

Japón según Underwood & Underwood. El lote de vistas estereoscópicas del Museo Oriental del Real Colegio de los Padres Agustinos de Valladolid¹

Carolina Plou Anadón
Universidad de Zaragoza
carolinaplou@gmail.com

Resumen

Durante el periodo Meiji (1868-1912) la fotografía llegó a Japón y se instauró como un lucrativo negocio dirigido a los extranjeros que visitaban temporalmente el país. Estas fotografías se convirtieron en un vehículo de conocimiento del Japón exótico, y, siguiendo su estela, surgieron también otras manifestaciones fotográficas, tales como las vistas estereoscópicas, imágenes que a través de un visor adquirirían tridimensionalidad. En el presente artículo estudiaremos un lote de estas vistas estereoscópicas realizado por la empresa Underwood & Underwood, que hoy forma parte de la colección del Museo Oriental de Valladolid.

Palabras clave: vistas estereoscópicas, Japón, Meiji, fotografía.

Abstract

During the Meiji Period (1868 – 1912), photography arrived to Japan and established as a profitable business aimed at strangers who temporally visited the country. These pictures became the way to know the exotic Japan, and, following these steps, also arose other photographic manifestations, like the stereoview, pictures which can be seen in 3D using an special viewer. The present article pretends to study a set of stereoviews, made by Underwood & Underwood which is part of the collection from the Oriental Museum in Valladolid.

Keywords: stereoview, Japan, Meiji, photography.

Desde mediados del siglo XIX, aproximadamente, se generalizó la producción de vistas estereoscópicas, un fenómeno de gran popularidad como ocio doméstico entre la clase burguesa. Denominadas, en ocasiones, viajes de salón, ofrecían la posibilidad de conocer y contemplar los principales enclaves y monumentos a través de pequeñas tarjetas que, contempladas a través de un visor especialmente diseñado a tal efecto, creaban la impresión de tridimensionalidad. El procedimiento que empleaban estas vistas estereoscópicas para conseguir el efecto tridimensional parte de la visión binocular humana, o, lo que es lo mismo, la capacidad del ser humano para percibir dos imágenes

1. Trabajo ganador, por unanimidad del jurado y *ex aequo*, del «IV Premio de Investigación *Revista Kokoro*».
Recibido el 10/03/2016
Aceptado el 08/04/2016

simultáneas, una a través de cada ojo, y combinarlas en el cerebro de manera que el resultado sea una sola imagen en la que se percibe el volumen y la tridimensionalidad espacial. Las vistas estereoscópicas se componen de dos fotografías montadas sobre una cartulina. Ambas imágenes mostraban el mismo objeto, con la única diferencia de que el punto de vista entre una y otra oscilaba escasos centímetros (aproximadamente, la separación entre dos ojos humanos entre pupila y pupila). Si bien, este resultado podía lograrse con una cámara ordinaria, variando ligeramente su ubicación, pronto surgieron también cámaras estereoscópicas, con dos objetivos, que permitían la toma de ambas imágenes con un único disparo. Al contemplar la tarjeta a través de un visor, éste facilitaba la combinación de ambas fotografías en una imagen única en la que se percibía la profundidad.² Esta capacidad fue descubierta por el físico inglés Charles Wheatstone (1802-1875) en 1832³, antes, incluso, del descubrimiento de la fotografía. Wheatstone desarrolló un primer aparato que permitía, de manera rudimentaria, la visión en relieve de imágenes formadas por dos dibujos. No obstante, con el nacimiento de la fotografía, las investigaciones en ambos campos comenzaron a discurrir parejas, puesto que la estereoscopia vio en la imagen fotográfica su gran aliada. Su desarrollo culminaría en 1849, con la creación del primer visor estereoscópico, llevado a cabo por el fotógrafo e inventor escocés David Webster y los franceses Moigno, Soleil y Duboscq.⁴ El invento fue presentado en la Exposición Universal de Londres de 1851, donde recibió una gran acogida.⁵ A partir de este momento, surgieron un gran número de estudios fotográficos y editoriales dedicadas a la producción y comercialización de vis-

tas estereoscópicas. Si bien, los temas más habituales fueron paisajes y monumentos, prácticamente cualquier tema tratado por la fotografía tradicional se representó también en vistas estereoscópicas. No obstante, la fotografía estereoscópica decaería hacia la década de 1930, ya que fue reemplazada por otras formas de ocio doméstico, como la radio, y por la generalización de la tarjeta postal como vehículo de conocimiento del mundo a través de imágenes. Paralelamente al auge de las vistas estereoscópicas surgió en Occidente (especialmente en Europa) un interés creciente por las obras artísticas que llegaban de Japón y a lo largo del periodo Meiji (1868-1912), a partir de la apertura de fronteras del país,⁶ esta curiosidad se extendió hacia cualquier manifestación proveniente del País del Sol Naciente. Conocida bajo el nombre de “Japonismo”, esta corriente alcanzó a prácticamente todos los niveles de la cultura europea, desde las artes plásticas (es de sobra conocida la influencia del grabado *ukiyo-e* en artistas postimpresionistas como Van Gogh o Toulouse-Lautrec) hasta la vida cotidiana: la tenencia y el uso habitual de objetos nipones se convirtió en signo de distinción y sofisticación. A este respecto, la fotografía jugó un papel destacado. Desde Japón se percibió rápidamente este interés y, así como alfares que venían de una larga tradición, se adaptaron a los gustos occidentales para exportar sus producciones (tal es el caso, por ejemplo, de las porcelanas de Kutani y de Satsuma, dos de las predilectas por los occidentales), los estudios fotográficos dirigieron su producción a satisfacer al público occidental que visitaba Japón, creando vastos repertorios de fotografías que mostraban la cara más tradicional del País del Sol Naciente, contribuyendo con ello a la fijación de una

serie de tópicos y estereotipos que todavía perduran en el imaginario colectivo occidental. No obstante, y aunque los álbumes *souvenir*⁷ se remontan a una fecha relativamente temprana del periodo Meiji, hubo que esperar aproximadamente al cambio de siglo para que Japón adquiriese protagonismo en las vistas estereoscópicas. Esto puede explicarse atendiendo a que los editores de vistas estereoscópicas, en su totalidad empresas occidentales, explotaron primero al máximo la representación de lugares cercanos (tanto cultural como geográficamente), a fin de minimizar los costes. De este modo, se produjeron numerosas series sobre España, Italia, Francia y otros lugares europeos, al tiempo que en Estados Unidos se explotaban también los grandes parques naturales, como Yellowstone. Cuando el interés por estos lotes comenzó a declinar, progresivamente fueron ampliándose los horizontes. La producción de vistas estereoscópicas japonesas recayó indistintamente en fotógrafos occidentales, *freelances* enviados de manera itinerante a distintas localizaciones exóticas para preparar conjuntos fotográficos; y en fotógrafos japoneses, asentados en estudios en los que se compaginaba la fotografía *souvenir* con encargos para las compañías editoras, generalmente norteamericanas.⁸

El set *Japan durch das Stereoskop* del Museo Oriental del Real Colegio de los Padres Agustinos de Valladolid

La forma de comercialización habitual de estas vistas estereoscópicas era en sets o lotes de entre cincuenta y cien tarjetas, almacenadas en una caja o estuche. Es muy frecuente que estos estuches tengan forma de libro, con

lujosa encuadernación y datos en el lomo, para que pudieran integrarse estéticamente dentro de la librería de aquellos que los compraban. A estas características responde el lote que posee el Museo Oriental del Real Colegio de los Padres Agustinos de Valladolid desde 2010. Se trata de un lote de cien vistas, editado por la empresa Underwood & Underwood, una de las compañías más importantes de Estados Unidos en lo que respecta a producción de vistas estereoscópicas, bajo el título de *Japan durch das Stereoskop*. Como parte de la colección del Museo Oriental del Real Colegio de los Padres Agustinos de Valladolid,⁹ este lote contribuye a enriquecer el fondo fotográfico que posee dicha institución, pionera y única en España en aplicar una política de adquisición de obras de fotografía japonesa de época Meiji. Además, el set constituye un valioso ejemplo de fotografía estereoscópica dentro de los fondos del museo, así como dentro de las colecciones españolas de fotografía japonesa del periodo Meiji, en las cuales la estereoscopia está escasamente representada.¹⁰

La producción del set

El set de fotografías *Japan durch das Stereoskop* fue editado por la compañía editorial Underwood & Underwood. La empresa fue fundada en 1881, cuando los hermanos Elmer y Bert Underwood abandonaron sus trabajos de agente literario y encargado de una imprenta para asociarse en una nueva aventura empresarial. Establecida en Ottawa, Kansas, la compañía pronto resaltó entre las múltiples casas de vistas estereoscópicas de la época por la calidad de sus materiales y sus estrategias comerciales, entre las que destacaba la búsqueda de cli-

entes puerta por puerta que el punto de dominar el mercado en varios estados americanos.

Su crecimiento fue tal que en 1889 Underwood & Underwood tenía sedes en Toronto (Canadá) y en Liverpool (Inglaterra). Pocos años después, la demanda de vistas estereoscópicas en Europa y Asia se incrementó y permitió a la compañía trasladar su sede británica a Londres y luego crear nuevas sedes.¹¹ A diferencia de otras empresas competidoras, los hermanos Underwood supieron interpretar el auge del que gozaban las vistas estereoscópicas como una oportunidad, realizando inversiones cada vez mayores para ofrecer sets en los que se diferenciaban de la competencia, como podría ser el caso de este que nos ocupa.¹² En los comienzos del siglo XX, sin abandonar la producción de vistas estereoscópicas, la empresa comenzó a diversificarse, adentrándose en la producción de retratos y, especialmente, sirviendo de fuente fotográfica para periódicos y revistas. El estallido de la Primera Guerra Mundial determinó el cierre de buena parte de las sedes internacionales de la empresa, cerrando su etapa dedicada a las vistas estereoscópicas e iniciando un nuevo rumbo para la compañía.¹³

La práctica totalidad del set está fechada en 1904, aunque hay seis fotografías de 1896.¹⁴ Esto nos permite saber con exactitud a qué lote pertenecen, dado que esta cronología encaja perfectamente con los datos existentes sobre el lote que Underwood & Underwood comercializó en 1904. Las fotografías pertenecen a tres fotógrafos: Henry A. Strohmeier, Herbert G. Ponting y el japonés T-Enami. Strohmeier es el autor de las seis fotografías de mayor antigüedad,

realizaban sus agentes, hasta que formaban parte de un set comercializado en 1896. En 1904 Strohmeier había alcanzado un puesto de responsabilidad dentro de Underwood & Underwood, lo que le permitió intervenir en la organización de dicho set, incluyendo en él estas seis fotografías de su autoría.

Japan durch das Stereoskop.

El lote consta de cien vistas estereoscópicas dedicadas a Japón. Tanto por temáticas como por la forma de representación, entroncan con la producción fotográfica nipona desarrollada durante el periodo Meiji, a la que ya hemos aludido anteriormente. No obstante, las vistas estereoscópicas presentan una clara evolución respecto a la fotografía *souvenir*, evolución que se materializa en varios rasgos característicos. El primero de ellos se vincula estrechamente con los requerimientos de la fotografía estereoscópica. En este tipo de vistas, que reproducían visualmente la tridimensionalidad, se buscaba habitualmente sacar el mayor rédito posible al efecto visual, lo cual se podía conseguir bien en función del propio objeto representado (monumentos o paisajes en los que se subrayase ese espacio en profundidad de manera natural) o bien mediante composiciones que forzasen la perspectiva. Así, pues, esto se tradujo en escenas dinámicas, que rompían con el equilibrio y la estabilidad (en ocasiones, excesivos) de las fotografías *souvenir*.¹⁵ Por lo tanto, los puntos de vista empleados para las vistas estereoscópicas constituían un refresco de las formas tradicionales, de modo que, aunque estuviesen presentes los mismos temas, se ofrecía al potencial consumidor una novedad evidente, incluso en aquellos aspectos

tan complicados la representación de renovar como monumento.¹⁶ El segundo de los rasgos que constatan la evolución frente a la fotografía *souvenir* es la temática y la interpretación de los temas, que comparten de base la distinta concepción utilitaria de la fotografía como producto comercial. En el caso de la fotografía *souvenir*, adquiere esta denominación porque su función consistía en ofrecer un retrato evocador del Japón tradicional, dirigido al visitante que estaba en el país. De este modo, se ponía el acento en la recreación de escenas tradicionales que, si bien se estaban perdiendo paulatinamente, disueltas en la modernización impulsada por el gobierno Meiji, constituían, a ojos del visitante, los rasgos más “auténticos” del país que había conocido. Es decir, se subrayaban los aspectos culturales más diferentes a la cultura occidental de origen del viajero, en la creencia de que esta diferencia acentuaba la identificación del ente cultural “Japón”. Frente a esto, las vistas estereoscópicas se dirigían a un público que, mayoritariamente, no había visitado Japón previamente, pero que sí tenía conocimiento del país.¹⁷ Por tanto, no tenía sentido que las vistas se concibiesen como evocaciones de los recuerdos vividos, lo cual otorgaba una cierta libertad temática y facilitaba la diferenciación estética de la que hablábamos anteriormente. Este set, haciendo honor al apelativo coloquial de las vistas estereoscópicas como “viajes de salón”, se plantea como un viaje por el propio País del Sol Naciente, siguiendo un recorrido factible y geográficamente coherente. La primera fotografía,¹⁸ dentro de esta interpretación del set como “historia” o sucesión de acontecimientos o destinos, se enriquece con una lectura referencial.

Muestra en segundo plano un barco extranjero (concretamente, el S. S. China, de la compañía Pacific Mail) atracado en el puerto de Yokohama; mientras, en primer plano, dos personas se saludan con una reverencia a modo de bienvenida. Esta escena se convierte en una bienvenida metafórica para el viajero que, a través del visor estereoscópico, se dispone a sumergirse en la contemplación del set. Se acompaña con una explicación relativa a Yokohama, precisamente, como enclave en el que abundan los occidentales, por ser el puerto más importante del país. Yokohama no sirve únicamente de punto de partida, sino también es considerado el primer destino de interés, mostrando varias escenas de la vida cotidiana de la ciudad, si bien, en algunos casos, son escenas en las que el escenario es irreconocible y simplemente suponen una familiarización con distintos aspectos de la cultura local. A continuación, el set muestra varias imágenes de puntos de interés en la periferia de la capital: Kamakura, los lagos de Hakone y Kawaguchi y el monte Fuji. Cabe destacar, como ejemplo de la revitalización visual de la que venimos hablando, la serie de fotografías dedicadas a la montaña sagrada japonesa,¹⁹ en las cuales se percibe claramente el cambio. Las dos primeras muestran sendas vistas del Fuji, en una interpretación muy tradicional y estrechamente relacionada con los modos de mostrar el Fuji en la fotografía *souvenir*: en la primera se atisba la montaña en todo su esplendor, dominando un paisaje, por lo demás, sereno y llano, y la segunda, muy similar, enmarca la vista del Fuji a lo lejos, entre un grupo de árboles en primer plano. Sin embargo, las siguientes fotografías ofrecen perspectivas muy novedosas: una sucesión de peregrinos ascendiendo a la cima

(en la que la montaña figura como escenario, es decir, totalmente alejada de su icónica apariencia habitual), un grupo de personas asomadas al cráter y la vista desde la cima del lago Yamanaka, uno de los grandes lagos que lo rodean. Estas tres fotografías constituyen formas nuevas de mostrar el Fuji, huyendo de representar el perfil inequívoco, recortado contra el cielo, que aparecía en las dos vistas anteriores. Lógicamente, evitar la repetición de una escena muy similar (y quizás, la que menos variación admita de todo el repertorio) era uno de los motivos de esta variación, pero, evidentemente, no el único, puesto que se podría haber optado por ocupar estas tres fotografías del set con otros temas, o bien haberlo resuelto incurriendo en la repetición (algo que tampoco resultaría extraño, puesto que se había realizado con frecuencia). Sin embargo, existe una voluntad explícita por mostrar nuevas perspectivas, impulsada por una técnica que favorecía la espectacularidad de los paisajes tomados desde la cima. Por otro lado, la presencia de volcanes y la convivencia de la sociedad nipona con la actividad volcánica eran un aspecto que también estimulaba la curiosidad de los espectadores occidentales. Prueba de ello sería una temática, minoritaria pero con la suficiente entidad como para considerarla en sí misma, dedicada a la representación del entornovolcánico, ya fuera a través de imágenes como la cima del Fuji que comentábamos en el párrafo anterior o mediante fotografías de actividad volcánica, las cuales también se pueden ejemplificar con cuatro fotografías de este mismo set, que aparecen más adelante: dos mostrando una explosión en el volcán Asamayama²⁰ y otras dos similares, casi al final del recorrido, en el volcán Aso.²¹ Tras el monte Fuji, el set prosigue su recorrido

dirigiéndose a la capital, Tokio, en un bloque en el que se combinan escenas urbanas: ejemplos de casa tradicional, retratos de personalidades y monumentos destacados de la ciudad. A continuación, el set realiza una breve visita a Nikko y se dirige al norte hasta Matsushima, para, desde allí, poner rumbo hacia Kioto, pasando por el camino por Nagoya, para incluir la fortaleza, uno de los principales monumentos de la ciudad. En Kioto, de nuevo, se centra un bloque de contenido, con fotografías alusivas tanto a los monumentos de la capital histórica como a escenas cotidianas. Finalmente, de Kioto parte hacia Uji, Nara, Osaka, Kobe, Hiroshima, Miyajima, Iwakuni y Nagasaki, limitándose a unas pocas escenas por cada una de estas localidades. A modo de cierre, y en relación con la primera fotografía del set, se muestra el avituallamiento del buque S. S. Siberia, también de la compañía Pacific Mail.²² Con esta escena, el recorrido termina y el viajero embarca, metafóricamente, para volver a su casa. Las escenas de la vida cotidiana que se intercalan durante el recorrido reciben también un tratamiento distinto y novedoso. Si en la fotografía *souvenir* se trata, habitualmente, de composiciones (de estudio o en exteriores) perfectamente calculadas por el fotógrafo, involucrando en muchos casos a actores y modelos como verdaderos personajes, en las vistas estereoscópicas son escenas mucho más naturales, en las que la intervención del fotógrafo es mínima. En los casos en los que se muestran artesanos, estos se encuentran en sus talleres, no en un estudio decorado simulando un espacio de trabajo. Además, contrasta también la abierta aceptación de la modernidad. Mientras la fotografía *souvenir* trata de esconderla a toda costa,

únicamente aparece en escenas urbanas en las que es inevitable y siempre de manera lo más discreta posible, en *Japan durch das Stereoskop* la modernidad no es un tabú, sino parte intrínseca del país nipón, y, por tanto, tan atractiva como la vertiente tradicional para el espectador interesado. Si bien, en este set la aparición de elementos modernos u occidentalizantes es muy moderada, no es una presencia discreta ni disimulada, sino reconocida de manera abierta y específica. El mejor ejemplo de ello es la fotografía dedicada a un puente de nueva construcción en Kioto,²³ escena donde predomina la arquitectura occidentalizante y los rasgos del Japón tradicional quedan relegados a algunos detalles.²⁴

Las tarjetas

Todas las tarjetas poseen la misma estructura. En el anverso figuran, a izquierda y derecha de las dos fotografías que componen la vista, eslóganes alusivos a la compañía editora, a las diversas sedes de la misma y al *copyright* de las fotografías; bajo la foto derecha aparece un número de serie y el título de la vista. En el reverso, esta edición incluye un texto explicativo (en inglés) acerca de la imagen representada y una relación con el título en varios idiomas: inglés, francés, alemán, español, sueco y ruso. No es extraño que la tarjeta se acompañe de explicaciones, puesto que era una práctica habitual, aunque no sistemática.²⁵ Generalmente, los textos suelen ir en un solo idioma que varía dependiendo de la parte del mundo en la que se comercialicen, por lo que sí resulta más llamativo que en el lote se incluya el título traducido a varios idiomas. Debe destacarse que estos comentarios son textos de aproximadamente trescientas palabras, es decir, de una extensión

considerable y bastante razonable para aportar información útil y valiosa al lector. Es decir, no se trata únicamente de una puesta en contexto de la imagen, sino que pretende convertir la tarjeta en una fuente de conocimiento a través de la combinación de fotografía y de texto.

Conclusión

El fenómeno de las vistas estereoscópicas, de gran éxito como entretenimiento desde mediados del siglo XIX, mostró un interés tardío por Japón como lugar exótico, al que dirigió sus ojos tras haber agotado otros recursos más próximos. Durante el cambio de siglo se hicieron numerosos lotes de vistas estereoscópicas dedicados a Japón por las principales compañías editoras occidentales. Entre ellos se encuentra *Japan durch das Stereoskop*, un set producido por Underwood & Underwood del que el Museo Oriental del Real Colegio de los Padres Agustinos de Valladolid posee una copia completa. La autoría de las fotografías se divide entre Henry A. Strohmeier, Herbert G. Ponting y el fotógrafo japonés T-Enami.

Las cien vistas estereoscópicas que conforman el set están organizadas como un recorrido turístico, un viaje sin moverse del sillón, por los principales enclaves y monumentos del país, saltado con instantáneas de la vida cotidiana, de manera similar a la que el turista real podría conocer estas escenas. Se percibe en la disposición de la serie una intención narrativa, acentuada por el hecho de que la primera fotografía sea una escena de bienvenida ante un buque transoceánico y la última una escena de carga en otro buque de la misma compañía. Más allá de este aspecto, el recorrido trazado por la sucesión de vistas estereoscópicas

atiende a los principales destinos nipones. *Japan durch das Stereoskop* ofrece, por lo tanto, la experiencia completa de un viaje a Japón. Al distinguirse conceptualmente del uso que hace de la fotografía frente a los álbumes *souvenir* que se producían en los estudios japoneses para público occidental, el set puede incurrir en novedades formales para dinamizar la representación de temas comunes y habituales. Además, esta concepción de mostrar y no de evocar le permite también ampliar horizontes e incluir temas y aspectos de la compleja cultura japonesa del siglo XIX, que resultaban tabú para la fotografía *souvenir*, como es el caso de la modernización que estaba experimentando dicho país. Por último, cabe destacar que el set no se limita a la renovación en cuestión visual, sino que cada tarjeta se acompaña de un texto explicativo que pretende ampliar el conocimiento sobre el País del Sol Naciente del espectador, satisfaciendo la curiosidad que el espectador occidental podía desarrollar hacia el país, estimulada por dos vertientes: una cultural y una geopolítica y relacionada con la actualidad del momento.

Bibliografía

Franklin County Historical Society, «Underwood & Underwood Stereographs» en: <http://www.franklincohistory.org/themes/business-and-industry/underwood-underwood-stereographs/>
 FUENTES, Ángel, “Notas sobre la fotografía estereoscópica”, en: <http://www.angelfuentes.es/PDF/Estereoscopica.pdf> (p.3).
 HERVÁS LEÓN, Miguel, “Las series de vistas estereoscópicas de España de J. Andrieu y un paseo por el Madrid de 1867”, en: <http://xn--archivospaoldearte-53b.revistas.csic.es/index.php/aea/article/view/171/171>
 PLOU ANADÓN, Carolina, “Álbumes *souvenir*

del periodo Meiji: hacer el mundo más pequeño a partir de fotografías”, en: http://www.revis-tacodice.es/publi_virtuales/II_C_H_CAMINERIA/comunicaciones/albumes_souvenir.pdf
 PLOU ANADÓN, Carolina, “Guerras (no tan) exóticas desde el salón de su casa. Las vistas estereoscópicas sobre la Guerra Ruso-Japonesa (1904-1905) de la colección fotográfica del Museo Universidad de Navarra”, en: <http://ruhm.es/index.php/RUHM/article/view/69>
 PLOU ANADÓN, Carolina, “Tipologías, técnicas y autores de las fotografías japonesas del Fondo Fotográfico Universidad de Navarra”, en: TIRADO, Carmen (ed.), *Japón y Occidente, estudios comparados*, Zaragoza, Prensas Universitarias, 2015, pp. 379-397.
 PLOU ANADÓN, Carolina, *La fotografía japonesa del periodo Meiji (1868-1912) y su presencia en España. La colección del Fondo Fotográfico de la Universidad de Navarra*, Zaragoza, Universidad de Zaragoza, 2013 (Trabajo Fin de Máster, inédito).
 SIERRA DE LA CALLE, Blas, *Japón. Fotografía s. XIX*, Valladolid, Caja España, 2001.

Notas

- 2 El uso de visor no es imprescindible, ya que el efecto puede percibirse sin necesidad de aparatos, únicamente alterando el enfoque habitual de la vista. No obstante, esta forma de contemplar las vistas estereoscópicas crea fatiga en los ojos, mientras que la contemplación a través de visor genera el mismo efecto de manera automática, convirtiéndola en una actividad plácida y carente de esfuerzos.
- 3 FUENTES, Ángel, «Notas sobre la fotografía estereoscópica» en: <http://www.angelfuentes.es/PDF/Estereoscopica.pdf> (p.3).
- 4 HERVÁS LEÓN, Miguel, «La serie de vistas estereoscópicas de España de J. Andrieu y un paseo por el Madrid de 1867» en: <http://xn--archivospaoldearte-53b.revistas.csic.es/index.php/aea/article/view/171/171> (p. 382).
- 5 En dicha Exposición, el invento suscitó el interés de la propia Reina Vic-

toria, lo cual sirvió de estímulo para su rápida popularización y difusión. *Ibidem*, p. 382.

6 Durante el periodo Edo (1603-1868), el *shogunato* Tokugawa, regente en Japón, estableció una política exterior denominada *sakoku*, que suponía, básicamente, el cierre absoluto de fronteras y la reducción al mínimo inevitable las relaciones con naciones extranjeras (fundamentalmente, relaciones comerciales, con China y con Holanda). En la década de 1850, Estados Unidos comenzó a forzar una apertura de fronteras, al que pronto se unirían otras potencias europeas. Finalmente, con el cambio político ocurrido en 1868 y la Restauración Meiji, se consolidó dicha apertura.

7 Los álbumes *souvenir* son la forma en la que se comercializaron, normalmente, las fotografías durante el periodo Meiji. Se trata de álbumes de distintos tamaños y calidades que recogen conjuntos de fotografías, entre, habitualmente, entre veinticuatro y cien, dirigidas a un público occidental, buscando reflejar los aspectos más tradicionales de la cultura japonesa, llegando a caer, ocasionalmente, en anacronismos por el afán de subrayar ese componente exótico. PLOU ANADÓN, Carolina, «Álbumes *souvenir* del periodo Meiji: hacer el mundo más pequeño a partir de fotografías», en: http://www.revistacodice.es/publi_virtuales/II_C_H_CAMINERIA/comunicaciones/albumes_souvenir.pdf

8 Entre los primeros podría distinguirse a H. G. Ponting (1870-1935), que realizó entre 1900 y 1905 varios trabajos por Asia, entre los que se incluye la realización de un par de lotes de fotografías japonesas para la H. C. White Company. Respecto al segundo grupo, la figura más destacada es T. Enami, que trabajó en estrecha colaboración con algunas editoras norteamericanas y, de manera indirecta, también con empresas europeas. Ambos contribuirían a enriquecer los sets japoneses de Underwood & Underwood. PLOU ANADÓN, Carolina, *La fotografía japonesa del periodo Meiji (1868-1912) y su presencia en España. La colección del Fondo Fotográfico de la*

Universidad de Navarra, Zaragoza, Universidad de Zaragoza, 2013 (Trabajo Fin de Máster, inédito).

9 SIERRA DE LA CALLE, Blas, *Japón. Fotografía s. XIX*, Valladolid, Caja España, 2001.

10 Más allá del Museo Oriental del Real Colegio de los Padres Agustinos de Valladolid, a nivel institucional existen ejemplos de fotografía japonesa estereoscópica únicamente en el Museo Universidad de Navarra, donde se conservan dieciséis vistas, procedentes de distintos lotes. PLOU ANADÓN, Carolina, “Guerras (no tan) exóticas desde el salón de su casa. Las vistas estereoscópicas sobre la Guerra Ruso-Japonesa (1904-1905) de la colección fotográfica del Museo Universidad de Navarra”, en: <http://ruhm.es/index.php/RUHM/article/view/69> PLOU ANADÓN, Carolina, “Tipologías, técnicas y autores de las fotografías japonesas del Fondo Fotográfico Universidad de Navarra”, en: TIRADO, Carmen (ed.), *Japón y Occidente, estudios comparados*, Zaragoza, Prensas Universitarias, 2015, pp. 379-397.

11 En Europa, centraron su mercado en Alemania, Países Bajos, Suiza y Escandinavia, mientras que en Asia establecieron sedes en ciudades como Bombay, Manila o Shanghai. Franklin County Historical Society, «Underwood & Underwood Stereographs» en: <http://www.franklinckshistory.org/themes/business-and-industry/underwood-underwood-stereographs/>

12 Cabe aclarar que, aunque fueron múltiples las compañías que se dedicaron al negocio de las vistas estereoscópicas, solo las más poderosas pudieron asumir inversiones para la creación de lotes exóticos en localizaciones internacionales. En este sentido, el círculo de competencia de Underwood & Underwood se limitaba a un número menor empresas, entre las que podrían citarse la H. C. White o la Keystone.

13 *Ibidem*.

14 Son las fotografías:

- (6) *A Japanese blacksmith at his forge, Yokohama, Japan.*

- (21) *Burden Bearers of Japan – a street scene in Tokyo.*

- (23) *The warlike spirit in the youthful Japanese schoolboys in Ueno Park, Tokyo, Japan.*

- (29) *Asakusa Street with its passing thongs, Tokyo, Japan.*

- (49) *Mediaeval moated castle of Japanese princes, occasionally used by the Mikado. Nagoya, Japan.*

- (87) *A street performer amusing the crowd, Kobe, Japan.*

15 Dentro de la fotografía *souvenir* de época Meiji puede percibirse una leve evolución y una cierta relajación a la hora de crear las composiciones, haciendo que los personajes fotografiados realicen acciones más dinámicas o adquieran gestualidades más pronunciadas. No obstante, esta evolución resulta mucho más tímida que la adoptada en las vistas estereoscópicas.

16 A la hora de representar un monumento, los puntos de vista son limitados, ya que se busca realizar determinados puntos y zonas más características. En este caso, la dicotomía entre fotografía *souvenir* y fotografía estereoscópica se hacía todavía más acentuada: mientras que los distintos estudios asentados en Japón ofrecían en sus repertorios imágenes prácticamente idénticas de diferentes monumentos, a pesar de haber sido realizadas por distintos fotógrafos; las vistas estereoscópicas forzaban la perspectiva con el objetivo último de ofrecer imágenes más espectaculares, logrando de paso una ruptura estética.

17 Gracias, por una parte, al “Japonismo”, que había estimulado el conocimiento de Japón a nivel artístico y cultural; y, por otro lado, al interés que el País del Sol Naciente comenzaba a suscitar a finales del siglo XIX por su pronta modernización (entendida esta como occidentalización), que había convertido a la nación japonesa en una potencia a tener en cuenta en el panorama internacional, y que había llamado enormemente la atención a nivel mundial por sus victorias militares en la Guerra Sino-Japonesa (1894-1895) y, posteriormente, en la Guerra Ruso-Japonesa (1904-1905).

18 Titulada *Greetings for newcomers on the pier alongside the Pacific Mail*

S. S. “China”, at Yokohama, Japan.

19 Esta serie corresponde a las fotografías:

- (14) *Snow-capped Fuji, the superb (12.365 ft.) mirrored in Lake Shoji –looking S.E.- Japan.*

- (15) *Glorious Fuji, beloved by artists and poets, seen from N.W. through’s pines at Lake Motozu, Japan.*

- (16) *Pilgrims, at the end of their weary ascent, in worship encircling the water of sacred Fujiyama, Japan.*

- (17) *Peering from the lava-encrusted rim down into sacred Fujiyama’s vast, mysterious crater, Japan.*

- (18) *Two miles above the clouds –from Fujiyama N. E. over Lake Yamanaka, 10 miles away, Japan.*

20 Se trata de las fotografías (37) *Asama-yama, Japan’s largest active volcano, wreathed in sulphurous stream clouds, N. W. from Katsukake* y (38) *A sudden terrific volcanic explosion –smoke, steam and stones throws from the crater of Asama-yama, Japan.*

21 Fotografías (97) *Watching an eruption of steam and boiling mud half way up the volcano of Aso-San, Japan* y (98) *Gazing through sulphurous vapors into the crater’s frightful depths, Aso-San, Japan.*

22 Titulada: *Coaling the Pacific Mail S.S “Siberia” at the fortified naval station of Nagasaki, Japan.*

23 Fotografía número 53 de la serie, con el título de: *Modern improvements in an ancient city –W, over the Kamogawa at Shijo Bridge. Kyoto, Japan.*

24 Principalmente, a algunas carretas y a la vestimenta de las personas que lo cruzan, no obstante, es significativo destacar que se percibe claramente que varias personas se protegen del sol con un paraguas de varillas occidental, y son minoría las que emplean la sombrilla tradicional nipona. Detalles como este nos permiten calibrar el impacto social que tenían las políticas del gobierno Meiji, ya que, si bien abogó desde el primer momento por la modernización del país, la asunción de costumbres y elementos occidentales por parte de la sociedad tuvo un desarrollo más lento y un calado mucho más paulatino.

25 Sin ir más lejos, las vistas estereoscópicas del Museo Universidad de Navarra, anteriormente citadas, carecen de cualquier comentario en el reverso.