

Laura Muñoz

FOTOGRAFÍA IMPERIAL, ESCENARIOS TROPICALES.  
LAS REPRESENTACIONES DEL CARIBE EN LA REVISTA  
*NATIONAL GEOGRAPHIC*

*historia*  
internacional

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES DR. JOSÉ MARÍA LUIS MORA  
CONSEJO NACIONAL DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA  
EL COLEGIO DE MICHOACÁN

## ÍNDICE

Agradecimientos	11
Introducción. <i>A welcome guest in million homes</i>	15
<i>The National Geographic Society and its Magazine</i> . Empresa cultural, empresa imperial	30
<i>The National Geographic Society and its magazine</i> . La historia oficial	33
<i>Beautiful photographs, gorgeous color plates and interesting narratives</i> .	
<i>National Geographic</i> y la fotografía	40
<i>In focus</i> . Miradas a la revista.	58
<i>With American and National Geographic flags</i> . De la guerra hispano-americana a la intervención de las islas	74
<i>The Spanish American war and the new possessions</i> . Las primeras incursiones.	74
“ <i>Go yourself to Martinique</i> ”. La expedición científica	103
<i>Romance and adventure behind the story of geography</i> . El Caribe, Mediterráneo americano	109
<i>The most historic and romantic bits</i> . Las islas	114
<i>Explorers and adventurers</i> . La región	164
<i>Americans in the Caribbean</i> . De paraíso tropical a media luna defensiva	194
<i>Sun, Sea and Seething</i> . El Caribe, destino turístico	253

<i>Difficult Paradise</i> . El Caribe en crisis	337
<i>Inside the yellow borders</i> . ¿Islas que se repiten?	378
La revista <i>National Geographic</i> como generadora de representaciones.	381
La fotografía y sus relatos	383
El Caribe, escenarios tropicales	388
Fuentes consultadas	396
Índice onomástico	423

## INTRODUCCIÓN. *A WELCOME GUEST IN MILLION HOMES*

By its own reckoning, the Society reaches hundreds of millions of people a month, diffusing its brand of geographic knowledge around the clock as well as around the globe.

Mark Collins Jenkins

“The illustration made the *National Geographic Magazine* and the magazine’s life depends on getting better and better pictures”, decía Gilbert H. Grosvenor,<sup>1</sup> artífice y, por más de medio siglo, pilar de la revista que empezó como un boletín impulsado por un pequeño grupo de individuos alrededor del Cosmos Club de Washington, que se ha convertido en parte de una gran industria que incluye otros medios de difusión, y se considera “the world’s largest educational society, a great force for knowledge and international understanding”.<sup>2</sup>

Mientras en Washington se celebran los 125 años de vida de la revista y alrededor de 60 000 000 de personas leen o por lo menos sólo hojean la revista que se publica en inglés y otras 33 lenguas,<sup>3</sup> termino de escribir este trabajo sobre esa gran empresa cultural, después de varios años de intentos intermitentes y cada vez interrumpidos por diversos proyectos, por

<sup>1</sup> McCarry, “Let”, 1989, p. 27, y *Field*, 1997, pp. 17-18. He dejado citas y nombres en inglés porque utilicé como fuente la versión de la revista en ese idioma. Se evitan así confusiones con los artículos que están en español en *National Geographic* y, en general, con las citas de la bibliografía consultada en este idioma. Asimismo, se mantienen los nombres de las instancias gubernamentales, para no repetir en cada ocasión que se trata de una dependencia de Estados Unidos.

<sup>2</sup> Vosburgh, “Gilbert”, 1966, pp. 445-487.

<sup>3</sup> Jenkins, *National*, 2013, p. 384.

acontecimientos felices y por otros muy tristes, y justo cuando la National Geographic Society (NGS) inunda la red con mucha información acerca de su historia, sus editores, sus fotógrafos. La idea de escribirlo no fue mía, se la debo a Ricardo Pérez Montfort. Hasta ese día en que me la sugirió, mi relación con *National Geographic* (NG) había sido casi nula, a diferencia de la experiencia de gran parte de quienes han escrito sobre la revista.<sup>4</sup> Mi lectura, además, no se preocupa de cómo esa publicación contribuyó a formar la imaginación geográfica estadounidense,<sup>5</sup> o cómo se negociaron las características y tipologías del mundo difundidas, ni se ocupa de las resistencias de los lectores,<sup>6</sup> tampoco de cómo percibieron estos las imágenes del mundo que año tras año circularon en sus páginas,<sup>7</sup> ni es para saber específicamente de Estados Unidos.<sup>8</sup> A mí me interesa identificar y ubicar en su contexto las diferentes representaciones que se construyeron y difundieron de la región del Caribe a partir de 1898, y analizar cómo a través de una serie de artículos, y especialmente de un discurso visual, los editores de la revista mostraron al conjunto de sociedades y territorios. Solamente incluí en mi examen aquellos artículos que iban ilustrados, como les gustaba decir al presidente de la NGS,<sup>9</sup> Alexander Graham Bell, y al *chief*, como era llamado el ya citado Gilbert Grosvenor. Es decir, aquellos artículos que llevan fotografías.

No recorro a las imágenes como si fueran meras ilustraciones que adornan los discursos narrativos expuestos en los artículos de la revista, aunque así las concibieron y propusieron los editores, según se insiste en la revista. Las utilizo como documentos a través de los cuales *National Geographic* contó historias acerca de lugares y poblaciones que, cuando le interesaban, fueron consideradas atrasadas, ricas, románticas, atractivas para la inversión, la aventura y el ocio, excepcionales para la exploración y, ante todo, útiles para la defensa estratégica del canal de Panamá. Estoy consciente de que la manera en que se leen esas fotografías está estrechamente vinculada a cómo y cuándo son vistas.

<sup>4</sup> Véanse, por ejemplo, Lutz y Collins, *Reading*, 1993; Rothenberg, "Voyeurs", 1994 y "National", 1999; Hawkins, *American*, 2010, o Grundberg, *Crisis*, 1990.

<sup>5</sup> Schulten, "Transformation", 1995, y Schulten, *Geographical*, 2001.

<sup>6</sup> Hawkins, *American*, 2010.

<sup>7</sup> Tarea que debe tomar en cuenta que el público las ve de acuerdo con su entrenamiento, bagaje cultural, etcétera. Queda abierta la elaboración de un estudio acerca de cómo las recibieron los lectores, que con el paso del tiempo fueron cambiando de perfil de igual manera que la revista se transformó.

<sup>8</sup> Lutz y Collins, *Reading*, 1993; Tuason, "Ideology", 1999, pp. 34-53, y Pauly, "World", 1979.

<sup>9</sup> En adelante usaré indistintamente el nombre completo o NGS, por sus siglas en inglés, diferenciándola de la revista que aparece como *National Geographic Magazine* o *NGM* y *NG*.

Pongo mi atención en lo que Volkmar Wentzel, uno de los famosos fotógrafos de la empresa, ha llamado *photograph-story*.<sup>10</sup> Es decir, lo que me propuse fue trabajar con las imágenes y con las representaciones que esas imágenes transmiten. Esta elección corresponde al peso que los editores de *National Geographic* han dado desde 1898 a la fotografía como vehículo para producir y difundir un mensaje.<sup>11</sup> Las imágenes constituyen el medio idóneo para mostrar “the world itself and all it holds”,<sup>12</sup> objetivo perseguido desde que Alexander Graham Bell presidía la National Geographic Society en las postrimerías del siglo XIX. Más aún, creo que la revista ha funcionado y funciona como una “máquina representacional”, como generadora de enunciaci-ones que en conjunto producen conocimiento. Uso el concepto como lo hace Ricardo Salvatore, quien a su vez lo toma de Stephen Greenblatt, en el sentido de “mecanismos o aparatos productores y difusores de representaciones que constituyen las diferencias que separan dos formaciones culturales o nacionales”.<sup>13</sup> Dentro de la revista, el conocimiento del mundo, o mejor dicho, su representación, que habla del poder de evocar algo, de crear significado,<sup>14</sup> se ha construido con las fotografías que generan un cierto saber, estereotipado y repetitivo.<sup>15</sup> Las fotografías publicadas son, como dice Leah Bendavid-Val, “a record of what the *Geographic* decided to say”.<sup>16</sup> La revista *National Geographic* se convirtió, por el volumen creciente de su circulación, por su calidad –desde siempre la mejor en su género, a la vanguardia tec-

<sup>10</sup> Que podría traducirse como relato fotográfico o narración fotográfica, Wentzel, “Gilbert”, 1998. Grosvenor señalaba que no era hacer historia con la fotografía, sino contar historias, generar relatos visuales –lo que sigue siendo el objetivo hasta hoy. En suma, construir con las fotografías narraciones discursivas.

<sup>11</sup> McCarry, *Field*, 1997, p. 3.

<sup>12</sup> Alexander Graham Bell a Gilbert Hovey Grosvenor, 4 de abril de 1904, Box 267, Bell Papers, citado en Rothenberg, *Presenting*, 2007, p. 11.

<sup>13</sup> Salvatore, *Imágenes*, 2006, p. 28. Para usar el término que emplea Salvatore, pero esa idea está ya en otros trabajos como el de Tuason, Pauly o Shulten. Habría que tomar en cuenta lo que dice Todorov acerca de que “también los discursos son acontecimientos, motores de la historia y no solamente sus representaciones”. Todorov, *Nosotros*, 2003, p. 15.

<sup>14</sup> Véanse Magee, *Africa*, 2012, p. 128, y especialmente Said, *Orientalism*, 1979.

<sup>15</sup> Para algunos de sus lectores, lo que *NGM* presentaba era una herramienta para entender el mundo. En un artículo de 1936, Grosvenor cita a una de las lectoras que decía “I need my *GEOGRAPHICS* to interpret world news, to make these happenings seem real”, citado en Grosvenor, “National”, 1936a, p. 161 y “National”, 1947, p. 92. Thomas Canby dice en 1998, respecto de la NGS de los años sesenta: “the Society of the 1960s also was a formidable publishing machine, geared to fulfill its unique editorial role in American life and worldwide. This role was to educate, in particular to educate painlessly, even pleasurably, so that Society members looked forward monthly to being taught. *Geographic* pictures and words did much to shape American’s understanding of peoples beyond their shores”, Canby, *Botswana*, 1998, pp. 11-12.

<sup>16</sup> Bendavid-Val, *Stories*, 2001, p. 7.