analicen. A primera vista parece difícil crear un orden en el gigantesco universo representativo que en las últimas décadas se ha construido en torno a la sostenibilidad. Como es obvio, todo el mundo desea un futuro sostenible, desde el empresario que busca la sostenibilidad en el lucro de su negocio hasta el ecologista que busca la sostenibilidad en el equilibrio de los ecosistemas. Pero naturalmente unas sostenibilidades entran en conflicto con otras: o el sistema es sostenible desde una concepción capitalista o es sostenible desde una concepción ecosistémica.

Como especie hemos sobrepasado todos los límites en la explotación de nuestro entorno. Saramago describió un hipotético mundo afectado por una ceguera generalizada que en un corto periodo de tiempo hizo añicos la sociedad tal y como la conocíamos. Hoy estamos inmersos en una ceguera colectiva que nos impide ver las terribles consecuencias que nuestro modelo de consumo está teniendo para el medio ambiente. La obsesión por la acumulación, la comodidad, la hiperconexión y el crecimiento ha entrado en una fase terminal. El planeta no da para más. Como respuesta a esta realidad el modelo de consumo ha buscado en la imagen unos sólidos cimientos para edificar la utopía de un futuro capitalista sostenible.

1. El nuevo interface que secuestra la realidad y la aceleración del consumo

«Ahora toda actividad debe de ser considerada como integrante del actual sistema de producción económica; la multitud conectada produce en todo momento». Juan Martín Prada, 2012².

Los noventa del siglo XX fueron una década de explosión del libremercado y la virtualización de la economía. Las empresas trasnacionales invadían los mercados globales y se estandarizaban los gustos a nivel mundial. Mientras los países periféricos se hacían cargo de la producción, los países centrales se especializaban en un capitalismo ficticio donde las grandes empresas centraban sus esfuerzos en generar estilos de vida a través del consumo.

El nacimiento de la web permitió un rapidísimo desarrollo del mercado especulativo. En las economías más desarrolladas las empresas que gestionan la nueva economía de lo intangible han cambiado el panorama bursátil, las inmensas corporaciones petrolíferas y de productos de consumo han sido sustituidas por las empresas tecnológicas; Apple, Microsoft, Google, Facebook y Amazon se han posicionado entre las diez primeras empresas por capitalización bursátil³.

Marx afirmaba que la revolución es un momento de aceleración de la historia. Hoy parece que estamos inmersos en este proceso de aceleración; después de la crisis global del año 2008 muchos líderes se apresuraron a lanzar la necesidad de refundar el capitalismo. Pasado el tiempo no solo no se ha refundado, sino que se ha re-

² Martín Prada, J. (2012). *Prácticas artísticas e internet en la época de las redes sociales*. Madrid: Akal.

³ Clasificación según la capitalización bursátil elaborado el Diario Económico 5 días. «Las 50 empresas más grandes del mundo». Enero 2020. Disponible en https://cincodias.elpais.com/cincodias/2020/12/23/companias/1608737144_206390.html

forzado. La desigualdad ha crecido, los ritmos de consumo han aumentado y de nuevo la crisis se ha solucionado con una huida hacia delante buscando un mayor crecimiento a través del capitalismo verde.

Y es que lo queremos todo y lo queremos ya. Todo se acelera. Los deseos se transforman en una realidad al momento. El 13 de enero de 2016 el presidente Obama dio su último discurso sobre el estado de la Unión en el Congreso Estadounidense. Su mujer, Michelle Obama asistió al evento con un llamativo vestido amarillo del diseñador Narciso Rodríguez valorado en 2.000 dólares. El discurso, que duró poco más de 50 minutos, fue retransmitido en directo por diversas cadenas de comunicación y medios online. Antes de que acabara el discurso el vestido se había agotado de todas las tiendas online⁴.



Figura 1. Aleix Plaidemunt. *Tot (All)*. 2009.

En este sentido obra de Aleix Plaidemunt es elocuente: una estructura realizada a base de frágiles globos amarillos y en medio de un paisaje natural se transforma en una contundente declaración de las demandas sociales. Se busca la satisfacción inmediata a través del pétreo principio capitalista que transforma los deseos en objetos y experiencias efímeras. Como afirma Aleix al referirse a su obra:

El éxito inmediato es uno de los valores de la sociedad contemporánea. No hay margen para el error. No hay término medio. Nuestros deseos de éxito son efímeros, deseos materiales producto del consumismo. Y si todo es posible, me pregunto si hay un lugar físico para almacenar todos nuestros deseos⁵.

⁴ Ver http://www.abc.es/estilo/gente/abci-agotado-vestido-lucio-michelle-obama-durante-discurso-marido-20161130848_noticia.html. Recuperado en enero de 2016

⁵ Plaidemunt, A. (2016). *Text-tot-cat*. Disponible en All - Aleix Plademunt Recuperado en enero de 2021.

Por lo tanto, dentro de esta lógica de aceleración e hiperconsumo en una sociedad hiperconectada y que hace referencia constantemente a lo individual es donde se ha de desarrollar la sostenibilidad. La ubicuidad de la imagen genera constantes representaciones del mundo creando una relación a través de las pantallas que tiene como consecuencia una desconexión con la naturaleza. Los valores que nacen de la sostenibilidad entran en conflicto con la aceleración y el estado de multitarea constante que requiere la hiperconexión en la era de la información. Dentro de esta lógica el desarrollo sostenible se transforma en un producto más donde poder elegir dentro de una amplia gama de artículos que responden a los deseos de la sociedad.

El objetivo último de la tecnología, el *télos* de la *Techné*, es sustituir un mundo natural, indiferente a nuestros deseos (un mundo de huracanes, de adversidades y corazones que se pueden romper, un mundo que se nos opondrá), por otro tan receptivo a nuestros deseos que llega a ser, de hecho, una simple prolongación del yo⁶.

Por lo tanto, la vorágine recopiladora de datos y patrones de comportamiento que la red global es capaz de analizar ha transformado los deseos de sostenibilidad de una sociedad preocupada por su entorno en una nueva y amplia gama de nuevos productos y servicios que permitan al sistema seguir creciendo.

2. Arte, fotografía y reflexión en el mundo de la aceleración

Como afirma Goodman, el arte es básicamente una forma de conocimiento de la realidad. El análisis del arte realizado por una sociedad es el análisis de la propia sociedad, las obras de arte son depósitos de las ideas que centellean en el imaginario cultural. El paso del *homo sapiens* al *homo videns* descrito por Sartori en 2007 es esencial para entender la creación de los relatos actuales. El ser humano recibe y emite imágenes que van creando una iconografía del mundo y que responden a los intereses del mercado. El arte «ya no simboliza un cosmos en el que ya no se expresan relatos trascendentes, ya no es el lenguaje de la clase social, sino que funciona como estrategia mercadotécnica, activación del valor de distracción, juegos de seducción continuamente renovados para captar los deseos del neoconsumidor hedonista y aumentar el volumen de negocios de las marcas»⁷.

Para poder acceder a las teorías del arte posmoderno es necesario pasar por la fotografía. Ésta crea representaciones de la realidad que se traducen en concepciones del mundo.

Prácticamente todas las cuestiones críticas y técnicas con las que el arte posmoderno engrana en un sentido o en otro, se dan cita en la fotografía. Las cuestiones que tienen que ver con la autoría, la subjetividad y la unicidad están presentes en la naturaleza misma del proceso fotográfico; las cuestiones relativas al simulacro, los estereotipos y la posición social y sexual del sujeto observador son centrales

⁶ Franzen citado en Bauman, Z. (2014) *¿La riqueza de unos pocos nos beneficia a todos?* Barcelona: Paidós Estado y Sociedad, 62.

⁷ Goodman, N. (1968). *Los lenguajes del arte*. Barcelona: Seix Barral, 21.

en la producción y el funcionamiento de los anuncios y otras formas de fotografía de los medios de masas⁸.

La fotografía sigue disfrutando de un estatus de veracidad, o al menos de verosimilitud.

La pretensión histórica de la fotografía de mediar, si no de representar completamente, el mundo empírico para la mayoría de los habitantes de las sociedades industrializadas (en efecto, la producción y el consumo de imágenes es una de las características distintivas de las sociedades avanzadas), la ha convertido en agente y conducto principal de la transmisión de cultura e ideología⁹.

Entonces podemos asumir que gran parte de las representaciones del mundo las construimos a través de las imágenes. Es innegable la profunda influencia que los usos y costumbres iconográficas transmitidas por las tecnologías de la comunicación tienen sobre la creación artística. En muchos casos los creadores inician su reflexión desde lo que ven en las pantallas.

Por lo tanto, la fotografía artística no escapa a estos principios mercantiles. Las nuevas tendencias de la denominada posfotografía reflexionan sobre la saturación de imágenes. Realizar fotografías va perdiendo su sentido en pro del reciclaje visual. El apropiacionismo, el *re-make*, la reutilización y la intervención forman parte del nuevo paisaje fotográfico.

Las imágenes de los archivos institucionales, familiares y digitales se encuentran en la base de las nuevas creaciones. El uso de las nuevas tecnologías de posicionamiento global permite acceder a imágenes que puede haberse tomado a miles de kilómetros. La colección de instantes curiosos del *Google Street View* es algo normal. El *hackeo* de cámaras de vigilancia, teléfonos móviles o *webcam* como nuevo acceso a la intimidad de las personas. La autoría del fotógrafo queda difuminada, lo importante no es la captura del momento decisivo, ya no es valioso el ojo fotográfico entrenado que es capaz de concentrar la esencia de un acontecimiento en un instante decisivo. Los Capa y Cartier Bresson son sustituidos por editores, coleccionistas y recolectores de imágenes del mundo. La avalancha de información iconográfica es tal que lo importante no es realizar una imagen sino saber seleccionar y editar el contenido existente.

La digitalización de la fotografía y el abaratamiento de las herramientas de captura y retoque fotográfico ha permitido que la imagen manipulada esté al alcance de todos. Esto nos lleva al segundo camino en el que la fotografía ha entrado en una crisis de credibilidad. Para el común de los consumidores de imágenes sigue ligándose la fotografía analógica en blanco y negro a la fotografía documental y la fotografía digital al retoque y la manipulación.

Las cámaras traducen la teoría de la óptica en una imagen y al mismo tiempo, cargan esa teoría de magia y codifican los conceptos teóricos «blanco» y «negro»

⁸ Solomon-Goudeau, A. (2001). La fotografía tras la fotografía artística. En B. Wallis (Ed). *Arte después de la modernidad*. Madrid: Akal, 75-82.

⁹ *Ibid.*

en situaciones. Las fotos en blanco y negro son la magia del pensamiento teórico, pues transforman el discurso lineal teórico en superficies¹⁰.

3. Recuperar los lazos con la naturaleza a través del arte

La sociedad asiste a una realidad mediada a través de las pantallas. Nos hemos acostumbrado a una existencia en diferido que nos devuelve una realidad aséptica y distante. Para evitar el colapso es necesario reconstruir los lazos entre el ser humano y la naturaleza. La mirada estética de nuestro entorno tiene una alta capacidad para activar nuestras emociones y nuestro campo simbólico y es una herramienta indispensable para la concienciación sobre los conflictos ambientales. Esta toma de conciencia a través de la representación cambia la concepción del mundo y provoca la reclamación de medidas reparadoras y conservacionistas del medio natural. El arte es una potente herramienta transformadora y puede desde remover conciencias hasta ser la fuente de inspiración para restaurar paisajes degradados.

Paul Klee defendía que, ante todo, una obra de arte es génesis y que nunca se debería captar como un producto. El arte tiene que ir más allá de lo tangible. El artista debe utilizar su intuición para establecer los patrones en el cosmos desordenado.

Si atendemos a las investigaciones de los paleoantropólogos veremos que los que nos hace realmente humanos no es tanto la habilidad para crear herramientas con las que transformar nuestro entorno (la tecnología propia del llamado homo habilis), sino la necesidad de trascendencia que genera todo un sistema simbólico capaz de ser comunicado y compartido a nivel consciente verbal en alguna medida, pero sobre todo a un nivel pre-lógico inconsciente¹¹.

Arte y ciencia son elementos propios de la especie humana, sirven para explicarnos, entendernos y nos hablan de la relación y sus consecuencias para el medio. La conciencia ecológica no sólo surge por la lectura de los datos científicos, también nace de la emoción sensible del puro hecho de contemplar las imágenes que representan un futuro incierto. Ciencia y arte se retroalimentan y avanzan, la imaginación y la representación hacen avanzar a las ciencias y las ciencias hacen avanzar la imaginación. «Un contemplador de este tipo (ingenuo) supone tácitamente que las fotos le muestran el mundo de afuera y que, consecuentemente, el universo de la fotografía es idéntico al mundo de afuera»¹². El imaginario ecológico se construye, en parte, con el material que la ciencia divulga y con las imágenes que lo representan. Las imágenes con un valor documental o artístico llegan a generar creencias que se asumen sin base científica. Son una construcción social de la realidad. Por eso es importante analizar las representaciones que se dan desde diferentes medios para poder establecer cuáles son los referentes icónicos que crean una imagen del mundo. Como defiende Tonia Requejo «es la ecología de ficción la que contribuye en gran medida

¹⁰ Flusser, V. (2001). *Una filosofía de la fotografía*. Madrid: Editorial Síntesis. 41.

¹¹ Martín Aragúz citado en Raquejo, T; Parreño, J.M. (eds) (2015). *Arte y ecología*. Madrid: UNED, 72.

¹² Flusser, V. (2001) *op. cit.*, 39

ha hacernos conscientes del problema al mismo tiempo que inculca utopías necesarias para movilizar el imaginario hacia un futuro mejor»¹³.

4. Sostenibilidad y paisaje: reconocer el verde como algo positivo

Por lo tanto, la imagen es sin duda una potentísima herramienta que contribuye intensamente al imaginario colectivo. A través de los estudios teóricos y prácticos los fotógrafos llevamos décadas analizando el poder representativo de la imagen como generadora de realidades. Los estudios de la imagen fotográfica se suelen abordar analizando la imagen como una herramienta de persuasión en la que estética, documentación y recuerdo se entremezclan generando documentos.

Desde los años 70 existen investigaciones dentro del campo de la ecología que estudian la relación afectiva del ser humano con su entorno a través de la imagen. Estas investigaciones extraen interesantes conclusiones sobre las preferencias humanas en las representaciones del espacio natural. «Es posible que, al menos una parte de la emoción estética y del valor afectivo a componentes del entorno natural como los árboles, las flores, la vegetación, las superficies de agua integradas en el paisaje tengan su fundamento en reacciones innatas»¹⁴.

Es importante mencionar estas investigaciones ya que la construcción de la imagen de la sostenibilidad desde la concepción capitalista ha utilizado el componente afectivo con la naturaleza para crear la representación de la sostenibilidad. Pero presentamos estas líneas de investigación estética sin perder de vista que la percepción humana a través de la imagen es un proceso eminentemente cultural que ha sido aprendido. Son mecanismos de representación que se generan dentro de la sociedad y que no existen en sí en la naturaleza, sino que han sido interpretados por el hombre.

De forma tradicional el mundo de la imagen se ha preocupado por la representación del paisaje siendo una de las temáticas más recurrentes en la fotografía. Mucho se ha escrito y debatido sobre el paisaje en la fotografía, sobre los paisajes tradicionales que beben de los paisajes pictóricos románticos, representación de una naturaleza apabullante, sublime e inalcanzable o las nuevas topografías que a partir de los setenta se preocuparon por representar un paisaje más cercano a una lógica industrialista. Pero estos autores que han estudiado la imagen del paisaje desde un punto de vista biológico aportan una nueva visión que nos puede ayudar a comprender la representación de la sostenibilidad en las actuales circunstancias. Los paisajes tradicionales no sólo responden a los gustos estéticos que emanan del romanticismo si no que responden a unos nexos afectivos que hemos desarrollado con el entorno desde hace miles de años. Las diversas investigaciones realizadas por los profesores González Bernáldez (1985) y López Santiago (1994) revelan que el gusto por los paisajes verdes con lagos de aguas cristalinas y algunos árboles (típico paisaje romántico) se debe a un nexo afectivo que establecemos entre los signos que vemos y las necesidades innatas de asegurar la ingesta de alimentos con espacios fértiles, con opciones de refugio y capacidad de prever el riesgo.

¹³ Raquejo, T. y Parreño, J.M. (2015) *op. cit.*, 84.

¹⁴ González Bernáldez, F. (1985). *Invitación a la ecología humana. La adaptación afectiva al entorno*. Madrid: Editorial Tecnos. 56

Es decir, como especie de primates que abandonó la protección de los árboles tenemos preferencia por espacios que favorezcan la legibilidad de las estructuras vegetales frente a grandes masas enmarañadas que no nos permiten controlar el perímetro; preferimos lugares que podamos usar como refugio a espacios donde no existen elementos para resguardarse y preferimos aguas cristalinas en extensiones equilibradas e integradas, pero también preferimos que aparezcan ciertos elementos de hostilidad (rocas desnudas, signos de frío o formas agresivas) que estimulan el desafío por explorar nuevos espacios. Preferimos de forma innata la naturalidad, la legibilidad, la seguridad, es decir, aquellas características que favorezcan la supervivencia¹⁵. Las escenas naturales producen efectos muy marcados en el bienestar, pero deben ser escenas cuyos signos nos permitan asegurar el alimento y el poder ver con claridad.

Tenemos todavía mucho de primates en nuestra percepción del entorno, la interpretación del medio es clave para la supervivencia de una especie. El profesor López Santiago, después de realizar un experimento transcultural con 4.903 individuos, llegó a las siguientes conclusiones: tenemos preferencia por la vegetación vigorosa y exuberante (fitofilia), por el agua abundante y limpia (hidrofilia) y por los signos de seguridad que se asocian al refugio y a escenas con algunos signos de humanización. Nos gustan los espacios no intervenidos con la presencia de elementos espectaculares y que nos provoquen reverencia. Rechazamos los paisajes áridos con ausencia de agua y vegetación y aquellos donde la presencia humana es más acusada, donde la intervención del hombre ha causado profundos cambios en las formas naturales¹⁶.

Pero el ser humano es complejo y se mueve entre la exploración y la seguridad. La información es esencial en el desarrollo de la especie humana. De la obtención y procesamiento de esta depende su supervivencia, pero la información visual no es suficiente para interpretar lo que observamos, el cerebro ha de invocar experiencias anteriores para que nos ayuden a interpretar lo que los ojos ven.

Aunque la principal función del sistema visual sea la de percibir el mundo que nos rodea, la información disponible para nuestros ojos no basta, por sí sola, para que el cerebro se haga con su singular interpretación del mundo visual. El cerebro ha de invocar experiencias anteriores (la suya propia o la de remotos antepasados, que está encerrada en nuestros genes) para que le ayuden a interpretar la información que se nos entra por los ojos¹⁷.

Pero hoy muchas de las experiencias visuales que tenemos son virtuales. Accedemos al mundo a través de imágenes mediadas; vemos a través de pantallas y construimos nuestro sistema de signos y afectos perceptivos a través de experiencias visuales simuladas.

El hecho de que más de la mitad de la población mundial nazca y viva en espacios urbanos donde no existe conexión con la naturaleza hace que su percepción ambiental se decante por los elementos más exuberantes de la naturaleza, quizás por la in-

¹⁵ *Ibid.*, 47.

¹⁶ López Santiago, C. (1994). *Lo universal y lo cultural en la estética del paisaje. Experimento transcultural de percepción del paisaje*. (Tesis doctoral). Universidad Autónoma de Madrid, 307-309.

¹⁷ Bernáldez citado en López Santiago, C. (1994) *ob. cit.*, 9.

fluencia de los paisajes representados a través de una imagen publicitaria que genera paisajes estandarizados. López Santiago afirma que:

El escaso o nulo contacto del público urbano con la naturaleza trivializa su percepción ambiental, sobrevalorando el aprecio por los elementos más exuberantes de la naturaleza, en detrimento de los paisajes esteparios o con menos cobertura vegetal. La experiencia directa del ambiente enseña a valorar muchas tipologías escénicas de paisajes poco apreciados, pero de características ecológicas importantes. Es por ello muy recomendable la incidencia educativa sobre el aprecio de dichas zonas y la necesidad de ser conservadas, en un contexto orientado al desarrollo sostenible compatible con el respeto por el medio¹⁸.

En los últimos 10.000 años el hombre ha ido transformando la matriz biofísica hasta transformarla en territorios configurados desde una perspectiva antropocéntrica. Toda la superficie de la Tierra tiene rastros de la intervención humana, tanto de forma directa, en los territorios ocupados, como de forma indirecta en los territorios vírgenes que ha sido transformados por los contaminantes que viajan a través de la atmósfera y las consecuencias del cambio climático. Durante mucho tiempo se consideró que el paisaje tenía un significado meramente escenográfico¹⁹. Efectivamente, como también puntualiza Fontcuberta, cuando fotografiamos desde un mirador (que está representado en la señalética por una antigua cámara fotográfica de fuelle y no por un ojo) estamos buscando la representación idílica de un territorio, buscamos los paisajes sublimes, con lagos y puentes que nos recuerdan a paisajes ya aprendidos:

Vivimos en un mundo imágenes que preceden a la realidad. Los paisajes alpinos suizos nos parecen simple réplicas de las maquetas de los trenes eléctricos de cuando éramos niños. El guía del safari fotográfico detiene su *jeep* en el emplazamiento exacto desde donde los turistas mejor reconocen el diorama del museo de historia natural. En nuestros primeros viajes nos sentimos inquietos cuando en nuestro descubrimiento de la torre Eiffel, el Big Ben o la estatua de la Libertad percibimos diferencias con las imágenes que nos habíamos prefigurado a través de postales y películas. En realidad, no buscamos la visión sino el *dejà-vu*²⁰.

Los paisajes contemporáneos de la mayoría de los países son paisajes construidos derivados de una forma ancestral de explotar la base biofísica. Pero la percepción que en general tiene la población urbana, como hemos visto, es más bien confusa y depende de la percepción que se tiene de éste a través de la construcción simulada del paisaje a través de los medios. Hoy los medios de comunicación de masas están en pleno retroceso. La fragmentación de los productores y distribuidores de la información ha cambiado el mercado de las comunicaciones. El antiguo discurso oficial ha dado paso a una atomización de los productores de información donde, gracias a las TIC, existen millones de emisores de información. Pero, aunque tengamos nuevas herramientas los ideales simbólicos siguen reproduciéndose de generación en generación. Si buscamos en Google, Bing o en cualesquiera de los megabancos de

¹⁸ *Ibid.*, 309.

¹⁹ Folch, R. (2011). *La quimera del crecimiento*. Barcelona: RBA temas de actualidad, 201.

²⁰ Fontcuberta, J. (1997). *El beso de Judas. Fotografía y verdad*. Barcelona: Gustavo Gili, 71.

imágenes por el término paisaje podemos ver cómo estos siguen los cánones clásicos de los que se supone debería ser un paisaje. Las imágenes que hacemos son herencia del imaginario colectivo que hemos aprendido. Como afirma Folch «sería todo un tema estudiar qué paisajes se presentan como ejemplares y cuáles como lamentables»²¹. Los paisajes que se presenten como ecológicos o sostenibles serán los paisajes que el público demandará en el futuro. Si la representación de estos conceptos se liga a los conceptos de fitofilia e hidrofilia el público ligará la sostenibilidad y la ecología al verde y la abundancia de recursos híbridos. Fomentar esta creencia en un país de secano como España es una agresión contra el medioambiente. Estamos asistiendo a la falsa idolatría de lo verde, que puede tener su origen en la confusión en que el movimiento ambientalista se autodenomine «movimiento verde». Una cuestión de marketing ideológico que a sobrepasado la esfera de la comunicación.

5. La fitofilia aparente: el verde como el paisaje deseado

Observamos cómo las imágenes que emanan del sistema de consumo crean representaciones de la sostenibilidad en los territorios contemporáneos. En la representación de las ciudades aparecen muchos de los valores que predominan en nuestra sociedad y son una constatación de la aceleración, el crecimiento desmedido, la masificación, la atomización del individuo, la planificación cortoplacista, la irrigación masiva, la mercantilización del espacio, la especulación, la producción constante de desechos, la polución atmosférica y la contaminación pluvial y, en definitiva, de la insostenibilidad.

La vivienda dice mucho de acerca de los valores individuales y culturales. Hay tendencias en las viviendas que son transitorias, haciendo que las viviendas sean, de un extremo a otro del país más homogéneas y monótonas, algo que tiene mucho que ver con la similitud de las legislaciones, como en el caso de la zonificación, las normativas, los tipos de financiación y la estrategia del mercado, así como los materiales de construcción²².

El capitalismo del hiperconsumo vende como seña de identidad el poder construir una personalidad diferenciada y especial a través de los objetos que poseemos. El hogar también se ha transformado en un espacio de autorepresentación, una república independiente de vida. Pero los diferentes trabajos que analizaremos a continuación revelan de qué manera el capitalismo arrasa con cualquier intento de diferenciación que no responda a los cánones de rentabilidad cortoplacistas impuestas por el sistema. Como sostienen Lipovetsky y Serroy:

Al no hacer suyos más que la rentabilidad y el reino del dinero, el capitalismo aparece como una apisonadora que no respeta ninguna tradición, no honra ningún principio superior, ni ético, ni cultural ni ecológico. [...] El capitalismo aparece así como un sistema incompatible con la vida estética digna de ese nombre, con la armonía, la belleza, la satisfacción. La economía liberal destruye los elementos

²¹ Folch, R. (2011) *op. cit.*, 203.

²² Maclean, A. S. (2003). *La fotografía del territorio*. Barcelona: Gustavo Gili. 236.

poéticos de la vida social; produce en todo el planeta los mismos paisajes urbanos fríos, monótonos y sin alma, impone en todas partes las mismas libertades de comercio, homogeneizando los modelos de los centros comerciales, urbanizaciones, cadenas hoteleras, redes viarias, barrios residenciales, balnearios, aeropuertos: de este a oeste, de norte a sur, se tiene la sensación de que estar aquí es como estar en cualquier otra parte²³.

Para estudiar las representaciones de la sostenibilidad analizaremos el modelo urbano californiano por dos razones fundamentales: por un lado, porque se ha impuesto a nivel global como la forma constructiva por antonomasia para las clases medias y altas y, por otro, porque es un modelo profundamente insostenible, que participa de manera directa en la elevada huella ecológica que tiene EEUU y que afecta de manera definitiva al clima global. Estos inmensos barrios se extienden cientos de kilómetros y precisan de grandes extensiones de terreno y sobre todo agua, mucha agua. Es necesario crear grandes infraestructuras viarias para mover el parque automovilístico (casi un coche por cada dos personas) y acuíferas para regar los jardines, llenar las piscinas y mantener los campos de golf típicos del modelo californiano.

Este modelo se ha caracterizado por la opulencia. Pero para poder asegurar la continuidad de la especie humana sobre la tierra es necesario cambiar este modelo de consumo, no se trata por lo tanto de consumir de forma diferente, como prodiga la nueva revolución verde, sino de consumir menos. La base ideológica sería: ser más feliz con menos. Vivir con lo que se necesita, aunque no es fácil fijar los límites. Es necesario crear una cultura de la reutilización, la reparación y el reciclaje. Por lo que mantener la cultura actual del continuo estreno es inviable. Ted Trainer resume la idea con el grito ¡abandonad la opulencia!:

La percepción fundamental debe ser que una sociedad justa y segura no puede ser una sociedad opulenta. Hemos sido embaucados por décadas de recursos baratos, fundamentalmente petróleo, haciéndonos creer que Los Ángeles proporcionan el modelo de desarrollo apropiado para la humanidad. Hemos llegado a asumir que la norma para todo el mundo puede ser una casa llena de aparatos eléctricos con dos coches en el garaje, y ellos para conducir treinta kilómetros para ir al trabajo, recorrer tres mil kilómetros en unas vacaciones y comer alimentos producidos en el otro extremo del planeta. Hemos visto que un puñado de nosotros puede vivir así, pero sólo si el resto no lo hace [...] ²⁴.

Después de la II Guerra Mundial las películas de Hollywood y las series de televisión se hicieron eco del decorado del *American way of life*: la felicidad del paraíso capitalista habitaba en una casa independiente, con un pequeño porche, jardín y un garaje para aparcar el automóvil que trasladaba cómodamente al ciudadano a los macrocentros comerciales donde una amplia oferta de consumo y diversión le aguardaba. La industria del entretenimiento nos mostró la vida de estos barrios residenciales donde las familias hacían copiosos desayunos a base de tortitas y cereales, prac-

²³ Lipovetsky, G. y Serroy, J. (2015). *La estetización del mundo. Vivir en la época de capitalismo artístico*. Barcelona: Anagrama. 7-8.

²⁴ Trainer citado en Dobson, A. (1999). *El pensamiento verde. Una antología*. Madrid: Trotta. 96-97.

ticaban *footing* por las amplias calles arboladas, cortaban el césped y organizaban barbacoas los domingos. Los ancianos pasaban su jubilación en campos de golf con verdes colinas e idílicas lagunas, los niños iban en bicicleta a jugar el partido de *baseball* y los adolescentes conducían enormes todoterreno de fiesta en fiesta.



Figura 2. Marcus Lyon. *Time out VI*. Centro Comercial en Houston, Texas, Usa. 2010.

Verdaderamente la industria del entretenimiento tuvo una enorme influencia en la creación de un imaginario colectivo global. La industria del entretenimiento global nació en el valle semidesértico californiano a principios del siglo XX. Los grandes estudios cinematográficos como Warner, Paramount o Disney se asentaron cerca de las colinas de Beverly Hills donde las estrellas mediáticas construyeron sus majestuosas mansiones. El modelo constructivo californiano tenía toda una industria a su disposición para vender el formato de la felicidad a través de las pantallas del mundo entero... y efectivamente así sucedió. Las casas con el tejado a dos aguas, las ventanas francesas, el porche, el jardín, la valla de madera y la chimenea humeante se han erigido como el símbolo global del hogar-refugio. Este modelo se repite a lo largo y ancho del mundo.

Muchos de los escenarios que Gregory Crewdson utiliza para situar a su *hoppe-rianos* personajes son los barrios residenciales en los suburbios de las grandes ciudades. La estética cinematográfica hollywoodiense envuelve a las solitarias figuras atrapadas en su cárcel de la comodidad.

Las repeticiones de patrones constructivos, las caprichosas formas que generan las calles grises, los verdes jardines y las azules piscinas en contraste con el entorno se han transformado en un elemento compositivo repetido por diversos autores para representar esta forma de vida. El punto de vista aéreo que usan Michael Ligth, Terry Evan, Lucy Nicolson, Stephane Couturier, David Maisel así comolas tomas de Edward Burtinsky, Alex Maclean, Daniel Beltrá y Yann Arthus Bertrand revela la forma de vida de los estadounidenses exportada a nivel global.

Michael Ligth retrata en *Black Mountain* (2012) los paisajes horadados donde se crearán nuevos asentamientos. Las plataformas geometrizan las irregularidades del desierto y construyen una retícula donde se establecerá un vergel artificial. El contraste entre el paraíso verde y el desierto aumenta la idea de ruptura entre el hombre y la naturaleza. Se generan marcadas fronteras, se levantan muros que nos protegen de lo salvaje.



Figura 3. Gregory Crewdson. *Dream House*. 2002.



Figura 4. Michael Ligth. *Black Mountain*. 2012.

En una de las imágenes de su serie *Water*, Edward Burtinsky representa dos formas diferentes de entender el territorio: con una toma aérea el autor nos muestra la marcada línea que separa la ciudad estadounidense de Scottsdale de la reserva india de Salt River Pima-Maricopa en Arizona. La visión indígena del territorio choca con una forma de entender el espacio que no responde a una lógica de la ecología social.

La urbanización se presenta como una isla de racionalidad que surge de la naturaleza, son casas cosechadas, huertos urbanos donde crece la homogenización y la monotonía. Las ciudades aparecen como maquetas en la que todos los elementos conviven en armonía.



Figura 5. Edward Burtinsky *Salt River Pima-Maricopa Indian Reservation / Scottsdale Arizona, USA, 2011.*



Figura 6. Alex Maclean. *Desert Housing Block Las Vegas NV. 2009.*

Esta representación de la conquista del medio se ha trasladado a otros países. Daniel Beltrá en su *Forest* (2009) nos revela los mismos usos en la península del Yucatán en México, donde la selva es destruida para generar nuevas urbanizaciones y donde el espeso arbolado surge como un parche de entre las casas.

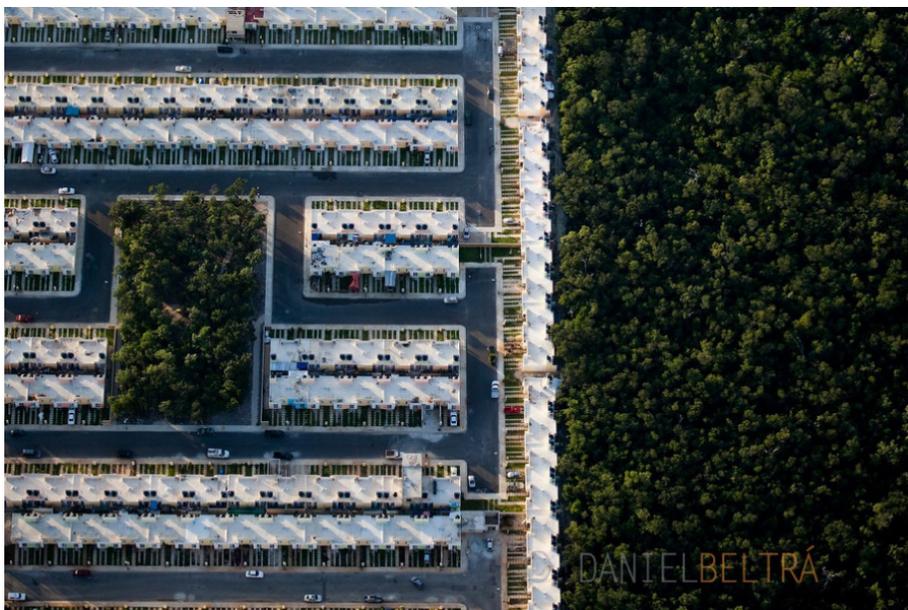


Figura 7. Daniel Beltrá. *Yucatan rainforest*. Cancún, península del Yucatán, México.

6. La falsa reconstrucción de lo verde

El gusto estético por el verde pasado por el tamiz de la lógica del mercado inmobiliario ha creado paisajes incongruentes y confusos.

El paisaje está moldeado por una cultura política que pone a la naturaleza al servicio de los intereses del sistema de compra y venta, creando lugares discordantes donde el edén y el terreno yermo comparten protagonismo. El modelo urbanístico californiano ha impuesto lo verde como el símbolo de la élite económica o la representación del mismo por clases sociales que aspiran a imitar sus usos y costumbres. Son grandes extensiones, siempre verdes, reservados a una clase acomodada que puede pagar los costosos gastos de mantenimiento que estos espacios requieren. Muchos de los vergeles ficticios se consiguen a base de extraer agua subterránea.

Desde el punto de vista de la representación los campos de golf se han transformado en un icono de la insostenibilidad, simbolizan un paisaje fracturado por la irracionalidad del mercado. Las manchas verdes son pinceladas cromáticas aisladas que contrastan con los áridos colores del desierto; paraísos artificiales sin futuro que encarnan los valores cortoplacistas del mercado, son programaciones insostenibles del territorio que transmiten la idea del edén falsificado.



Figura 8. Alex Maclean. *Desert Landing Pad Scottsdale, AZ*. 2004.



Figura 9. Mitch Epstein. *American Power* (2003-2008)

Los perímetros de las ciudades del mundo van siendo conquistados por alfombras verdes que colonizan espacios áridos. El fotógrafo británico Jason Larkin en su serie *Cairo Divided* (2011) analiza esta conquista del perímetro tomando como ejemplo el crecimiento de la ciudad de El Cairo. De forma tradicional la capital egipcia ha ido creciendo por una estrecha franja de tierra fértil a lo largo del río Nilo, pero en la actualidad las clases más adineradas están construyendo según los anhelados gustos californianos en medio del desierto. Los nuevos barrios tienen nombres como *Utopía*, *Dreamland*, *Palm Hills*, *Belle Ville* y el *The Egypt of My Desires*. Son territorios de fantasía fruto del

despilfarro de una fracción de la población que acumula gran parte del capital del país. El 40% de los egipcios viven con menos de 2 dólares al día, en cambio una pequeña élite es capaz de crear el edén en el desierto sacrificando la sostenibilidad ambiental:

La remodelación surrealista del paisaje muestra poco aprecio por el medioambiente que está siendo colonizando rápidamente. A partir de las decisiones de unos pocos, El Cairo está transformando la periferia en su núcleo, mientras que condena el centro anterior a una vida en los márgenes²⁵.



Figura 10. Jason Larkin. *Cairo Divided*. 2011.

Una de las señas de identidad de esta nueva élite es el lujo de tener césped en el desierto. Esta iconografía ininteligible ecológicamente también es utilizada por el fotógrafo catalán Gerardo Custance en su serie *Perímetro* (2006-2009). Este autor reflexiona sobre la colisión entre el paisaje urbano y los espacios rurales, abordado desde la mirada pausada del artista que camina en busca de imágenes que representen la ruptura de un territorio inconexo y liado. Los perímetros representan espacios enmarañados que mezcla lo humano y lo natural, muchas veces creando imágenes disparatadas.

En sus fotografías Gerardo Custance aspira a desvelar, más bien a recuperar, los fragmentos sublimes de la naturaleza sin servirse de la fantasía; apoyándose únicamente en el hiperrealismo de la imagen para transparentar su pensamiento. No

²⁵ Traducido del original: «*The surreal remodeling of the landscape shows little appreciation for the environment it is rapidly colonising. From the decisions of a few, Cairo is morphing its periphery into its core whilst condemning the previous centre to a life on the margins*» de Larkin, L (2016) *Cairo divided*. Obtenido de <http://jasonlarkin.co.uk/work/cairo-divided/#text>

hay mesianismo ecológico ni elementos simbólicos que guíen nuestra interpretación hacia un relato determinado. Hay un deseo de prolongar el contacto y la proximidad del espectador a ese paisaje hibridado con los destellos y los residuos del progreso. Demorar la lectura de la imagen, parece proponer, para activar una distancia crítica con lo representado²⁶.

Efectivamente Castellote defiende que en la obra de Custance no existe «mesianismo ecológico» igual que en las piezas de Larkin. Los dos utilizan el mismo símbolo para representar el deterioro natural: el golf en los espacios yermos, tan sólo se cambia el desierto de Egipto por la Mancha en España.



Figura 11. Gerardo Custance. *Perímetro*. 2006-2009.



Figura 12. Robert Harding Pittman. *Concrete Coast*. 2009.

²⁶ Castellote, A. (2010). *Perímetro, Spain 2006 – 2009, Perimeter of 150 km around Madrid (Cartography II)*. Disponible en <http://www.gerardocustance.com/perimetro/>. Recuperado en enero de 2016.

Del mismo modo Robert Harding Pittman también retrata en su trabajo *Concrete Coast* la adaptación de las formas constructivas en la costa española a los gustos de los turistas ingleses y alemanes en su mayoría. La profunda transformación del litoral para atraer el turismo del norte de Europa ha creado un territorio absurdo en el que se ha destruido la naturaleza y las tradiciones culturales locales en pos de un paraíso construido de gustos globalizados.

[...] Los turistas van a España por el sol, la playa y los precios bajos, pero no por la cultura. ¿Han creado los resorts de playa una cultura y arquitectura únicas? ¿Es ésta la arquitectura del «paraíso»? ¿Será el desarrollo del «paraíso construido» con sus palmeras no nativas y playas artificiales que destruyen la propia naturaleza la que atrae a los turistas a la costa? ¿Sigue siendo española la costa mediterránea de España?²⁷

Como cabría esperar este «paraíso construido» por Harding Pittman también se vale de la simbología del campo de golf como elemento icónico fundamental para representar esta realidad confusa.

Esta misma idea de la conquista artificial del espacio infecundo se repite en los trabajos de los autores que han analizado el crecimiento de las ciudades en Estados Unidos que ya hemos mencionado: Michael Ligth en *Lakes las Vegas* (2012), Terry Evans en *Revecling Chicago*, Giles Price en *Detroit*, Robert Harding Pittman en *Anonymization*, y Marcus Lyon en *Time Out* también se han dejado atrapar por la fascinación estética de estos espacios contradictorios. Pero la característica fundamental que tienen todos estos trabajos en común es la búsqueda de la lentitud que transmite paciencia en la ejecución. Es una espera calmada en la naturaleza que mira críticamente a un entorno inhóspito y que busca la reflexión del espectador para que comience a buscar los lazos que le unen con la naturaleza.



Figura 13. Rubén Acosta. *De Rendering Dubai*. 2011.

²⁷ Traducido del original: Harding Pittman, R. (2016). *Concrete coast*. Obtenido de <http://www.rhpimages.com/g/index.php?album=photography%2FConcrete+Coast>.

Este modelo, a todas luces insostenible en el tiempo, está dando las primeras señales de agotamiento. Alimentar esta forma de ocio, vivienda y consumo conlleva una importante inversión en infraestructuras de irrigación. Según un estudio de la NASA²⁸ California se está hundiendo a un ritmo de 5 centímetros anuales lo que pone en peligro la red de infraestructuras de la superficie. Esto se debe al intenso bombeo de agua subterránea que ha aumentado en los últimos 4 años de sequía. Las arcillas del subsuelo van cediendo ante la falta de agua y se compactan, por lo que no volverán a recuperar su estado original. Marcus Doyle en *Virtual Water*²⁹ ha realizado un seguimiento de este proceso de desertificación de un modelo agotado. Doyle representa a través de esta serie un sistema en decadencia donde los diques estén empezando a colapsar, los canales de riego a agrietarse y las carreteras a hundirse. California es la prueba en tiempo real de las consecuencias de la sobre explotación de los acuíferos y de la fragilidad de los sistemas de irrigación impuestos por una mirada cortoplacista que ha agotado las reservas de agua acumuladas hace entre 10.000 y 20.000 años. De nuevo nos encontramos con unos de los sempiternos problemas de nuestra sociedad, explotar las reservas del pasado hipotecando el futuro. También es alarmante el caso de Pekín que no sólo se enfrenta a una profunda contaminación y a tormentas de arena producidas por la sobre explotación del medioambiente, sino que literalmente se está hundiendo al vaciar las reservas de agua subterránea del subsuelo. La revista científica *Remote Sensing* revela que las mediciones por satélite demuestran un ritmo de hundimiento de 11 centímetros anuales³⁰.



Figura 14. Brian Oldham. *Beautiful lies*. 2011-2013.

²⁸ Ver informe en http://water.ca.gov/groundwater/docs/NASA_REPORT.pdf consultado en agosto de 2015.

²⁹ <http://marcusdoyle.co.uk/virtual-water/>

³⁰ Leavenworth S. (2016). Beijing has fallen: China's capital sinking by 11cm a year, satellite study warns. *The Gardian*. Obtenido de <https://www.theguardian.com/world/2016/jun/24/beijing-has-fallen-chinas-capital-sinking-by-11cm-a-year-satellite-study-warns>.



Figura 15. Imagen promocional de Mission Hills Haikou. the Golf Environment Organization. 2016.

Por lo tanto, como representa la fotografía de Brian Oldham, en su serie *Beautiful lies* (2011-2013) al crear verdegales en el desierto nos estamos auto engañando como sociedad, son espacios ficticios y virtuales, mantenidos por una mirada cortoplacista. Pero el sistema imperante insiste en que el desarrollo sostenible posibilita seguir en la misma senda de consumo. La tecnociencia y el capitalismo verde se han impuesto como modelo simbólico de un futuro sostenible. Lo pulcro y pulido que emanan de la estética de la tecnología digital junto con la iconografía de lo verde, como símbolo de la sostenibilidad, son la base que se proyecta en los diseños urbanos futuros. Las grandes corporaciones están planificando una utopía donde tecnología, capitalismo y ecología se dan la mano a través de una estética tecno-ecológica. Las ciudades ideadas por las grandes corporaciones de digitales, o las empresas de automoción proyectan una estética donde se mezclan lo impoluto y lo verde.



Figura 16. Mercedes Benz. video URBANETIC_ Mobility for Urban Areas. 2018. Recuperado en enero de 2021.

7. Conclusiones

El capitalismo se ha puesto al frente de una revolución social que necesita un horizonte representativo que ofrezca una alternativa positiva a la visión pesimista que la

realidad exhala. Es el sector empresarial, sobre todo el energético y el de la automoción, el que está creando la representación del concepto «otro mundo es posible». De alguna manera el discurso utópico está siendo secuestrado por los procesos industriales que vocean las representaciones de la responsabilidad social de las corporaciones como la lozana ética de la nueva economía.

Las imágenes derivadas del sistema de consumo se han apropiado de los valores estéticos que representan la relación afectiva con el paisaje. Cualquier acción, por pequeña que sea, que suponga una mejora ecológica en los procesos productivos se asocia a la iconografía de la naturaleza y a los valores de la sostenibilidad.

Las imágenes que se construyen dentro de la economía verde están creando una concepción de lo ecológico que choca con los valores de la sostenibilidad. Las grandes industrias de la energía, la automoción, las finanzas y la alimentación tienen la capacidad de controlar el discurso simbólico que llega a través de las pantallas. Los paisajes que se presenten como sostenibles serán los paisajes que el público demandará en el futuro: si la representación de estas ideas se liga a los conceptos de fitofilia, hidrofilia y seguridad, el público asociará la sostenibilidad y la ecología al verde, a la abundancia de recursos hídricos y a paisajes previsibles, elementos que están ausentes en multitud de ecosistemas. Presumiblemente y ante el aumento de la temperatura global los colores ligados a la fitofilia y la hidrofilia, el verde y el azul, se transformarán, más que nunca, en los colores que tintan las representaciones del lujo. Hemos observado de qué manera la iconografía de los espacios urbanos de las clases más pudientes a nivel global se vincula a la ostentación de poseer agua en abundancia. La estética de los campos de golf en las zonas más áridas y los jardines privados transfigurados en vergeles paradisiacos se ha convertido en la representación de la opulencia.

De forma paralela, la fotografía que reflexiona sobre la sostenibilidad muestra las consecuencias del capitalismo artístico, descrito por Lipovetsky y Serroy, en su intento de renovar la estética de los procesos productivos y de consumo. La reestructuración del sistema a través del nuevo capitalismo artístico se demuestra por el profundo interés que muchos autores han demostrado con proyectos sobre el derroche de energía, recursos y mano de obra que ha supuesto algunas obras faraónicas de la actualidad. Los artistas han retratado esta estética del despilfarro con la desconfianza del que se sabe retratista de un mundo efímero que dejará de existir.

Pero el sistema, a través de sus representaciones, sigue insistiendo en la necesidad de hacer una transición hacia la economía verde, por lo que la sociedad de consumo ha entrado en una especie de esquizofrenia cultural en la que conviven la sostenibilidad y el exceso por el exceso. Los productos ecológicos se venden en establecimientos decorados suntuosamente, los grandes vergeles que alimentan la sociedad del espectáculo se riegan con agua reciclada, los campos de golf se unen a la moda sostenible usando coches con placas solares y se planifican en medio del desierto lujosas eco ciudades que rebosan alta tecnología, eficiencia energética y verdes paseos con modernos sistemas de transporte eléctrico.

El alegato industrialista se aprovecha de la imagen como herramienta comunicativa ubicua para simplificar el discurso iconográfico de la sostenibilidad. La complejidad de los ecosistemas naturales se sintetiza a través la idea de *bit* en la era de la información: encendido o apagado, bueno o malo, sostenible o insostenible. Esto produce una profunda simplificación de las complejas relaciones entre todos los elementos que conforman un ecosistema. El desarrollo sostenible, entendido desde la

economía de mercado, emana de una sociedad dominada por el optimismo utópico basado en las tecno-ciencias.

La representación del desarrollo sostenible es una nueva ficción virtual que el sistema de consumo irradia para poder seguir creciendo. El desarrollo sostenible, visto desde dentro del sistema, no implica un cambio en las estructuras de valores en la relación del hombre con la naturaleza. La industria se ha puesto un traje verde para seguir caminando hacia su autodestrucción. Se debería hablar de sociedad ecológica, no sólo sostenible.

Los proyectos artísticos analizados muestran un mundo inundado por valores y procedimientos en los que no hay ningún indicio de transición hacia un futuro sostenible.

La sostenibilidad implica un cambio cultural muy profundo que choca con los principios del desarrollo constante que el sistema precisa. El crecimiento infinito que el modelo económico imperante propone se rededica con las representaciones de la sostenibilidad sin cambiar su esencia: la necesidad de consumir sin límite. La idea del decrecimiento como alternativa derriba los pilares fundamentales de un sistema que pretende seguir desarrollándose bajo el capitalismo verde.

La promoción de la fotografía, por parte del sistema capitalista, como una herramienta de documentación, como la evidencia de una realidad dramática que hay que denunciar, como una prueba irrefutable de la acción del hombre contra la naturaleza demuestra el andamiaje que aún soporta los valores de la modernidad. Los mismos valores culturales que defienden que la realidad se puede capturar y entender a través de una imagen fotográfica son los que justifican el derecho inalienable de la humanidad, por encima de cualquier otra especie, de disponer de la naturaleza. En ambos casos prevalece el derecho de poseer: acopiar fotografías de paisajes naturales y de animales salvajes transforma el medioambiente en algo propio, en un objeto privado y en una pieza que se atesora para disfrute del individuo.

Bibliografía

- Bauman, Z. (2014) *¿La riqueza de unos pocos nos beneficia a todos?* Barcelona: Paidós Estado y Sociedad.
- Castellote, A. (2010). *Perímetro, Spain 2006 – 2009, Perimeter of 150 km around Madrid (Cartography II)*. Obtenido de <http://www.gerardocustance.com/perimetro/>.
- Dobson, A. (1999). *El pensamiento verde. Una antología*. Madrid: Trotta.
- Flusser, V. (2001). *Una filosofía de la fotografía*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Folch, R. (2011). *La quimera del crecimiento*. Barcelona: RBA temas de actualidad.
- Fontcuberta, J. (1997). *El beso de Judas. Fotografía y verdad*. Barcelona: Gustavo Gili.
- González Bernáldez, F. (1985). *Invitación a la ecología humana. La adaptación afectiva al entorno*. Madrid: Editorial Tecnos.
- Goodman, N. (1968) *Los lenguajes del arte*. Barcelona: Seix Barral.
- Harding Pittman, R (2016). *Concrete coast*. Obtenido de <http://www.rhpimages.com/g/index.php?album=photography%2FConcrete+Coast>.
- Larkin, L. (2016). *Cairo divided*. Obtenido de <http://jasonlarkin.co.uk/work/cairo-divided/#text>.
- Leavenworth S. (2016). Beijing has fallen: China's capital sinking by 11cm a year, satellite study warns. *The Guardian*. Obtenido de <https://www.theguardian.com/world/2016/jun/24/beijing-has-fallen-chinas-capital-sinking-by-11cm-a-year-satellite-study-warns>.

- Lipovetsky, G. y Serroy, J. (2015). *La estetización del mundo. Vivir en la época de capitalismo artístico*. Barcelona: Anagrama.
- López Santiago, C. (1994). *Lo universal y lo cultural en la estética del paisaje. Experimento transcultural de percepción del paisaje*. (Tesis doctoral). Universidad Autónoma de Madrid.
- Macleán, A. S. (2003). *La fotografía del territorio*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Martín Prada, J. (2012). *Prácticas artísticas e internet en la época de las redes sociales*. Madrid: Akal.
- Raquejo, T. y Parreño, J. M. (eds) (2015). *Arte y ecología*. UNED.
- Solomon-Goudeau, A. (2001). La fotografía tras la fotografía artística. En B. Wallis (Ed.). *Arte después de la modernidad*. Madrid: Akal.