

MÁS ALLÁ DE LA FOTOGRAFÍA; PERO MÁS CERCA DE LO SOCIAL

BEYOND PHOTOGRAPHY; BUT CLOSER TO
THE SOCIAL THING

ALÉM DA FOTOGRAFIA, PORÉM MAIS PERTO
DO SOCIAL

Fotografías: Myriam Figueroa



Luisa Carolina Vélez Hurtado¹

Universidad Distrital Francisco José de Caldas
lcvelezh@correo.udistrital.edu.co

Resumen: La fotografía ha sufrido un gran cambio debido principalmente a la instauración de la cultura digital; aunque dicha transformación no es del todo radical, sí propone inéditas formas de asumir el medio, pues éste se entremezcla con otros en ambientes hipermediales. De ahí que sea relevante empezar a contemplar otras maneras de analizar lo fotográfico, que vayan más allá de lo visual. Por esta razón, se hace necesario hacer una revisión y comparación de diversas investigaciones que hayan estudiado la fotografía, contemplado sus prácticas y usos sociales a lo largo de su historia, contribuyendo así a asumirla no solamente como una imagen sino como un hecho social, lo que facilitará su estudio en la contemporaneidad.

Palabras clave: Cultura digital, téttrade, imagen, prácticas sociales, memoria.

Abstract: Photography has changed dramatically, mainly as a result of the introduction of digital culture. Despite the fact that this transformation is not entirely radical, it does require new forms to assume the medium, as both photography and digital culture merge one another in hypermedia environments. Hence, it is important to consider other ways of analyzing photography, going beyond visual parameters. For this reason, it is necessary to review and compare various researches that have studied photography by contemplating its social practices and uses throughout history, contributing to assume photographs not only as mere images, but also as social incidents. This process will facilitate the study of photography in contemporary times.

Keywords: Digital culture, tetrad, image, social practices, memory.

Resumo: A fotografia tem sofrido uma grande mudança devido principalmente à instauração da *cultura digital*. Embora dita transformação não é completamente radical, propõe maneiras inéditas de assumir o meio, pois este entremescla-se com o outro em ambientes de hipermídia. Por isso é relevante contemplar outras maneiras de analisar o fotográfico que vão além do visual. Ademais é preciso, em primeiro lugar, fazer uma revisão e comparação de diferentes pesquisas que têm estudado a fotografia, contemplando a suas práticas e os seus usos sociais ao longo da história, o qual contribui a assumi-la não somente como uma imagem mas como um fato social, o que facilitará o seu estudo na contemporaneidade.

Palavras-chave: Cultura digital, tétrede, imagem, práticas sociais, memória.

1. Introducción

La historia del medio fotográfico se puede dividir en cinco fases diferenciadas entre sí, tanto por su desarrollo tecnológico, las prácticas de producción, las de distribución, sus usos sociales y las estéticas predominantes en cada época (Gómez, 2012). Si bien en su primera etapa la fotografía fue una praxis especializada, no industrializada y quienes tenían acceso a ella eran personas adineradas, para su segunda fase es algo normal y popular gracias al modelo de negocio fundado por Kodak cuando lanza al mercado la cámara Brownie, el primer dispositivo fotográfico de uso masivo a bajo costo. “*Usted presione el botón y nosotros hacemos el resto*” era el lema de la empresa norteamericana; esto causa la aparición de la fotografía instantánea “*Snapshot*” (Chalfen, 1987) donde no hay que preocuparse por lo técnico sino sólo por capturar momentos. Para la tercera fase, la fotografía ya poseía prácticas diferenciadas y generalizadas, puesto que por un lado existe la fotografía amateur en el ámbito doméstico y por otro la fotografía profesional que se ejercía en los campos del periodismo, la moda, la publicidad y el arte, contando con sus propios circuitos de producción y distribución como galerías, editoriales y revistas especializadas. De igual manera, en este periodo se termina de afianzar la denominada *Cultura Visual*, donde la fotografía está al servicio de lo masivo y lo comunicativo en el ámbito público; pero

por otra parte ayuda a construir la historia familiar en el campo privado. Es hasta la cuarta etapa, cuando se da el cambio trascendental de lo analógico a lo digital, lo que conlleva a transfigurar la imagen en una pieza de información; no obstante, esto no representa un fenómeno aislado, dado que la digitalización es el primer estadio en la transición del paso de la *Cultura Visual* a la *Cultura Digital* (Scolari, 2008), y hace parte del último gran cambio de paradigma comunicacional en las sociedades occidentales, donde la información es asumida como un nuevo y poderoso capital (Castells, 1987).

Para la quinta etapa (vigente hoy), las cámaras son accesorios en dispositivos móviles interconectados. Esto ha generado alteraciones profundas en la génesis de las prácticas y ha otorgado inéditas funciones antes no imaginadas por la condición analógica del artefacto fotográfico. Sin embargo, las imágenes fotográficas, siguen siendo imágenes, como ya ha sido afirmado por el profesor Javier Marzal (2011) pues desde el campo de la semiótica, la fotografía digital no se ve como un objeto ontológicamente diferenciado de la fotografía química y que justifique el desarrollo de una nueva herramienta de análisis. Por tal razón, para poder analizar la fotografía hoy, se debe implementar una metodología que se centre no tanto en el resultado visible, sino en todas las prácticas que incurren en la producción, distribución, archivo, exhibición y consumo; así mismo, se debe prestar atención a los ámbitos en los cuales la fotografía se inserta y se mueve, puesto que son éstos los que la dotan de sentido, al estructurar lo visual en un ambiente sociocultural específico.

Para lograr lo previamente expuesto, es necesario hacer una revisión de algunas de las investigaciones que han estudiado la fotografía a lo largo de las cinco fases ya nombradas y que se distinguen de las demás al proponer una postura sobre la fotografía más allá de su condición de imagen icónica o de documento semiótico, y, por el contrario, la comprenden como un artefacto, una imagen-objeto, una construcción estética, histórica y testimonial, que está mediada por un filtro cultural que es el fotógrafo, tal como lo ha abordado el historiador Boris Kossoy (2001). Asimismo, como una expresión de la cultura material, como lo ha argumentado la antropóloga inglesa Elizabeth Edwards (2009a) o una imagen-acto como lo postuló Philippe Dubois (1986), dado que fotografía no puede ser separada del acto que la constituye, sea éste un acto de producción (la toma), de recepción o de difusión. Esto hace que el acto fotográfico siempre esté constituido por las acciones que se ejerzan antes y después de la toma y que están inscritas en la creación de sentido, es decir, codificadas en un orden cultural y social.

El ya mencionado profesor Javier Marzal Felici publica en el año 2007 un libro titulado *Cómo se lee una fotografía, interpretaciones de la mirada*. En este texto se presenta la culminación de una indagación que buscaba desarrollar una metodología para la interpretación de la imagen fotográfica, haciendo énfasis en aquella denominada artística (debido a su complejidad a nivel técnico y conceptual). En otros términos, el autor trata de descubrir qué elementos son fundamentales para declarar a una foto como una obra de arte, teniendo en cuenta que ésta, por su naturaleza técnica, es

inventan, los producen y se sirven de ellos” (Lévy, 2007, p. 7). Esto se ve reforzado al asumir que la historia del medio fotográfico está marcada por las apropiaciones que de éste se hacen en el campo social, como lo ha afirmado Martin Lister (1997) al insistir en ver la fotografía más que como el producto de una tecnología, como: “un híbrido entre lo semiótico y lo social, la forma en que su significado y poder son el resultado de una mezcla y un compuesto de fuerzas y no una cualidad inherente, esencial y singular” (p.26).

De este modo, los trabajos estudiados han sido agrupados en dos categorías, las cuales tratan de presentar las particularidades del canal empleado en el hecho comunicacional según su condición material, análoga o digital, con el propósito de mostrar las características que estas dos tecnologías proponen en la concepción del tiempo, así como en la conformación de memoria y la consolidación de lazos sociales, narrativas e identidades. De igual manera, es de aclarar que los escritos han sido organizados cronológicamente, pero según las fases ya nombradas de la historia de la fotografía. Por otro lado, las investigaciones presentadas a continuación se han escogido al ser destacadas en los campos de la Sociología, la Antropología, la Etnografía Digital, la Filosofía, la Comunicación, el Estudio de medios y la Gestión de la información. Así mismo, varias de estas se eligieron por la gran influencia que han tenido en trabajos actuales, como es caso de Pierre Bourdieu o Richard Chalfen. Sin embargo, por otro lado, también se tuvo en consideración trabajos académicos del contexto latinoamericano y en especial dos desarrollados en Colombia. Por último, las reflexiones en torno a la fotografía digital fueron seleccionadas de muy diversos puntos geográficos, con el propósito de mostrar que este fenómeno, aunque mundial, tiene tanto sus reglas en común como sus especificaciones que dependen del ambiente social en el cual esté insertado.

2. La fotografía análoga como un artefacto de la memoria en papel

Los dos primeros trabajos relacionados aquí, se inscriben en la parte final de la primera fase de la historia de la fotografía, momento en el cual nacen los Mass Media Visuales (Freund, 1993), al inaugurarse un nuevo régimen visual debido a la multiplicidad y al gran poder de exhibición como nuevas características de la imagen. Esto ha sido ilustrado por el autor español José Luis Brea, en su texto *Las tres eras de la imagen* (2010), donde el nacimiento de la fotografía y el cine ocasionan que se pase de la *Imagen-Materia* a la *Imagen-Film*. Esto, en palabras de Walter Benjamin (1989), equivaldría a explicar cómo la producción mecánica de la obra de arte cambió la naturaleza de la misma y su papel en la sociedad occidental, debido a la aparición del modelo económico capitalista. Así pues, lo visual se desplazó de la estética a la economía, la política, lo social y lo cultural, lo que tuvo como mayor efecto que la imagen se convierta en un lenguaje cuyo significado depende de quien la use.

2.1 Visión, Raza y Modernidad. Una Introducción al Mundo Andino de Imágenes

En este trabajo, a través del concepto de *economía visual*, se estudia la estratificación de relaciones, actitudes, sentimientos y ambiciones mediante los cuales las imágenes son dotadas de significado y valor. La palabra economía le permite a Deborah Poole proponer la visión como algo organizado sistemáticamente y que está relacionado con la estructura política y social. En otras palabras, ver es un acto material, pues hace parte de la producción e intercambio de bienes que conforman el alma de la modernidad. Poole propone tres niveles de organización de la *economía visual*: el primero es la producción, que comprende tanto a los individuos como a las tecnologías de elaboración de las imágenes. En un segundo nivel, se habla de la circulación de mercancías, es decir de las imágenes como objetos portables y de pequeño tamaño, que propician una alta movilidad de experiencias visuales intercambiables en serie. El tercer nivel hace alusión a los sistemas culturales y discursivos por medio de los cuales la imagen cobra significación, es interpretada y se le asigna un valor histórico, científico o estético. Este nivel se superpone a la circulación de las imágenes y estaría relacionado por un lado con el *valor de uso*, el cual está conectado al concepto de representación de la realidad en el caso de tecnologías como la fotografía, y por otro, con el *valor de cambio* causado por procesos sociales de acumulación, posesión e intercambio, también asociado con la lectura del observador, quien le puede designar una propuesta ideológica que diste con su contenido referencial.

Otro autor que ha tratado como un factor relevante la circulación de la imagen fotográfica es Flusser (2001) quien en su escrito *Una filosofía de la fotografía*, dedica un apartado al poder de distribución de la fotografía, vista como una información (*diálogo*) que es distribuida, masificada y al hacerlo convertida en *discurso*; se le otorga así un valor no objetual a la misma, ya que su valor está en la información contenida en su superficie y no como objeto. Esto lleva a pensar que su poder está en lo discursivo, tal como lo propone Poole.

La autora aplica sus principales postulados para caracterizar la *economía visual* conformada por las imágenes los pueblos andinos en el período que corre entre mediados del siglo XVIII e inicios del siglo XX. Entre el cuerpo de documentos visuales estudiados por Poole, se halla “*la tarjeta de visita*”, un tipo de retrato que nació en Francia el siglo XIX donde los personajes eran fotografiados buscando representarse a sí mismos como querían ser vistos en su medio social. Por ende, el retrato fotográfico hace parte de la recién nacida estética burguesa que promovía la individualización y la democratización de la imagen (Freund, 1993). Consecuentemente, la pose se vuelve un reflejo inamovible de los logros morales, espirituales y materiales del retratado, lo que demarca el nuevo papel de la imagen en la búsqueda de aceptación y la ascensión social. Poole demuestra la anterior idea al ilustrar que las tarjetas de visita no solamente se hacían a personas que se querían retratar en la sociedad burguesa, sino también a personajes considerados exóticos o

raros, como lo eran los nativos andinos del siglo XIX, tales como indígenas peruanos, bolivianos y ecuatorianos. De ahí que, si sumamos las cualidades de la imagen fotográfica como mercancía coleccionable por parte de un público europeo, a las pseudociencias vigentes en la época como la fisiognomía o la antropometría, se puede afirmar que se crearon las condiciones para la configuración del imaginario del *tipo americano* que podía ser científicamente comprobado por medio de la fisionomía de los personajes andinos. Esto estaría relacionado con el hecho que el siglo XIX fue el periodo en que surgieron ciencias sociales tales como la antropología y la sociología, las cuales utilizaron la fotografía como una herramienta de análisis, en tanto permitía divorciar la forma del contenido, lo que facilitaba comparar, equiparar, rotular, clasificar y acumular como objetos equivalentes a sujetos pertenecientes a distintos territorios; esto fue determinante para ilustrar teorías que justificaban la noción de raza y sus imaginarios sociales.

2.2 Fotografía y Sociedad

Es una investigación sobre la fotografía de estudio en el Valle del Cauca (Colombia) durante el periodo comprendido entre 1870 y 1950. El estudio contempla a la fotografía como un hecho social, para lo cual tiene en cuenta dos categorías fundamentales. La primera denominada *Campo*, desarrollada por el sociólogo francés Pierre Bourdieu en su obra *Las reglas del arte: Génesis y estructura del campo literario* (1995). La segunda, conocida como *Modos de ver*, tomada del autor inglés John Berger (2001). Estas dos categorías le permiten al autor ver las relaciones entre los distintos agentes e instituciones (fotógrafos, clientes, proveedores, distribuidores, comerciantes, etc.) que intervienen en el campo llamado Fotografía. En otros términos, posibilitan visualizar la estructura social que da origen a la fotografía-mercancía. Por otro lado, la categoría *Modos de ver*, deja comprender a la imagen fotográfica como artefacto o mercancía, que tiene implícito en su producción unos ojos sociales determinados; en consecuencia, la hace un producto de una mediación cultural que no muestra lo real literal sino las maneras de representarse por medio de códigos visuales y modelos culturales establecidos en un grupo social definido, en donde la estética es una consecuencia de lo social, lo cultural y lo histórico.

En efecto, en la fotografía de estudio, el cliente busca al fotógrafo porque lo considera un profesional del *buen gusto*, que va realizar un retrato personal dentro de los parámetros estéticos aceptados socialmente (como también ya ha sido observado en el trabajo de Poole). El *buen gusto*, entonces, hace referencia a modelos culturales, que, en el caso de Colombia, más que estar asociados a una clase social específica (como sí aconteció en Europa con la aristocracia) está vinculado con el gusto europeo. Por ello, la fotografía de estudio se consideraba artística por lo que está relacionada con dicho gusto, asociado a personas que se consideraban buenos ciudadanos, responsables e inteligentes, lo que promovió clichés y estereotipos de representación. En conclusión, el gusto es una convención social que cumple con una serie de parámetros y que está relacionado con lo que Roland Barthes (1986) ha denominado

Stadium, el cual está mediado por la cultura y permite el entendimiento o engranaje entre productores y consumidores de la imagen. Por ende, el fotógrafo como agente productor de estas imágenes, debe subordinar la práctica a las reglas comunes de percepción y producción que configuran el uso social y que delimitan lo fotografiable (Bourdieu, 2003). Por esta razón, a pesar de que la fotografía se consideraba realista, simultáneamente estaba vinculada a procesos estéticos que se alejaban de lo real en sus usos sociales, ya que la foto como signo es capaz de producir una realidad alterna, haciendo que lo importante sea cumplir con los modelos sociales, culturales e históricos convenidos como legítimos: "Ninguna imagen significa nada por sí misma. Es en el uso social que una imagen adquiere significado, en correspondencia con el modo de ver que se ponga en funcionamiento" (Goyeneche, 2009, p. 31).



2.3 *Un Arte Medio*

Antes de la publicación de *Un Arte Medio*, de Pierre Bourdieu, hay un texto trascendental que estudia la fotografía y los cambios que ocasionó su aparición en la sociedad occidental: *La pequeña historia de la Fotografía*, de Walter Benjamin (1994), escrito tan sólo un siglo después de su invención. Este escrito se puede ubicar en la primera etapa de la historia de la fotografía y, contrario de lo que se puede pensar, el filósofo alemán acepta que la fotografía, especialmente la preindustrial, sí tenía "un aura" es decir un sentido "único e irrepetible" aunque distinto al de la pintura: su aura está más relacionada con el tiempo, con el azar y con el inconsciente, porque es aquello que únicamente el ojo mecánico puede captar y que escapa del control del fotógrafo. No obstante, por el crecimiento del mercado, la fotografía pierde esta originalidad y se torna en cliché (tal como ha sido valorado en los dos trabajos mostrados previamente). Por este motivo para Benjamin hay dos clases de fotografía, una creativa y la otra constructiva; la primera apela a la originalidad, la estética, y a la sensibilidad; la segunda apela a lo social y político, por ende, a lo reproductivo.

Es precisamente en el segundo tipo de fotografía que se despliega a partir de la segunda fase de la historia de la fotografía y en la cual se puede situar el libro *Un Arte Medio*: un ensayo sobre los usos sociales de la fotografía, al ser la primera investigación de carácter sociológico que consideró a la fotografía como un objeto de estudio válido. Fue encargada por la firma Kodak-Paché en el año 1961 y la realizó un grupo

de científicos sociales dirigidos por el francés y fotógrafo aficionado Pierre Bourdieu. *Un Arte Medio* propone ver a la fotografía como una práctica generalizada en la sociedad francesa, con unas normas, costumbres y usos sociales definidos (objetividad o Ethos) que influyen sobre la subjetividad (Habitus) de los individuos, definiendo así una forma particular de ver (lo fotografiable).: “En una palabra, en tanto principio de una praxis estructurada pero no estructural, el hábito, interiorización de la exterioridad, encierra la razón de toda objetivación de la subjetividad” (Bourdieu, 2003, p. 42).

Cuando se escribe *Un Arte Medio* en la década de los sesenta, la fotografía es una actividad estereotipada y de carácter íntimo, con una alta presencia en los hogares e inscrita como un rito del culto doméstico, debido a que, al permitir tener una imagen como recuerdo, favorecía conservar vestigios de un pasado en común. Es decir, tenía la función de solemnizar y eternizar los grandes momentos de la vida familiar, y reforzar, en suma, la integración del grupo, reafirmando el sentimiento que tiene de sí mismo y su unidad en el tiempo presente (Bourdieu, 2003). Lo anterior explica la gran expansión que tuvo su práctica entre los años 1905 a 1914, más aún cuando la conformación de la familia se había transformado al punto de que habían desaparecido muchos de los factores determinantes que configuraban los lazos familiares. Pierre Bourdieu, al fijar su estudio en la fotografía hecha por aficionados, nos permite ver que la práctica fotográfica del común es percibida como un arte *medio*, porque está entre lo vulgar y lo noble, ya que se le reconoce como un medio de representación de la realidad, válido dentro de la tradición inaugurada por el arte renacentista; pero al ser hecha por un ojo mecánico, pierde todo esfuerzo y por ende carece de virtuosismo. Por lo tanto, es un arte que está en medio de varias dinámicas sociales de la representación: por un lado, los procedimientos técnicos de su producción son altamente accesibles, pero así mismo lo son los modos estereotipados de sus temas, que facilitan además su aprehensión por parte de un público masivo. Sin embargo, tal vez, el aspecto más importante por el cual el sociólogo francés denominó a la fotografía como *un arte medio*, es porque ésta sirve de *medio o instrumento* para cumplir otro fin superior, una función social determinada: solemnizar la unión familiar. Por consiguiente, en estas circunstancias, la fotografía no puede ser un fin en sí mismo, su carácter es transparente y su condición estética está supeditada a su uso social, el cual es servir como medio de certificación de la realidad que enuncia.

Por consiguiente, aunque establece un nuevo régimen visual, la fotografía no deja de llevar a cuestas, e incluso perfeccionar, el lenguaje icónico desarrollado con el nacimiento de la perspectiva (Debray, 1994). No obstante, dada su naturaleza técnica, tiene la enorme diferencia de que sirve de legitimación existencial e histórica de lo fotografiado (Gubern, 1987). Esto la convierte más que en un ícono de un objeto, en su huella o índice (Barthes, 1989), como lo ha sabido expresar la autora norteamericana Susan Sontag (2005) al concluir: “Ante todo una fotografía no es sólo una imagen (en el sentido en que lo es una pintura), una interpretación de lo real; también es un vestigio, un rastro directo de lo real, como una huella o una

máscara mortuoria” (p.216). Ahora bien, esta función de certificación no es inherente al medio, sino que ha sido también una construcción cultural otorgada desde su nacimiento y naturalizada en su práctica, tal como ha sido entendido por Rudolf Arnheim (citado por Marzal, 2007) al insistir que es el observador quien identifica a la fotografía como un producto directo de la realidad.

2.4 Álbum de Familia. La Imagen de Nosotros Mismos

Este estudio realizado por Armando Silva, se centra en el contexto colombiano y es publicado en el año 1998. Su tesis se enfoca (siguiendo el esquema propuesto por el profesor Javier Marzal) en la instancia receptora, específicamente desde la interpretación de la imagen y la conformación de su significado en el proceso de lectura, al tener en cuenta cómo para el observador la imagen cobra sentido en su aquí y ahora. Silva aborda el álbum de familia como una técnica de archivo y de conservación de la memoria, que a través de un registro visual crea el relato o la historia de un colectivo (familia representada) que trata de vencer la muerte, el olvido y el paso del tiempo al preservar escenas que por naturaleza están destinadas a desaparecer, y de este modo configurar un presente infinito. Esto lleva a asumir la fotografía como un acto teatral, de la misma forma que ya antes lo había señalado Pierre Bourdieu (2003), construido para un público que a través de la mirada dotará de sentido al documento visual, en un proceso que el autor ha denominado *visión postergada*. Por ende, Silva hace una equivalencia entre la narrativa visual y el acto de comunicación verbal, donde la fotografía es vista como un diálogo aplazado, puesto que quienes hablan - la familia y el fotógrafo (el narrador y el enunciador)-, además de quien escucha (el observador), no están en el mismo tiempo y en el mismo lugar, contrario a lo que ocurre con un diálogo verbal. Según el autor, el álbum puede ser estudiado utilizando los postulados del psicoanálisis, porque en la fotografía se puede ver algo del inconsciente de la familia que es revelado y sacado a la luz en un proceso de enunciación visual. Así, en este estudio se propone *revelar* por un lado la *prefiguración* o circunstancias sociales desde donde prepara el escenario fotográfico y, por otra parte, la *figura focalizada*, la cual, por medio de la pose, por ejemplo, piensa cómo quiere ser observada por unos destinatarios específicos. La *prefiguración* es un concepto similar al *Ethos de Clase*, ya que ambos aluden a las estructuras sociales e imaginarias que influyen en la producción fotográfica.

Lo capital de los resultados del análisis hecho por Silva, es que a través de los relatos construidos en los álbumes, se pueden ver los cambios a nivel generacional que se han producido en la forma de auto-representación de la familia; puesto que en principio se pasa de familias patriarcales a matriarcales y posteriormente a lo que el autor ha denominado familias extendidas; como lo demuestra el hecho que en la década de los noventa los relatos fotográficos empiezan a dejar de ser colectivos y empiezan a proponer narrativas del orden individual y narcisista, puesto que ahora se centran más en los hijos. Así mismo, Silva señala que el álbum de familia empieza a desaparecer de la escena, debido en una instancia a la aparición del video

y posteriormente de la fotografía digital, que favorecen el carácter instantáneo y cotidiano de la imagen; lo que conlleva a la producción de nuevos modos de archivo y de construcción de memoria, en donde la imagen impresa ya no es la forma principal de contar el relato familiar.

2.5 La etnografía como método de estudio de la fotografía

Snapshot Versions of Life (1987) es el resultado de una investigación realizada a largo de diez años con familias de Estados Unidos. En este trabajo el antropólogo norteamericano Richard Chalfen no parte de la premisa de que la imagen fotográfica es una certificación de la realidad; para él ante todo es una producción simbólica de la vida cotidiana. Esto conlleva a comprenderla como una herramienta de comunicación culturalmente determinada, lo que significa que está codificada, de ahí que su expresión siempre será simbólica. Así, el autor infiere que los usos de la fotografía son algo aprendido y compartido dentro de una cultura. Esta es la razón por la cual Chalfen propone ver las imágenes como una evidencia de una estructura que crea una forma particular de concebir el mundo, puesto que cuando se hace una fotografía, ésta es hecha por una persona que observa a través de una cámara y toma una serie de decisiones de lo que quiere capturar.

En este sentido, del mismo modo como se estudian los medios de comunicación masivos, se puede estudiar lo que el antropólogo ha titulado como “*home made picture*”, para hacer alusión al patrón de comunicación interpersonal alrededor del hogar. Ambos reflejan las construcciones particulares de cómo nos vemos a nosotros mismos: las personas, como los medios, pueden ser entendidas como emisores o productores que definen sus audiencias y construyen para ellas representaciones por medio de convenciones privadas previamente constituidas. Bajo esta perspectiva, Chalfen propone que se debe prestar atención a cómo las personas orquestan el uso de los medios para comunicarse, y la fotografía es tan solo uno de ellos. Dicha orquestación está marcada por ideas, valores y conocimientos que influyen en el momento de definir lo que es lo “*normal*” en su utilización. Como resultado, a Chalfen le interesan los patrones de comportamiento que definen la normalidad en el sistema de comunicación del hogar; por esto este trabajo



es ante todo etnográfico, ya que el acento de su indagación no está en lo visual en sí, sino en cómo éste es una representación simbólica de la vida humana definida a través de las prácticas del día a día.

3. La fotografía digital como memoria interactiva

Manuel Castells, en su libro *La Sociedad Red* (1997), compara el surgimiento de la denominada *autopista de la información* con la aparición del alfabeto, pues éste causó una transformación tecnológica de dimensiones históricas al permitir la aparición del discurso racional, lo que cimentó el pensamiento occidental. No obstante, esto significó la separación con lo audiovisual, relegado al mundo de las artes en donde se ocuparía de las emociones. Y aunque en el siglo XX, con la masificación del cine, la radio, la televisión y los medios impresos, se volvería predominante en la vida cotidiana, se siguió considerando sensorial e irreflexivo, en contraste con la comunicación escrita que se le conocía como “*noble*” (Castells, 1997).

La transformación a la que alude Castells hace referencia entonces al advenimiento de un sistema de comunicación electrónico que se caracteriza por ser mundial, en el que convergen todos los modos y medios de comunicación y posee un alto grado de interactividad, lo que conlleva a que lo audiovisual y lo textual se unan, se igualen y se entrelacen, naciendo un nuevo paradigma comunicacional que cambia la producción simbólica y cultural. Al igual que Castells, McLuhan (1988) señala el nacimiento del alfabeto como una tecnología que causó procesos de fragmentación y especialización en la comunicación, dando paso al inicio de lo que él denominó “*espacio visual*”, un ambiente comunicacional que se caracterizará por ser lineal, de racionamiento cuantitativo, secuencial, centralista, homogéneo, mecánico y estático. El “*espacio visual*” dominaría en la Sociedad Occidental hasta la aparición de los medios electrónicos, los cuales suscitaron la configuración de un “*espacio acústico*”. Para McLuhan cada tecnología configura un medio ambiente que influye sobre el hombre y sobre otras tecnologías, proponiendo así nuevos sensoriums. Por tal motivo, el “*espacio acústico*” propone una nueva sensibilidad en donde predomina lo discontinuo, lo simultáneo, lo resonante, el razonamiento cualitativo, un orden temporal circular, la unificación, y el involucramiento; igualmente no posee límites y es descentralizado, ya que tiene núcleos en todas partes.

McLuhan a finales de los años sesenta, tal como lo menciona Castells (1997), predijo las alteraciones que se darían hasta la década de los ochenta en los medios masivos de comunicación, los cuales se convertirán en descentralizados y diversificados, sin que esto implique una modificación en la estructura “*uno a muchos*”. Será hasta los años noventa, con la aparición de la web y el desarrollo de la multimedia que iniciaría un proceso de individualización de los medios masivos de comunicación, naciendo así la sociedad interactiva, la cual instaura un el esquema “*muchos a muchos*” y que corresponde con lo descrito como “*espacio acústico*” por McLuhan. Es también en este momento que crean las condiciones para que surgiera un inédito tipo de economía,

a saber, el “*capitalismo cultural*” que se caracteriza porque la producción y el consumo cultural son parte importante del mercado mundial. Por ende, no se trata en sí de una individualización de los medios masivos de comunicación a través de la tecnología informacional, sino de una individualización de la identidad, donde cada persona crea la suya mediante el consumo y la creación cultural. El capitalismo entonces, ya no se inscribe exclusivamente en el terreno de las mercancías materiales sino también en la producción simbólica (Brea, 2007). Consecuentemente la fotografía digital

hace parte de este fenómeno y los trabajos descritos a continuación presentan varias de sus características como práctica generalizada en un ambiente comunicacional propuesto por la *Sociedad Red*.



3.1 The social life of snapshots. The past, present, and future of personal photography

Es una tesis de maestría en *Information Management and Systems*, publicada en el año 2006. Su autor, Morgan Golata Ames, hace una indagación sobre el futuro de los usos sociales de la fotografía personal en el momento preciso en el que la cámara, el celular y la red empiezan a integrarse. Parte de la premisa (desarrollada principalmente por *The social Construction of Technology o SCOT*) de que estos usos están influenciados por el diseño, mas no determinados, dado que éstos son creados por los usuarios al explorar las posibilidades de la tecnología en sus experiencias y actividades diarias.

Esta investigación se puede estimar como visionaria, pues anuncia muchas de las funciones actuales de la fotografía antes de la aparición de los *Smartphones*, al simular sus mismas posibilidades de conectividad; éste se desarrolló con setenta participantes que estuvieron interconectadas usando un software que les permitía archivar, hacer anotaciones y compartir el material producido a través de teléfonos

celulares. Dentro de sus principales conclusiones, se pueden resaltar las siguientes: el teléfono celular con cámara es interpretado como tres dispositivos en uno; en primer lugar, es un instrumento de captura de memoria personal y colectiva, aun cuando ahora tenga además la función de servir de apoyo a la memoria de corto

plazo al hacer las veces de escáner o fotocopidora; en un segundo plano, es un dispositivo de comunicación tanto para crear y mantener relaciones sociales, como para cumplir funciones indexicales y telegráficas en mensajes, sin dejar de lado que simultáneamente es un artefacto utilizado para la representación y la autoexpresión, siendo este último la característica más predominante al permitir la gestación de una forma fotográfica que hace del celular con cámara una herramienta altamente expresiva de la personalidad, de uso individual y privado.

3.2 La vida como una base de datos. La influencia de internet en la producción y recepción de la imagen fotográfica

Ori Schwarz, es un sociólogo israelí interesado en estudiar los cambios sociales en la vida cotidiana, causados por el arribo de lo que él denomina *electronic data-objects*. Aquí se presentan tres investigaciones realizadas en torno al uso de fotografías digitales en procesos de socialización y autorepresentación en redes sociales. La primera de ellas, titulada *GoodYoung Nostalgia: Camaras Phones and technologies*, fue publicada en el año 2009 y en ésta el autor hace una búsqueda sobre cómo los teléfonos celulares y los blogs son configurados como *tecnologías del ser*. Son usados para la producción, documentación y consumo de imágenes del pasado, con el fin de evocar sentimientos relacionados con la nostalgia. La habilidad de la imagen está precisamente en resucitar estos momentos de la experiencia personal, debido a que, en 1999, cuando se integran las cámaras a los celulares, se construye un nuevo aparato que permite no solamente la grabación sino la reproducción de imágenes y sonidos, con lo que se crean las coordenadas precisas para un consumo espontáneo de los sentimientos del pasado. Schwarz declara que la cámara en el teléfono celular ha permitido un nuevo modo de economía de la imagen, con su propia lógica de funcionamiento, donde los adolescentes son dueños de la producción, del intercambio y el consumo de los documentos audiovisuales. Esto causa que la nostalgia sea de carácter reflexivo, narcisista y exclusivamente vinculada a las preocupaciones personales de los individuos, teniendo la diferencia de que sus producciones ya no se configuran de un modo privado sino público, y sin que esto signifique que no esté influenciada por la industria cultural que presta su estética para la producción de estos documentos.

La segunda investigación de Ori Schwarz, *On Friendship, Boobs and the Logic of the Catalogue: Online Self-Portraits as a Means for the Exchange of Capital (2010)*, tuvo el propósito de examinar la función de los autorretratos publicados en redes sociales y su relación con el intercambio y producción de capitales culturales, sociales y corporales. Utilizando la teoría de los campos de Pierre Bourdieu, del mismo modo que fue utilizada por Edward Goyeneche en *Fotografía y Sociedad*, el autor hace un seguimiento de la participación de varios miembros de la red social Shox, una de las redes más populares en Israel (2007), siendo 16 años la edad promedio de los usuarios.

La red es vista por sus usuarios como un campo, en donde hay un juego social de lucha por diferentes intereses, debido a que sus integrantes desean ser populares y la

popularidad se mide en el número de amigos, de comentarios y el tráfico que tiene la página de perfil; no obstante, el mayor criterio bajo el cual se juzga a una persona es su belleza, lo que se logra al lucir bien frente a una cámara. Así, el autorretrato es un modo específico de capital corporal, que se funda en las características como rasgos congénitos del cuerpo, modificaciones o manipulaciones producidas por cirugías, dietas y ejercicio, ligados a la manipulación de la representación visual del cuerpo con el manejo de los códigos visuales prestados de la publicidad y de la industria de moda. Por eso, el retrato funciona como una moneda social al ser un cuerpo virtual (como ya antes se observaba en el siglo XIX con las *tarjetas de visita*), pero entendido como un índice del cuerpo físico. Los miembros de *Shox*, utilizan el capital corporal no solamente para obtener capital sexual, sino también otro tipo de capitales y distinciones en el campo. Según el sociólogo israelí, las personas son vistas en las redes sociales como una lista de productos de diferentes marcas, de este modo, Internet permite ahora visualizar el mercado potencial de futuros amigos o compañeros, con los cuales es viable establecer un lazo social, haciendo una analogía entre la lógica del mercado económico capitalista y los procesos de socialización en la vida cotidiana.

Por último, pero no menos importante, dentro de los aportes dados por Ori Schwarz; encontramos su estudio titulado, *Social Subjectual Visibility and the Negotiated Panopticon: on the Visibility-Economy of Online Digital Photography* (2011). Esta investigación parte de la pregunta: ¿Cómo y en qué grado internet y la convergencia digital han afectado las estructuras de poder en las sociedades modernas? Se podría asumir que internet es un modelo de panóptico participativo (en el cual la transparencia fortalece el control social, y reduce la libertad de acción de las personas), puesto que en este nuevo régimen visual cualquiera puede grabar y publicar lo que los demás hacen en cualquier lugar y momento. No hay que olvidar que la relación entre fotografía y poder, ha sido trabajada por el John Tagg (2005) en su libro: *El peso de la representación: ensayos sobre fotografías e historias*, en este Tagg demuestra que la fotografía fue configurada por el Estado moderno desde una etapa temprana como un instrumento de control y vigilancia de sus ciudadanos. De ahí la pertinencia del cuestionamiento hecho por Schwarz.

Para responder a lo anterior, Schwarz estudia las prácticas de jóvenes en estructuras de poder tales como entornos escolares e instituciones militares. En los hallazgos realizados, el autor destaca el concepto de *agencia* (uso estratégico de la tecnología para conseguir intereses deseados, Schwarz 2009), que se puede entender como un juicio moral que regula las potencialidades de la tecnología. La agencia les permite a los grupos de jóvenes controlar sus propias acciones en determinados contextos. Esto hace que la práctica fotográfica esté supeditada a una regulación colectiva, negociada con distintos actores que crean normas morales, acordes a las condiciones particulares de cada grupo, como lo demuestran las siguientes características observadas en las actitudes de los participantes en el uso de la fotografía digital. En primer lugar, la fotografía es usada a menudo para desafiar las estructuras de poder en instituciones de naturaleza jerárquica; simultáneamente, es vista como una nueva herramienta de

resistencia y de subvención al propiciar dinámicas sociales de denuncia y supervisión oculta a las acciones realizadas por figuras de poder como los docentes en las escuelas. En segunda instancia, la fotografía también es utilizada para documentar acciones ilícitas en donde se rompen las reglas, con el fin de ser compartidas entre pares y no con la autoridad. Por otra parte, la cámara permite grabar acciones explícitamente subversivas, actos hechos para imitar la producción televisiva y así configurar un artefacto de entretenimiento para un posterior consumo, posibilitado por una gran audiencia en internet.

El trabajo de Schwarz tiene su contraparte en Argentina, con la investigación hecha en la ciudad de Buenos Aires por parte de Diego Basile y Joaquín Linne (2015), quienes indagaron sobre el uso de Facebook por parte de adolescentes. Estos autores sostienen que son los jóvenes los que han ampliado en sus prácticas la cultura fotográfica en la actualidad, llevándola más allá del uso para constituir la memoria familiar y convirtiéndola ante todo en una herramienta para la sociabilidad - *“photo sharing”* - en las redes sociales. Lo anterior está relacionado con el hecho que el rol del fotógrafo ahora es asumido por cada uno de los miembros de la familia de modo independiente; sumado al fácil acceso a un espacio virtual donde se consolidan plataformas cuyo fin es compartir experiencias, se han posibilitado las condiciones para que surjan nuevas prácticas fotográficas vinculadas al ocio cultural, lo que convierte a la fotografía en un instrumento para la constitución de expresiones juveniles mediadas por nuevas normas sociales; un ejemplo es el *“Photoworthy”* término usado por los jóvenes, según los autores, para señalar a lo digno de ser fotografiado y publicado en el presente, lo cual es uno de los valores que rige la praxis fotográfica de los adolescentes y que marca una diferencia con lo vivido en décadas anteriores con el predominio de la fotografía analógica.

3.3 Nuevos usos sociales de la fotografía, formas de representación y autorepresentación fotográfica en las comunidades virtuales

Este trabajo, realizado en Ecuador por E. Egas, es un estudio de caso en el cual se analizaron las fotografías de perfil de siete hombres y siete mujeres miembros de la red social *Hi5*. El autor recurre a los conceptos postulados por Roland Barthes (*lenguaje denotado y lenguaje connotado*) en el texto *La retórica de la imagen* (1986) para analizar la imagen fotográfica e identificar los componentes de connotación que están relacionados con la creación de identidad. Para Egas la fotografía digital se aleja de la realidad objetiva (la fotografía entendida como índice) y en oposición se acerca a la realidad virtual, entendida ésta como una potencia de ser, pero que no es en la actualidad (Lévy, 2007). Esto produce que el referente fotográfico esté completamente vacío y sus niveles de significación ya no se relacionen con lo verdadero; por el contrario, son ahora de tipo cultural y dependen del espectador que las lee (lo que se asemeja a lo observado en Silva y el Poole). Así, la identidad del personaje ya no es única sino múltiple, al ser una interpretación, lo que ocasiona que en las comunidades virtuales la imagen de perfil cree una identidad en donde no se sabe la veracidad de lo que el sujeto exhibe, causando una suerte de incertidumbre.

Ya que los sujetos que crean su imagen en una red social, son conscientes de que son mirados, lo que permite la creación de un simulacro, posibilitando la virtualización del mismo, puesto que la foto se hace para un público en la vida online. Entonces, en el ciberespacio las personas crean identidades negociadas con sus espectadores, haciendo que la representación moldee la realidad, creando una Real falsa conciencia, lo cual lleva a pensar que la mirada es, de por sí, algo que está determinado desde el objeto y no desde el sujeto. En conclusión, para el autor es aplicable la teoría desarrollada por Goffman en su texto *La Presentación de la Persona en la Vida Cotidiana* (1997), quien ha señalado que hay dos espacios identificados en el vivir cotidiano de la interacción social. En consecuencia, se podría entender la vida *offline* como un espacio privado, es decir, posterior, y la vida *online* como un espacio público, en otros términos, anterior, en donde el sujeto actúa para constituirse socialmente al asumir un rol y encarnar unas normas, sin olvidar que en este espacio la imagen fotográfica es un medio para crear identidad a partir de la simulación y el simulacro, potencializando lo virtual, lo que suscita que la identidad se diversifique, divorciándose de su referente *offline*.

3.4 Repensar la Imagen en el Marco de la Cultura Visual

Javier Marzal Felici publica un artículo denominado *Repensar la fotografía en el marco de la cultura visual contemporánea* (2011), el cual es un informe sobre la investigación hecha en torno a la reconceptualización y el análisis de la imagen fotográfica en el contexto de la migración digital, titulado *Tendencias y usos de la fotografía digital en la era del espectáculo*. Con base en las premisas de algunos autores como William Mitchell (1992), Nicholas Mirzoeff (2003), Hans Belting (2007) o Fred Ritchin (2009), que han anunciado la muerte de la fotografía por la imposición de la imagen digital, el estudio se encamina en el examen de los usos de la fotografía en el campo de la comunicación, particularmente la fotografía informativa y documental (el fotoperiodismo y la fotografía social), la fotografía industrial o publicitaria (comercial) y la fotografía artística.

La hipótesis de la investigación cuestiona las afirmaciones sobre las profundas transformaciones que ha sufrido la práctica fotográfica debido al cambio tecnológico de lo análogo a lo digital, puesto que, su producción todavía depende de la mirada de un fotógrafo y de un observador que proyectan su cultura, sus sentimientos y su inteligencia en la imagen cuando es capturada y leída. Sin embargo, Javier Marzal señala varias diferencias entre la fotografía digital y analógica; una de ellas sería que la imagen digital ha permitido, gracias a su naturaleza técnica, la espectacularización de lo real en un mundo globalizado, al introducir nuevos modos de producción, consumo e interacción; el autor destaca el papel de los llamados *selfmedia*, que puestos en un escenario comunicativo como la Web, han posibilitado que cada persona convierta su vida cotidiana en un show (circunstancia que fue expuesta también por Schwarz), tal como lo expuso el autor francés Guy Debord (1967) en su libro *La Sociedad del Espectáculo*, desdibujando los roles antes definidos entre lo amateur y lo



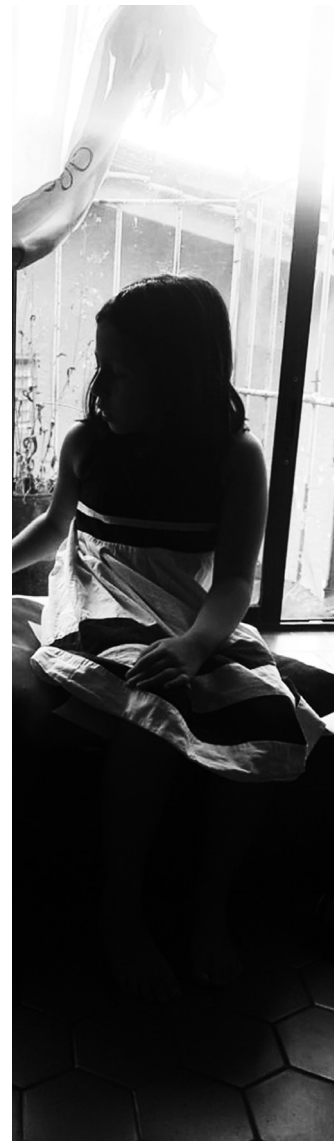
profesional. Otro cambio subrayado por Marzal está relacionado con la pérdida del carácter informacional de la imagen, pues la fotografía digital es más comprendida como una herramienta comunicativa capaz de crear mundos imposibles, pero creíbles dentro de la lógica visual, al valerse de su cualidad de mimesis para borrar las huellas enunciativas. Como efecto, la fotografía digital está inscrita dentro de la lógica de la cultura de masas y es parte de la llamada economía de la información, lo que conlleva a que su estudio debe contemplar dichas condiciones para poder entender su papel en los distintos sectores de la sociedad y la cultura hoy.

3.5 *Imagen Red: un concepto para estudiar las prácticas fotográficas en la cultura digital*

Lo visual atraviesa hoy toda actividad humana como nunca había pasado en la historia de Occidente. Paradójicamente, la imagen es hoy menos *visual* pero más *acústica*, lo que hace necesario una redefinición del estudio de la fotografía desde las ciencias sociales, como lo postula Edgar Gómez Cruz al proponer el concepto de *Imagen Red*:

Lo que las prácticas de fotografía digital producen no son (sólo) los objetos que solíamos llamar “fotografías”, (también) producen imágenes, que, ensambladas junto con textos, enlaces y contextos específicos, forman interfaces, conexiones y un sistema de comunicación particular. A esto ha denominado *imagen en red* (Gómez, 2012, p.230).

Este autor latinoamericano ha realizado trabajos académicos como los siguientes: *Digital Photography and picture sharing: Redefining the Public/Private Divide* (2009), *La fotografía digital como estética sociotécnica: el caso de la Iphoneografía* (2012), *De la cultura Kodak a la imagen en red: una etnografía sobre fotografía digital* (2012) y *Digital Photography and Everyday Life* (2016). De este modo ha madurado su definición de *imagen Red*, para lo cual se ha nutrido de varias aproximaciones provenientes de distintas disciplinas. Un ejemplo es lo expuesto por la antropóloga inglesa Elizabeth Edwards, en su texto conocido como *Las prácticas sociales como una teoría de la fotografía* (2009b), donde esta autora presenta a la fotografía con una experiencia o praxis social, lo que la hace susceptible de ser examinada como cualquier otro hecho social. Otro enfoque contemplado por Gómez Cruz, es el enunciado por el filósofo Patrick Maynard en su libro *The engine of Visualization* (2000), quien destaca el hecho que la utilización de la luz ha tenido a lo largo de la historia la función de ampliar el poder de imaginar y de detectar cosas, así la fotografía es una tecnología para manejar la luz, (roto-tecnología). Por consiguiente, han existido unas *foto-técnicas* con diversas posibilidades materiales que interactúan entre sí (Análogo-digital) y que poseen la facultad de detectar la luz, capturarla y marcar su presencia sobre una superficie, aunque, además tienen la característica de describir y representar sobre aquello que capturan, siendo así capaces de crear significación y comunicar sobre lo que registran. Gómez Cruz también estima otra visión concebida por los autores Bijker, Hughes y Pinch (2001). En la cual la fotografía es juzgada como una *red sociotécnica*, que contiene componentes



materiales y no materiales, discursivos, tecnológicos y sociales. Se trata entonces, de leer a la fotografía como una red compleja que genera una agencia compartida, en donde hay una mutua retroalimentación entre tecnología, discurso y práctica. Con las anteriores reflexiones en mente Gómez Cruz, configura su mirada sobre la fotografía digital, donde según el autor, está propone prácticas propias y disímiles con respecto a la fotografía analógica, debido por un lado a su dimensión técnica, pero más que eso por la forma cómo ha sido asumida en el terreno de lo social.

Con lo que Gómez Cruz concluye que la fotografía hoy no se limita a mostrar su referente, sino que funciona como un vínculo, como un código que se incrusta entre otros códigos, se adapta a sus lógicas y adquiere nuevos significados y estéticas en relación con las redes en las cuales se inserta. Así, la fotografía es vivida como una herramienta de conexión y conectividad; esto ha transfigurado la trayectoria temporal de uso, haciendo que la imagen funcione en un presente continuo. Este pensamiento de Gómez Cruz se complementa con las reflexiones de Martin Hand, quien en su libro *Ubiquitous Photography* (2012), sostiene que ningún cambio tecnológico es considerable a menos que este sea practicado, motivo por el cual, la *experiencia social* de la imagen cobra gran importancia.

En este sentido, en la propuesta de Gómez Cruz la clave está en estudiar las relaciones que se establecen entre las *foto-técnicas* y los procesos computacionales en el marco de la digitalización de la cotidianidad. Porque son estas relaciones las que hacen que la fotografía sea asimilada en la contemporaneidad como una *interfaz Fototécnica*, haciendo que ésta funcione como una *mediación tecnovisual* en el marco de la cultura digital.

4. Conclusiones generales

Si bien es cierto que, con la aparición de la tecnología digital y su incursión en el terreno de lo cotidiano, han ocurrido alteraciones en los usos relacionados con la imagen fotográfica, estas no son del todo drásticas. Al respecto, es relevante recordar a Marshall McLuhan (1988) y su figura del *Tétrade*, la cual se puede ver como una herramienta para detectar los efectos en la sociedad por la adaptación o apropiación de una tecnología o un medio. Dichos efectos son agrupados en cuatro categorías, puesto que cada tecnología supone el realce o la intensificación de algo en la cultura; así mismo, genera un desuso o torna obsoleto algo, pero a su vez recupera un factor olvidado e invierte una tendencia original de uso. Teniendo en cuenta los trabajos analizados, y utilizando las cuatro categorías del *Tétrade*, podríamos concluir lo siguiente:

En primer lugar, la tecnología digital intensifica el uso personal de la fotografía en todos los aspectos de la vida, tal como nos lo muestran las indagaciones hechas por los autores Schwarz (2010) y Ames (2006); esto produce una mutación en la temporalidad de los hechos, pues los eventos del pasado son altamente accesibles en el presente, haciendo, como Schwarz lo ha indicado, que el pasado sea una base de datos

que facilita la documentación del ser y la creación de egodocumentos, sin dejar de lado que el realce de la imagen ha sido causado porque su producción y consumo son de carácter instantáneo, lo que ayuda a borrar los límites entre los eventos y sus representaciones. Esto conlleva a que la fotografía ya no puede ser vista como un diálogo postergado como lo afirmó Silva (1998), antes bien, su facultad enunciativa es exacerbada por los procesos de convergencia, lo que la convierte en una herramienta de conversación (Dijck, 2007), en un modo comunicativo pensado para el aquí y el ahora, y no únicamente en un medio de preservación de la memoria de un evento en el pasado lejano.

En segundo lugar, el concepto de lo *fotografiable* también ha entrado en un proceso de redefinición, ya que la cámara está presente en todos los espacios y ya no sólo en el ámbito familiar, pues lo *fotografiable* cobra distintas expresiones que diluyen los límites entre lo público y lo privado: ya no se fotografía para recordar en un futuro, sino para exponer a una audiencia o para comunicar de forma inmediata a un interlocutor, sin que esto implique del todo que se haya dejado de lado su función relacionada con la memoria. Lo indispensable entonces es comprender que la fotografía debe ser vista como una “*Tecnología del yo*”, concepto trabajado por Ori Schwarz (2010) y José Van Dijck (2007) en su libro *Mediated Memories in the Digital Age (Cultural Memory in the Present)*.

Van Dijck define las “Tecnologías del yo” a partir de los postulados de Michel Foucault, como herramientas sociales y culturales para la reflexión, la representación del yo y la comunicación con los otros. Cada periodo histórico ha sido marcado por un régimen idiosincrático de *tecnologías del yo*, lo que significa que la manera como en cada época se constituye la memoria en la vida cotidiana va a estar condicionada por las posibilidades tecnológicas que en ese momento imperen e igualmente, de las apropiaciones que las personas de modo individual o colectivo hagan de dichas posibilidades a través de prácticas socioculturales. Bajo esta mirada, para Van Dijck la aparición de la fotografía digital no implica que la imagen fotográfica ya no tenga función alguna relacionada con la memoria, lo que realmente infiere es que la misma concepción de memoria es transformada por las dinámicas propuestas en la Cultura Digital. En tanto que ahora se pueden asumir a los artefactos de la memoria como objetos interconectados, que gracias a internet están en constante interacción con otras personas o audiencias, lo que causa que *las tecnologías del yo* en la era digital se perciban más que nunca como *tecnologías del compartir*.



Estimando la segunda categoría del *Tétrade*, la aparición de la fotografía digital ha vuelto obsoleto, como técnica de archivo, al álbum de familia debido a su condición material; esto es, la fotografía como un artefacto material y en consecuencia como objeto sensorial, corporal e íntimo de la memoria. Lo anterior no quiere decir que haya desaparecido del todo el álbum, sino que ahora se inscribe bajo otras lógicas que no incluyen la fotografía impresa. Sin embargo, la imagen en papel sigue estando vigente en otros ámbitos como el publicitario y el artístico, aun cuando en el primero la imagen material no está hecha para ser conservada para un tiempo lejano, sino todo lo contrario, está pensada para ser destruida velozmente en el presente. En cambio, en el campo artístico se puede afirmar que la foto sigue siendo un objeto creado para la reflexión, donde las condiciones materiales son decisivas en su contemplación y significación.

En tercer lugar, dadas las nuevas condiciones tecnológicas, se ha recuperado y generalizado el uso del retrato como una forma de representación social, el cual ya se observa desde la creación de las *tarjetas de visita* en el siglo XIX, como es evidenciado por Poole y Goyeneche; ahora bien, el retrato tiene una presencia más activa debido a la existencia de redes sociales digitales, participando en dinámicas de socialización e intercambios de capitales como lo han estudiado Ori Schwarz y Egas. Lo que causa una estrecha relación entre memoria, imaginación y deseo, al momento de crear imágenes de sí mismos. Pues en un retrato fotográfico se encuentran superpuestas, *la imagen mental del yo, la imagen idealizada del yo, la imagen del yo según el fotógrafo y la imagen pública del yo* (Barthes, 1989). En la fotografía análoga el control que se tenía para lograr que estos cuatro imaginarios coincidieran era limitado, no únicamente por la naturaleza tecnológica del medio sino porque muchas veces el fotógrafo no era el mismo fotografiado. Por el contrario, en la actualidad las personas pueden con mayor facilidad hacer conciliar estas cuatro imágenes de sí mismos, debido a que pueden ser sus propios fotógrafos, mirar la imagen inmediatamente y además realizar cambios posteriormente (Van Dijck, 2007). La potencialización de estos usos sociales se debe en gran parte a los procesos de crecimiento en la exhibición de los documentos fotográficos en el común, puesto que antes las fotografías consideradas públicas eran manejadas por los medios masivos de comunicación, mientras que en la actualidad esa división ha desaparecido, haciendo que la visibilidad del sujeto sea un bien deseado, como lo ha manifestado Schwarz, causando lo que el profesor Marzal ha enunciado como la espectacularización de la vida cotidiana.

Para finalizar, la cuarta categoría propuesta por el *Tétrade*, sirve para hacer hincapié en el hecho de que, con el cambio tecnológico, la función principal de la fotografía ha sido invertida, puesto que lo digital evidencia que la concepción de realidad está mediada por convenciones culturales. Lo que desplaza el problema de lo fotográfico de lo considerado *verdadero* a lo *expresivo*, como ya ha sido afirmado por el profesor Javier Marzal (2011). Luego, la fotografía por su materialidad digital (el código) permite de manera generalizada en lo cotidiano, el desarrollo de la dimensión narrativa sobre la dimensión descriptiva, liberando a la imagen fotográfica de ser un

índice de la realidad que representa. Esto no significa que antes las fotografías no pudieran ser manipuladas o trucadas, sino que era algo reservado para ámbitos como el publicitario. “De esta forma, así como la fotografía liberó a la pintura de su función representacional, la imagen digital parece haber liberado a la fotografía de su función social” (Gómez, 2013, p.17).

No se debe olvidar que, en nuestro presente, a causa de la súper producción de imágenes, no sólo es relevante ver cómo se ha transmutado el modo de tomar fotos, sino el modo de usarlas en sí: al poder divorciar la fotografía de su referente, éste se puede utilizar para darle nuevos valores simbólicos, tanto en contextos sociales, como políticos e individuales. Este aspecto ya había sido señalado por Barthes (1999), en su concepción del *mito* como sistema semiótico predominante en la cultura de masas. Para Barthes el *mito* despoja a la imagen de su sentido original y en su lugar coloca a través del proceso de *significación* un *concepto*, que sólo mediante los *códigos* de una *ideología* puede ser interpretado; de esta forma el *mito* naturaliza una construcción cultural. En este orden de ideas, para poder entender cuál es el papel de la fotografía hoy, es determinante no mirar exclusivamente su producción, sino su distribución, consumo y reutilización; —esto es, su *valor de uso* y su *valor de cambio* (Poole, 2000)— pero siempre rastreando su relación con otros medios, lo que implica verla como una *mediación tecnovisual* (Gómez, 2012). Por ende, la fotografía digital no puede ser percibida como una unidad culminada, antes bien debe ser vista como algo que está en constante cambio y cuyo sentido va a estar mediado por la praxis (Chalfen, 1987) en la que se inscriba a lo largo de estas transformaciones.

Esto puede ser demostrado al ver trabajos antropológicos como el implementado por la Universidad UCL de Inglaterra, conocido como “Why we Post” (2016), un estudio sobre los usos de los Social Media en ocho países culturalmente muy diversos. En éste se compara cómo, según el contexto, son apropiados los mecanismos *socio-técnicos* (Gómez Cruz, 2012) comunes de las redes sociales, tales como los autorretratos, los memes, imágenes de perfil, los estados, los comentarios, los me gusta, etc. Entre sus hallazgos sobresale el hecho que las mismas plataformas en distintos territorios pueden tener funciones muy variadas e incluso disimiles. Lo anterior está relacionado con otro concepto trabajado en este artículo por varios autores: *la agencia* o la *agencia compartida* como es presentado por Amparo Lasén en su trabajo *Autofotos: subjetividades y medios sociales* (2012). La *agencia compartida* hace alusión a la relación entre las tecnologías y las personas, tratando de entender cómo los actores o agentes con sus características particulares, a través de mediaciones tecnológicas de intercambios, expresiones, acciones y actitudes configuran definidas prácticas. Lo que conlleva a pensar que para comprender lo visual en general, como parte de la comunicación en la cultura digital, hay que descifrar primero su *agencia*, ya que las imágenes son el resultado de la interacción entre agentes, tecnologías y mercados, en contexto socioculturales dados, que confluyen según sus propias dinámicas.

Notas

- ¹ Maestra en artes plásticas y Visuales, Facultad de Artes ASAB, Universidad Distrital Francisco José de Caldas. Especialista en fotografía, Universidad Nacional de Colombia. Magíster en Comunicación - Educación, Universidad Distrital Francisco José de Caldas.

Referencias

- Ames, M. (2006). *The Social Life of Snapshots: The Past, Present, and Future of Personal Photography* (Tesis de Maestría). School of Information, University of California, Berkeley.
- Barthes, R. (1986). Lo obvio y lo obtuso, Imágenes, gestos, voces. *La escritura de lo visible*. (pp. 11-102). Barcelona, España: Ediciones Paidós Ibérica, S.A
- Barthes R. (1989) *Cámara Lúcida, nota sobre la fotografía*. Barcelona: Paidós Comunicación.
- Barthes, R. (1999). *Mitologías*. México: Siglo XXI.
- Basile, D., & Linne, J. (2015). Adolescentes y redes sociales online: El photo sharing como motor de la sociabilidad. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos*, (54), 17-27. ISO 690
- Benjamin, W. (1994). Pequeña historia de la fotografía. Obras escogidas, 1, 91- 107. En
- Berger, J. (2001). *Modos de ver*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili.
- Benjamin, W. (1989). *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. Fundamentos históricos y filosóficos del campo comunicación-educación. Madrid, España: Taurus.
- Bourdieu, P. (1995). *Las reglas del arte: Génesis y estructura del campo literario*. Barcelona, España: Anagrama.
- Bourdieu, P. (2003), *Un arte medio: Ensayo sobre los usos sociales de la fotografía*. Barcelona, España: Gustavo Gili.
- Brea, J. (2007). *Cultura_RAM. Mutaciones de la cultura en la era de su distribución electrónica*. Madrid, España: Editorial Gedisa, S.A.
- Brea, J. (2010). *Las tres eras de la imagen. Imagen-materia, film, e-image*. Madrid, España: Ediciones AKAL.
- Castells, M. (1997). *La era de la información. Economía, sociedad y cultura. La sociedad red*. España, Madrid: Alianza Editorial, S. A.
- Chalfen, R. (1987). *Snapshot version of life*. Ohio, USA: Bowling Green State University Popular Press.
- Debord, G. (2007). *La sociedad del espectáculo*. Valencia, Italia: Editorial Pre-Textos (edición original: 1967).
- Dubois, P. (1986) *El Acto Fotográfico. De la representación a la Recepción*. México: Ediciones Paidós.
- Edwards, Elizabeth. (2009a). Photography as object of memory. En *The Object Reader* Ed. Fiona Candlin Raiford Guins. New York: Editorial selection and material, 2009321-349.
- Edwards, Elizabeth. (2009b) «*Las prácticas sociales como una teoría de la fotografía*». *Instantáneas de la teoría de la fotografía*. Ed. Pedro Vicente. Tarragona, España: Arola Editors, p.p 101-12.
- Egas, J. (2009). *Nuevos usos sociales de la fotografía Formas de representación y tu representación fotográfica en las comunidades virtuales* (Tesis de maestría). Universidad Andina Simón Bolívar, Quito, Ecuador.
- Flusser, V. (2001). *Una filosofía de la fotografía. La distribución de la fotografía*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Foucault, M. (1990). *Tecnologías del yo y otros textos afines*. Barcelona, España: Ediciones Paidós Ibérica, S.A.
- Freund, G. (1993). *La Fotografía como documento social*. México D.F, México: Editorial Gustavo Gili, SL.
- Goffman, E. (1997), *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Argentina, Buenos Aires: Amorrortu editores. S.A.
- Gómez Cruz, E. (2012). La Fotografía Digital Como una estética sociotécnica: El caso de la Iphoneografía. *Aisthesis* 52, 393 – 406.
- Gómez Cruz, E., & Lehmuskallio, A. (2016). Digital Photography and Everyday Life. En Gómez E. (2012). *De la cultura Kodak a la imagen en red: una etnografía sobre fotografía digital, Una etnografía sobre la fotografía digital*. Barcelona, España: Editorial UOC.

- Gómez E. (28 de noviembre de 2013). *Hacia la construcción de una sociología de la imagen digital más allá de la representación*. Recuperado de <http://imagenaciones.com/2013/11/28/hacia-la-construccion-de-una-sociologia-de-la-imagen-digital-mas-alla-de-la-representacion-working-paper/>
- Goyeneche, E. (2009). *Fotografía y Sociedad*. Medellín, Colombia: La carreta editores.
- Gubern, R. (1987). *La mirada opulenta: Exploración de la iconosfera contemporánea*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Hand, M. (2012). *Ubiquitous Photography*. Cambridge, U.K: Polity.
- Kossoy, B. (2001). *Fotografía e Historia*. Buenos Aires: La marca.
- Lasén, A., Gómez, E. (2009). La fotografía digital y Picture Sharing: Redefiniendo la división público / privado *Conocimiento, Tecnología y Política*, volumen 22, Número 3, pp 205 a 215.
- Lévy, P. (2007). *Cibercultura. Informe al Consejo de Europa, Lo universal sin totalidad esencia de la Cibercultura. El movimiento social de la cibercultura*. (pp. 83-107). Barcelona, España: Anthropos Editorial.
- Lister, M.(Compilador) (1997). *La imagen fotográfica en la cultura digital*. España, Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica, S.A.
- Marzal, F. (2007). *Cómo se lee una fotografía, interpretaciones de la mirada*. España, Madrid: Ediciones Cátedra (Grupo Anaya, S.A.)
- Marzal, F. (2011). *Repensar la fotografía en el marco de la cultura visual contemporánea*. Congreso Internacional AE-IC, Comunicación y Desarrollo en la Era Digital, Málaga. Recuperado de www.ae-ic.org/malaga2010/upload/ok/160.pdf [21-02-2011].
- Maynard, Patrick. (2000) *The Engine of Visualization: Thinking through Photography*. Nueva York, E.U: Cornell University Press.
- McLuhan, M. y McLuhan, E. (1988), *Law of New Media, The New Science*. Toronto, Canada: University of Toronto Press.
- Miller, D., Costa, E., Haynes, N., McDonald, T., Nicolescu, R., Sinanan, J. & Wang, X. (2016). *How the world changed social media*. Londres, Reino Unido: UCL Press.
- Mirzoeff, N. (2003) *Una introducción a la cultura visual*. Barcelona: Paidós Arte y Educación (1a Ed. 1999).
- Mitchell, W. J. T. (1992). *The Reconfigured Eye. Visual Truth in the Post-Photographic Era*. Cambridge, Massachusetts, E.U: MIT Press.
- Pinch, T.; Bijker, W.; Hughes, T. (2001). *The Social Construction of Technological Systems: New Directions in the Sociology and History of Technology*. Cambridge, E.U: Mass. (EUA). MIT Press.
- Poole, D. (2000). *Visión, raza y modernidad. Una introducción al mundo andino de imágenes*. Perú, Lima: Casa de Estudios del Socialismo.
- Régis, D. (1994). *Vida y muerte de la imagen, Historia de la mirada en Occidente*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica.
- Schwarz O. (2009). Good Young Nostalgia: Camera Phones and Technologies of Self among Israeli Youths. *Journal of Consumer Culture*. Volumen 9 (3), 348–376.
- Schwarz O. (2010). On Friendship, Boobs and the Logic of the Catalogue: Online Self-Portraits as a Means for the Exchange of Capital. *Convergence*, volumen 16 (2), 163-183.
- Schwarz O. (2011). *Subjectual Visibility and the Negotiated Panopticon: on the Visibility-Economy of Online Digital Photography*. Recuperado de <http://scholar.harvard.edu/schwarz/publications/subjectual-visibility-and-negotiated-panopticon-visibility-economy-online-digit>
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. España, Barcelona: Gedisa.
- Silva, A. (1998). *Álbum de familia la imagen de nosotros mismos*. Colombia, Santafé de Bogotá: Editorial Norma.
- Sontag, S. (2004). *Sobre fotografía*. Bogotá: Alfaguara.
- Tagg, John. (2005). *El peso de la representación: ensayos sobre fotografías e historias. Democracia de la imagen*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Van Dijck, J. (2007). *Mediated Memories in the Digital Age*. EU, Stanford, California: Stanford University Press.

Recibido: abril 16 de 2017 / **Aprobado:** junio 22 de 2017