

De la cultura Kodak a la imagen en red

Una etnografía sobre fotografía digital

UOCpress

COMUNICACIÓN # 23

Edgar Gómez Cruz

De la cultura Kodak
a la imagen en red

Una etnografía sobre fotografía digital

Editorial Advisory Board

Daniel Aranda (Universitat Oberta de Catalunya)
Jordi Busquet (Universitat Ramon Llull)
Josep Maria Carbonell (Universitat Ramon Llull)
Gustavo Cardoso (ISCTE, Instituto Universitário de Lisboa)
Anna Clua (Universitat Oberta de Catalunya)
Martin Kaplan (University Southern California)
Derrick de Kerckhove (University of Toronto)
Jacquie L'Etang (University of Stirling)
Ferran Lalueza (Universitat Oberta de Catalunya)
David Mckie (University of Waikato)
Lluís Pastor (Universitat Oberta de Catalunya)
José Manuel Pérez Tornero (Universitat Autònoma de Barcelona)
Antoni Roig (Universitat Oberta de Catalunya)
Gemma San Cornelio (Universitat Oberta de Catalunya)
Jordi Sánchez-Navarro (Universitat Oberta de Catalunya)
Jordi Xifra (Universitat Pompeu Fabra)

Diseño de la colección: Editorial UOC
Primera edición en lengua castellana: Junio 2012

© Edgar Gómez Cruz, del texto

© Imagen de la cubierta: Edgar Gómez Cruz
© Editorial UOC, de esta edición
Rambla del Poblenou, 156, 08018 Barcelona
www.editorialuoc.com
Realización editorial: El Ciervo 96, S.A

ISBN: 978-84-9788-633-8
Depósito legal: B. 19.916-2012

Ninguna parte de esta publicación, incluido el diseño general y la cubierta, puede ser copiada, reproducida, almacenada o transmitida de ninguna forma, ni por ningún medio, sea éste eléctrico, químico, mecánico, óptico, grabación, fotocopia, o cualquier otro, sin la previa autorización escrita de los titulares del copyright.

*Para la fotografía y sus imágenes,
por permitirme mirar, por la belleza.*

Índice

Agradecimientos.....	11
Prólogo.....	13
Prefacio sobre eso que conocemos como fotografía.....	19
La fotografía: una historia familiar	19
Fotografía digital: Una historia de restaurantes.....	21
Introducción: Una etnografía sobre las prácticas de fotografía digital	23
Sobre la organización de los capítulos	26
Capítulo I. ¿Qué es la fotografía?.....	33
1. Sobre la “ontología” de la fotografía: Una historia de asesinatos	34
2. La fotografía en la vida cotidiana como objeto de estudio en las ciencias sociales.....	40
3. La fotografía en la cultura digital.....	45
3.1. Los estudios sobre fotografía desde la interacción humano-ordenador	47
3.2. Los estudios sobre fotografía y teléfonos móviles	49
3.3. Flickr como objeto de estudio	51
Capítulo II. La fotografía como práctica	55
1. Problematicando la fotografía como representación	56
1.1. La ruta antropológica.....	59
1.2. La ruta tecnológica.....	63
2. La fotografía como red sociotécnica	64
3. La fotografía como práctica	70
3.1. Las prácticas y sus tecnologías	72

4. El método etnográfico para el estudio de la fotografía como red sociotécnica.....	74
--	----

Capítulo III. SortidazZ, hacia la construcción de una red social 79

1. SortidazZ: La historia de un grupo de fotógrafos	80
2. La constitución de los grupos en Flickr: compartiendo una práctica común	85
3. SortidazZ: tejiendo una red social.....	88
3.1. SortidazZ se reconoce: mirarse fotografiándose.....	89
3.2. El grupo se nombra: ser de SortidazZ	95
3.3. SortidazZ se afianza: comer y beber	98
4. SortidazZ construye sus lugares	100
5. La gestión de SortidazZ: un caos controlado.....	102
6. Una persona desagradable: SortidazZ a través del conflicto ...	103
7. SortidazZ, una nota desde los procesos de consumo	106

Capítulo IV. Reciprocidad, orden y jerarquía en Flickr..... 111

1. La creación activa de la comunidad	112
2. El principio de reciprocidad: Mecanismos sociotécnicos para la creación de la comunidad en Flickr	114
2.1. Los contactos	116
2.2. Los comentarios	118
2.3. Las favoritas	119
2.4. Los grupos	121
2.5. La nueva “curaduría”	122
3. Orden, jerarquía y éxito en Flickr	124
3.1. El Explore	125
4. Flickr como “conversación”	129
5. Flickr como escuela de fotografía	132
6. Redes sociales: más allá de Flickr	133
6.1. El caso de las cervezas en la oveja negra.....	135
6.2. Pantallas, interfaces y encuentros	135
6.3. Coda crítica sobre las “redes sociales”	137

Capítulo V. Prácticas de producción y distribución de imágenes digitales 141

1. La fotografía como agencia: Dos ejemplos introductorios	141
2. Producción.....	144

2.1. Procesamiento	148
2.2. Gestión/archivo de las imágenes	151
3. Distribución	154
3.1. “Facebook para fiestas, Flickr para arte”	155
3.2. Sobre los mecanismos sociotécnicos y las temporalidades construidas para el éxito	158
3.3. Sobre las narrativas y “memorias digitales”	160
3.4. Sobre la reproducción y copia de imágenes	163
4. La imagen en red y las nuevas visualidades	164
Capítulo VI. Autorretratos, la práctica paradigmática de la fotografía digital	171
1. El arte del autorretrato	171
2. Los autorretratos como la práctica paradigmática de la imagen en red	174
2.3. Los autorretratos y el performance de la identidad	175
3. Hacia la construcción de una tipología de autorretratos en internet	177
3.1. Autorretratos: El “espejo del yo” y los juegos de identidad	178
3.2. La experimentación fotográfica	183
3.3. El “diario visual”, las narrativas del yo y el autorretrato como regalo	184
3.4. El autorretrato como terapia psicosocial	186
4. Notas sobre el mundo de las microcelebridades	189
5. De lo público a lo privado, de lo privado a los públicos	193
5.1. El sexting: Cuando la fotografía y la movilidad generan espacios de intimidad	196
Capítulo VII. Profesionales y amateurs. Hacia un análisis del campo de la fotografía en la cultura digital	199
1. La fotografía como campo cultural	200
2. Fotografía digital: Nuevos conocimientos, nuevas redes sociotécnicas. ¿Nuevos circuitos de producción cultural?	202
2.1. Los usuarios tienen control sobre todo el proceso de producción de fotos	205
2.2. Nuevos conocimientos para la producción de imágenes (procesamiento)	206
2.3. Nuevas formas de exhibición y distribución de imágenes	208

3. Donde la división “profesional/amateur” pierde sus límites ..	210
4. Nuevas formas de comercializar la imagen en red	211
4.1. El intercambio	211
4.2. La cesión de la fotografía.....	212
4.3. El robo.....	212
4.4. Los bancos de imágenes: la fotografía como “crowdsourcing”	213
5. Amateurs pro: Entre las fotos de la tía Paquita y la fotografía profesional	214
6. Flickr.com: La institución fotográfica de la imagen en red.....	216
6.1. Los commons	218
6.2. Getty Images.....	219
6.3. Flickr y sus alianzas con el mundo analógico	219
7. Del trabajo creativo gratuito y el capitalismo del conocimiento a la libertad creativa de los “hobbies serios”: Recapitulación crítica.....	221

Conclusiones. Las prácticas de fotografía digital en la vida cotidiana: Hacia una definición de la imagen en red y la cultura Flickr..... 229

1. Sobre la fotografía y la cultura digital	229
2. Hacia una definición de la imagen en red	231
2.1 La fotografía como interfaz.....	233
2.2 Todo es fotografiable, todo el tiempo	236
3. De la “cultura Kodak” a la “cultura Flickr”	238
3.1. Nuevas materialidades, formatos y circuitos para la fotografía	240
3.2. La fotografía digital y sus nuevas redes sociotécnicas ...	241
3.3. Nuevas formas de representación	244
3.4. Fotografía digital en red, nuevas narrativas de la vida cotidiana.....	246
3.5 Nuevas formas de subjetivación.....	247

Bibliografía 251

Agradecimientos

Dado que este libro es herencia de mi tesis doctoral.¹ Muchos de los agradecimientos serán precisamente los del arduo proceso de elaborar la tesis. Antes que nada debo agradecer a los miembros de SortidazZ y de Flickr: Mar, Montse, Hoskar, Óscar, Roldán, Bastian, Maribel, Xavi, David, Victoria, Jorge, Bitxu, Nunu, Vivi, Emma, Antonio, Garrett y todos los que compartieron sus experiencias conmigo, sin su colaboración, energía y cariño, este trabajo no habría existido. Agradezco especialmente a Carles y Juan, mis *Virgilio*s en el campo, por aceptarme, por sus comentarios pero sobre todo por su amistad. Este texto estará en deuda perpetua con Elisenda Ardèvol, su apoyo, guía y dirección en el proceso doctoral nunca podrá ser lo suficientemente agradecido. Antoni Roig fue quien dio el voto de confianza a la publicación de este libro y Gemma San Cornelio me invitó a su estupendo proyecto. A ellos tres, como *Mediaciones*, les agradezco su apoyo en la etapa postdoctoral. A Rubén Blanco le agradezco haber sido parte constante de este proceso, sus comentarios, siempre atinados y afilados, han contribuido a solidificar mis argumentos. Sarah Pink también merece ser mencionada con especial gratitud, por el prólogo pero sobre todo por el interés y apoyo a mi trabajo. Brenda Rodríguez merece un agradecimiento particular porque sin su atinada lectura y energía la base de este libro se habría archivado en el cajón de las derrotas. Quiero agradecer a todos los compañeros y compañeras académicos quienes durante los años de mi formación doctoral comentaron, criticaron, colaboraron, escribieron conmigo, e hicieron crecer mi trabajo. Especialmente a John

1. Investigación llevada a cabo con el apoyo de una beca del Internet Interdisciplinary Institute y cuyos resultados son parte del Proyecto de Investigación MICINN (HAR2010-18982) para el período 2011-2013.

Postill, Eric Meyer, Javier Echeverría, Amparo Lasén, Martin Lister, Anne Beaulieu, Sarah de Rijcke, Annette Markham, Caroline Bassett, Emiliano Treré, Cristóbal Cobo, David Silver, Antonia Levy, Adolfo Estalella, Tiscar Lara, Maria Schreiber, Matteo Stocchetti, Begonya Enguix, Tori Holmes, Isis Hjorth, Daniel Villar, Eduard Aibar, Albert Batlle, Adela Ros, Agnés Vayreda, Jordi López, Ercilia García, Elena Pérez y a muchos compañeros y compañeras doctorandos de todo el mundo. Con quienes compartí, en un momento u otro, la dura travesía en el desierto doctoral.

A Talia Leibovitz debo agradecerle por haber creído en nuestro proyecto y por haberme recordado la importancia de la alegría (y de meter la guata). A Enrique Fabregat debo agradecerle su apoyo constante, transoceánico y suprageneroso. A Carolina, por enseñarme a pelear por los sueños (que ojalá, aunque tarde, se cumplan). Y finalmente, a mi familia porque aun en la nostálgica distancia, han estado siempre presentes, especialmente mi mamá, la recolectora de recuerdos.

Prólogo

El trabajo de Edgar Gómez Cruz responde, y contribuye, a una propuesta emergente en los estudios sobre comunicación y medios caracterizada por un alejamiento, teórico y práctico, que va de lo semiótico hacia lo etnográfico, experiencial, habitual y no representacional. Al hacerlo, participa en el proceso de re-definir este campo de estudios con relación a una serie de movimientos claves, teóricos y metodológicos, que cruzan la literatura en ciencias sociales y humanidades e invitan a un entendimiento interdisciplinario de los medios digitales. El geógrafo Nigel Thrift, en su formulación sobre una teoría no representacional, señala que ésta: “toma el leitmotiv del movimiento y trabaja con él como una forma de ir más allá del constructivismo” (2008, p. 5). Este tipo de aproximaciones, como la del antropólogo Tim Ingold, ofrecen implicaciones críticas claves para el estudio de la cultura visual (ver Ingold, 2011, p. 316). Estas aproximaciones nos permiten entender cómo la relevancia de la fotografía, en el mundo, va más allá del contenido visual de las imágenes en sí mismas y tiene una estrecha relación con las múltiples otras cosas que están en movimiento en los mundos de los que forma parte. En este contexto, aproximaciones teóricas alternativas han abierto nuevas avenidas a través de las cuales podríamos comprender la fotografía digital. De hecho, Ingold se pregunta provocativamente:

¿Deberían el dibujo o la pintura ser entendidas como una imagen final para ser inspeccionada e interpretada, como en los estudios convencionales de la cultura visual? O deberíamos mejor pensar en ellos como un nodo en una matriz de trazos para ser seguidos por los ojos observantes. ¿Son los dibujos y pinturas de cosas *en* el mundo, o son *como* cosas en el mundo?

En el sentido que tenemos que encontrar nuestras formas a través y entre ellos, habitarlos como habitamos el mundo en sí mismo (2010, p. 16).

Lo mismo, por supuesto, debe ser preguntado sobre la fotografía digital. Como ha sucedido con las aproximaciones convencionales al estudio de la fotografía digital, que la analizan través de su contenido visual, y que son revisadas mediante un viraje hacia la teoría de las prácticas, aproximación que se ha convertido en un paradigma influyente en sociología. La teoría de las prácticas ofrece un lente analítico que aleja su foco de la cultura. En su lugar, como plantea Andreas Reckwitz: “La teoría de las prácticas ‘descentra’ la mente, los textos y la conversación. Simultáneamente se mueve hacia la incorporación los movimientos corporales, las cosas, los saberes prácticos y la rutina en el centro de su vocabulario” (2002, p. 259). Por lo tanto, estos movimientos teóricos ofrecen un contexto donde obtener herramientas nuevas e inspiradoras, y marcos a través de los cuales pensar acerca de la fotografía digital, y las personas y las cosas con las que está coimplicada en el mundo. De hecho, el desarrollar un estudio contemporáneo sobre la fotografía digital implica alejarnos de las técnicas analíticas convencionales para el estudio de la imagen. Al hacerlo, se hace necesario un llamado a los académicos para que sigan la emergencia, en crecimiento, de trabajar a través y más allá de los confines de las disciplinas académicas tradicionales.

En este contexto contemporáneo, emerge una serie de preguntas de investigación claves relacionadas con cómo deberíamos entender el consumo y la producción de imágenes al movemos por los ambientes online y offline de los que formamos parte. Esto nos urge a preguntarnos cuáles son las implicaciones de lo anterior en los roles y potencialidades que la fotografía y las fotografías tienen en nuestras vidas. El entender la fotografía en esta forma requiere entonces del estudio no sólo de la imagen en sí misma sino de cómo emergen esas historias, experiencias y trayectorias. También requiere que nos preguntemos cómo estas nuevas narrativas se interrelacionan con las historias, de las tecnologías y de las industrias asociadas a ellas.

De la cultura Kodak a la imagen en red está perfectamente posicionado para afrontar este reto. El de Edgar Gómez Cruz es un proyecto que precisamente reúne ambas naturalezas, las del mundo online/offline, en lo que él llama “onlife”, y nuevas aproximaciones para entender la imagen, los medios y las formas en las que nos relacionamos con

ellos. Este libro es, por un lado, acerca del mundo donde las personas salen de excursión con sus cámaras, en diferentes localidades y condiciones meteorológicas, donde comen, rien y fotografían juntos. Estas experiencias sobre el mundo están enmarcadas a través del ambiente, de las socialidades y de las cosas, y es desde esas experiencias encarnadas desde donde surgen sus fotografías. Sin embargo, en este mundo offline, la red nunca está lejos de nuestras realidades o, en el caso de los fotógrafos con los que Gómez Cruz trabajó, tampoco está lejos de sus intenciones. Los significados de las fotografías, aprendemos de su meticuloso y profundo estudio etnográfico, no se encuentran en ningún análisis semiótico de su contenido sino en las historias de cómo, por qué y dónde fueron tomadas, sus trayectorias al ser subidas a Flickr, y en sus relaciones afectivas y conceptualizaciones, tanto de su ser como del mundo que emerge con y/o en relación con ellas. Pero además, como se nos avisa, estos mundos fotográficos contemporáneos han crecido en el tiempo a través de una forma histórica de relacionabilidad con el mundo analógico. De hecho, entender la naturaleza de la fotografía digital contemporánea es también el preguntarnos por los medios digitales y el cambio sociotecnológico. Para lograr esto, Gómez Cruz trabajó en la intersección entre los estudios de comunicación, la antropología, la sociología y los estudios de ciencia y tecnología.

De la antropología, Gómez Cruz toma la aproximación etnográfica que involucra relaciones perduradas y cotidianas con personas durante un largo tiempo, mientras ellas hilvanan la práctica de la fotografía digital con otros elementos en sus vidas. Él participó en el mundo y vidas de las personas de las cuales quería aprender, de una forma que es más parecida a la elaboración de una etnografía antropológica que a su simple préstamo para un ejercicio interdisciplinario. La profundidad, consideración y reflexividad de las relaciones que él describe —y él ha sido consciente de ello al decir que considera a sus participantes coautores de su trabajo— está en el centro del tipo de saberes que él puede derivar de su análisis. No hay nada superficial acerca de este trabajo. Es una etnografía “sentida” —tanto en lo afectivo como en el sentido físico de la participación—.

Esto significa que cuando Gómez Cruz escribe acerca del cambio hacia una cultura Flickr, podemos tener la fuerte sensación de que esta no es una cultura para ser estudiada como si fuera un texto o analizada

semióticamente. En cambio, el estudio de Gómez Cruz muestra cómo la cultura, desde esta perspectiva, es emergente y producida precisamente a través de las prácticas fotográficas cotidianas en las que él participó y estudió. La cultura Flickr, en mi entendimiento, es presentada a nosotros como algo que está hecho. La aproximación etnográfica es una ruta para mostrarnos cómo los procesos sociotécnicos suceden a través de las complejidades de las relaciones sociales, cómo se vuelven parte de la vida a través de su arraigo en la rutina y las prácticas habituales, y cómo se da su interrelación con otros dominios de la vida cotidiana y las ocasiones especiales.

Este libro, entonces, se erige como ejemplo de cómo podríamos investigar y entender las nuevas tecnologías, digitales y de la red, que forman parte de los mundos cotidianos en los que habitamos. Nos invita a mirar más allá de los confines de nuestras disciplinas, a innovar con nuevos métodos y aproximaciones y a atender al detalle de la etnografía. Para los académicos de la comunicación y los medios, presenta un llamado a la comprensión del contenido de los medios digitales como algo más que un texto para ser leído. En cambio, en este contexto, se propone que una imagen visual es el resultado de la interrelación de los procesos sociales, tecnológicos, y de las prácticas. Como tal, nos recuerda que en la vida cotidiana los momentos en los que los significados fotográficos se vuelven poderosos podrían ser aquellos que son contingentes en estas trayectorias, en lugar de ser producidos independientemente de ellas. Para los antropólogos, el texto ofrece un recordatorio de que los mundos de la vida cotidiana que investigamos son cada vez más lugares donde el online y el offline están entretreídos, y que de hecho no son separables, ni experiencial ni analíticamente.

Sarah Pink, abril de 2012

Referencias:

- THRIFT, N. (2008). *Non-Representational Theory: Space, Politics, Affect*, London: Routledge.
- INGOLD, T. (2010). “Ways of mind-walking: reading, writing, painting”. *Visual Studies*, 25(1), 15-23.
- INGOLD, T. (2011) “Worlds of sense and sensing the world: a response to Sarah Pink and David Howes”, en *Social Anthropology/Anthropologie Sociale*, 19(3): 313–317.
- RECKWITZ, A. (2002). “Towards a Theory of Social Practices: A development in culturalist theorizing”, *European Journal of Social Theory*, 5(2): 243-63.

Prefacio sobre eso que conocemos como fotografía

La fotografía: una historia familiar

En el mueble que tenía frente a su cama, mi abuela, una tesorera de recuerdos, se podían ver las fotos de cada uno de los miembros de su extensa familia. Sus hermanos, sus padres, sus hijos y sus nietos le sonreían desde distintos tiempos que aparecían en marcos de formas y colores variados; fotos pequeñas, medianas y grandes mostraban esa especie de genealogía sentimental. Todos estábamos ahí, en ese particular retablo familiar. Entre la foto más vieja y la más reciente, la diferencia de edad era quizá de unos sesenta o setenta años. Las imágenes más antiguas revestían esa solemnidad propia de los retratos de antes, elaborados en blanco y negro, recalcaban un escenario rebotante de formalidad donde todos los presentes aparecían muy elegantes. Las fotos más nuevas, en cambio, eran casi todas imágenes de celebraciones familiares: el último bautizo o el primer cumpleaños de los miembros más jóvenes de la familia, las navidades, los viajes o las vacaciones. A juzgar por las fotografías de mi abuelita, la cámara había sido un testigo presente en todas las celebraciones familiares, una invitada más que nunca faltaba en los días importantes. En las imágenes más antiguas, sin embargo, parecía que la celebración misma era la ocasión de hacerse una fotografía, y no al revés, como sí parecen mostrar las fotos más recientes. En las fotos antiguas, las personas miran fijamente a la cámara, en las más recientes, la que parece mirar es la cámara que se convierte en una extensión de la presencia de quien toma la foto. La memoria y la historia de mi fami-

lia están perpetuadas en esas pequeñas imágenes bidimensionales, en fotografías.

Mi madre heredó esta práctica y se ha erigido como la principal coleccionista de recuerdos familiares siendo las fotografías uno de sus formatos favoritos. En su casa tiene álbumes enteros, organizados en orden cronológico, de cada uno de sus tres hijos; fotos desde que nacimos hasta que nos rebelamos contra el lente intrusivo de la cámara de mi progenitora. Su casa está plagada de marcos distribuidos por todos los rincones. Mi madre ha experimentado con distintos formatos fotográficos de los cuales se va apropiando para hacer el mismo tipo de fotos. Por ejemplo, en mi adolescencia solía torturarme, a mí y a mis amigos invitados a mis fiestas de cumpleaños, proyectando diapositivas de mi niñez; nunca faltaba, después del obligado pastel, la foto en la que aparezco vestido de torerito, todo un clásico de esas tardes de proyección, que solía arrancar las risas y bromas de mis amigos. La mayoría de estas fotos eran de la familia y los amigos cercanos: en picnics, de vacaciones, en las navidades o los cumpleaños. En ellas, como en el mueble de la habitación de mi abuela, está claramente el registro de nuestra historia familiar.

Desde que mi madre tiene una cámara digital y un móvil con cámara, esa etapa quedó atrás. Además de las fotografías que ya cargaba en su bolsa, ahora suele poner las fotos en la pantalla del ordenador, en la del teléfono, en la ventanita del Messenger (la que va cambiando constantemente dependiendo de su ánimo), en su álbum de Picassa y, finalmente, en su más reciente experimento: una página llamada My Heritage, una especie de Facebook para familias. Curiosamente, esta página me recuerda al mueble donde mi abuelita tenía sus fotos, sólo que, esta vez, el “lugar” en donde se exhiben es internet y a la vista de toda la familia (que mi madre se ha encargado de invitar a esta “red social”), independientemente de dónde se encuentren en el mundo. Cualquier familiar puede dejar comentarios en la foto, señalar con una etiqueta a quienes aparecen en la imagen y enlazar las fotografías en sus blogs o páginas principales.

El mueble de mi abuela, que sigue intacto como lo dejó, es una especie de retablo del pasado familiar. El *Heritage* de mi madre es más un juego del presente.

Fotografía digital: Una historia de restaurantes

Una noche, cuando estaba cenando en un restaurante árabe en Barcelona, en la mesa que estaba a mi derecha, llegó y se sentó una chica rubia, tenía alrededor de treinta años. Portaba un vestido ceñido con un estampado que recordaba a la moda hippie, de tonos ocre; unas medias, casi de invierno, color café y unos discretos aretes que hacían juego con su maquillaje sobrio pero visible. Llegó sola y, por su actitud inquieta, era evidente que esperaba a alguien. Un par de minutos más tarde, sacó un teléfono móvil de su bolso y comenzó a ver las fotos que estaban guardadas en la memoria del aparato. Yo estaba sentado de manera que me daba la espalda en diagonal, por lo que podía observarla perfectamente. Después de dar una vuelta por las fotos que tenía en su móvil (un Nokia n73 de carcasa roja) extendió el brazo con el aparato y puso la cámara delantera apuntando hacia ella (ese móvil tiene una de mayor calidad detrás y una para videoconferencias delante, donde está la pantalla) y se tomó una foto con cara de aburrida. Acto seguido, la envió en un MMS a alguien. Durante un rato, siguió jugando con la cámara, tomándose fotos a sí misma y a las cosas de su mesa. Después de tomar cada imagen, la veía en la pantalla y, si no le convenía, la volvía a tomar hasta quedar satisfecha con el resultado. Un rato más tarde, llegó su acompañante, un chico fornido, con camiseta apretada y bronceado perfecto. Se saludaron y pidieron una variedad extensa de platos (de los cuales sólo comieron la mitad). Él cogió el teléfono que ella había dejado sobre la mesa y, mientras llegaba lo que habían ordenado, comenzó a tomarle fotos a ella, sólo para después intercambiar papeles y ser ella la que lo fotografiaba a él. Casi no hablaban, su interacción se basaba casi por completo en mirar a través de la pantalla, fotografiar y luego comentar, mientras se intercambiaban de manos el teléfono, el resultado de las fotos. Cuando llegó la comida, él volvió a coger el teléfono y le tomó fotos a todos los platos mientras ella le pedía que le mostrase las imágenes. Así, mientras uno comía, el otro fotografiaba. Esto duró unos minutos, luego dejaron el teléfono y comenzaron a comer ambos, la diversión, parecía, quedó atrás.

Terminé de cenar, y antes de levantarme de mi mesa, noté que en la mesa que estaba detrás de ellos, había dos parejas que comenzaban a tomarse fotos con el móvil. Fotografiar la comida ha pasado de ser

una locura excéntrica a ser una práctica común y corriente. Y si esta práctica es constante y se comparte con la gente, puede resultar hasta un contenido exitoso en las redes sociales. Ambas cuestiones relacionadas con la fotografía digital.

Se podría pensar que mucho ha cambiado con la fotografía digital, o quizá no haya tantos cambios como podría pensarse. Aún más, es posible que no haya cambiado lo que creemos que ha cambiado sino otras cosas. Este libro pretende dar cuenta de ello.

Introducción:

Una etnografía sobre las prácticas de fotografía digital

Este libro está basado en una investigación etnográfica sobre prácticas de fotografía digital en la vida cotidiana. La implementación de la tecnología digital en la práctica fotográfica ha supuesto un cambio en todo el circuito de producción, distribución y consumo de fotografías. El paso de la fotografía analógica a los sistemas digitales, y su popularización masiva, ha supuesto la sustitución de los carretes de composición química, casi en su totalidad, por dispositivos electrónicos de memoria.² Esto viene acompañado de múltiples transformaciones en los costos, mecanismos y dispositivos necesarios para la obtención de imágenes digitales. Por otro lado, la distribución adquiere dimensiones nunca antes vistas con la posibilidad de la copia digital sin pérdida de calidad, o la distribución a través de internet en las plataformas existentes desde Flickr a Instagram. Pero principalmente, la práctica de la fotografía adquiere una nueva dimensión por la presencia constante de la cámara digital como dispositivo de uso cotidiano, gracias en gran parte, pero no sólo, a la incorporación de una cámara en la gran mayoría de los teléfonos móviles que se venden en la actualidad. Esta casi omnipresencia en la vida cotidiana de un dispositivo de producción de imágenes transforma no sólo la práctica en sí misma sino al objeto de lo fotografiable. El resultado es que los

2. Las grandes compañías como Canon y Nikon anunciaron a partir de 2006 el cese de la producción de cámaras analógicas. Kodak, el gran imperio de fotografía, se fue a la bancarrota unos años después.

lugares, los momentos y el uso de las fotografías han cambiado radicalmente y con ello su función social;³ la fotografía ha pasado de ser un objeto casi ritual, relacionado con fechas y eventos específicos, a ser parte de una práctica cotidiana, algunas veces literalmente diaria, en la vida de muchas personas. Estas prácticas se conectan con cuestiones de trascendencia más amplia como la conceptualización de lo público y lo privado; la relación entre los dispositivos materiales y su función de mediación, la relación entre fotografía y memoria o su función para la creación de vínculos sociales; la gestión y presentación de la identidad de manera pública con base en el uso de imágenes, los derechos de autor, y en última instancia el significado social del objeto fotográfico y su relación con la identidad y la sociabilidad. Dimensiones todas cuya reflexión es crucial para entender la vida cotidiana en la “sociedad de la información”.

La fotografía se desarrolla a principios del siglo XIX y tiene más de un siglo de andadura como tecnología incorporada en la vida cotidiana de prácticamente todo el mundo (más allá del acceso a la herramienta en sí). Sin embargo, con la emergencia de la tecnología digital y su convergencia con otros dispositivos (por ejemplo los móviles o los portátiles) y con las plataformas en internet para compartir fotos, la fotografía ha cobrado un nuevo protagonismo y su práctica ha sido transformada. Es justamente éste el interés de este texto. Dichas prácticas son, en última instancia, un elemento importante no sólo en la construcción de la memoria y el conocimiento sobre el mundo, sino también en la construcción de las subjetividades, identidades y vínculos sociales en la vida cotidiana de muchas personas. Más que un estudio sobre el dispositivo tecnológico,⁴ o sobre la fotografía como objeto cultural y simbólico, al poner el acento en las prácticas, con y alrededor de la fotografía en nuestra vida cotidiana, se pretende un acercamiento que dé cuenta de la complejidad sociotécnica, especialmente por su marcado y reciente protagonismo en las interacciones a través de inter-

3. Bien es cierto que dicho cambio no implica una transformación de todas las funciones de la fotografía ya que, muchas de ellas, se ven también reforzadas aunque con alcances y posibilidades diferentes. Por poner un ejemplo, los álbumes familiares en internet (cfr. Pauwels, 2006).

4. Que en realidad la práctica fotográfica no requiere de UN dispositivo sino de una serie de ellos, desde la cámara a las baterías y los cables de conexión y de las redes bluetooth hasta los ordenadores e internet.-

net. Esto acarrea una necesaria revisión de muchos de los supuestos y resultados de aquellas investigaciones canónicas que, desde las ciencias sociales, se han realizado hasta ahora sobre la fotografía y su relación con la vida cotidiana.

Es la etnografía, como método y técnica de investigación, pero sobre todo como abordaje epistemológico para la construcción de objetos de estudio, la que proporciona el hilo conductor de este trabajo y que enlaza los datos empíricos obtenidos con un marco teórico desarrollado. Esta es la base con la que se pretende dar cuenta, por sus características, de la diversidad y complejidad del estudio de las prácticas fotográficas en la vida cotidiana. Desarrollar una etnografía sobre las prácticas de fotografía digital, al menos esa es mi apuesta, es necesaria porque la fotografía es una tecnología tan mundana, tan integrada en nuestras vidas, que ya la damos por descontada, y que requiere por tanto de una aproximación que permita hacer extraño lo familiar, al mismo tiempo que se centre en la perspectiva de la gente, para de esta forma darnos pistas sólidas sobre las profundas transformaciones sociales, identitarias y comunicativas relacionadas con la incursión de las tecnologías digitales en la vida cotidiana.

Quiero pensar que este trabajo, sobre el cual me responsabilizo en su totalidad, es también un esfuerzo colectivo, una reflexión conjunta, un análisis coral elaborado por los fotógrafos y fotógrafas con los que compartí el año y medio que duró mi trabajo de campo (septiembre del 2008 - marzo del 2010), y que consistió en observar participativamente distintos grupos de fotografía relacionados con diversas plataformas: Flickr, Facebook, Instagram, etc.; tanto en línea como en las actividades presenciales que organizaban. Hice fotografía con ellos, comí con ellos, mantuvimos un contacto constante a través de internet y el teléfono móvil, los entrevisté, me guiaron y me enseñaron mucho sobre la fotografía y sobre la vida. De ahí que la voz de muchas de esas personas con las que estuve conviviendo, trabajando y aprendiendo aparezca ya casi desde el principio en mi trabajo. Este texto es pues la culminación de un diálogo a dos bandas: con los informantes que me enseñaron sus prácticas fotográficas cotidianas y me transmitieron su pasión, conocimientos y energía y con los autores y autoras teóricos en los que me he basado para hilar mis reflexiones con las suyas.

Sobre la organización de los capítulos

Este texto está organizado en tres apartados: el primero está dedicado a la presentación y contextualización de la fotografía digital como objeto de estudio en las ciencias sociales y se establece una discusión sobre el enfoque teórico utilizado para comprenderla. La segunda parte incluye la descripción etnográfica del grupo estudiado en profundidad, la configuración de redes sociales en torno a la práctica de la fotografía digital y el papel de la mediación tecnológica, y en la tercera parte presento el análisis de cómo las prácticas estudiadas transforman ámbitos más amplios de lo social y lo cultural.

El primer capítulo presenta un estado del arte sobre los estudios sociales sobre fotografía. Se discuten la búsqueda de una ontología única de la fotografía desarrollada por varios autores, los estudios sobre su “función social” y se elabora además un panorama general sobre el estudio de la fotografía dentro de la cultura digital.

El segundo capítulo presenta y desarrolla el marco teórico específico de esta investigación. Utilizando lo que he denominado “rutas”, la antropológica y la sociotécnica, he intentado explicar la fotografía como una agencia más allá de su función como representación. Se propone que en la fotografía digital no cambia tanto el “sentido” de las imágenes como sus usos y prácticas. Por lo tanto, siguiendo a autores como Couldry (2004) o Postill (2011), se busca descentrar la mirada del significado del texto a las prácticas y la fotografía como objeto material. A partir de ahí, se discute el enfoque de las prácticas como propicio para el estudio de la fotografía digital.

El tercer capítulo abre la descripción etnográfica centrada en las prácticas de sociabilidad en relación con la fotografía. Concretamente, habla de cómo se configura un grupo social a través de plataformas de mediación tecnológica. Basado casi en su totalidad en el trabajo de campo con un grupo de fotógrafos de Barcelona, se discute cómo, para este grupo, la comunicación mediada y las prácticas fotográficas son tan importantes como los rituales de sociabilidad tradicionales de los grupos urbanos en Cataluña. Se propone que, para la constitución y cohesión del grupo, son tan importantes Flickr, Facebook y las cámaras digitales como las cañas y las cenas en los bares y restaurantes.

En el capítulo cuarto se describen los “mecanismos sociotécnicos” que incorporan las plataformas tecnológicas en su diseño, y cómo estos se organizan a partir de un principio de reciprocidad o prefigurando sistemas de orden, jerarquía y éxito. Se analiza cómo estos mecanismos son utilizados, apropiados y contestados por sus usuarios en la formación de una sociabilidad que muchas veces excede estos principios y órdenes predefinidos de las redes sociales. Finalmente, se discuten críticamente los trabajos basados exclusivamente en el estudio de una plataforma tecnológica y la comprensión de las llamadas “redes sociales” como catalizadoras de una sociabilidad digital específica y propia de “lo virtual” proponiendo una visión más holística de las redes sociales, entendidas a partir de la constitución de redes de sociabilidad que cruzan distintas plataformas tecnológicas.

El capítulo quinto se inspira en la idea del “circuito de la cultura” propuesta por Du Gay, Hall *et al.* (1997) y en él se describen las prácticas relacionadas con la producción, postproducción, distribución y consumo de imágenes fotográficas digitales. Prácticas todas ellas fundamentales para la creación y el mantenimiento de subjetividades y colectivos sociales, como se verá más adelante.

El capítulo sexto abre la tercera sección del libro, que he denominado “sinergias” y que consta de dos capítulos analíticos más las conclusiones. En este capítulo se analiza la que considero es la práctica paradigmática de la fotografía digital: los autorretratos. Trazando una breve historia de ellos y relacionándolos con reflexiones más amplias sobre el cuerpo, el género y la sexualidad, se concluye describiendo su uso en internet como representación, como *performance* y como regalo. A partir de ahí, se establece una discusión más amplia sobre su relación con la formación de microcelebridades (cfr. Senft, 2008) y la problematización de dicotomías como público y privado.

Finalmente, el capítulo séptimo reflexiona sobre una de las implicaciones más extensas del llamado “contenido generado por los usuarios”. Tomando el caso de la fotografía digital, se discute la distinción, cada vez más porosa, entre profesionales y amateurs. Analizando cómo se crean nuevas instituciones fotográficas propias de la cultura digital, específicamente el caso de Flickr, se propone que el “campo fotográfico” en el sentido de Bourdieu, está siendo transformado por las prácticas de fotografía digital.

El último capítulo, el de conclusiones, puede resultar útil de leer antes del grueso del trabajo de campo. En él, se explica el concepto de “imagen en red” como una intuición de trabajo para el análisis de la fotografía digital. Enumerando sus características principales, el capítulo plantea que hemos pasado, de una “cultura Kodak” (concepto acuñado por el antropólogo visual Richard Chalfen en 1987) a una “cultura Flickr”, término que hace un guiño al anterior pero que busca reflexionar sobre las profundas transformaciones en la práctica fotográfica a partir del uso de la tecnología digital.

Utilizando el juego de metáforas fotográficas que se puede establecer con “el cambio de lentes”, los capítulos que componen este trabajo pueden leerse con cierta independencia, aunque al mismo tiempo, para comprender completamente algunos de los puntos de cada uno, hay que acudir a los otros. De ahí que vaya marcando constantemente los enlaces entre uno y otro capítulo. Hay algunos que son más de corte teórico y otros resultan más descriptivos. El tono varía considerablemente de uno a otro, de ahí que se utilicen diferentes “ópticas” para cada uno de ellos: Un “zoom” para ver y entender la fotografía como práctica sociotécnica. Un lente “macro” para centrarme en la vida cotidiana de las personas y cómo se integran las prácticas fotográficas en ellas. Un lente más amplio con el que abordaré las plataformas y tecnologías necesarias para establecer las redes de sentido que sustentan las prácticas y, finalmente, un “gran angular” que nos permita hacer una reflexión panorámica de la forma en la que las prácticas inciden en la cultura. Finalmente, la idea es que la lectura, en su conjunto, sea más que la suma de las partes. Sin embargo, en algunos momentos parecerá que existe una repetición de argumentos, esto es consciente ya que, al mirar un objeto desde diversas perspectivas, algunas de estas miradas se juntan y solapan.

Otra de las características de este trabajo, y que se ha mostrado desde el principio, es que está lleno de anécdotas propias que dialogan con las citas procedentes de mi trabajo de campo. Apelo con ellas a lo que apunta Michael: “La anécdota es un medio para reflejarse sobre la propia construcción textual” (2000, p. 15). Habiéndome formado y crecido como académico en la tradición de los estudios culturales, el uso de “imágenes” y anécdotas del investigador va más allá de una contextualización del objeto estudiado, es un reconocimiento tácito al

importante rol que tienen en la vida cotidiana dichos objetos. Por otro lado, es también un compromiso ético con las personas que, con sus historias, han contribuido a este trabajo. Una forma de *do ut des* con ellos y con el posible lector o lectora de este documento. Si este texto es un diálogo, de varias voces, la mía no sólo es la que las reúne sino que también aparece explícitamente en más de una ocasión por lo que me responsabilizo enteramente por el contenido del texto.

PRIMERA PARTE

Teórico-metodológica

¿Qué es la fotografía?

En su libro *Camera Culture*, publicado en 1985, Halla Beloff, una profesora de psicología de la Universidad de Edimburgo, comienza preguntándose: “¿Qué es una fotografía?”. Si esa misma pregunta se le hiciera a una “persona inteligente”, propone, ésta diría: “es algo que tiene que ver con la física y la química, con el viaje en el tiempo, y cuestiones sociales e identificación, personas, sucesos, o lo que sucedió” (1985, p. 1).⁵ Beloff continúa diciendo: “de una manera más formal, es fácil ver que la fotografía viene en tres formas: fotografía artística, fotografía documental, fotografía personal” (1985, p. 1). Siguiendo con su razonamiento, apenas en la página dos, apunta: “Es una representación que no es posible hacer o que se haya hecho sin la presencia de la materia representada. Tú no puedes fotografiar un sueño...” (Beloff, 1985, p. 2). Partiendo de ahí, el resto del libro es un interesante ensayo sobre el papel que desempeña la fotografía en distintos ámbitos sociales. En poco más de un cuarto de siglo, la descripción que haría una “persona inteligente” sobre lo que es una fotografía quizá sería diferente. Aunque la fotografía tiene una bien documentada historia (cfr. Marien, 2002), que alcanza ya los 180 años, Kember (2008), incisivamente, lanza un reto al decir que “todavía no sabemos lo que es la fotografía” (p. 175).

A pesar de todo lo que conocemos y hemos escrito sobre ella, parece que todavía nos falta mucho por conocer. Esto se complica aún más

5. Todas las citas cuya referencia en la bibliografía esté en inglés son traducciones propias. Asumo la enorme responsabilidad que esto conlleva y me disculpo por los errores en los que hubiera podido caer.

cuando en la era digital, la fotografía, como muchas otras tecnologías que existían con anterioridad, parece sufrir cambios mucho más radicales y complejos que un simple cambio de formato. Mitchell (1998), a quien retomaré más adelante por ser uno de los primeros que establece una reflexión profunda sobre la imagen digital, propone, sobre las tecnologías novedosas, que en las primeras épocas del motor de combustión, para entender al naciente automóvil, se pensaba en un carruaje sin caballos, o, citando otro de sus ejemplos, para explicar la radio, se hablaba de una “telegrafía sin hilos”. Lo que parece sugerir el autor, de manera muy sutil, es que quizá tendríamos que buscar entender a la fotografía digital como algo más que una nueva forma de fotografía. Se hace necesaria entonces una reflexión más extensa que no sólo dé cuenta de los cambios particulares que la imagen digital ha traído con respecto a la fotografía analógica, sino que se cuestione sobre la pertinencia de esta mera traslación de significados de un formato analógico a uno digital.

No es la intención de este texto sumarse a la extensa y profunda bibliografía ensayística sobre la “naturaleza de la fotografía”, tarea compleja que se dificulta incluso desde la semántica del término ya que la palabra “fotografía” puede referirse a la práctica de hacer fotografías, o al objeto material (o digital) que es el resultado de dicha práctica, ya sea un objeto impreso o aquel presentado en alguna pantalla. Sin embargo, resulta útil, para la propuesta que en este trabajo se plantea, establecer un panorama general sobre la fotografía como objeto de estudio, primero sobre la fotografía analógica y después con su tránsito hacia lo digital. De ahí, el esfuerzo se encaminará en aportar un panorama general sobre los estudios sociales que han tenido como su objeto central el rol de la fotografía en la vida cotidiana. Finalmente, se desarrollará la propuesta teórica que guiará el transcurso de este trabajo.

1. Sobre la “ontología” de la fotografía: Una historia de asesinatos

Bazin, en uno de sus primeros textos, *The ontology of the photographic image* (1980, originalmente publicado en 1967) –texto pionero, ampliamente citado y discutido tanto en trabajos sobre fotografía como en

estudios sobre cine—, traza una especie de pequeña historia social de la imagen, partiendo de la tesis de que la fotografía adquirió su ontología en contraposición a la pintura.⁶ La pintura y la escultura tienen su antecedente, según Bazin, en las momias egipcias. La función ritual que cumplían las momias era la de vencer a la muerte. Según Bazin, ésta era una necesidad fundada en que “se percibía a la supervivencia como dependiente de la existencia continuada del cuerpo físico” (1980, p. 237). Después, sigue en su reflexión, se buscaron nuevas formas de preservar la vida mediante la representación de la vida. Esa función se trasladó a las pirámides y de ahí a las estatuas. Más adelante, esta función acabaría recayendo en la pintura como la más importante imagen representacional. Por lo tanto, concluye Bazin: “si la historia de las artes plásticas es menos una cuestión de su estética que de su psicología entonces se verá que es esencialmente una historia del parecido, o, si se prefiere, del realismo” (1980, p. 238). Debido a esa búsqueda de realismo, la pintura se abocó en ser lo más precisa y fiel a aquello que intentaba reproducir. Es así que con la aparición de la fotografía se:

Liberó a las artes plásticas de su obsesión con el parecido. La pintura era forzada, como después se vio, a ofrecernos una ilusión y esta ilusión fue suficientemente considerada como arte. La fotografía y el cine, por el otro lado, son descubrimientos que satisfacen, de una vez y por todas en su esencia misma, nuestra obsesión por el realismo (Bazin, 1980, p. 240).⁷

De esta forma, por sus características técnicas, se relacionó a la imagen fotográfica con una supuesta capacidad “objetiva” para representar exactamente aquello que se fotografiaba, incorporando así en su significado social el de ser una tecnología de reproducción de la realidad.⁸ A este hecho, pudo haber contribuido también el carácter primigenio de la fotografía como “descubrimiento científico”. En el texto editado por Allan Trachtenberg (1980), los ensayos escritos por algunos de los pioneros de la fotografía: Niepce, Daguerre y Fox Talbot, parecen tratados científicos cuyo objetivo era dar a conocer las proporciones

6. Para otra reflexión sobre las tensiones entre fotografía y pintura ver Benjamin (2008).

7. Cuestión en la que también coincide Sontag (2006).

8. Esta misma idea es ampliada de manera crítica por Walton (1984). Para una reflexión histórica sobre la fotografía como sistema de representación ver Wright (1999), Tagg (1988), Marien (2002) y Hall (1997).

químicas y cuidados instrumentales que se deben tener para obtener mejores resultados en la obtención de imágenes. Edgar Allan Poe dijo que esta “invención” era: “El más importante y quizá el más extraordinario triunfo de la ciencia moderna” (1980, p. 37). Fontcuberta lo lleva un poco más lejos al señalar que “lo que conocemos comúnmente como fotografía sólo cristaliza a principios del siglo XIX porque es justamente en ese momento cuando la cultura tecnocientífica del positivismo requería un procedimiento que certifique la observación empírica de la naturaleza” (2010, p. 61). Otro escritor, Baudelaire, en un famoso discurso contra la fotografía (sobre el daguerrotipo en realidad, tecnología antecesora de la fotografía como la conocemos), pronunciado en 1859, proponía que para las masas la idea de arte era: “la reproducción exacta de la naturaleza” y, por lo tanto, Daguerre era su “Mesías”. Exposición que Baudelaire entonaba como un lamento. Esta idea es cercana al planteamiento de Fox Talbot, quien, en el primer libro en el que se incluyeron fotografías de la historia (publicado en 1843) planteaba que el método de fijar imágenes era un método mediante el cual la naturaleza se reproducía a sí misma, de ahí el título del libro: *El lápiz de la naturaleza*.

Tenemos entonces que el significado social que se construyó en torno a la fotografía provenía de la relación de, al menos, tres elementos: por un lado, el sentido con el que en los primeros tiempos de la fotografía se le dotó como una herramienta “realista”, sustituta de la pintura y otras artes. En segundo lugar, que la fotografía, al ser un proceso mecánico y fotoquímico, no dependía de habilidad humana alguna para alcanzar “realismo”, como apunta Bazin con claridad: “Todas las artes están basadas en la presencia del hombre (*sic*), sólo la fotografía deriva de la ventaja de su ausencia” (1980, p. 241). Por último, el significado social de la fotografía se originó en esa primigenia relación entre la fotografía y un espíritu científico de corte positivista que dotaba a este proceso “natural” de un elemento de objetividad externo y “que tomó su forma en la filosofía de la ilustración y la dualidad cartesiana y el perspectivismo” (Kember, 2003, p. 207). Esta relación podría explicar que se generara una ontología propia de la imagen fotográfica, aquella que la señala como un instrumento de reproducción fiel de la realidad fotografiada. Lo que se ha denominado como su “función indexical” (Tagg, 1988; Sekula, 1982). A pesar de que dicha función

ha sido cuestionada en innumerables ocasiones, ésta parece ser indisoluble de nuestro entendimiento sobre la “naturaleza de la fotografía”.

Existe otro elemento que requiere atención con respecto al significado social de la fotografía y es el proceso mediante el cual la imagen fotográfica adquirió también otro sentido: el de obra de arte (cfr. Christopherson, 1974). Concepción que curiosamente parece operar en contra de la anterior ya que la visión objetiva y mecánica de una realidad autorrepresentada parece contraria a la idea de arte como creación personal. Para que una fotografía pudiera considerarse una obra de arte se requirió de un gran esfuerzo. Sekula (1982), mediante un análisis sociohistórico, traza este recorrido que parece haber tenido una figura fundamental: Alfred Stieglitz. Sekula apunta cómo Stieglitz, con la revista que dirigió durante sus años de existencia: *Camera Work* (1902-1917),⁹ mediante decisiones de diseño y un minucioso trabajo lleno de matices, dio forma a lo que podía definirse como una fotografía artística, creando un género inexistente hasta entonces: “La revista delineó los términos en los que la fotografía podía ser considerada arte, y se erigió como un texto implícito, como una escritura, detrás de cada fotografía que aspirara al estatus de gran arte” (Sekula, 1982, p. 92). Esto se consiguió, continúa Sekula, despojando a la fotografía de su “estatus representacional” y apelando a sus posibilidades simbólicas. De esta manera, la fotografía se convertía en una expresión personal del fotógrafo y no sólo en una “reproducción de la naturaleza”.

Con la irrupción de la cámara Kodak, a finales del siglo XIX, se generó una masificación de la fotografía y los usuarios de cámaras se multiplicaron exponencialmente. Por ello, aquellas personas interesadas en el arte buscaron activamente separar la fotografía como expresión artística de la fotografía doméstica. De esta forma se dio:

La transformación de la fotografía, de un medio accesible a una audiencia masiva a un código simbólico exclusivo unido a la pintura, la escultura y el dibujo (como lo había querido Alfred Stieglitz), limitando la participación abierta a través de la creación y mantenimiento de los límites estéticos y sociales (Schwartz, 1986, p. 190).

9. Dos excelentes libros sobre la revista son: Stieglitz, Roberts, Maurin y Guetzer (1997) y Green (1973).

Situación que, indirectamente, daría como resultado la separación entre profesionales y *amateurs*. Esta ontología doble, la simbolista y la realista, ha acompañado a la fotografía en sus 180 años de historia. Con múltiples discusiones, interpretaciones y debates, lo que resulta evidente es que esta búsqueda de definición ontológica ha sido una de las principales tareas de los escritos sobre fotografía. Más allá de la discusión sobre su ontología, lo que parece claro es el rol fundamental que ha tenido la fotografía en nuestra visión del mundo en sus casi dos siglos de existencia.

Hay una famosa frase, atribuida al pintor Paul Delaroche, cuando al parecer vio por primera vez un daguerrotipo. Delaroche dijo: “Desde ahora, la pintura está muerta”. Esta dramática afirmación parece encontrar su continuidad en el análisis de Bazin cuando apunta que la fotografía despojó a la pintura de la supremacía como la herramienta más importante para la representación fiel de la realidad. Pues bien, hace algunos años parece haber ocurrido un nuevo “asesinato”. En 2007, la revista estadounidense *Newsweek* publicaba un artículo titulado “¿Está muerta la fotografía?”, en el texto se proponía que, gracias a la tecnología digital, la fotografía había “perdido su alma”: “la fotografía era, en su esencia, la grabación de algo real que ocurría frente a la cámara”, mientras que una fotografía digital: “puede ser un cuento de *Photoshop*, que contenga sólo un mínimo rastro de un pequeño fragmento de realidad”.¹⁰

Desde la publicación del texto de Mitchell, en 1998, hasta poco después de la entrada en el nuevo siglo, el debate sobre “la naturaleza de la fotografía” (esta vez en su formato digital) estuvo en la agenda. Así, al referirse a la imagen digital,¹¹ se ha hablado de la postfotografía¹² (Robins, 1996; Batchen, 2002), de “el final de la fotografía como la habíamos conocido” (Ritchin, 1991) y de que lo digital abría un

10. La discusión sobre la realidad y la fotografía no sólo está centrada en el componente técnico. Por ejemplo, los semióticos de la imagen ya proponían que la lectura era fundamental para el entendimiento de la fotografía que no “representaba una realidad absoluta”. Para un análisis al respecto ver Kember (2003). Así mismo, Grundberg (2003) planteaba una “crisis” en el sistema de representación de la fotografía, con relación al pensamiento posmoderno.

11. Vale la pena recordar que los primeros textos que hablaban de la imagen digital no se referían a fotografías hechas directamente con una cámara digital, sino sobre los escáneres, que fueron el primer dispositivo para generar “fotografías digitales”.

12. Aunque Tomas (1988) ya había utilizado el concepto para referirse a su propuesta de un cambio de visión epistemológica sobre la fotografía como sistema de representación.

capítulo: “después de la fotografía” (Ritchin, 2008). Siguiendo con los *crímenes*, se habló de cómo las cámaras en los teléfonos móviles “matarían” a la cámara de fotos creando una nueva forma de “conversación visual” (Rubinstein, 2005).

Lo que queda claro con todos estos “asesinatos” y rupturas es el planteamiento constante que “enfrenta” a una determinada tecnología, con respecto a su referente inmediato anterior, en este caso, la fotografía digital en relación con la fotografía analógica. Esto genera ansiedades y temores. Kember (2003) plantea que este:

Pánico sobre la pérdida de lo real es de hecho un desplazamiento de la proyección del pánico a la pérdida potencial de nuestras inversiones, dominantes pero poco exitosas, en lo real fotográfico. Estas inversiones son sociales y psicológicas. Ellas existen en los términos de poder y conocimiento y en los términos del deseo y la subjetividad (p. 203).

La fotografía ha sido clave para la creación de la mirada, para apuntalar formas de conocimiento, para los procesos de comunicación, en pocas palabras, para el poder (cfr. Foucault, 2004). Lo que resulta relevante para este trabajo es el hecho de que parece quererse explicar la fotografía digital a partir de una ontología única y clara y en comparación con la fotografía analógica. Este camino, de buscar entender o explicar una única ontología de la fotografía, es, a mi entender, un camino poco útil para los objetivos que se plantea este trabajo. Camino que, además, ha sido infinitamente recorrido. En ese sentido, el objetivo de este libro es justamente el camino contrario al planteado por Barthes, quien decía enfáticamente no estar interesado en la sociología de la fotografía sino en su esencia. De esta forma, este texto se alinea más con la propuesta de Pierre Bourdieu, quien apuntaba que su interés estaba puesto en la fotografía como “práctica social generalizada” (2003, p. 23). Como nos recuerda Sutton (2008), las ontologías son a su vez ideas que se edifican como artefactos, que “definen” las funciones que se esperan de la fotografía.

En su texto *What do pictures really want?*, Mitchell (1996)¹³ nos invita, con una dosis de ironía, a pensar no en lo que nosotros queremos de

13. En realidad son dos textos publicados en dos lugares distintos, uno con el título: “¿Qué quieren las fotografías?” y otro, el citado aquí, “¿Qué quieren *de verdad* las fotografías?”.

las imágenes sino qué es lo que ellas quieren por sí mismas. Es decir, a dejar la parte “interpretativa y retórica” y pensar que:

Lo que las fotos quieren no es lo mismo que el mensaje que comunican o el efecto que producen; no es ni siquiera lo mismo de lo que dicen que ellas quieren. Como las personas, las fotos no saben qué es lo que quieren; ellas tienen que recibir ayuda para saberlo a través del diálogo con otros (p. 81).

La invitación de Mitchell la retomo más adelante al explicar la fotografía como una agencia que se genera mediante la conjunción de tecnologías, personas, deseos, contextos y discursos (cfr. Banks, 2010; Larsen 2008).

Así, la propuesta de este trabajo es entender la fotografía como un complejo proceso de producción, distribución y uso de imágenes (cfr. Lister y Wells, 2001). Es decir, como una práctica sociotécnica que es generada por una agencia compartida. Para dar cuenta de ello me basaré en un trabajo de campo etnográfico realizado con fotógrafos comprometidos con la práctica en su vida cotidiana y organizados a través de plataformas tecnológicas como Flickr.

2. La fotografía en la vida cotidiana como objeto de estudio en las ciencias sociales

La fotografía ha sido objeto de infinidad de reflexiones y estudios desde disciplinas diversas, especialmente en las ciencias sociales y en las humanidades. Siguiendo a Burgin (1982), podemos decir que si bien hay una extensa literatura sobre fotografía, la mayoría son trabajos relacionados con el arte, cuando en realidad, nuestra relación cotidiana con las imágenes, que es continua y constante, tiene poco que ver con ese tipo de fotografías; las imágenes publicitarias, periodísticas o familiares están mucho más presentes y son mucho menos estudiadas que las fotografías artísticas. La fotografía es omnipresente en las culturas occidentales y resulta impensable la cultura o la vida cotidiana sin ella. Hay también un corpus de estudios que analizan las imágenes desde una óptica distinta, nunca mejor dicho: investigaciones desarrolladas desde las ciencias naturales sobre el

uso de la imagen fotográfica en investigaciones biológicas, médicas o astronómicas.¹⁴

Dejando de lado ambos corpus, el del arte y el de las ciencias naturales, por exceder las intenciones de este trabajo, me centraré en los textos que desde la ciencia social se han elaborado sobre la fotografía y, específicamente, sobre la relación entre la fotografía y la vida cotidiana (cfr. Harrison, 2004). Dentro de este ámbito, considero que hay cinco o seis obras de referencia obligada transversal e interdisciplinariamente. Los que podrían denominarse trabajos canónicos en el campo. Intentaré apuntar algunas directrices, diferencias y primeros comentarios de cómo, este trabajo, difiere, complementa, retoma o reta los principales puntos de dichos textos, cuestión que se desarrollará a lo largo del texto.

Desde la filosofía, Benjamin (2008)¹⁵ y, en mayor medida, Flusser (2001) reflexionaban sobre la ciencia, el arte y la memoria en relación con la representación (o sustitución) de la realidad mediante un dispositivo técnico. Cuestión que con los sistemas de tratamiento de imágenes digitales parece haber adquirido nuevas dimensiones, como apuntan varios autores (Ritchin, 1991; Henning, 1997; Robins, 1996), por la ruptura que parece haber con la fotografía como sistema de representación de la realidad (al poder modificarse, combinarse y crearse imágenes por ordenador). Desde la semiótica, Barthes (1999) busca: “formular, a partir de algunos movimientos personales, el rasgo fundamental, el universal sin el cual no habría fotografía” (p. 35). Este autor distingue el *studium* o aproximación a la fotografía desde el conocimiento y la reflexión, por lo que aporta sobre su descripción del mundo, del *punctum* o sujeción de la fotografía como experiencia personal. Barthes es quizá uno de los autores más comentados y citados en trabajos sobre la fotografía. Aunque se interesó por la fotografía sobre todo en la última fase de su vida, sus escritos, claves para entender la fotografía como signo, evolucionaron hacia un “camino provocativo pero altamente individualista” (Shawcross, 1997, p. 1) especialmente su libro *La cámara lúcida*, quizá uno de los más referidos y leídos sobre la fotografía.

14. Aunque también existen estudios que desde las ciencias sociales analizan el uso de las imágenes en las ciencias naturales (cfr. Latour, 1990).

15. Recopilación de textos escritos entre 1920-1940.

Por su parte, la fotografía como instrumento para dotar de sentido al mundo y, por lo tanto, como una forma de poder, es una cuestión sobre la que también reflexiona Sontag (2001) en uno de los principales ensayos sobre la fotografía en donde reflexiona sobre cómo la fotografía parece contener “miniaturas de realidad que cualquiera puede hacer o adquirir” (p. 4) y de esta manera, la fotografía genera una forma de enseñarnos a ver, un código visual: “es principalmente un rito social, una defensa contra la ansiedad y un instrumento de poder” (p. 8). A lo largo del texto, desengrana con lucidez el peso de la fotografía en la sociedad contemporánea. Las ideas propuestas en ese texto han alumbrado por mucho tiempo la reflexión sobre el papel de la fotografía en la sociedad. Muchos años después, algunas de esas ideas fueron matizadas en otro texto sobre la fotografía (Sontag, 2003) donde se pregunta si la sobreabundancia de fotografías (especialmente las de desastres y dolor humano) realmente es capaz de atenuar nuestra compasión y sensibilidad, cuestión propuesta en *Sobre la fotografía*.

Asimismo, existe un gran corpus de trabajos que se han generado desde la psicología, especialmente una rama agrupada como “fototerapia” (Chalfen, 1987).¹⁶

Estos ensayos e investigaciones, elaborados en su mayoría en las décadas de los setenta y ochenta del siglo pasado, son útiles en cuanto abren una reflexión sobre la experiencia fotográfica, sus cánones de representación, los usos sociales de la fotografía y su papel en la sociedad actual. Son parte imprescindible y ya “clásicos” por ser algunos de los más representativos y utilizados para pensar una “filosofía de la fotografía y la imagen”. Sin embargo, resultan distintos en alcance y objeto del proyecto en el que se enmarca este trabajo, que es más modesto y que busca ofrecer modelos sociológicos para la comprensión de las prácticas fotográficas en la vida cotidiana de un grupo particular de personas.

La aportación más relevante para el estudio social de la fotografía en el sentido recién planteado quizá sea la de Pierre Bourdieu quien, junto con varios colaboradores, en 1965 realizó una investigación (financiada por Kodak), que dio como resultado el libro titulado *Un arte medio*.

16. Para una bibliografía completa sobre la temática, revisar el sitio <<http://www.phototherapy-centre.com/>> que ha reunido un importante corpus de tesis y trabajos sobre su aplicación.

Ensayo sobre los usos sociales de la fotografía. El estudio —elaborado ya desde un marco teórico típicamente bourdieuano y que podría situarse en la disciplina sociológica— pretendía un acercamiento a la fotografía como práctica cotidiana, dado que “la fotografía más insignificante expresa, además de las intenciones explícitas de quien la ha hecho, el sistema de los esquemas de percepción, de pensamiento y de apreciación común a todo un grupo” (2004, p. 44), cuestión que un amplio sector de la literatura sobre fotografía reconoce (Harrison, 2004; Chalfen, 1987). De esta forma, Bourdieu y sus colegas apuntan que la práctica fotográfica adquiere sentido en relación con la consideración social que merece. Por ello, a lo largo del texto los investigadores hablan de las funciones sociales de la fotografía, destacando como una de las principales a la consolidación y mantenimiento de las relaciones familiares y de amistad (grupos primarios) mediante la producción, intercambio y presentación de las imágenes fotográficas. Así, distinguían el uso familiar y doméstico de otros usos de la fotografía en el campo del arte o del periodismo (es decir, ámbitos profesionales). Si bien el trabajo de Bourdieu es inspirador, mi trabajo plantea un análisis más allá de “los usos sociales” centrándome en “las prácticas”. Al hacerlo, algunas dicotomías propias del campo fotográfico delineado por este autor, como la distinción entre *amateurs* y profesionales, se problematizan. Esto a su vez, como se verá, genera transformaciones más amplias en la cultura y la sociedad y constituirá una parte fundamental de la aportación que busca hacer este libro.

Otro autor de relevancia, quien también organiza su trabajo con base en la distinción entre *amateurs* y profesionales, es Richard Chalfen (1987). Desde la antropología, Chalfen elabora un extenso trabajo sobre el “modo de producción doméstico” frente al “modo de producción profesional”. Su texto más importante es sin duda *Snapshot Versions of Life* (1987). Aunque el de Chalfen es un trabajo menos conocido y de menor impacto que el de Bourdieu,¹⁷ pero considero necesario citarlo junto a él por tener similitudes y puntos en

17. El texto es menos conocido fuera de su ámbito académico y del mundo anglosajón, quizá porque fue publicado por una universidad pequeña y no ha sido traducido, mientras que el del francés es quizá el texto más citado en investigaciones sociológicas sobre la fotografía y ha sido traducido a varios idiomas, incluido el castellano.

común. Se trata en este caso de uno de los primeros estudios etnográficos sobre el uso doméstico de la fotografía- Pero, sobre todo, porque con sus trabajos sobre la interpretación de las fotografías familiares como comunicación pictórica (1998), sobre la forma en la que las personas dotan de sentido a las imágenes vernáculas (2002), sobre las imágenes como objetos materiales (Chalfen y Murui, 2004) o más recientemente, sobre el fenómeno llamado *sexting* (2009), Chalfen se ha convertido en uno de los decanos de la llamada antropología visual, continuando con la investigación sobre las formas domésticas de producción visual.

Para su proyecto, la producción y el consumo de fotografías en el ámbito doméstico, las llamadas *snapshots*,¹⁸ forman un circuito cultural aparte e independiente del ámbito profesional, cuestión en la que parece coincidir con Bourdieu. Las fotografías se producen dentro del ámbito familiar para su consumo en el círculo social próximo a la familia, estando pautado culturalmente lo que debe o no ser fotografiado. Sus estudios muestran que en la sociedad americana (y por ende también la europea) del siglo XX, solía haber una cámara por familia y se solían fotografiar los momentos importantes de la vida personal y familiar como los bautizos, los cumpleaños y las bodas, eludiéndose otros como los funerales o las enfermedades.¹⁹

Muchos de los escenarios propuestos por Bourdieu y Chalfen parecen haber cambiado radicalmente en los últimos tiempos. La “cultura Kodak” de la que ambos dan cuenta en sus estudios, y esa es la tesis principal de este trabajo, parece convivir y generar una tensión con una cultura fotográfica emergente, distinta radicalmente: La “cultura Flickr”. Sólo para introducir las diferencias entre una y otra, pondré

18. El concepto *snapshot* no tiene una traducción exacta aunque está ampliamente difundido y es de uso común en los países anglosajones. En castellano tiene su acepción más cercana en “instantáneas”, que sin embargo no está del todo estabilizado en el resto de los países de habla castellana. *Snapshots* se refiere a aquellas fotografías hechas por personas no profesionales en un entorno casero y sin pretensiones artísticas. Como lo apunta Chalfen: “personas ordinarias haciendo fotografías ordinarias” (1987, p. 12). Y Sarvas y Frohlich (2011) agregan que normalmente se hacen con cámaras de consumo (es decir, no profesionales) y hablan de que su finalidad no es estética sino “construir una representación positiva de la vida doméstica y detonar emociones positivas en las personas” (p. 8).

19. Si bien es cierto que existió una tradición de fotografía mortuoria (por ejemplo, para el caso de Estados Unidos revisar a Ruby, 1995), ésta era elaborada por profesionales contratados para la ocasión. La muerte de un familiar no era un motivo fotográfico para la fotografía doméstica. Para una reflexión más amplia sobre la relación entre muerte y fotografía ver Jacobs (1996). Varios ejemplos de este tipo de fotografía se pueden encontrar en <<http://thanatos.net/>>.

dos ejemplos, actualmente, y como ya se ha mencionado, la cámara es un objeto personal, incluido en el teléfono móvil, y el uso de las cámaras se ha extendido a todos los grupos de edad, mientras que, en el estudio de Chalfen, se apuntaba a que era el “jefe de la familia” quien mayoritariamente manejaba la cámara que era un objeto familiar. O por citar otro, el uso y exhibición de fotografías digitales personales excede cada vez más el círculo familiar o doméstico al compartirlas profusamente con personas desconocidas en una o varias “redes sociales”. Estas y otras transformaciones son de las que habla este trabajo.

3. La fotografía en la cultura digital

La preocupación sobre la fotografía y sus prácticas cotidianas ha retomado aire a la luz de los nuevos dispositivos digitales y desde propuestas que proponen una nueva ontología de la fotografía (Lister, 1997; Mitchell, 1998; Ritchin, 2008, Fontcuberta, 2010) por ser parte de una nueva “revolución tecnológica” (Ritchin, Dietz y Reid, 1999). Para la mayoría de estos autores, lo que parece claro es que “el rol y la función de la fotografía digital occidental parece haber cambiado sustancialmente” (Van Dijck, 2008, p. 58), cuestión en la que coinciden, entre otros, Okabe e Ito (2003) y Koskinen (2004, 2005 y 2007).

Gracias a la convergencia e interrelaciones con otros dispositivos que ofrece la tecnología digital, la fotografía se ha comenzado a estudiar en relación con otras tecnologías. Esto trae como consecuencia que los dispositivos que se utilizan para la práctica fotográfica hayan cobrado relevancia y protagonismo como objetos y campos de estudio. Esto parece haber unido el análisis y la investigación sobre la fotografía con aproximaciones más computacionales (cfr. Meyer 2008) o con cuestiones más amplias como la movilidad (cfr. Larsen, Urry y Axhausen, 2006), especialmente desde la incorporación de la cámara en los teléfonos móviles. Esto, a su vez, tiene como consecuencia que el estudio sobre la fotografía haya sufrido un desplazamiento hacia otros campos anteriormente poco interesados en ella o inexistentes como los estudios informáticos. Lo que parece claro es que el objeto de estudio de este trabajo está en la agenda actual de la investigación sobre las

tecnologías de información y comunicación y cada vez aparece con más fuerza en los estudios sociales y culturales de internet y en aquellos sobre los denominados *new media* (Bolter y Grusin, 1999; Lister, 2003; Chun y Keenan, 2006).

Considero importante extenderme un poco en la descripción de los trabajos actuales sobre fotografía digital porque este texto se sitúa en diálogo con ellos. Dichos análisis buscan dar luz sobre las nuevas prácticas que surgen con el uso de tecnologías digitales. En algunos de ellos está implícita (o explícita) la búsqueda de la relación de dichas prácticas con la creación de subjetividades e identidades, cuestión que retomo en este trabajo y que es fundamental para entender la relación de la fotografía con la vida cotidiana. Aunque esta discusión se desarrollará en profundidad a lo largo del libro, baste decir que los procesos de subjetivación (construcción de subjetividades, del “*self*”) son el proyecto del último Foucault (1996 y 1998). En pocas palabras, tienen que ver con las relaciones y procesos que se establecen entre las personas y los dispositivos materiales (la cámara, internet, etc.) e inmateriales (rutinas, usos, apropiaciones); el sentido con el que las personas les dotan y la forma en la que los integran en su vida cotidiana. La “identidad”, por otro lado, es un concepto que se utilizará más de cara al grupo social y que se tomará desde la sociología goffmaniana de la “presentación de la persona en la vida cotidiana”. Sin embargo, todo proceso de subjetivación está imbricado en una construcción identitaria y toda construcción identitaria es a su vez un proceso de subjetivación. En ese sentido, las formas de uso se dan en situaciones en las que otros también están implicados y a su vez existen mediaciones (o no) de las TIC. Esta división se hace como una forma de crear un modelo analítico que pueda ser útil para la investigación.

A continuación presento una breve revisión de investigaciones y reflexiones que se han elaborado sobre la fotografía digital. Estos trabajos se sitúan, en muchas ocasiones, en campos que tradicionalmente no se habían ocupado o interesado por la fotografía, como los estudios computacionales o de diseño de sistemas.

3.1. *Los estudios sobre fotografía desde la interacción humano-ordenador*

Digital photos and computers go together

Nancy van House

Existe un importante número de trabajos que centran sus esfuerzos en entender la fotografía digital desde un punto de vista exclusivamente técnico, y que, sin embargo, buscan dar respuesta a problemas cotidianos en el uso de los dispositivos visuales-digitales. Por ejemplo, hay una cantidad importante de artículos presentados en el marco de las conferencias de la Association of Computing Machinery (ACM), especialmente en el grupo de interés sobre interacción ordenador-humano (Special Interest Group on Computer-Human Interaction). Recientemente, una de las principales publicaciones del ramo *Human-Computer Studies*, en su número 67, publicó un número especial sobre “Prácticas sociales de colocalización relacionadas con fotografías” (2009). Estos estudios buscan, en última instancia, ser las semillas de desarrollos técnicos posteriores, lo que algunos autores llaman *design-oriented fieldwork* (trabajos de campo orientados al diseño). Dichos trabajos son, en algunos casos, diseños experimentales o estudios cuantitativos, pero en su mayoría son trabajos exploratorios y descriptivos, elaborados por investigadores de diversos campos y disciplinas.

Sin ánimo de establecer un metaanálisis exhaustivo, baste mencionar algunos de dichos trabajos como muestra del tipo de estudios que menciono. Sobre la forma en la que las personas comparten imágenes: Van House, Davis, Ames, Finn y Viswanathan (2005) elaboran un estudio sobre los usos de la cámara en el teléfono móvil, utilizando una aplicación llamada *Mobile Media Metadata for Media Sharing* (MMM2), recopilan las fotografías que sus participantes hacen. Otros trabajos relacionados con la práctica de compartir fotos son el de Crabtree, Rodden y Mariani (2004) y el de Kindberg, Spasojevic, Fleck y Sellen (2004; 2005). En cuanto a trabajos sobre la organización de las fotografías, Kirk, Sellen, Rother y Wood (2006) plantean la idea de “fototrabajo” para referirse a todas aquellas actividades que realizan las personas entre que toman la foto y la comparten o la exhiben y que requieren tiempo y dedicación: bajarlas al ordenador, retocarlas, editarlas, organizarlas, etc. Otro estudio analiza la forma en la que las

personas organizan sus colecciones de fotografías digitales y encuentra que el desarrollo de procesos multimedia avanzados (como las tecnologías de reconocimiento de voz o la búsqueda basada en imágenes) son útiles para dicha organización. Sobre la exhibición de las fotos, los trabajos de Durrant, Taylor, Frohlich, Sellen y Uzzell (2009) y Durrant, Frohlich, Sellen y Lyons (2009) resultan ilustrativos del creciente interés que existe en la forma de exhibición de las imágenes por parte de distintos grupos con el fin de generar mejores interfaces para ello.

Una de las características que comparten muchos de estos trabajos es estar financiados con recursos aportados por empresas del ramo, lo que hace que estos estudios puedan desarrollar condiciones excepcionales de uso por parte de sus informantes, por ejemplo pagando las facturas del uso del móvil.²⁰ Esto puede tener un doble filo ya que los hallazgos no son necesariamente las prácticas normales de una persona que tiene que pagar sus propias facturas de móvil: Ahern, Eckles, Good, King, Naaman y Nair (2007), en su estudio, les suministraron a quince personas un teléfono Nokia con un software que recogía el uso que hacían de él, pagando además el acceso ilimitado a la red de datos, y otorgándoles cuentas *pro* (de pago) en Flickr a todos los participantes. El objetivo de su estudio era identificar las relaciones entre la locación de la captura de una foto y las elecciones de privacidad de los usuarios. Justamente el tema de la privacidad parece ser una preocupación compartida y abordada en otros trabajos de este tipo (Adams, Cunningham y Masoodian, 2007; Mannan y Van Oorschot, 2008).

En estas mismas conferencias computacionales, también se presentan algunos trabajos de corte cualitativo, a los que los autores suelen referirse como “aproximaciones etnográficas”.²¹ Por mencionar algunos, los trabajos de Van House (2007) o Van House, Davis, Ames, Finn y Viswanathan (2005), trabajos también financiados por empresas en muchas ocasiones. Una de estas investigaciones que merece

20. Si bien es cierto que la penetración de los llamados teléfonos inteligentes hace más común el acceso constante a internet, cuando se desarrollaron estos estudios no era lo común.

21. Es curioso y preocupante, lo que merece una nota extensa, que muchos estudios señalan el uso de técnicas de recogida de datos llamándolas “aproximaciones etnográficas” o investigaciones “informadas etnográficamente”, cuando, en realidad, distan mucho del método etnográfico. Por ejemplo, utilizan técnicas como la entrevista pero con frecuencia las hacen con los mismos estudiantes de las universidades donde trabajan o con personas reclutadas de manera “aleatoria”. Asimismo, en algunos casos se apunta el uso de la observación, pero ésta es en periodos muy cortos.

ser destacada, por ser un proyecto interesante sobre las prácticas de uso e intercambio de las fotografías, es la de Miller y Edwards (2007), quienes, basándose en Flickr, proponen que la fotografía digital trae consigo una serie de prácticas fotográficas distintas que aquellas descritas en investigaciones sobre fotógrafos comerciales o *amateurs*. Si bien, apuntan, estas prácticas, así como el estilo de socialización o la distinta perspectiva sobre la privacidad, no son necesariamente compartidas por todas las personas. Los autores utilizan el concepto de Chalfen de “cultura Kodak” y anteponen lo que ellos llaman el “Snapr” que “representa un híbrido de comportamientos que son diferentes, en su audiencia y aproximación, a la forma en la que se cuentan las historias, tanto a los de la cultura Kodak como a las de los grupos de fotógrafos *amateurs*” (Miller y Edwards, 2007, p. 356). Cuestión parecida a la que se plantea aquí. Sin embargo, aunque su estudio contiene elementos similares a este, su metodología se basó únicamente en diez entrevistas semiestructuradas por lo que no puede hablarse de un trabajo etnográfico. Y aunque plantean que su análisis se basa en las prácticas, su discusión se centra únicamente en las imágenes y su contenido y no en las prácticas de producción de imágenes.

Lo remarcable de todos estos estudios es que forman un extenso corpus de investigación sobre la imagen desde una posición que está estrechamente relacionada con la investigación en software, hardware y sistemas computacionales, y que buscan, explícitamente, incidir en el diseño, innovación y mejora de estos.

3.2. *Los estudios sobre fotografía y teléfonos móviles*

El interés por la fotografía también se ha incrementado a partir de la incorporación de la cámara en el teléfono móvil, lo que en inglés se conoce como *cameraphone*. Los teléfonos móviles de última generación combinan, por un lado, un aparato de comunicación móvil y, por otro, un aparato de creación de imágenes. Es justamente la combinación de estas dos posibilidades la que hace que dicho aparato abra nuevas perspectivas para el estudio de la fotografía.

Son diversos los autores que desde distintas disciplinas e intereses analizan los usos de los teléfonos móviles como aparatos de captura y distribución de fotografías digitales. Las implicaciones son profundas,

al punto de generar circuitos de producción cultural completamente novedosos. Por ejemplo con el llamado “periodismo ciudadano”.²²

Algunos de los trabajos más relevantes sobre el uso de la fotografía en los teléfonos móviles provienen de Asia.²³ Especialmente importantes son los de Okabe en Japón (Okabe 2004; Okabe, Chipchase, Ito y Shimizu, 2006; Okabe e Ito, 2003; 2006) de Gai en China (2009), el de Son (2009) en Corea, y el de Hjorth en Corea y Australia (2005, 2006 y 2008).

En la región escandinava también se produce una cantidad importante de trabajos sobre móviles y fotografía. Curiosamente, la mayoría de estos estudios proviene del ámbito del diseño. Destacan los trabajos de Koskinen (2004 y 2007; Koskinen y Kurvinen, 2005) quien, con base en la etnometodología, analiza el uso y construcción de los mensajes multimedia (MMS) y discute cómo, con ellos, se generan narrativas específicas que dan la sensación de copresencia gracias a un “contacto visual permanente”. Proyecto parecido al de Villi (2007) y Rivière (2005). Otros trabajos sobre los MMS son: el de Ling y Julsrud (2005), quienes analizan los MMS de tres grupos distintos de usuarios para ver si hay un común denominador en ese uso, o Kurvinen (2003), quien, basado en el análisis conversacional y la etnometodología, estudia el uso de mensajes multimedia para crear discursos. Existen, asimismo, otros textos sobre el uso de los teléfonos móviles en general que, aunque no tienen la fotografía como el centro de la discusión, discuten sobre el uso de la cámara como una de las prácticas de uso del móvil (cfr. Green y Haddon, 2009).

En otras latitudes también existen trabajos similares. Por ejemplo en Italia, los de Barbara Scifo (2003 y 2009) y en Israel el de Schwarz (2009), este último describe la relación entre el uso de fotografías con el móvil como una forma de tecnologías del yo, por parte de jóvenes israelíes. Desde España, Amparo Lasén (2006) analiza el uso del móvil en París, Londres y Madrid, y en otro trabajo (Lasén y Gómez-Cruz,

22. Suele llamarse “periodismo ciudadano” a aquellos hechos noticiosos escritos, fotografiados o grabados por personas no profesionales de la información pero que pueden generarla por su cercanía con los hechos noticiosos y su uso de instrumentos para dar cuenta de ellos.

23. Esto resulta lógico por varios motivos: fue en Japón donde se lanzó el primer teléfono con cámara y es en países como Japón o Corea donde la penetración del móvil con cámara y conexión de alta velocidad es más alta. Para una discusión sobre móviles en Asia ver Ito, Okabe y Matsuda (2005) y Hjorth (2005).

2009) se discuten las transformaciones en la concepción de público y privado con base en el análisis de los móviles y las cámaras digitales. La constante en todos estos estudios es la búsqueda de la comprensión del uso y significado del teléfono móvil, no sólo como dispositivo de movilidad y comunicación, sino como un dispositivo de captura e intercambio de imágenes.

3.3. Flickr como objeto de estudio

*You've enriched the web through glimpses of
your life that you've chosen to share.*

Heather Champ,
(ex)community manager de Flickr

Flickr es, sin duda, uno de los sitios más importantes de fotografía digital en la actualidad y por lo tanto uno de los principales objetos de estudio para aquellos interesados en la fotografía digital. Muchos de los estudios mencionados en los apartados anteriores tomaron como base o se desarrollaron enteramente en Flickr. Existe una gran cantidad de trabajos sobre Flickr que varían en sus propuestas teórico-metodológicas y disciplinarias. Desde análisis de carácter general y descriptivo sobre sus posibilidades (Richter y Schadler, 2009) hasta trabajos sobre prácticas específicas dentro de Flickr como la organización o el uso de etiquetas. Flickr es una de las plataformas que más se ponen de ejemplo y una de las “joyas” de las discusiones sobre la Web 2.0 (cfr. Cox, 2007). Flickr, por ello, en sus inicios y aún ahora, se ha utilizado como un “laboratorio” o como una gran base de datos para probar hipótesis relacionadas con conceptos más amplios como la creación de “comunidades” o el sostenimiento de “redes sociales”. Por ejemplo, un tipo de estudios que utilizó a Flickr para generar datos, especialmente en un primer momento de su desarrollo, eran aquellos que se interesaban por el “*tag* (o etiqueta) social” y las “folksonomías”.²⁴ Es decir, los metadatos que, en forma de palabras clave, se utilizan para describir contenidos compartidos por las personas en la red (cfr. Golder y Huberman, 2005;

24. Para una introducción al tema de los *tags* en relación con las taxonomías y su uso en contenidos generados por los usuarios, ver Marlon, Naaman, Boyd y Davis (2006).

Sigurbjörnsson y Van Zwol, 2008; Schmitz, 2006). En ese sentido, esta práctica, que es en realidad de organización e indexación social, hace que se dote de sentido “social” a la práctica individual de compartir, en el caso específico de Flickr, imágenes. Este tipo de trabajos tienden a proponer “mejoras” en los sistemas que analizan y han sido elaborados por expertos en ciencias computacionales, presentados en conferencias informáticas y, en algunas ocasiones, incluso escritos por trabajadores de las compañías de telecomunicaciones o contenidos digitales. Es decir, buscan introducir mejoras técnicas basadas en usos sociales (cfr. Van Dijck, 2009). Algunos ejemplos de trabajos que utilizan técnicas cuantitativas son: Sigurbjörnsson y Van Zwol (2008), quienes elaboran una recomendación del uso de *tags* basándose en un análisis sobre la información y el contenido de una muestra de Flickr. O Schmitz (2006), quien desarrolla un análisis de *tags* buscando producir una ontología²⁵ partiendo de ellas y así mejorar la navegación de imágenes. Por su parte, Kennedy, Naaman, Ahern, Nair y Rattenbury (2007) relacionan los *tags* con lugares y eventos para finalmente proponer, mediante un análisis algorítmico y minería de datos, cómo el contenido generado por los usuarios puede ser útil para entender “visualmente” el mundo.

También se han desarrollado trabajos interdisciplinarios y multidimensionales que, aunque buscan desarrollar mejoras en los sistemas, integran en su análisis algún componente más “humano” y buscan entender las motivaciones personales para el intercambio de fotografías: entendiendo Flickr como una comunidad (Nov, Naaman y Ye, 2008; 2009); analizando a los “actores exitosos” (Egger, Fischbach, Gloor, Lang, y Sprenger, 2008) o analizando la relación de los usuarios con los grupos en los que participan (Negoescu y Gatica-Perez, 2008). En otro trabajo, Cha, Mislove, Adams y Gummadi (2008) utilizaron las trayectorias de mil fotos “populares” en Flickr y, con un marco teórico tomado de la epidemiología, discutieron la importancia de las “cascadas sociales” en la diseminación de contenidos en las redes sociales. Van House, una de las principales investigadoras sobre imagen en red, también ha hecho trabajo de campo utilizando Flickr (2007).

25. Ontología diferente de la mencionada “ontología de la fotografía”, su uso aquí se refiere a la propuesta de una “web semántica”. Es decir, que haya datos que tengan a su vez metadatos y que puedan autoorganizarse en clasificaciones complejas.

Sin embargo, parece haber pocos estudios que, tomando como base Flickr, hayan desarrollado una investigación de corte socioantropológico. Dado que este trabajo pretende justamente incidir en esa carencia, es relevante mencionar que los trabajos más extensos y profundos son precisamente tesis,²⁶ tanto de maestría como de doctorado. Entre estos estudios, destacan la tesis doctoral de Jean Burgess (2007) y la de Søren Mørk Petersen (2009). Burgess habla sobre la “creatividad vernácula” y cómo la producción de contenidos mediáticos abre la posibilidad de su difusión y su crecimiento, utilizando a Flickr como un ejemplo de campo entre otros.²⁷ El trabajo de Petersen, enmarcado en los estudios de comunicación, se centra en el *moblogging*, es decir, el uso de imágenes tomadas por teléfonos móviles para compartirlas en plataformas como Flickr. Su interés está puesto en “la banalidad común” y cómo se integra la práctica de fotografiar lo cotidiano en la vida de los *mobloggers*.

Otra tesis, la de Eric Meyer (2007), analiza las transformaciones en el conocimiento científico generado por los oceanógrafos a partir de su uso de fotografías digitales. Dotan (2008), por su parte, elabora un estudio comparativo entre usuarios de Flickr en cinco países utilizando minería de datos y un cuestionario abierto. En un par más de tesis, de menor alcance por ser de maestría, se discute la cuestión del realismo fotográfico (Hahn, 2009; Lake, 2008) o de su uso para la construcción de identidades en las redes sociales (Egas, 2009).

Son pocos los estudios que analizan la fotografía como una práctica sociotécnica (entre los que destacan Maynard, 2000, y Meyer, 2007) y son casi nulas las investigaciones de corte etnográfico elaboradas sobre las prácticas de la fotografía digital.²⁸ Ese es precisamente el hueco que busca llenar este texto.

26. Lo que resulta lógico por el tiempo que lleva desarrollar un estudio en profundidad, tiempo que los investigadores atados a ciclos cada vez más cortos no tienen, especialmente si reciben sus recursos de compañías y empresas.

27. El proyecto de Burgess ha continuado con el interés sobre la creatividad pero se ha ido especializando en la producción de videos y en YouTube como plataforma, ver por ejemplo Burgess, Green, Jenkins y Hartley (2009).

28. Curiosamente el mayor número de estudios “etnográficos” sobre fotografía digital se ha desarrollado en laboratorios y centros de investigación patrocinados por empresas como Yahoo, Microsoft, Motorola y Nokia con objetivos de innovación. Sin embargo, estos estudios no tienen la profundidad ni el enfoque académico que se requeriría y son instrumentalistas en su definición.

La fotografía como práctica

En este capítulo se presenta el conjunto de aproximaciones teóricas que se utilizaron como base para la investigación en la que se basa este libro. Si en el primer capítulo se elaboraba una introducción al estudio de la fotografía desde las ciencias sociales, en éste se proyecta la propuesta teórica que he utilizado. Parto de que la fotografía es una práctica que implica no sólo el contenido representacional de las imágenes (las fotografías en sí, su contenido semiótico), sino el proceso sociotécnico que mediante las prácticas de disparar, procesar y distribuir (entre otras) dota de sentido a los objetos culturales que son las fotografías. En otras palabras, sigo a Nightingale (2006) quien, sobre las prácticas de fotografía con los teléfonos móviles, apunta que “sería mejor analizarlas desde una perspectiva que pudiera explorar las relaciones sociales servidas por las actividades con los móviles con cámara en general, en lugar de focalizarse analíticamente en las cualidades de la fotografía o cualquier grupo de imágenes” (p. 2).

El sociólogo Manuel Castells gusta decir que las teorías son una “caja de herramientas”²⁹ con las cuales trabajar. Siguiendo la metáfora, presento mi propia “caja” que se compone, en primer lugar, de lo que he denominado “problematizaciones” y que son dos visiones de base

29. Idea originalmente acuñada en un diálogo entre Michel Foucault y Gilles Deleuze (Foucault, 1980). Aunque estos autores utilizaban la metáfora para señalar la falsa premisa de la elaboración de estudios “prácticos” con base en una teoría. Foucault señala: “la teoría no expresa, no traduce, no aplica una práctica; es una práctica” (1980, p. 83).

para repensar la fotografía desde una perspectiva distinta a la semiótica o representacional. A partir de esa base, siguiendo a diversos autores, conceptualizo la fotografía como el resultado de la articulación y puesta en movimiento de una red sociotécnica y propongo el estudio de las prácticas como eje vertebrador. La aproximación praxeológica, la teoría de las prácticas, resulta de utilidad para trabajar con el objeto de estudio que se propone en este trabajo de manera etnográfica.

1. Problematizando la fotografía como representación

Como quedó claro en el capítulo anterior, la gran mayoría de los trabajos sobre fotografía centran su discusión en el análisis de la imagen como representación,³⁰ es decir, en su mensaje, sus características, componentes o significado. Dejando de lado las discusiones de orden filosófico (Flusser, 2001) o estético (por ser este un trabajo enmarcado en las ciencias sociales), lo que esta investigación pretende desarrollar es, por un lado, un análisis sociológico sobre la agencia fotográfica en la vida cotidiana, una cuestión teórica todavía pendiente (cfr. De Miguel y Ponce de León, 1998) y especialmente sobre la fotografía digital. Y, por otro lado, busca tender un puente entre la agenda de investigación de los estudios de comunicación y culturales y lo que considero una herramienta de utilidad para complementar su visión, la teoría de las prácticas.

Para ello, propongo, debemos extender la idea de la imagen como texto a una idea de la imagen como materialización de una parte de la agencia fotográfica, que no se reduce a ella ni se centra en ella. Esta idea no es nueva y parece haber una corriente en los estudios de los medios que vira justamente hacia esta posición. En un texto clave para entender este “cambio de paradigma”, Couldry (2004) propone que el panorama contemporáneo del estudio de los medios se sustenta al menos en cinco corpus distintos: La investigación de la comunicación (*communication research*) norteamericana (Merton Lazarsfeld, Katz), la crí-

30. Utilizo el concepto de representación como una forma extensa de referirme a los procesos de semiosis. Si bien estos son parte fundamental del estudio de la fotografía, este trabajo se decanta hacia el análisis de sus prácticas y su materialidad.

tica marxista (Benjamin, Adorno), el análisis semiótico (tanto estructuralista como postestructuralista), la investigación crítica o los “estudios de audiencias” y por último, la más reciente, señala Couldry, la investigación antropológica de los medios (por ejemplo con Ginsburg). Couldry continúa su análisis al decir que no siempre estas aproximaciones tuvieron una base común o eran compatibles epistemológicamente. Por ello, Couldry propone un nuevo paradigma que no “se centre directamente sobre el texto mediático o la producción económica de los medios” (2004, p. 116) sino que: “trate a los medios como un conjunto abierto de prácticas, relacionadas a, u orientadas alrededor de, los medios” (2004, p. 117). Paradigma que ha ido consolidándose en los estudios sobre medios y “nuevos medios” (cfr. Bräuchler y Postill, 2010). En ese sentido, el estudio de la fotografía, aun con sus propias características, puede entenderse desde estas aproximaciones en tanto que producto cultural.

En relación con el estudio de la fotografía, Barthes (1978), por ejemplo, propone que la fotografía es una analogía de la realidad.³¹ El debate, con posiciones deificando o criticando esta idea, ha sido uno de los principales ejes en el estudio cultural de la fotografía,³² como ya se ha dicho en el capítulo anterior. Por otro lado, desde los estudios culturales, Hall (1997) propone que la representación es “una parte esencial del proceso mediante el cual se produce el sentido y se intercambia entre los miembros de una cultura” (p. 15) y señala que la representación se ha vuelto un concepto clave en los estudios culturales.³³ Ahora bien, un enfoque semiótico de la cultura, siguiendo con Hall, propone que “todos los objetos culturales conllevan sentido, y todas las prácticas culturales dependen del sentido” (1997, p. 36). Los estudios culturales abren un nuevo debate sobre la representación centrado en los procesos de significación social. El enfoque que aquí se propone sigue esta orientación de búsqueda de sentido. Sin embargo, propongo

31. Aunque, Barthes mismo apunta que, desde un enfoque fenomenológico, en la fotografía el poder de autenticación prima sobre el poder de representación” (1999, p. 137).

32. Para una retrospectiva histórica sobre la cuestión del realismo en fotografía ver el capítulo 1 de Dubois (2008).

33. Hall señala que existen tres enfoques para entender la representación: el reflexivo (el sentido es pensado como que reposa en el objeto, en este caso la imagen), el intencional (que propone justo lo contrario, es decir, es el autor quien impone su significado) y el constructivista (que entiende que el sentido es construido utilizando sistemas representacionales).

que el “sentido”, como significación social sobre la fotografía en la vida cotidiana, es el resultado de las prácticas que la integran. Es decir, planteo que el sentido social de la fotografía es el resultado de las prácticas mismas y no del objeto fotográfico en sí. De ahí la propuesta de estudiar la fotografía como práctica de acción y no como un “índice”, “mime” o “lenguaje”.

Este trabajo busca enmarcarse en una discusión distinta de aquella centrada en el objeto fotográfico, y busca entender la imagen como una parte importante, pero no única, de la agencia, de la práctica fotográfica. Por otro lado, si bien no se discuten en profundidad los trabajos enmarcados en el análisis de la representación, en su mayoría provenientes de los estudios de comunicación, de la semiótica y de la cultura, esto se debe a que esta investigación se sitúa dentro del nuevo paradigma planteado por Couldry, lo que hace que tenga mayor cercanía a otros campos del saber como la sociología del arte, la ciencia y la tecnología y, sobre todo, a una antropología sobre la práctica fotográfica. En este sentido, sigo a Couldry cuando apunta que, bajo el paradigma de las prácticas:

Se descentraliza la investigación sobre los medios, del estudio de los textos mediáticos o la producción de estructuras (cuestiones de clara importancia) y se redirige hacia el estudio de un rango abierto de prácticas centradas directa o indirectamente en los medios. Esto pone a los estudios de los medios firmemente dentro de una sociología amplia de la acción y el conocimiento (o, si se prefiere, en la antropología cultural o cognitiva), y alejándose así de las versiones de los estudios de los medios formulados dentro del paradigma de la crítica literaria (p. 117).

Los análisis que desde la semiótica pueden realizarse sobre la fotografía siguen siendo válidos para la fotografía digital, ya que esta no parece ser muy diferente de la analógica en cuanto a sus características como portadora de símbolos.³⁴ La relación entre el objeto fotográfico y la mirada como proceso de construcción simbólica sigue estando vigente como una preocupación importante. Sin embargo, los cambios en la fotografía, con la tecnología digital, tienen relación con la materia-

34. Aunque hay autores que proponen que justamente el cambio de materialidad y formato trae consigo un cambio en el sistema de representación (cfr. Mitchell, 1996).

lidad de la imagen, las redes en las que se inserta y los nuevos usos que se hacen de ella; es decir, con las prácticas (cuestiones que se analizarán con detalle en los próximos capítulos). En ese sentido, muchos de los trabajos que se han hecho sobre la fotografía como representación siguen siendo pertinentes para su comprensión.³⁵ Sin embargo, este trabajo busca precisamente cambiar el énfasis; de centrarse en el objeto fotográfico, la mirada y los procesos de significación, a centrarse en la acción que, utilizando diversas tecnologías en contextos de la vida cotidiana, genera, produce, distribuye y utiliza las fotografías para generar subjetividades y socializaciones. Es decir, busca ir del objeto fotográfico a las prácticas fotográficas.

Para complementar esta idea y antes de explicar detenidamente lo que entiendo por prácticas, propongo dos rutas que me servirán para situar este trabajo más cerca de los enfoques sociológicos y antropológicos de la comunicación que de los semióticos: la ruta antropológica y la ruta tecnológica.

1.1. La ruta antropológica

La relación entre fotografía y antropología es extensa y se remonta a los inicios de ambas que fueron casi simultáneos. La fotografía ha servido a la antropología desde sus comienzos como instrumento de recogida de datos (Edwards, 1992), y junto con el cine y el vídeo, ha constituido parte de una subdisciplina llamada antropología visual (Ardèvol, 2006; Pink, 2007; Banks, 2001). Dentro de la antropología, la fotografía se ha utilizado como método de recopilación de datos (Collier y Collier, 1986), como objeto de investigación (Chalfen, 1987) y como medio (por ejemplo para la difusión de resultados, cfr. Pink, 2007). Ardèvol (1998) plantea que, desde la antropología visual, la imagen se ha estudiado como producto cultural (por ejemplo en los medios), y se ha utilizado como dato y como técnica de investigación. En la mayoría de estos casos, la fotografía es entendida principalmente como representación. Es decir, el interés se centra en el contenido

35. Por ejemplo la discusión planteada por Barthes sobre el carácter denotativo y connotativo de las imágenes en donde una posible hipótesis de trabajo futuro podría señalar que el carácter connotativo de la imagen se ha trasladado hacia algo que podríamos denominar “carácter conectivo” de la misma.

mismo de la fotografía. A través de ella se plantea el acceso, por ejemplo, a las formas de vida cotidiana de distintos grupos sociales.

Existe, sin embargo, una cuarta vertiente también surgida de la reflexión antropológica: el estudio de la fotografía como objeto y como práctica, en la cual me detendré por ser la más relevante para mi investigación y la que seguiré en el entendido de que este esfuerzo investigativo se acerca más a los estudios antropológicos que a los semiótico-comunicacionales. Elizabeth Edwards, en un pequeño pero conciso texto titulado “Las prácticas sociales³⁶ como una teoría de la fotografía”, reflexiona sobre los estudios antropológicos sobre fotografía en los últimos tiempos. Esta autora señala que:

Han empezado a surgir nuevas perspectivas teóricas sobre la fotografía que la definen, ya no como una esencia abstracta, sino como una práctica que puede ser entendida a través de cuestiones vinculadas con las relaciones entre las personas y las cosas, entendidas éstas como mutuamente constitutivas de la experiencia y la praxis social (Edwards, 2009, p. 101).

Los trabajos que utilizan esta perspectiva, continúa Edwards, no buscan sustituir:

Las preocupaciones teóricas y ontológicas como la deixis y el rastro, o como las cualidades significantes de las imágenes, pero sí que complican y extienden las formas en que podemos pensar sobre las fotos y, de una forma crucial, los modos en que se produce la intersección entre dichas ideas y lo social, lo cultural y lo material (p. 101).

Este enfoque da un giro hacia el entendimiento de la fotografía desde su materialidad y fenomenología, y “privilegia analíticamente lo experiencial por encima de lo semiótico” (p. 104). De esta forma, se busca elaborar lo que Edwards llama una “antropología correctiva”. Es decir, se pretende “explicar la experiencia vivida real de las personas a través de la elaboración del conocimiento cotidiano, y no a partir de una teoría que construye la fotografía como práctica abstracta” (p. 104). Las etnografías en las que basa su análisis —trabajos empíricos que

36. Aunque su uso del concepto “práctica” tiene menos carga teórica que el que propongo y es ligeramente distinto, más adelante dejo clara la forma en la que yo lo utilizo. Cuando Edwards se refiere a las “prácticas”, simplemente las señala casi como sinónimo de “formas usuales” o “actividades particulares”.

estudian la relación de grupos determinados con la práctica fotográfica en África y Asia— muestran que: “lo que la gente toma por el significado de su relación con la fotografía y con las fotos indica la necesidad de una base teórica extendida y reconfigurada” (p. 102).

Una de las principales críticas elaboradas desde la antropología, continúa Edwards, es la “limitación de mirar las fotos meramente como ‘representaciones’” (p. 103). Estudiar las fotografías sólo como imágenes puede resultar limitado porque: “es evidente que el significado se constituye a través de lo material y es constitutivo de aprehensiones materiales, encarnadas y sensoriales de la foto” (p. 103). De ahí que este tipo de trabajos antropológicos sobre fotografía busquen explicar:

Las prácticas fotográficas locales y las expectativas sociales específicas relativas al medio, así como una exploración de estéticas generadas de forma indígena y de las categorías sociales que existen en ellas y sobre ellas, categorías que no pueden ser reducidas a una mimesis de la práctica occidental o a una absorción asimétrica de las tecnologías occidentales (p. 110).

El camino propuesto por Edwards es justamente uno de los que busca recorrer este trabajo. Hay dos ideas claves en su trabajo que retomaré en el mío: La del análisis de la fotografía, no como objeto de representación (lo que se ve en ella), sino en las formas en las que es utilizada en tanto que objeto. Y por otro lado, no dar por sentada una “ontología” absoluta de la fotografía (especialmente la generada en Occidente). Sin embargo, también existen diferencias sustanciales con mi propuesta, de las cuales apunto tres: la primera y lógica es que lo que Edwards denomina “la forma indígena”,³⁷ como concepto epistemológico, es difícil de transportar a mi trabajo con un grupo de personas y prácticas situadas en el mundo occidental, desarrollado y urbano. Sin embargo, resulta útil como concepto metodológico que deviene en una forma de mirar mi objeto de estudio. Es decir, mi interpretación de la propuesta de Edwards es no dar por sentada una epistemología uniforme de la fotografía en Occidente y problematizarla desde una mirada de extrañamiento.

37. Aunque Edwards utiliza la palabra “indígena”, considero que sería más adecuado para mi trabajo el concepto “vernacular”, que sirve para referirse a las formas propias de ser y hacer pero tiene una carga semántica distinta que el “indígena”.

La segunda diferencia es que la forma de entender la materialidad de las imágenes que propone Edwards en otro texto (Edwards y Hart, 2004) resulta problemática en mi trabajo. Al ser mi investigación sobre la fotografía digital, se hace pertinente la pregunta sobre la existencia de una “materialidad digital”. Esta cuestión es abordada por Sassoon (2004) en otro capítulo del mismo libro, quien elabora una reflexión sobre ello pero centrándose en las imágenes escaneadas, es decir, en las implicaciones de la transformación de un objeto material en uno digital. Por otro lado, Larsen (2008), al respecto, apunta: “con las cámaras analógicas, cada ‘clic’ se materializaba en un objeto material” (p. 147), esto, claramente, no sucede con la fotografía digital.

El tercer matiz con respecto a la propuesta de Edwards es que una parte clave de mi trabajo es la reflexión sobre cómo la imagen digital se inserta en contextos de comunicación y mediación tecnológica distintos que los estudiados en las etnografías señaladas por Edwards.

Como se mencionó anteriormente, a pesar de que existe una importante cantidad de trabajos sobre la fotografía digital, no parece haber una conexión teórica entre éstos y los estudios etnográficos y antropológicos sobre fotografía. A mi entender, este vínculo podría resultar complementario y dar un mayor alcance a los resultados de dichas investigaciones, especialmente en tres elementos claves: la reflexión de la fotografía en contextos de uso y producción, no sólo como una representación. Es decir, estudiar no solo el contenido de las imágenes sino el uso que de ellas se hace. El segundo elemento es atender a la materialidad de la fotografía como objeto. Y por último, la problematización antropológica resulta útil al aportar una mirada de “extrañamiento” ante la práctica fotográfica tan cotidiana y común.

Para ello, propongo un segundo camino teórico que puede servir como enlace: entender la fotografía como una práctica sociotécnica. Es decir, la reflexión de la fotografía como tecnología de producción de imágenes. Para ello es necesario realizar una segunda problematización de la fotografía como representación para entender la fotografía como práctica sociotécnica, lo que he denominado “ruta tecnológica”.

1.2 La ruta tecnológica

Henri Cartier-Bresson solía decir que la fotografía no había cambiado desde sus orígenes excepto en sus aspectos técnicos (lo que para él no era importante). Sin embargo, estos aspectos técnicos parecen tener una importancia crucial.

Una propuesta para entender la fotografía, que parece completamente distinta a todas las revisadas hasta ahora, es la elaborada por el filósofo Patrick Maynard. Para éste no se puede entender las fotografías como representaciones, sin entender primero la fotografía como tecnología. Una cuestión parecida a la planteada por Lister (2009) cuando dice que:

La manera de pensar la naturaleza de la fotografía a través de las fotos y la prioridad concedida a la fotografía como imagen y signo por encima de la fotografía como tecnología [...] se hace eco de un prejuicio mucho más extendido, un punto débil en el seno de las humanidades —en realidad, en el seno de los estudios de las formas culturales y de los medios de todo tipo. Nos referimos a la subestimación del papel de la tecnología en las historias y las teorías del arte, de los medios de comunicación y de la fotografía (p. 235).³⁸

Maynard lleva este argumento al otro extremo al estudiar la fotografía como una más de una serie de fototecnologías:

La fotografía es un conjunto de tecnologías para usar luz y radiaciones similares para hacer imágenes físicas, permanentes o transitorias en superficies receptoras (químicas o electrónicas), mediante emisores y moduladores de la radiación. La modulación incluye refracción, difracción, reflexión, transmisión, bloqueo, filtraje, como operaciones ópticas. Los receptores son superficies físicas, marcadas ya sea permanente o transitoriamente como pantallas receptoras (2009, p. 98).

Una definición de fotografía que se aleja de las propuestas por los autores citados en el primer capítulo. En su texto *The Engine of Visualization* (2000), ahonda y explica a fondo su propuesta. Para Maynard, y lo recuerda continuamente, la fotografía es una tecnología y,

38. Basset (2007) extiende este argumento en su crítica a la ausencia de un análisis sobre la tecnología en los estudios culturales.

como toda tecnología, sirve para “amplificar nuestros poderes de hacer cosas” (p. 15). La fotografía, señala, amplifica dos poderes en particular: el poder de imaginar cosas y el poder de detectar cosas. La clave, apunta el autor, es que la fotografía, como muchas otras herramientas, puede hacer que varias de sus posibilidades interactúen unas con otras simultáneamente de formas útiles. Partiendo de este punto de vista, desarrolla el proyecto de entender la fotografía como una tecnología que, para evolucionar, no sólo ha dependido de sus usos sociales, sino que se ha nutrido de diversas innovaciones tecnológicas. Según Maynard se debe estudiar la fotografía como se estudiaría un molino de viento. La fotografía, de este modo, es sólo una de las muchas posibles fototecnologías. Para el autor, las fototecnologías son tecnologías capaces de detectar la presencia de luz, y, en algunas ocasiones, como es el caso de la fotografía, pueden también marcar la presencia de esta luz sobre alguna superficie. Sin embargo, la fotografía tiene una capacidad extra, no sólo detecta la luz y marca su presencia sobre una superficie, sino que esa combinación puede “describir” y “representar” aquello que genera las perturbaciones en la recepción de la luz. De esta forma, se combina con otro de nuestros poderes, el poder de imaginar.

Tanto la ruta antropológica, descrita en el trabajo de Edwards, como el trabajo de Maynard nos sirven como base para entender la fotografía como un proceso que adquiere sentido en la medida en que forma parte de la vida cotidiana. Ambas rutas nos dan como resultado el poder pensar la fotografía como algo más que una representación o una imagen y sitúa el uso de la tecnología fotográfica en relación con sus contextos de uso. Es otro autor, Larsen, quien aporta elementos fundamentales para este trabajo y que considero podrían ser útiles en esta tarea, para él también, la fotografía es una agencia compartida entre tecnologías, personas y discursos, es decir, la fotografía digital es la movilización de una red sociotécnica.

2. La fotografía como red sociotécnica

Una red sociotécnica podría definirse de manera general como un ensamblaje de componentes materiales y no materiales, discursivos, tecnológicos y sociales que dota de sentido y se configura a través de

prácticas (cfr. Bijker, Hughes y Pinch, 1989). El entendimiento de la fotografía como red sociotécnica se sitúa en el vértice de varias aproximaciones teóricas, donde la clave común, y que resulta fundamental para este trabajo, es la renuncia explícita a las explicaciones deterministas, ya sean tecnológicas o sociales:

Lo técnico está construido socialmente, tanto como lo social está construido técnicamente. Todos los ensamblajes se mantienen unidos tanto por lo técnico como por lo social: [...] lo sociotécnico no debe ser tratado simplemente como una combinación de factores sociales y técnicos. Es algo *sui generis*. En lugar de artefactos, nuestra nueva unidad de análisis es ahora el «ensamblaje sociotécnico». [...] La sociedad no está determinada por la tecnología, ni la tecnología está determinada por la sociedad. Las dos emergen como dos caras de una misma moneda sociotécnica durante el proceso de construcción de los artefactos, los hechos y los grupos sociales relevantes (Bijker, 1995, p. 273-274).

De esta manera, y aunque haya diferencias y variantes importantes, este estudio se sitúa cercano a la propuesta de los estudios de ciencia, tecnología y sociedad (CTS) que proponen estudiar el diseño, implementación y significado social de las tecnologías de una forma menos causal y dirigida. A diferencia de otras aproximaciones que podrían resultar tradicionalmente más cercanas al estudio de los medios y los procesos culturales, especialmente los provenientes de los estudios culturales³⁹ en donde el análisis se centra en los “usos sociales”, la “apropiación”, o la “domesticación” de una determinada tecnología (Silverstone, Hirsch y Morley, 1992; Silverstone, 2006) y que proponen una visión de las tecnologías casi como “textos” que se adaptan, rechazan o negocian por parte de los usuarios, la propuesta de este trabajo es entender la adopción de la tecnología como parte de un complejo entramado que se inicia en el diseño y que nunca se cierra del todo. Entendemos que los cambios culturales no son parte de una historia lineal y determinada (determinista) sino de una “red sociotécnica” en constante movimiento.

Existen otras propuestas que aunque son diferentes a los estudios de CTS, tanto en sus proposiciones como en sus objetos de estudio,

39. Para un análisis sobre la relación entre CTS y estudios de comunicación y cultura, ver Boczkowski y Lievrouw (2008).

comparten esta visión e incluso utilizan también el concepto de red sociotécnica, por ejemplo, las que surgen de los estudios organizacionales y que se centran en los “usos y consecuencias de las tecnologías informacionales [y] toman en cuenta su interacción con contextos institucionales y culturales” (Kling 1999, p. 1). Entre ellas se destaca la perspectiva llamada: “Socio-Technical Interactions Network” (STIN) (cfr. Meyer, 2006; Kling, McKim y King, 2003).

Hablando específicamente de la fotografía, retomo al autor antes mencionado. Larsen (2008) parte del hecho de que los estudios sobre fotografía se han desarrollado bajo un “dualismo improductivo”. Por un lado, apunta el autor, está la “escuela realista”, que teoriza sobre la fotografía en sí misma. Los académicos que han desarrollado su trabajo en esta escuela tienen sus preocupaciones en “el entendimiento de la naturaleza ‘desnuda’ y prediscursiva de la fotografía” (p. 144). Del otro lado de la dualidad, continúa Larsen, estaría la aproximación “discursiva/semiótica”, que propone que la fotografía:

Es social e histórica en lugar de técnica; lo social es constitutivo de lo que es la fotografía y las fotografías son vistas como “hechas por el hombre” [sic] y “encarnando una forma de ver”, en lugar de ser “espejos de la naturaleza”: son artefactos ideológicos, siempre codificados (p. 144).

El trabajo de Larsen se elabora a partir de las observaciones de las prácticas de fotografía digital. Para este autor: “La fotografía digital es una red tecnológica compleja en construcción en lugar de una sola tecnología fijada” (p. 142). La “novedad” de la fotografía digital, continúa, relaciona por un lado: “la digitalización de las imágenes, la convergencia de los medios y las nuevas actuaciones de la socialidad (relacionadas con cambios sociales más amplios que se dan a través de redes de socialidad a distancia en tiempo real y colaborativas)” (p. 143). De esta forma, Larsen amplía el contexto mediante el cual se entiende la fotografía digital, introduciendo como concepto teórico clave para su estudio el de la tecnología. El autor entiende la fotografía como una red compleja que genera una agencia compartida:

Las tecnologías son híbridos. Desde esta posición la fotografía es tan evidentemente material y social, objetiva y subjetiva, es decir, heterogénea.

Es una compleja amalgama de tecnología, discurso y prácticas. La agencia fotográfica es un efecto relacional que se da cuando una red heterogénea de humanos y no humanos toma lugar (p. 145).

La clave, como se puede apreciar, está en entender la fotografía como el resultado de una “red sociotécnica” en movimiento, propuesta que sigo en esta investigación. De esta forma, mi propuesta para estudiar la fotografía deja de tener como su eje central su carácter “representacional” y, aunque para ello se inspira en el “camino antropológico”, sitúa el foco de atención en la agencia de la práctica fotográfica más que en el objeto fotográfico y sus contextos de uso. De esta forma también se evita caer en posibles determinismos ya que nunca hay un elemento que determine directamente otro, sino que es un proceso en constante evolución e interarticulación. Aunque, por otro lado, también entiende la fotografía como una serie de tecnologías, no es un estudio sobre su desarrollo técnico. Mi estudio es sobre las redes sociotécnicas que se materializan en prácticas de fotografía digital y, al mismo tiempo, cómo estas prácticas de fotografía digital consolidan y estructuran redes sociotécnicas más amplias y, en última instancia, la cultura digital en extenso.

Mi interés por la propuesta de Larsen, la cual comparto, es que el autor la organiza en tres vías: por un lado, se hace preguntas sobre los procesos de subjetivación y de socialización, por ejemplo con respecto a las relaciones familiares y el turismo a través de las fotografías (Larsen, 2008), cuestiones todas muy cercanas a los estudios sociales tradicionales. En segundo lugar, su concepto de agencia fotográfica establece una ruptura con el concepto de “consumo” de tecnologías poniendo el énfasis en el “uso” de las mismas, dando paso a que “hablemos de las personas no sólo como consumidores o audiencias sino también como productores” (p. 146), en consonancia con estudios actuales sobre producción cultural digital (Deuze, 2006 y 2007; Jenkins, 2006; Bruns, 2008). Y por último, que sitúa la práctica de la fotografía en ámbitos más extensos que el de la cámara como aparato único o el acto de fotografiar como la práctica central de la creación de significados en torno a las imágenes fotográficas.

La investigación que presento propone, entonces, entender la fotografía como una forma de ser.⁴⁰ La práctica fotográfica requiere entonces de múltiples tecnologías. En ese sentido, concuerdo con Lister (2007) quien, en su argumento sobre la diferencia entre la tecnología digital y la analógica, propone a su vez:

Comenzar a dar cuenta del rol de la (nueva) tecnología en la producción de un cambio de contexto para la fotografía; al considerar cómo la fotografía continúa operando dentro de un panorama cultural, institucional e incluso físico que está permeado y alterado por la información y sus tecnologías (p. 252).

Esta propuesta, de pensar la estrecha vinculación entre la producción cultural y las tecnologías de las que se sirve, también está en consonancia con reflexiones más amplias que se están desarrollando sobre la cultura digital, en donde “las tecnologías son inseparables de las culturas institucionales y culturales por lo que tenemos que esperar que la digitalización traiga consigo convenciones culturales y prácticas alternativas” (Hand, 2008, p. 6). Sobre los “objetos sociotécnicos” Lister (2009) apunta que los dos ámbitos (sociedad y tecnología): “habían sido desgarrados por nuestros aparatos conceptuales y no por la existencia de algún tipo de distancia radical con la realidad” (p. 237). Por ello, al referirse al estudio de la fotografía, afirma que “solamente al atender los cambios en el nuevo contexto tecnológico es que se pueden entender algunos cambios significativos en áreas mayores de la fotografía” (Lister, 2007, p. 252). El reto para mi trabajo es el mismo que señala Sassen para la sociología: “no es tanto el negar el peso de la tecnología, sino el desarrollar categorías analíticas que nos permitan capturar las complejas imbricaciones de la tecnología y la sociedad”⁴¹ (Sassen, 2002, p. 365).

Un último elemento-herramienta, que resulta imprescindible para el trabajo que se desarrollará a continuación, es el de ampliar la

40. Parafraseo a Annette Markham cuando, al hablar de internet, dice que esta se puede entender como herramienta, como lugar y como “forma de ser” que implica: “una interrelación de tecnologías y humanos en contexto, ambos actuando como agentes dentro de estructuras sociales” (2003, en línea).

41. Esta frase me sirve para parafrasearla también con respecto a la representación ya que mi propuesta: no es tanto el negar el peso de la representación, sino el desarrollar categorías analíticas que nos permitan capturar las complejas imbricaciones de las personas y sus prácticas fotográficas.

visión sobre la práctica fotográfica a los procesos en los que ésta se inserta y que implican no sólo el tomar las fotos, sino el procesarlas, distribuirlas, exhibirlas, intercambiarlas, etcétera. Para ello, resulta de utilidad el trabajo de Du Gay, Hall, Janes, Mackay y Negus (1997), quienes analizan productos culturales dentro de lo que denominaron “el circuito de la cultura”. Para ellos, los significados asignados a un determinado producto cultural deben ser entendidos como un proceso de articulación entre un “número distinto de procesos cuya interacción puede y lleva a resultados variables y contingentes” (p. 3). Los autores identifican y crean un modelo basado en cinco de esos procesos: “representación, identidad, producción, consumo y regulación” (p. 3). Aunque no aplico su modelo completamente,⁴² lo tomo como base para el análisis de la producción y distribución de imágenes digitales y su relación con los procesos de representación e identidad ya que: “las fotografías son socialmente producidas, distribuidas y consumidas; dentro de ese ciclo se llevan a cabo procesos de transformación, luchas y retos sobre lo que significan y cómo son usadas” (Lister y Wells, 2001, p. 64).

Todas estas aproximaciones resultan de utilidad para esta investigación. Aunque en principio el uso de trabajos enmarcados en los estudios culturales o el mismo trabajo de Bourdieu, especialmente su concepto de “campos”, podrían parecer contrarios a las ideas planteadas por otras aproximaciones también usadas como actor-red, lo cierto es que se hace necesario el desarrollo de un aparato teórico que, sin caer en determinismos sociales (o culturales), pueda dar cuenta de la complejidad de los objetos de estudio sin convertirse en una mera interpretación de un “lenguaje epistemológico”. Recordando el uso de las teorías como una caja de herramientas cuyo eje aglutinador será la teoría de las prácticas.

42. Y tampoco soy el primero en utilizarlo para el análisis de la fotografía (cfr. Lister y Wells, 2001; Rantavuo, 2008).

3. La fotografía como práctica

If we are to begin to understand what people actually do with media we need to engage with practice theory.

John Postill

Si, como vimos en el primer capítulo, de acuerdo con Bazin (1980) la fotografía “liberó” a la pintura de su función representacional, quizá podríamos afirmar que, esta vez, las prácticas de fotografía digital han logrado romper con la función tradicional de la fotografía de preservar memorias. Antes de comenzar a describir las principales características y especificidades de la fotografía digital, es necesario aclarar, un poco más, la “forma de mirar” desde la cual se analiza mi objeto de estudio y que integra la caja de herramientas teóricas que acabo de exponer: el estudio de las prácticas.

Schatzki (1996) plantea que la teoría social se ha movido siempre entre dos visiones: la de la totalidad y la del individuo. Partiendo de una discusión filosófica basada en el pensamiento de Wittgenstein, y en diálogo con propuestas como la de Giddens o Bourdieu, critica esta dicotomía y propone una alternativa mediante la aproximación praxeológica.⁴³ Es decir, propone situar a las prácticas como “el fenómeno social fundamental” (p. 11); el objeto de estudio de los estudios sociales. Aunque Schatzki reconoce que no existe una “teoría de las prácticas” unificada y clara, sino que se trata más de una familia de concepciones, lo que tienen en común todas ellas, en su opinión, es que: “las prácticas son el lugar donde el entendimiento se estructura y se hace inteligible” (p. 12). Por ello: “Mediante los entendimientos e inteligibilidades que portan, las prácticas son el dominio donde la mentalidad/actividad de la sociabilidad y el individuo se organizan y enlazan” (p. 13). Es decir, en lugar de explicar los “hechos sociales” o la creación de sentido mediante la interacción, la orientación de las prácticas no analiza: “entidades ontológicas, procesos fundacionales, partes de la sociedad, estructuras

43. Reckwitz distingue entre la práctica (praxis) y las prácticas (praktik). La primera “representa meramente un término enfático para describir el todo de la actividad humana (en contraste con ‘teoría’ y mero pensamiento). Prácticas, en el sentido de la teoría de prácticas sociales, es otra cosa” (2002, p. 249). En este trabajo, independientemente de su uso en plural o en singular, se utiliza en su segunda acepción (praktik). Para una reflexión más profunda sobre estas dos acepciones ver Warde (2004).

sociales, sistemas culturales, mecanismos de comportamiento o facultades cognitivas”, sino que entiende que estos son “logros situados por parte de las partes cuyas prácticas locales ‘ensamblan’ las escenas recurrentes de acción que forman una sociedad estable” (p. 140).

En un texto que contextualiza e introduce la teoría de las prácticas en el conjunto de la teoría social, Reckwitz (2002) define las prácticas como:

Una forma rutinizada en la que los cuerpos son movidos, los objetos manejados, los sujetos tratados, las cosas descritas y el mundo es entendido. El decir que las prácticas son “prácticas sociales” es de hecho tautológico: una práctica es social como lo es el “tipo” de comportamiento y entendimiento que aparece en diferentes localidades y diferentes puntos del tiempo y que es portado por diferentes cuerpos/mentes (p. 250).

Definición que remite también a los estudios de etnometodología⁴⁴ (Garfinkel, 2006). Barnes (2001), por su lado, en un texto que busca explicar cómo se definen y explican las prácticas, toma como ejemplo el vegetarianismo:

Los vegetarianos no emplean expertos científicos o modernas técnicas de laboratorio para separar lo animal de lo vegetal. Ni una comunidad vegetariana necesariamente sigue las mismas prohibiciones dietéticas que otras. Ni es posible proveer un algoritmo para el vegetarianismo, tal como es expresado en cualquier comunidad vegetariana: el vegetarianismo no es una cuestión de comportarse en formas que pueden ser exhaustivamente especificadas por reglas verbales. Sin embargo, el vegetarianismo es reconocido como una actividad social coherente (Barnes, 2001, p. 18).

Consistente con lo anterior, su definición de prácticas es muy amplia: “Formas de actividad socialmente reconocibles, hechas sobre la base de lo que los miembros aprenden de otros, y capaz de ser hecha bien o mal, correcta o incorrectamente” (Barnes, 2001, p. 19). La relevancia de esta aproximación hace que se discuta un “viraje hacia las prácticas” en las ciencias sociales (cfr. Schatzki, Knorr-Cetina y Von Savigny, 2001). La adopción de una teoría de las prácticas, desde un punto de vista sociológico, tiene varios méritos ya que:

44. Para una relación entre los estudios etnometodológicos y la teoría de las prácticas ver Lynch (2001).

No depende de las presunciones de las elecciones individuales, ni de las de actos racionales o de la expresión de la identidad personal. Las teorías de prácticas también comprenden nociones de conducta no instrumentalistas, enfatizando el rol de la rutina por un lado, y de la emoción, la corporalización y el deseo en el otro (Wardle, 2004, p. 16).

En resumen, y en relación con este trabajo, las prácticas fotográficas incluyen todas aquellas rutinas de preparación, producción, uso y socialización de las imágenes fotográficas. Así como el significado que para determinado grupo tienen, atendiendo especialmente a la forma en la que dichas prácticas se integran (y con ello dan forma también) a la vida cotidiana de las personas.

3.1. Las prácticas y sus tecnologías

El concepto de prácticas resulta útil para entender tanto la formación de una red sociotécnica como la forma en la que ésta evoluciona. Debido a que se propone como una aproximación holística y transversal me parece más útil que otros conceptos comúnmente usados en estudios, como los ya citados que buscan explicar la relación entre tecnología y sociedad como el “impacto” de la tecnología o su “domesticación” por parte de la sociedad (Silverstone y Hirsch, 1992; Silverstone, 2006). Dichas aproximaciones, en mayor o menor medida, asumen que el diseño de la tecnología está separado de los procesos que la dotan de sentido y la analizan más como un “texto” que se aprende a leer, interpretar o adecuar a la vida cotidiana. Esto genera una tendencia a expresar dicha relación en términos de determinismo tecnológico ya que, al “incorporarse al hogar” o “ser usada”, la agencia parece estar en el uso o en las especificaciones del diseño, pero no en la “construcción social de la tecnología” (cfr. Bijker, Hughes y Pinch, 1989). Mientras que para la teoría de las prácticas: “la agencia es vista como un flujo de actividades en un proceso en marcha” (Røpke, 2009, p. 2491). Es decir, la agencia es siempre compartida entre personas, infraestructuras, dispositivos y contextos de uso. La interrelación entre estos elementos es constante y continua de manera que entender, en este caso la fotografía, como una práctica, hace que la mirada se centre en los procesos más amplios, en la agencia compartida y en la reflexivi-

dad constante. En las conclusiones retomaré esta cuestión con mayor detalle. Para la aproximación de las prácticas: “*performing* una práctica requiere usualmente varios artefactos materiales, como equipos, herramientas, materiales e infraestructuras” (Røpke, 2009, p. 2490) y, al situar el objeto de estudio de lo social justamente en las prácticas, esta visión integral, sin fisuras, la materialidad necesaria para llevarla a cabo y sus tecnologías.

En ese sentido, existen propuestas también interesantes y cercanas a esta idea, como los estudios de CTS, especialmente los desarrollados por Bijker, Hughes y Pinch (1989) y Bijker y Law (1994) quienes analizan la construcción social de las tecnologías. Sin embargo, estas aproximaciones parecen terminar su interés en las tecnologías una vez que sus objetos de estudio se estabilizan, pero como bien nos recuerdan Mackay y Gillespie (1992): “Sugerir que una vez que la tecnología es producida, o incluso vendida, alcanza el final de su *social shaping*, de cualquier manera es ignorar tanto su mercadotecnia y cómo la tecnología llega a ser usada e implementada” (p. 694).

Por otro lado, parece más complejo analizar un dispositivo tecnológico que es a su vez usado para generar comunicación o conexión, es decir, dispositivos de creación de sentido (como es el caso de los ordenadores o las cámaras fotográficas). Tanto los estudios de la construcción de la tecnología como los estudios culturales parecen limitados a los dos lados del proceso, mientras que los primeros analizan la forma en la que se desarrolla y diseña e implementa una tecnología, los segundos analizan los significados que las personas les otorgan, los usos que les dan y la forma en la que los integran en la vida cotidiana.

La aproximación del estudio de las prácticas resulta útil para integrar los como un todo indivisible: “Para la teoría de las prácticas, los objetos son necesariamente componentes de muchas prácticas –tanto como actividades corporales y mentales indispensables” (Reckwitz, 2002, p. 252). Continuando con Reckwitz sobre los autores que están elaborando investigación centrándose en el estudio de las prácticas dice que: “El volverse hacia las prácticas parece estar relacionado con un interés por lo ‘cotidiano’ y el ‘mundo-vida’” (Reckwitz, 2002, p. 244). Esto debido a que: “Las prácticas son consideradas entidades reconocidas a lo largo del tiempo y el espacio y por lo tanto se presupone algún grado de regularidad y repetición” (p. 249). De ahí que el estudio de las prácticas suela

estudiar la vida cotidiana, interés también de esta investigación.

La aproximación praxeológica parece estar desarrollándose con fuerza en los estudios de consumo (Warde, 2005; Halkier, Katz-Gerro y Martens, 2011) o de ocio (Shove y Pantzar, 2007) y por extensión, en los estudios sobre el medio ambiente (Røpke, 2009). Pero también parece haber una tendencia reciente a utilizar dicha aproximación en investigaciones sobre comunicación y medios (cfr. Couldry, 2004; Bräuchler y Postill, 2010) ya que resulta útil para entender la complejidad de los fenómenos sociotécnicos “más allá de la representación” (cfr. Thrift, 2007). Y finalmente, hay un creciente número de trabajos, desde la teoría de las prácticas que tratan específicamente el tema de la fotografía (cfr. Larsen, 2005; 2008; Tinkler, 2008; Shove y Pantzar, 2007). Es decir, de lo que se trata es de estudiar las prácticas, tanto de producción como de uso de dichas imágenes así como la forma en la que las personas se suman a una determinada práctica y cómo la integran en su vida cotidiana.

4. El método etnográfico para el estudio de la fotografía como red sociotécnica

El método etnográfico parece ser el adecuado para estudiar las prácticas de fotografía digital como red sociotécnica. Larsen aboga por el uso de la etnografía, cuestión que, nuevamente, es compatible con las propuestas antropológicas presentadas al principio de este capítulo. Por ejemplo, en otro estudio (Larsen, 2005), aplica este enfoque a la práctica de la fotografía turística. Este autor parte del hecho de que: “La ‘naturaleza’ de la fotografía turística es de una compleja ‘teatralidad’ corporal, con actores expresivos; guiones y coreografías; puestas en escena y recreación de ‘geografías imaginativas’” (p. 22). Para ello propone una visión en la que se busque entender la fotografía turística como “*performada* en lugar de preformada” y a los fotógrafos turistas: “encuadrando tanto como siendo encuadrados” (p. 417). De esta forma, continua: “La fotografía turística es hecha menos visual y más corporalmente, está menos preocupada por ser espectador y ‘consumir lugares’ que de producir mitos de lugares, roles sociales y relaciones sociales, como la vida familiar” (p. 417). Otro de los puntos importan-

tes del trabajo de Larsen, y que retomaré en profundidad más adelante, es que para él: “Las identidades no preexisten sus actuaciones” (p. 419) y, en el caso de la fotografía: “Fotografiar se trata de producir más que de consumir geografías e identidades” (p. 422). De esta forma, la etnografía aporta las herramientas necesarias para dar cuenta de estos matices.

En el caso de este trabajo, más importante que una afiliación teórica o la legitimación de corriente de pensamiento, es la búsqueda de entender una práctica tan común como compleja que es la fotografía digital y la etnografía permite el acceso al estudio empírico de las prácticas.

Resumiendo, entonces, es preciso recordar, como se expuso en un principio, que el andamiaje teórico-metodológico sobre fotografía, utilizado para hacer la etnografía, propone que la fotografía es una práctica compleja que va más allá del contenido representacional de las imágenes (las fotografías en sí), y que toma como central a los procesos mediante los cuales se dota de sentido a las fotografías, es decir, sus prácticas. Para ello, elaboraré una etnografía centrándome en un colectivo de fotógrafos y fotógrafas que se forma en la plataforma Flickr.com y el cual se denomina SortidazZ.

SEGUNDA PARTE

Etnografía

SortidazZ, hacia la construcción de una red social

Al tomar la fotografía como objeto de estudio sociológico, en primer lugar, habría que establecer cómo regula y organiza su práctica individual cada grupo social y cómo le confiere funciones que responden a sus propios intereses.

Pierre Bourdieu, *Un arte medio*

Este capítulo comienza a dar cuenta de las dinámicas y rutinas propias del grupo SortidazZ y de sus miembros. Prácticas que dotan de sentido al grupo y afianzan su identidad colectiva al mismo tiempo que consolidan a la plataforma de Flickr.

SortidazZ bien podría describirse como un grupo de vanguardia en el uso de la tecnología de la producción de imágenes digitales. El grupo y muchos de sus miembros representan un claro ejemplo de cómo la tecnología digital, la producción cultural y las interacciones mediadas dan forma a una compleja red que, a través de la socialización de una práctica, parece tener un objetivo que deviene de ésta: existir como grupo. Inicio dando un perfil general del grupo que es al mismo tiempo la historia de dos de sus miembros más significativos: sus fundadores. Con ello busco remarcar que la historia de un grupo, o al menos éste, está estrecha y directamente relacionada con la historia de las prácticas de quienes participan en él. Tal como apunta Røpke:

Las prácticas sociales se convierten en el lugar de lo social. Por lo tanto, las prácticas son la unidad ontológica básica para el análisis. Esto implica que, por un lado las acciones individuales están constituidas por prácticas; y por el otro, que el orden social, las estructuras y las instituciones surgen a través de las prácticas (2009, p. 2941).

1. SortidazZ: La historia de un grupo de fotógrafos



La palabra “salida”, en catalán, es *sortida*. De acuerdo con la RAE, hay dos acepciones de la palabra, ambas pueden ser útiles para comprender el porqué del nombre. Salida no sólo significa “parte por donde se sale fuera de un sitio o lugar”, también es el “campo contiguo a las puertas de los pueblos, adonde sus habitantes salen a recrearse”. Esta definición quizá se haya extendido en el lenguaje coloquial y hacer una “salida” se refiere a la organización, casi siempre en grupo, de una actividad “fuera de casa”. Pero aún más, el diccionario también recoge el uso “vulgar” que se da al término: “Dicho de una persona o de un animal macho: Que experimenta con urgencia el apetito sexual”. El nombre mismo presenta lo que, yo diría, son las dos características básicas del grupo. Que su objetivo es lograr reunir a personas que quieran “salir” y tomar fotos juntas, y que es un grupo bromista que gusta de la creatividad juguetona. Esta es su historia.

Por el año 2002, Juan, un catalán que había vivido parte de su adolescencia en México, creaba una sociedad junto con varios amigos. La sociedad tenía como objetivo elaborar una página web sobre *modding*,

término que se utiliza para denominar a la práctica de construir o modificar el hardware de los ordenadores, o, en las palabras de Carles, el otro catalán de esta historia: “el *tunning* de los ordenadores”. Era ya la segunda web en la que este grupo de amigos participaba, la diferencia era que esta vez lo hacían como administradores del sitio. La mayoría de sus miembros se había mudado desde otra página que manejaba el mismo tema. Es así como nació *todomodding.com*. Carles, que era aficionado al *modding* y también a la fotografía, había subido a la web anterior la descripción del proceso mediante el cual había construido un ordenador de metacrilato, enteramente a mano, una proeza que le valía el reconocimiento de sus pares y que lo validaba como un experto. Ya para entonces, los usuarios de ordenadores, videojuegos e internet se contaban en gran número en España, y en la mayor parte del mundo desarrollado. Estos usuarios solían organizar distintas actividades con bastante afluencia, no sólo *online* sino también *offline*. Una de estas actividades, quizá de las más importantes, se convirtió en toda una “institución” entre los usuarios intensivos: las *LAN Party*,⁴⁵ que se continúan organizando hasta la fecha, son una reunión en donde los aficionados a los ordenadores comparten un espacio físico, normalmente un gimnasio o algún auditorio con bastante capacidad, que, para la ocasión, pone a disposición de los asistentes una conexión de alta velocidad. Fue en una de esas *LAN Party* cuando Juan conoció presencialmente a Carles, con quien ya había intercambiado mensajes en los foros de *modding*. Juan lo invitó a participar en su nueva web, básicamente un foro en donde los usuarios intercambiaban consejos, preguntas, noticias, etc. Carles aceptó la invitación y se volvió un miembro activo del nuevo foro. Su progresión dentro del grupo fue: “Lo típico, empiezas como usuario hasta que llegas a administrador”. Una progresión que se logra con participación activa, con conocimiento del tema y con habilidades sociales. En pocas palabras, compartiendo intereses comunes de manera socialmente activa.

45. La Wikipedia en castellano, sobre las LAN Party, apunta: “Una *LAN party* o fiesta LAN es un evento que reúne a un grupo de personas con sus computadoras para jugar, compartir e intercambiar información, además de poder llegar a conocer gente, hacer amigos y aprender de otras personas sobre tecnología. El nombre proviene de la forma como se interconectan los computadores: mediante una red de área local (LAN), lo que les permite intercambiar datos a altas velocidades. Hay diferentes ‘variaciones’ de LAN, es decir existen redes inalámbricas y redes cableadas. Generalmente las conexiones son por medio de redes cableadas pues se obtienen mucha mayor velocidad y rendimiento y se evitan las interferencias propias de las redes inalámbricas” <http://es.wikipedia.org/wiki/LAN_party>.

Carles, además, tenía otra afición desde hacía muchos años: “a mí me gusta mucho la fotografía, a mí me llamaban el fotógrafo de *todo-modding*, siempre hacía fotos, siempre hacía las fotos del grupo y del hardware y de chorraditas”. Dado que en aquella época Carles compraba y vendía muchas piezas de ordenador, requería un servicio que le permitiera colgar las fotografías con las piezas que ponía en venta. De esa forma llegó a Flickr: un sistema de almacenamiento de fotos que, a diferencia de otros que existían con anterioridad como *photobucket*, organizaba las imágenes en galerías personales y mostraba las imágenes en la web. Las primeras fotos que Carles subió eran “fotos de cosas que iba vendiendo, como almacén de fotografías, de anuncios y tal”.

Después de cuatro años de participar en *todomodding.com*, Carles decidió dejar el sitio porque su interés se había concentrado únicamente en la fotografía. Aunque salía a fotografiar con frecuencia, casi siempre iba solo, de vez en cuando lo acompañaba algún amigo. Sin embargo, como él mismo apunta: “tomar fotos solo es muy aburrido”. Después de un año en Flickr, había comprado una cuenta *pro*, que le permitía subir tantas imágenes como quisiera (la cuenta gratuita sólo permite 200 fotos). Con ello, tenía mayor control sobre el número de fotos y también de galerías (la cuenta gratuita sólo permite tres), además de tener acceso a otras funciones del sistema. Fue entonces cuando Carles comenzó a contactar con otras personas que también subían fotos en Flickr: “aquello que empiezas, te comentas la foto, haces amistad y quedas para tomar un café”.

Una de esas personas era Maribel, quien se convertiría en la primera mujer integrante del grupo, a quien Carles, tomando ese café, le comentó que quería organizar un grupo en Flickr para “quedar los cuatro que nos conocemos, que vamos siempre a sacar fotos”. Así fue como surgió la idea del grupo, así fue como se bautizó *SortidazZ*, y así fue que se organizó la primera salida. El lugar escogido para esa *sortida* inaugural fue a una playa de El Garraf, cerca de Barcelona. En esa primera *quedada*, Carles, ahora flamante administrador del nuevo grupo, invitó a Juan a venir “porque conocía a varios de los que iban”. El “núcleo central”, como lo llama Carles, eran personas que provenían de aquel viejo foro de *modding* y, como eran amigos, Carles convenció a Juan para que se viniera “a pasar el día”. En esa primera salida, Juan llevaba una camarita pequeña y acabó usando otra réflex que llevaba

Carles. Todos los del foro, y por supuesto todos los que asistieron a esa primera salida, tenían cámaras digitales, aunque no fueran necesariamente aficionados a la fotografía, “no era como ahora, [que es] como un *hobby* declarado, [la cámara] era como un complemento que llevabas contigo”, dice Juan quien, cuatro días después de esa salida, se había comprado su primera cámara réflex. Había nacido un nuevo aficionado a la fotografía. O quizá sea más acertado decir que Juan se había “mudado” de afición.

Es así como un grupo de personas, mucho antes de convertirse en un grupo de fotógrafos que tiene su base en una plataforma llamada Flickr, ya tenía una larga historia de alianzas y prácticas conjuntas con intereses similares, habían generado relaciones estrechas, se habían vuelto amigos y vivían en la misma ciudad. SortidazZ, de esta forma, tiene un largo recorrido como “red social”, mucho antes de que alguien mencionara por primera vez ese término para referirse a las plataformas de internet.

La historia de este grupo de fotografía tiene sus raíces en el mundo de la computación, las webs de usuarios y los foros de “expertos”. Es decir, tiene su origen en las prácticas de la “Web 1.0” y comenzó mucho antes de que alguien utilizara por primera vez el “Web 2.0”.

Juan, junto con otros participantes en SortidazZ, sigue siendo el dueño de la página sobre *modding*, porque “es nuestro recuerdo, de ahí venimos y se sigue manteniendo”. La historia de este grupo es un ejemplo de la estrecha relación que se va tejiendo, cada vez más, entre el mundo de la imagen y el mundo de la computación. A lo largo de este trabajo se verá en detalle dicha vinculación.

Al hablar con Carles y con Juan, nos damos cuenta de la importancia que tiene para el estudio de las prácticas, no sólo las funciones específicas de determinados sistemas de comunicación mediada, sino del complejo sistema de alianzas sociotécnicas que van más allá de las plataformas determinadas. De manera que, si estudiáramos sólo a un grupo de Flickr, pensando que lo que vemos en la pantalla puede ser considerada la totalidad de la actividad del grupo, nos perderíamos la posibilidad de comprender la compleja organización y estructura que se configura en múltiples pantallas, cara a cara y desde una larga historia compartida. SortidazZ es un ejemplo paradigmático de cómo una organización y una estructura que se construyeron durante años de uso

de foros y páginas, en las que personas como Juan y Carles participaban, impregnó, con su *ethos*, a un naciente grupo sobre fotografía. La relación sociohistórica, poco documentada, entre la internet textual de los años noventa y la Web 2.0.

El nombre del grupo hace un guiño a ese espíritu del mundo de la informática. Carles apunta:

La doble zZ, a ver, yo siempre, al menos en informática, cuando buscas algo así un poco alternativo o *underground*, siempre va escrito de una manera diferente, o sea, te da a entender lo que es pero escrito de una manera diferente, y yo quería que esto fuera un poco así también ¿no? Que no fuera una cosa muy tomada en serio sino que la gente se apuntara para, lo que pone ahí [en referencia a la descripción del grupo en Flickr], para ir en grupo y sacar fotos y tal.

Y no sólo en el nombre aparece esa continuidad, Carles lo apunta al decir:

Yo nunca he tomado como referencia a ningún grupo sino esto era simplemente, pues como nosotros teníamos el foro antiguamente, un poco estaba enfocado así, que la gente se apuntara pero normalmente quedan cuatro amigos y tal y, queda el núcleo, pero claro, esto se ha ido diversificando, ha entrado gente, ha ido marchándose gente.

Así es como inicia la historia del grupo, que en menos de dos años ha crecido, de esos “cuatro” que se juntaban a tomar fotos, a las cerca de mil personas apuntadas actualmente. Algunos de esos miembros, que desempeñan un papel fundamental en el grupo actual, no provienen de aquél “núcleo duro”. Han llegado a través del grupo mismo, por Flickr, a través de amigos, por recomendación o alguna otra forma. Esto nos habla de que el grupo es abierto y cualquiera puede destacar por su práctica.

Aunque Bourdieu, quien aparece en la cita del inicio de este capítulo, relaciona a los “grupos sociales” con la clase, es decir, utiliza la definición más sociológica del término (por ejemplo con su distinción entre rurales/urbanos), se puede plantear como hipótesis que, dentro de una plataforma como Flickr, las categorías sociológicas resultan menos relevantes para la conformación de colectivos que el compromiso con la práctica (que, ésta sí, puede surgir de categorías

sociológicas más tradicionales). En este sentido, al hablar de “grupo” y “colectivo” en este trabajo me refiero a una organización estructurada en torno a la práctica de fotografiar pero con elementos de identidad y reconocimiento claros. El uso que hago de “grupo” o “colectivo” resulta más cercano a las “comunidades de práctica” de Wenger, quien las define como grupos de personas que comparten una preocupación o pasión por algo que hacen y aprenden cómo hacerlo mejor al interactuar regularmente (1999). Sin embargo, a diferencia de estas comunidades, en el caso de SortidazZ y de muchos otros grupos de Flickr, los objetivos parecen ser menos directivos y resultan más espontáneos por lo que he considerado más adecuado denominarlos simplemente “grupo” o “colectivo”.⁴⁶

Si bien existen mecanismos de orden, jerarquía y retribución insertos en el diseño de la plataforma de Flickr, estos adquieren sentido en la medida en que son usados por la gente. Y al mismo tiempo, dirigen el tipo de prácticas que son posibles en la plataforma.

Aunque la mayoría de los integrantes está de acuerdo en percibir al grupo y a la plataforma como un “espacio” de socialización de conocimientos sobre fotografía, sobre todo entienden el grupo como uno de amigos con los cuales salir a divertirse, a veces, sacando fotos.

2. La constitución de los grupos en Flickr: compartiendo una práctica común

Los grupos de Flickr son la unidad básica de socialización, tanto de las fotografías como de las personas. Resultaría casi imposible establecer una taxonomía total de grupos en Flickr, por la gran variedad y especificidad de algunos.⁴⁷ Se podría decir que, para constituir un grupo básico de Flickr, sólo se requiere que algunas personas tengan una temática en particular (fotografías de amaneceres, fotografías desde el tejado, fotografías de reflejos); para otros, basta tener un equipo en

46. Aunque también existe el concepto de “comunidades de interés”, he decidido no usar ninguno de los dos porque el concepto de “comunidad” resulta de mayor peso teórico y lleva tiempo debatiéndose (cfr. Amit, 2002).

47. Para un análisis estadístico sobre la participación en grupos por parte de usuarios de Flickr, ver Negoescu y Gatica-Perez (2008) y Pissard y Prieur (2007).

común (canonistas, *lomógrafos*, *iphoneografos*);⁴⁸ en algunos grupos más se debe participar en una actividad lúdica en común (el proyecto 365, tomar fotos a determinada hora de un día en específico, etc.). Otra de las formas comunes de grupos son aquellos en los que se requiere tener fotos de un lugar para participar en ellos (Barcelona, Oxford, Granada). Algunos más combinan varios elementos de los anteriores (mexicanos en Europa, España por la carretera, Europa de noche). Casi todas las ciudades occidentales de importancia tienen un grupo de Flickr.

Algunas de las fotos con las que se participa en el grupo son de personas que residen en estas ciudades, mientras que otras pueden ser de turistas⁴⁹ o de personas que han pasado un tiempo ahí, pero que no son necesariamente residentes de la ciudad. Ahora bien, hay un tipo de grupos cuya existencia se debe precisamente a que las personas se encuentran geográficamente cercanas, aunque no tengan el nombre de la ciudad. Es el caso de SortidazZ.

Las personas de SortidazZ suelen fotografiarlo todo. No es sólo, como ya se explicó en la primera parte, que con la fotografía digital cualquier cosa parece fotografiable. Para los sortidozZ cualquier cosa puede ser una fotografía en tanto que sus miembros le encuentren una función específica para comunicar algo, en el sentido amplio. Desde aquellas imágenes que buscan explícitamente explotar una estética o una técnica, o aquellas que sirven como elementos de comunicación, muchas veces en forma de juego, a las que me referiré más adelante. A su vez, esta práctica hace posible que muchas otras actividades puedan tener como referente una imagen. Algunas personas, se aficionaron a la fotografía a partir de la “necesidad” que ellos detectaban de obtener recuerdos de otras actividades: el senderismo, los aviones, las fiestas, etc. Lo que, una vez teniendo la cámara, se vuelve una práctica en sí misma, es decir, fotografiar se vuelve una actividad recurrente y constante, como lo eran las otras actividades que en un primer momento querían fotografiar.

La fotografía no constituye la única actividad ni *hobbie* para los

48. Es curioso cómo uno de los integrantes de SortidazZ comentó en una salida: “Yo no sabía que era canonista hasta que llegué aquí”.

49. Existe una amplia diversidad de grupos tan específicos como: “iglesias parisinas” en los que las personas que han hecho turismo en determinado lugar suelen participar con frecuencia.

miembros del grupo, además de ser usuarios asiduos de internet, se interesan por la música, la literatura y el cine, suelen salir con frecuencia con amigos, y un tercio del grupo hace algún tipo de deporte.⁵⁰ Muchas de estas otras actividades suelen acompañarse con la fotografía.

El perfil general de los miembros del grupo SortidazZ, con base en la encuesta aplicada (en el 2009) es que el 25% de los que respondieron tienen entre 26 y 30 años, el 65% son hombres y un 21% trabaja en cuestiones relacionadas con la informática y las telecomunicaciones. Un 90% se considera fotógrafo(a) amateur pero a un 21% le han comprado fotografías. Un 61% tiene una cámara réflex no profesional y casi todos tienen una segunda cámara y un móvil con cámara. Los paisajes y la arquitectura parecen ser los motivos principales del grupo y el 68% tenía una cuenta *pm*, teniendo como sus principales motivaciones para estar en Flickr el conocer y comunicarse con otros fotógrafos y aprender *típs* y trucos.⁵¹ El 98% del grupo se conectaba todos los días a internet.

Por otro lado, en el caso de SortidazZ existe una estrecha relación entre la práctica de fotografiar y la cohesión misma de los participantes como grupo que, aunque parece autoevidente, es fundamental para entender al grupo y que tiene que ver, primero, con la socialización de una práctica común y, segundo, con la consolidación de alianzas y amistades.

50. En la encuesta que se aplicó a 263 personas del grupo, un 35% indicó que hacía algún tipo de deporte.

51. Este dato resulta relevante de recalcar porque es consistente con un estudio que demuestra que la comunicación y organización social son las principales motivaciones para usar Flickr y poner etiquetas a sus imágenes (cfr. Angus y Thelwall, 2010).

3. SortidazZ: tejiendo una red social

*Con la capacidad de disfrutar de su compañía
y de compartir algunos de sus juegos y diversiones,
empecé a tener la impresión de que estaba de verdad en contacto con ellos.*

Malinowski, *Los argonautas del Pacífico occidental*

El objetivo del grupo SortidazZ es precisamente reunir a personas geográficamente cercanas para compartir la actividad de fotografiar. En este sentido, y a diferencia de otros grupos cuya participación puede ser enteramente “online”, en el caso de SortidazZ y los grupos situados en ciudades específicas, su constitución moviliza muchos más elementos que sólo la práctica fotográfica en sí. Es así que la siguiente sección explica algunos de los rituales, en el entendido más amplio de una serie de acciones que se llevan a cabo principalmente por su valor simbólico⁵² que hacen posible la cohesión de un grupo de personas que comparten una práctica en torno a una identidad colectiva, cuestión que a su vez redunda en el sentido de pertenencia y apropiación de la misma por sus miembros.

Por ello, el eje de este capítulo se basa en “imágenes” que son re-presentaciones de las prácticas que se discutirán. Estas han sido agrupadas y separadas para su mejor comprensión pero, en realidad, se solapan, mezclan e integran entre ellas formando un conjunto extenso de prácticas. Para existir, el grupo involucra múltiples elementos humanos y no humanos, pero, sobre todo, múltiples prácticas de mediación. Dichas imágenes —que he llamado “postales” porque, como en una postal, hay una parte que es una imagen y otra que es un texto— en conjunto sitúan y explican lo particular y personal de quien la envía dentro de lo general y colectivo que aparece en la imagen. Las tres postales que presento son las siguientes: el grupo se mira, el grupo se nombra y el grupo se afianza.

52. Como en el caso de los términos “comunidad” o “colectivo”, es necesario entender que el término “ritual” se aplica de manera un tanto forzada dado que no existe una verdadera “institucionalización” de las actividades del grupo dentro de marcos espacio/temporales definidos (como sería una festividad en un pueblo). Sin embargo, dada la repetición constante y la frecuencia con la que suceden, el grupo suele otorgarles una consistencia tal que he decidido utilizar el término para dar cuenta de esa solidez.

3.1. SortidazZ se reconoce: mirarse fotografiándose

Una de las prácticas más recurrentes entre los miembros del grupo es fotografiarse entre ellos. En una etnografía sobre un grupo de fotógrafos, la relación entre la representación y las tecnologías necesarias para ello tiene muchos más matices y consideraciones de las que se podría pensar en un primer momento. No sólo porque, en este caso, fotografiar y, por lo tanto, representar es justamente una de las prácticas más comunes en el grupo mismo, sino porque las fotografías de los miembros de SortidazZ, elaboradas por otros miembros, forman una de las prácticas que dota de sentido a la identidad del grupo, tanto por la práctica en sí misma como por el resultado de ésta. Intentaré explicar lo anterior a partir de cuatro imágenes-postales que surgen de mi trabajo de campo:

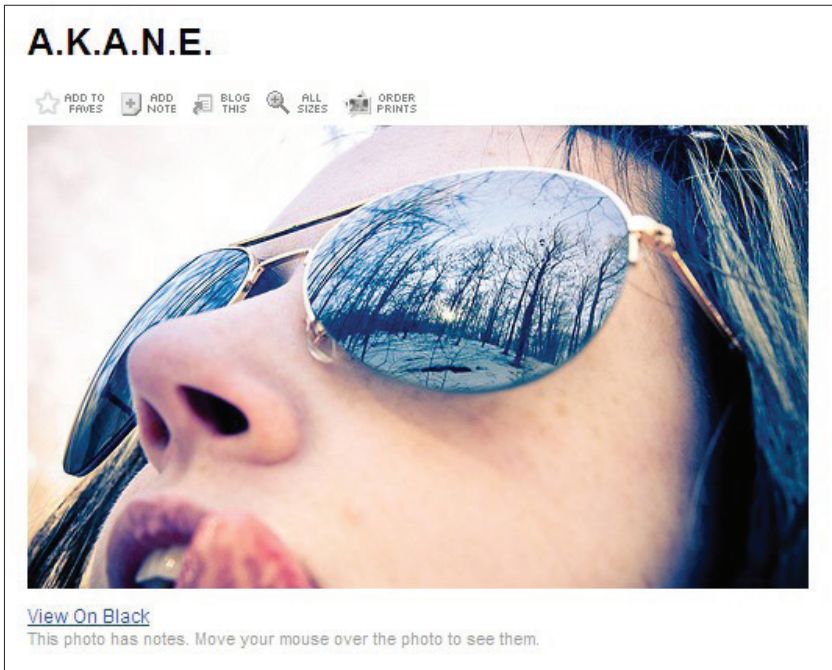
abusones

La última modalidad en SortidazZ para conseguir una foto es la siguiente, se busca un pozo psicodélico y se tira dentro a alguien. Y después todos a hacer fotos.



En el *stream* de SortidazZ en Flickr aparece una imagen que, al hacer clic sobre ella, lleva a la página de David. La foto se titula “abusones”. En la imagen se aprecian seis miembros del grupo asomándose por una especie de balcón circular. La imagen está tomada desde el piso de abajo, de manera que se ve claramente el círculo; tres de los integrantes apuntan sus cámaras a la posición donde está David, que, lógicamente, a su vez los está fotografiando a ellos en una especie de “fuego cruzado”. El pie de foto reza: “La última modalidad en SortidazZ para conseguir una foto es la siguiente, se busca un pozo psicodélico y se tira dentro a alguien. Y después todos a hacer fotos”. Con ello, David complementa lo visual abriendo un juego. Los comentarios retoman y

continúan el juego. Santi, uno de los fotógrafos que aparece en la foto, dice: “Jeje... el pozo de los deseos.... ¡Y ninguno te tiramos monedas!” y, en el comentario siguiente, pone la foto que él le tomó a David en donde éste aparece apuntando la cámara hacia arriba. Este ejemplo podría servir para hablar de varias prácticas comunes en el grupo. Sin embargo, en este momento me centraré sólo en una, la de que los miembros del grupo se fotografíen unos a otros. Cada vez que se organiza una sortidazZ, las imágenes que siempre aparecerán en el *pool* del grupo son precisamente fotografías en las que aparezcan miembros del mismo grupo. Más allá de que “la foto oficial de grupo” sea uno de los rituales permanentes en las salidas organizadas, nunca falta la foto de alguien con la cámara pegada al ojo, captada en el acto de fotografiar. Hay una gran cantidad de imágenes de personas, cámara en mano, pegada al rostro, apuntando incluso a la cámara que a su vez los fotografía. Esto tiene como consecuencia que la persona que aparece en la foto casi siempre deje un comentario debajo de la imagen, comentario que genera una conexión doble entre las personas y que desemboca en el reconocimiento mutuo. Este posible diálogo, casi siempre juguetón, no necesariamente se inicia con la foto en línea, también puede haber empezado como un juego en alguna salida conjunta que tiene su continuidad al subir la foto a internet. Es por eso por lo que, en muchas ocasiones, el papel de la fotografía en la interacción sólo se puede leer y comprender observando la suma de todas las acciones, tanto las mediadas por el ordenador como las mediadas por la imagen, como las mediadas socialmente y por la práctica misma de la producción de la fotografía. La lectura global de todas estas prácticas y mediaciones es modelada por la interacción misma entre el grupo, y se da a través de los procesos de socialización, tanto cara a cara como en los foros del grupo. Estos diálogos mediados, que además quedan registrados y son acumulativos (ya que los otros miembros del grupo pueden ver las fotos y los comentarios y pueden comentar a su vez) van generando y solidificando alianzas y dando forma a una identidad grupal que se retroalimenta a sí misma. Al mismo tiempo, curiosamente, va consolidando a ciertas personas como las favoritas de fotografiar, el caso de Mar es el paradigma. Esto hace que el grupo tenga caras visibles y reconocibles que, a su vez, sirven como “anfitriones” o referentes para los nuevos miembros que han visto anteriormente al grupo en línea.



Carles, en una de sus fotos más vistas, un retrato de Mar, recibe un comentario de ésta diciendo que le va a cobrar una cerveza por el éxito de la foto, a lo que él responde: “Jo, chica.... eres una mina. La cervecita sí que la tienes pagada. :)”. Carles no sólo reconoce que la modelo, en este caso Mar, es importante, sino que promete “pagarle” con la cerveza el que la imagen que la tenía como protagonista haya tenido éxito. Éxito que, por cierto, excede a Sortidazz. Al hacerlo, genera un vínculo que va más allá de la imagen y que se sitúa en la interacción y alianzas entre miembros del grupo. En el siguiente capítulo analizaré este principio de reciprocidad que es constante y que, en algunos casos como éste, incluso genera una promesa de retribución. De esta forma, vemos cómo a través de variados mecanismos y prácticas (la foto de un miembro a otro, el colgarla en Flickr, los comentarios y las estadísticas) se genera un vínculo mayor entre dos personas del grupo. Se consolida entonces la compleja red sociotécnica que se genera entre personas (Carles y Mar), prácticas (fotografiar a otros miembros) e imágenes, y que de alguna forma está delimitado por Flickr y el “principio de retribución” del que hablaré más adelante.

Compartiendo la comida

ADD TO FAVES ADD NOTE BLOG THIS ALL SIZES



Está claro que a ese restaurante no nos dejarán volver... (ni falta que hace) aunque salió barato. 8)

No sabía cual de las 2 fotos poner, así que pongo las dos.

Otra “imagen” que, además sirve para enlazar con otro de los rituales básicos de SortidazZ, el comer y el beber, es una en la que aparecen Mar y Óscar, ella está con el tenedor levantado ofreciéndole un bocado y él aparece con la boca abierta, en movimiento, listo para comerlo. Ella lo mira con cara de asombro. La foto está tomada en un restaurante por otro miembro del grupo en una salida conjunta. Se observa así al grupo en los mismos rituales que suele practicar: fotografiar, reunirse, comer, bromear. De esta forma, la gente puede comentar, enlazar, recordar lo sucedido y mirarse como grupo. Función tradicional de la fotografía *snapshot*, como elemento de cohesión de grupos primarios, como la familia o los amigos, pero que en este caso se mezcla con las posibilidades propias de la imagen en red. Ya no es el grupo primario, la familia y los amigos cercanos, quienes se miran y reconocen en un

conjunto de imágenes. Es un grupo extenso, poroso y cambiante que se va constituyendo poco a poco, a través de interacciones mediadas que tienen como centro a la práctica fotográfica y el hecho de mirarse fotográficamente. Situación que resultaba difícil de existir antes de la imagen en red. De esta forma, el grupo lleva un recuento histórico (a través de las imágenes, los foros, los comentarios y los enlaces) de sus propios rituales, de las personas que le resultan claves, y mediante el uso de la imagen, enaltece al mismo grupo y sus dinámicas. Por ello es posible la continuidad de dichos rituales a pesar de la aparición de nuevos miembros.

conjugación

ADD TO FAVES ADD NOTE BLOG THIS ALL SIZES



Yo fotografío,
tú fotografías,
él fotografía

La foto de Victoria, titulada “conjugación”, propone un interesante juego (que quizá poco tenga que ver con la imagen en sí pero que se ve reforzado por ésta). En la descripción, debajo de la foto, se lee: “Yo fotografio, tú fotografías, él fotografía”. El juego es interesante porque la foto es una imagen de cómo Xavi toma a su vez la foto de David. Este tipo de “metaimágenes” son muy comunes y nuevamente hablan de la representación del grupo por el mismo grupo, de los rituales comunes y de cómo se reconocen como miembros de un solo colectivo.

A través de estas postales vemos que al fotografiar a alguien se lo “acredita” como miembro y parte del grupo.⁵³ Al fotografiarlo se le nombra, se le mira, se le re-conoce. Chalfen (1987) apunta la importancia de las fotos familiares para la construcción y fortalecimiento de los lazos familiares, y Bourdieu (1984) habla de que el envío de fotos de un recién nacido a los parientes cumplía la función de “presentar al recién llegado al conjunto del grupo para que se lo reconozca” (p. 60). Tinkler lo resume de manera muy clara:

Las prácticas fotográficas son usadas para representar, establecer y mantener relaciones entre personas. Esto se logra en tres formas: Primero, las imágenes fotográficas son medios para representar conexiones, establecer visualmente quién es un miembro de una comunidad en particular. Segundo, tomar fotografías es una forma de construir y mantener lazos. Es esperado, por ejemplo, que los padres fotografíen a sus hijos y, al hacerlo, contribuir a la producción de una “familia”. Tercero, el pertenecer es actuado a través del uso de las fotografías: cómo y de qué forma son mostradas; su intercambio y/o regalo; ocasiones compartidas para verlas; su uso como forma de comunicación (2008, p. 261).

53. Resulta interesante que una búsqueda con la palabra “photographer” en Flickr da un total de 3.945.305 imágenes. La práctica de fotografiar personas tomando fotografías parece una muy extendida entre las personas de Flickr que se reúnen con otras personas. Esto podría ser un indicio de dos cosas, que mucha gente que participa en Flickr está compartiendo la práctica de fotografiar, por ejemplo participando en grupos. Es decir, utilizando Flickr para conocer a personas que comparten una práctica. Y en segundo lugar, que la gente cada vez toma más fotos de más cosas, incluidas personas fotografiando. En ambos casos, se refuerza lo propuesto sobre la imagen en red.

Esta misma función extendida a los lazos (redes) sociales parece aplicarse a estos colectivos cuya sociabilidad es con frecuencia tecnológicamente mediada. Como afirma Van House: “formamos tanto como representamos relaciones por medio de las imágenes” (2009, p. 1082), cuestión en la que parece coincidir Van Dijck, quien acuña el concepto de “memorias digitales” (2007) con el cual busca dar cuenta de las intrincadas conexiones entre “colecciones personales y colectividad pero también teorizar la mutua construcción de la memoria y los medios” (p. 2). Y que, en el caso de la fotografía digital, también: “establece una nueva práctica en la cual las fotografías son consideradas recursos visuales de las microculturas de la vida cotidiana” (Van Dijck, 2007, p. 116). La suma de estos dos elementos aporta la clave para el entendimiento de la fotografía como una interfaz de conexión social.

Las plataformas denominadas redes sociales han contribuido a ello integrando en su código funciones que facilitan esta conexión-reconocimiento que eventualmente genera una identificación colectiva. Por ejemplo en Facebook, sobre una fotografía en la que aparezcan personas, se puede señalar quién es cada una de ellas, al hacerlo automáticamente se genera un link a su perfil y la fotografía aparece en el perfil de todas las personas señaladas. Es interesante de recalcar esto porque esta misma función fue instaurada recientemente en Flickr también. Los sistemas buscan, con su diseño, conectar a las personas.

3.2. El grupo se nombra: ser de SortidazZ

Una práctica que está en estrecha relación con la anterior es la de nombrarse. Esto implica dos cosas, por un lado, se nombran los miembros del grupo como individuos que participan de él y, por otro, lo hacen como un colectivo. Por ejemplo, en las salidas es muy común hacer la “tradicional foto de grupo”. Anteriormente, las personas ponían una nota encima de sí mismos con su nombre y, en algunas ocasiones, un enlace a su propia página. En una de estas fotos de grupo, Xavi invitaba a esta acción: “Señoras y señores, pónganse notitas para recordar nuestros nombres y nicks”. De esta manera, el grupo se miraba a sí mismo y se nombraba, es decir,

se reconocía al mismo tiempo que se formaba (esto facilitaba la integración de nuevos miembros ya que inmediatamente aparecían nombrados y fotografiados). Posteriormente, Flickr integró en su sistema una función de “*social tagging*” igual a la que tiene Facebook. Y aunque esta función hace que la práctica antigua de las notas que acabo de mencionar quede obsoleta, no ha tenido un cálido recibimiento entre los usuarios “para esto mejor me voy a Facebook”, comentaba alguien.

Quizá más importante aún es el juego de significados expresado en el nombre mismo del grupo, que también abre la posibilidad para distintas interpretaciones y juegos con el nombre del colectivo. Desde el más común que es fotografiar la palabra *sortida* (salida) en cualquier sitio público y después añadirle las “zZ” con Photoshop, hasta otros más sofisticados en los que, al aparecer distintos miembros del grupo en alguna actividad, se titula a la foto: sortidoz haciendo esto o lo otro. Es decir, se identifica a los miembros con el colectivo del que forman parte.

Por otro lado, el concepto de “frikis” también tiene un papel interesante y se utiliza desde los mismos objetivos del grupo. Tal como aparecen en la página de inicio, los objetivos del grupo son:

- Organizar salidas o reuniones.
- Intercambiar experiencias.
- Pasarlo bien. :)
- Ser muy friki... xD

Por lo tanto, el grupo se nombra por dos vías, como un colectivo único e identificable (*SortidazZ*) o como un colectivo de personas que tienen una práctica constante y “obsesiva” de la fotografía y la tecnología (frikis).

¿Cuándo se es friki? Thor, uno de los alemanes que participa en el grupo, toma una foto titulada “frikis sacando fotos de aviones” en la que se ve a diez integrantes del grupo subidos en una plataforma cerca del aeropuerto, tomando fotos de aviones que despegan o aterrizan:

Frikis sacando fotos de aviones

★ ADD TO FAVES + ADD NOTE 📄 BLOG THIS



Para mi ya no hubo espacio arriba por eso tuve que sacar una foto de ellos de abajo! :()
This photo has notes. Move your mouse over the photo to see them.

El concepto de “frikis” se utiliza mucho cuando se habla del grupo, casi parece intercambiable con el de sortidozZ. La diferencia radica en que se utiliza “frikis” cuando se ve a miembros del grupo en algún lugar en el que parecen muchos o en alguna actividad que resulta especialmente llamativa ya sea por la dificultad que conlleva o por el uso de muchas herramientas tecnológicas.

Sobre esta situación, Atkinson y Hammersley (2007) afirman que el tipo de lenguaje que utilizan las personas tiene una importancia analítica ya que no sólo: “nos proveen con información valiosa acerca de las formas en las que los miembros de una particular cultura organizan

sus percepciones del mundo” (p. 145). Sino que de esta forma, vemos cómo es la “construcción social de la realidad” de determinado grupo. Lo que los autores llaman “vocabularios situados” son importantes porque: “constituyen el catálogo de conocimientos y razonamientos prácticos de los miembros” (p. 145).

En ese sentido, resulta claro cómo en SortidazZ hay una serie de códigos que se socializan y generan con ello un sentido de pertenencia. Estos códigos además sirven como distinciones que hacen que una persona nueva en el grupo se sienta, por un lado, con cierta familiaridad con el grupo y, por otro, con deseo de conocer más de él. Esto que a su vez constituye una especie de “rito de pasaje” y una forma de integración.

3.3. SortidazZ se afianza: comer y beber

Internet es el medio, lo importante es acabar en el bar.

Antonio Casas, Flickr Granada

La comida es tan importante como el sexo en la reproducción de la especie.

Gastón Julián Gil, antropólogo

En el programa *Enredados* de Televisión Española, emitido el 5 de marzo del 2009,⁵⁴ entrevistaban al grupo de Flickr Granada, uno de los más grandes por número de miembros en España. En dicho programa, Antonio Casas, administrador del grupo, afirmaba que la idea inicial había sido utilizar las posibilidades de creación de grupos en Flickr como una plataforma para poner en contacto a dos colectivos distintos, los *bloggers* y los *flickers*. Es decir, personas que participaban activamente en dos prácticas relacionadas con dispositivos tecnológicos, escribir en un blog y subir fotos a Flickr. El comentarista del reportaje afirmaba con entusiasmo: “pero al final viene lo mejor mientras que en la imagen se puede apreciar a aquellos que, minutos antes veíamos haciendo fotografías, ahora brindando con unas cañas, en algún bar de tapas”. Es entonces cuando Antonio dice la frase que

54. Disponible en línea: <http://www.rtve.es/page?CA_REPORTAJES&pagina=reportajes&idReportaje=6661>.

sirve de epígrafe a esta sección y que resume magistralmente el que parece ser un fin último de los grupos situados en una misma ciudad: acabar en el bar.

En todos los grupos que tuve la oportunidad de participar como parte de mi trabajo de campo, se reproducía esto: internet servía como un medio de comunicación y una herramienta para la organización y cohesión de los grupos pero, al final, donde verdaderamente se afianzaban los grupos, al menos el núcleo “duro” de los mismos, era en el bar, en el pub o en el restaurante.

Un paralelismo lo encontramos en otros estudios sobre otro tipo de colectivos. Julián Gil (2004), siguiendo a Grignon, en su trabajo sobre un grupo de seguidores de un equipo de fútbol, sostiene que: “el consumo de comida y bebida sirve para generar solidaridad entre las personas, ya que la comensalidad permite que los límites del grupo se reconfiguren, como así también que se restauren las jerarquías internas o, inclusive, se redefinan” (p. 14).

A final de cuentas, siempre lo importante de los grupos situados en la misma ciudad parece ser el compartir un buen rato con gente afín, y los alimentos y la bebida siempre acompañan este ritual. Esta misma situación se reproduce, casi con exactitud, en todos los grupos en los que tuve ocasión de participar. Compartir la comida y la bebida es un elemento fundamental en la cohesión en estos grupos. En Granada, al llegar a un pueblo cercano a las Minas del Marquesado, lugar en el que pasaríamos todo el día tomando fotografía, nos detuvimos en un café con puertas de cuentas que colgaban, como las que se puede ver en muchos de los pueblos de España. Comer una “tostá” con tomate y queso y tomar un café, fue la primera actividad que hicimos juntos. Todavía no se había sacado ni una sola cámara de sus bolsas y estuches. Después de un par de horas tomando fotografías, en donde cada quien iba a su ritmo, formando y deshaciendo pequeños subgrupos a lo largo del día, acabamos sentados en una gran mesa, en el restaurante del pueblo donde habíamos reservado una sala casi para nosotros solos. En la mesa se habló casi tanto de la comida como de la fotografía.

En Oxford, las reuniones eran directamente en los pubs, al menos una cada mes. La gente no se reunía para hacer fotografía y de paso comer o beber algo juntos, la gente se reunía directamente para beber y, sólo algunas personas traían la cámara o algún libro que quisieran

compartir. En Madrid, después de unas cuantas fotografías, siempre había unas tapas que se cruzaban por el camino.

Flickr puede ser una plataforma global, tecnológica y multilingüe, pero resulta claro que las plataformas de “redes sociales” son una herramienta cada vez más útil para la cohesión de las redes locales “virtuales” (en el sentido etimológico del término: posibles, en potencia). Es decir, las llamadas “redes sociales” en internet, al menos en el caso de Flickr, parecen ayudar a que personas que comparten, no sólo una serie de elementos culturales comunes, sino una afición puedan encontrarse, constituirse, mirarse y reconocerse como grupo. En este sentido, no es muy distinto de otras agrupaciones como clubes, centros de cultura o peñas. La diferencia quizá radica en que la interacción constante, mediada y rica en posibilidades que ofrece la comunicación mediada por ordenador y las redes sociales, hace más fácil que las personas se sientan integradas más rápidamente a un grupo determinado que, aunque varíe en grados de apertura, siempre parece recibir nuevos miembros y considerar a los actuales, vitalicios. Jorge, por ejemplo, sobre la supuesta despedida de alguien del grupo, apuntaba: “si SortidazZ tiene éxito es por su anarquía, aquí no hay reglas, tampoco despedidas, solo ‘hasta luego’. Te estaremos esperando cuando tú quieras”.

4. SortidazZ construye sus lugares

Pink (2008), basándose en reflexiones de Casey y Merleau-Ponty sobre la construcción de “lugares” en diferentes “espacios”, plantea que el uso del vídeo resulta útil para las etnografías que se preocupan por la construcción de dichos “lugares”. La autora propone que esto puede ser visible fenomenológicamente tanto en el momento en que se representan los movimientos de las personas estudiadas como después en la subjetividad de aquella persona que ve el vídeo. Extendiendo su reflexión al caso de los fotógrafos con los que trabajé, este hecho se da no como un proceso de creación de conocimiento externo, sino como una forma de constitución interna del colectivo. Utilizando las tecnologías de mediación, los lugares visitados se extienden y apropian en forma de conexiones con las plataformas tecnológicas. Se reconfigura la espacialidad (cfr. Lee, 2010). Se crea así un espacio sin fisuras.

SortidazZ existe y se construye, de esta manera, como la suma de un espacio físico que se apropia mediante su materialización en fotografías, y de un espacio mediado tecnológicamente que extiende la presencia y uso de dicho espacio físico. Si a esto se le suma la cuestión de la movilidad, el resultado es un colectivo que construye cognitivamente y socialmente su propio espacio de existencia, un espacio de conexiones, algunas físicas, otras visuales, casi todas mediadas (cfr. Pink, 2008; Edwards, 1998).

Por poner un ejemplo, cuando se organiza una salida, y éstas se organizan siempre a través de una mediación (ya sea lanzando una convocatoria en Flickr o llamando por teléfono a alguien, etc.), el grupo suele escoger un punto de reunión física a determinada hora, alguna plaza o lugar fácil de reconocer y llegar. Antes de llegar, el grupo ya ha hecho una serie de intercambios previos hablando sobre el lugar (enlaces a oficinas de turismo, anécdotas sobre el lugar en cuestión, Google Maps, etc.), algunos de estos intercambios suelen ser visuales (fotografías tomadas por miembros del grupo o enlazadas por ellos pero hechas por otras personas). Es muy común que varios miembros reciban llamadas de personas avisando que llegan tarde, que no encuentran el lugar o que cancelan en el último momento. Las llamadas entre personas del grupo, tanto las que están presentes en las salidas como las que no están físicamente, estarán presentes todo el día porque normalmente el grupo, después de reunirse en un primer momento, suele dispersarse en pequeños grupos que se juntan, se cruzan, se intercambian de personas y rutas, etc. El grupo suele reunirse una vez más al completo (casi siempre a la hora de la comida o cuando se toma la “foto grupal”) y luego, poco a poco, irá deshaciéndose. Ahora bien, una vez en casa, la gente comenzará a subir fotos, a visitar la página del grupo, a comentar en las fotos de los otros, a enlazar fotos entre sí, a comentar nuevas anécdotas. Así, las imágenes funcionan no tanto como representaciones (por ejemplo del espacio visitado), sino como interfaces (entre espacios, personas, tiempos y relaciones) (cfr. Edwards 1998; Pink, 2008). En este sentido, el colectivo crea también una matriz de conocimiento, va tejiendo su propia cultura a través de la visualidad y la mediación, tecnológica y social: sociotécnica. En pocas palabras, a través de la práctica colectiva, una práctica visual y tecnológicamente mediada, SortidazZ se crea y existe como un colectivo que

construye sus espacios de acción que no sólo son físicos y no sólo son mediados.

5. La gestión de SortidazZ: un caos controlado

Los grupos de Flickr tienen tres tipos de participación. El administrador, que normalmente es la persona que da de alta el grupo⁵⁵ y que es quien puede decidir nombrar administradores o moderadores a otras personas. La segunda figura es la de moderador y son únicamente los administradores quienes pueden nombrar moderador a alguien, y la tercera es la de participante. Mientras que los administradores tienen el poder de borrar miembros, cerrar o abrir el grupo o directamente borrarlo, los moderadores funcionan más como árbitros de las relaciones aunque tienen la capacidad de borrar comentarios.

En el caso de SortidazZ, al menos durante mi trabajo de campo, había un único administrador y seis moderadores para los 600 miembros que tenía el grupo al final de mi periodo de recogida de datos.⁵⁶

El administrador y creador del grupo tenía experiencia en la moderación y construcción de colectivos en línea. Cuestión que planteaba reflexivamente: “Lo bueno del núcleo es que sea dinámico, no que sea estático, porque cuando el núcleo se estanca, malo” y, continúa: “Las normas las puso el mismo grupo”. Para cumplir la función de moderación del grupo, se requiere sensibilidad y compromiso y que las personas sean proactivas. El administrador, sobre cómo eligió a los moderadores (ahora algunos incluso administradores), apunta:

Pongo como moderador a gente que hace muchas propuestas, porque me interesa que estén en el grupo y no que se vayan, ¿vale?, para que el grupo se vaya dinamizando [...]. Cuando entra un elemento nuevo, y veo que propone muchas cosas y tal, que es muy activo dentro del grupo, enseguida lo que hago es ponerlo como moderador [...], lo divertido del grupo es que haya propuestas cada día, yo no puedo ir a todas, es imposible.

55. Lo que no siempre es así, por ejemplo en el caso de Oxford, la creadora del grupo de Oxford ya no estaba interesada en el grupo y ni siquiera vivía en la ciudad, por lo que el actual administrador la contactó y ella le “cedió” los poderes sobre el grupo.

56. Actualmente se ha reconfigurado esta organización, tres moderadores han pasado a ser administradores y, en junio de 2012, había ya más de mil miembros.

De esta forma, la dinamización del grupo parece primar por encima de los intereses personales. Sobre los moderadores, Carles, el administrador del grupo, dice que “Los primeros fueron un poco por amistad y ahora los últimos ya han sido por puro interés del grupo”. No todas las personas importantes para el grupo tienen un “puesto” o función específica dentro del grupo, hay otras personas que “tienen la cualidad de hacer de enlace entre lo que sería el núcleo del grupo y la gente nueva que entra en el grupo”, dinamizadores naturales que ayudan a que las propuestas se secunden y puedan tener éxito.

Hay mucha gente que está aburrída, hay mucha gente que busca grupos donde buscar amistad, cosas que no sean amistad (¿entiendes?), hay gente que busca, que no sabe lo que busca, entonces se apunta a este grupo, se apuntan a este otro, estamos hablando de un grupo de fotografía, podríamos hablar de yo qué sé, de un grupo de excursionistas.

Este comentario de Carles tiene dos lecturas que van interrelacionadas, por un lado, se apunta cómo el colectivo, además de su interés común por la fotografía, tiene otro interés, el de crear comunidad, generar alianzas y amistades. Por otro lado, deja claro que a veces se utiliza la fotografía como un pretexto, como una conexión. Por eso es tan común que las personas se fotografíen entre ellas, porque a través de la imagen, práctica que comparten, “recrean” relaciones a la vez que las materializan.

6. Una persona desagradable: Sortidazz a través del conflicto

A pesar de que en Sortidazz como grupo reina un tono de cordialidad y armonía, como cualquier grupo humano, no está exento de conflictos. Uno de ellos, quizá el único grave en el tiempo que duró mi trabajo de campo, tuvo relación con el comportamiento de una persona que por una cuestión personal/sentimental, lanzó ataques, primero contra una miembro del grupo y después contra los moderadores y administradores hasta que finalmente fue expulsado.

Hafner (1997), en su texto sobre *The WELL*, quizá la primera “comunidad virtual”,⁵⁷ entrevistaba a Figallo, el equivalente al *community manager*,⁵⁸ quien decía: “Estábamos condicionados a responder al imperativo de la comunidad –la necesidad de construir y mantener relaciones entre personas y el preservar la estructura que soportaba esas relaciones” (en línea). Hafner plantea que el concepto de comunidad salió a relucir ante la afrenta de un peligro. Ella cuenta que la primera vez que se habló de “comunidad” dentro de la WELL, para referirse al grupo mismo, fue en relación con el caso de Mark Ethan Smith, un usuario (que en realidad resultó ser usuaria) con modales rudos y que pasaba una gran cantidad de tiempo elaborando comentarios duros, incisivos e incluso violentos contra otros usuarios en distintos “foros”. Es a partir de la molesta presencia de esta persona que el resto comenzó a ver el posible peligro que representaba para la “comunidad” (Hafner, 1997). La situación vivida en SortidazZ representa una situación similar.

En mi trabajo de campo ha quedado constatado que este tipo de situaciones no son exclusivas ni aisladas. Vivi, una de mis informantes principales sobre Flickr, pero que no pertenece a SortidazZ, comenta lo sucedido en otro grupo, incluso más extremo, ya que:

Un moderador perdió la cabeza, y de noche y con alevosía se dedicó a borrar absolutamente todos los debates del grupo (es bastante fructífero, del orden de 6-7 diarios durante tres años). De 900 miembros ya había borrado 850 cuando un administrador se percató y lo bloqueó. Todo esto ante la impotente mirada de cuatro de los miembros habituales.

En este caso, tres años de intercambios colectivos se perdieron para siempre, lo cual nos habla también de la fragilidad que tienen colectivos con su “memoria colectiva digital” y de la importancia y poder que tienen los administradores y moderadores con posibilidades de decidir sobre el colectivo. Vivi menciona que “frente a esto las reacciones han sido, algunas de abandono, otros digieren aún el dolor (¡literalmente!), y la mayoría, sin embargo, de supervivencia y regeneración”. Lo que resulta especialmente interesante, y que reafirma la idea de que la imagen en red funciona como interfaz de relaciones que requiere de un

57. Para un análisis sobre la conformación del concepto de “comunidad virtual”, ver Gómez Cruz (2007).

58. http://es.wikipedia.org/wiki/Responsable_de_comunidad

determinado contexto: “fíjate que el apego a las fotos no se menciona, en sí, se destaca la capacidad de crear nuevas, de componer nuevos hilos más bien porque las fotos no se perdieron –se descontextualizaron–”, termina reflexionando Vivi.

Para ella esta situación deja aprendizajes muy importantes, tanto personales: “En cierta manera estas últimas dos semanas han sido la mejor experiencia de trabajo colectivo en internet con absolutos extraños que he tenido jamás”, como sobre la naturaleza del colectivo en el que participaba, ya que ella cree que, ante una situación tan traumática, se debía: “apostar por la bondad del grupo, por su capacidad creativa, todo esto ha dado resultado pues cada vez son más los que se suman”. Y concluye que, no hay diferencia alguna entre este grupo y cualquier otro: “en mi opinión, es calcado de la vida real”.

Es frente al conflicto, detonado por alguna causa específica, que el colectivo se moviliza frente a él, reconociéndose además como una unidad, utilizando una fuerte dosis de autogestión pero con un papel relevante por parte de administradores y moderadores. Por ejemplo, regresando a Sortidazz, hubo una ocasión en la que alguien sugirió la posibilidad de hacer un libro colectivo. Carles, como administrador, se oponía a este tipo de acciones porque: “Esto es como lo del amigo invisible, todo lo que tenga que ver con que la gente saque la mano del bolsillo...”, implicando la dificultad que conlleva el gestionar y elegir unas personas por sobre otras. Carles lo dice tajantemente: “hasta el momento que deje de ser administrador, no voy a dejar que se haga, porque por ahí empiezan muchos problemas”. Antonio, del grupo de Granada, comenta algo similar: “Yo intento hacer todo lo que podamos hacer pero que implique el menor rollo posible. Sin que nadie se moleste con nadie. Los concursos se hacen sin regalar nada. Que sea sólo para pasártelo bien”. Sin embargo, la relación entre decisiones y autogestión queda balanceada por las mismas dinámicas que se han construido en el interior del grupo. Al respecto, uno de los miembros, en tono guasón, dice:

La figura de Carles como “administrador supremo” le da un no sé qué de importancia al *staff* que encuentro divertido, pero al mismo tiempo aporta solidez: Carles recoge las opiniones de todos, y los demás acatamos sin dudar lo que finalmente decida, ya que al fin y al cabo lo hemos “parido” entre todos, normalmente ante unas cervezas o un chocolate con churros.

Este juego de llamarle “dictador”, “jefe supremo” o “líder”, se hace patente como una manifestación clara del respeto que se ha ganado como administrador del grupo. Un respeto que también deviene en juego, algo muy similar a lo que pude observar también en Granada y en Oxford. A los administradores se les suele gastar bromas relacionadas con su condición de “jefes”. Ya sea fotografiándolos o mencionándolos con relación a situaciones “que podrían hacer que se enojara”, como dice un miembro del grupo. Lo que resulta inevitable es que el crecimiento del grupo genere subgrupos o incluso ciertas fracturas. En el caso de SortidazZ, por ejemplo, algunos miembros del grupo se han organizado para hacer cosas independientes del grupo: exposiciones colectivas, quedadas, organización alrededor de una asociación más institucionalizada (con cuotas, estudios, etc.). Si bien siguen siendo parte del grupo de manera activa, se mantienen a cierta distancia respecto a las actividades más abiertas, actuando en algunas ocasiones al margen del mismo.

7. SortidazZ, una nota desde los procesos de consumo

Aunque se podría pensar en el consumo como una práctica, Warde nos recuerda que “el consumo no es en sí mismo una práctica sino, en cambio, un momento en casi toda práctica” (2005, p. 137). La fotografía tiene varios momentos en los que el consumo es fundamental y de hecho se inicia al comprar un equipo digital. Sobre esto, es fundamental apuntar que, aunque constantemente se hace referencia al “coste cero” de la fotografía digital, una vez adquirido el equipo necesario, una observación minuciosa dará como resultado un análisis distinto. Como se mencionó en apartados anteriores, la fotografía digital parece establecer un cambio de redes sociotécnicas en las que se insertaba la fotografía analógica. Si bien el coste cero se refiere normalmente a la ausencia de compra continua de película, revelado e impresión, lo cierto es que “los momentos” de consumo no cesan sino que cambian.

Así, no sólo la fotografía digital ha entrado en los circuitos de obsolescencia tecnológica de la computación, sino que se han abierto distintos mercados para su consumo (por ejemplo el de la telefonía móvil o las *webcams*). De esta forma, no sólo hay que hacer un cambio

constante de cámaras y ópticas, sino también de las tarjetas de memoria, los monitores, los ordenadores y, sobre todo, el espacio de almacenamiento. Estas dinámicas también son socializadas e integradas en las prácticas del grupo por lo que los momentos de consumo se vuelven parte integrante de las prácticas de fotografía digital.

Bourdieu apuntaba que: “La compra de un equipo costoso a menudo parece estar determinada por los hábitos de consumo que llevan a comprar sólo productos de calidad, más que por una transformación cualitativa de la intención fotográfica” (2003, p. 71) y complementa esta idea al decir que: “tener un equipo, incluso importante, aparece como un efecto del ingreso, más que como un indicio de verdadero interés... las cámaras y accesorios más caros no se relacionan necesariamente con una práctica devota” (Bourdieu, 2003, p. 106). Si bien esto sigue siendo cierto y es cada vez más común observar turistas tomando fotos en automático con una cámara semiprofesional, lo que sucede también es que el socializar los procesos de consumo dentro de un grupo realmente interesado en la fotografía trae como resultado el incremento de la compra de equipo y material en forma individual.

Como apuntan Sarvas y Frohlich (2011):

En lugar de que los consumidores tengan necesidades preexistentes, las necesidades de consumo son construidas en un proceso por varios actores (por ejemplo los consumidores mismos, los promotores de la tecnología y los medios públicos), y estas necesidades son elementales en la motivación de las personas a adaptar nuevas tecnologías y adaptar prácticas existentes para que se adecuen a ellas” (p. 16).

Carles, el administrador del grupo, resume perfectamente los argumentos anteriores. Él expresa con claridad la forma en la que sus integrantes constituyen a la vez la práctica fotográfica y los procesos de consumo relacionados con ella a través de la socialización:

Todos los que empezaron vinieron con compactas y se han acabado comprando una réflex [...] esto es como aprender a andar, primero te compras la cámara, dices qué fotos más bonitas, pero luego ves que hay alguien que saca una foto que tiene un desenfoque brutal entre el primer personaje y el segundo, y dices: “ostia, esto mi cámara no lo hace”, oye ¿cómo has hecho esto? Pues mira, con esta cámara y este objetivo, y la cámara con este programa y tal [...] y entonces, me tengo que comprar una réflex, porque yo quiero

hacer esto, ¿vale? Y te compras una réflex con el objetivo que viene de serie, y con el objetivo que viene de serie después dices: “me falta un angular, me falta macro, me falta luz, me falta no sé qué”, objetivos nuevos y pim pam, y luego es un día: “oye ¿y esa foto que has tomado con el cielo azul y el cielo marrón? Qué chulada”. Pues mira, lo he hecho con estos filtros y tal. Ahora te compras el juego de filtros también. Es una dinámica, el grupo lo lleva.

Carles continúa describiendo trayectorias de cómo ciertos elementos se han ido introduciendo en el grupo. Por ejemplo, fulanito se compró un flash y después de él lo hicieron tal y tal, menganito se compró unos filtros y después le siguieron tal y tal. Esto a su vez redundaba en el hecho de que las personas sacan más fotografías, que con las cámaras más recientes (de mayor número de megapíxeles) generan archivos más pesados y, por lo tanto, requieren comprar espacios de almacenamiento cada vez mayores. Juan, uno de mis informantes que precisamente proviene del mundo de la computación, lo apunta claramente: “lo que nos gastamos ahora en fotografía nos lo gastábamos en ordenadores. No nos duraba más de cuatro meses un ordenador”. Esto es lo que Eric Meyer (2008) denomina un “movimiento computacional” refiriéndose a la inclusión de la informática como un elemento fundamental de una práctica cualquiera.

Una de las cosas que pude apreciar en mi trabajo de campo tiene que ver no sólo con esta dinámica que describen Carles y Juan, sino que se combina con otra que es la de poder, hasta cierto punto, probar los equipos antes de comprarlos, utilizando los de otros. Así, era muy común ver que alguien que traía un objetivo nuevo recibía preguntas sobre su funcionamiento, precio, a veces se prestaban cosas entre ellos, lo que convencía a las personas de adquirirlo por la garantía que daba tener información de primera mano sobre el aparato. Pero no sólo se limitaban a productos relacionados con las cámaras, era común el intercambio de productos de software, de enlaces y de socialización de otros dispositivos relacionados con la fotografía como las *moo cards*,⁵⁹ los libros de fotografías hechos por algún participante (en alguno de

59. Las *moo cards* son elaboradas por una empresa (<http://uk.moo.com/es/>) y son unas pequeñas postales que pueden funcionar como tarjetas de visita. Han tenido mucho éxito en Flickr por dos razones, porque se pueden mandar a hacer desde la misma página de Flickr y porque el paquete, que contiene 100 tarjetas, puede tener una fotografía por tarjeta de manera que los fotógrafos las usan mucho para promocionar su trabajo en las reuniones presenciales.

los muchos servicios en línea que existen) o las bolsas, pins, camisetas y demás objetos con relación a la fotografía.⁶⁰ Flickr, de esta forma, también funciona como una plataforma comercial en tres vías:

1. Publicitando en su página de inicio marcas comerciales de fotografía,
2. Sirviendo como plataforma para la recepción de fotografías a concursos organizados por marcas comerciales, y
3. Enlazando usuarios con necesidades fotográficas y empresas que ofrecen servicios diversos, desde impresión de fotografías, libros, tarjetas, hasta empresas de cámaras y equipos.

Es la práctica misma la que moviliza a las personas a adquirir equipo y, a su vez, la práctica se ve reforzada por la socialización de la misma en grupos específicos.

60. Para los Juegos Olímpicos de invierno, en Vancouver, Canon regaló a los fotógrafos acreditados una taza que era una reproducción exacta de uno de sus objetivos. Alguien lo colgó en internet y tuvo tanto éxito que una empresa decidió fabricarlos para su venta.

Reciprocidad, orden y jerarquía en Flickr

*Publico mis fotos en Flickr porque soy una adicta a las relaciones.
Las que hay entre ideas e imágenes, imágenes y texto, personas y personas,
y Flickr me ofrece la posibilidad de obtenerlas todas en un click.*

Alejandra, fotógrafa de Flickr

*Si los individuos están para reproducir a la sociedad,
deben reproducirse a sí mismos como individuos.*

Ágnes Heller

Una vez revisada la configuración de un colectivo específico de fotógrafos que se organizan a través de Flickr, se propone una reflexión más allá de la especificidad de SortidazZ. Este capítulo analiza los mecanismos sociotécnicos mediante los cuales Flickr es construido y adquiere un sentido por parte de sus usuarios y que se resumen en tres: la creación activa de la comunidad⁶¹ por parte de la empresa, el principio de reciprocidad, y el orden y éxito.

A partir de ahí, se analizan dos sinergias claras que surgen de dichos mecanismos y que se consolidan como formas de uso e interpretación

61. Una expresión que es constantemente utilizada para referirse a plataformas como Flickr, supliendo en gran medida al término de “comunidad”, es la de “red social”. En el caso de Flickr, las relaciones entre personas, a través de las imágenes y de una práctica fotográfica constante, es lo que daría sentido a esta “red social”, a la sensación de “comunidad”, términos que discutiré críticamente al final de este capítulo.

de la plataforma: Flickr como conversación y Flickr como escuela de fotografía.

Finalmente, se establece una reflexión sobre la conformación de redes sociales que utilizan Flickr como una más de las tecnologías de comunicación mediada pero que de ninguna forma se limitan sólo a ésta.

1. La creación activa de la comunidad

En contraposición a una visión optimista sobre las plataformas de redes sociales, es necesario no perder de vista que Flickr es una empresa y que, como tal, requiere tener contenidos y “cautivos” a sus “clientes”. Una de las formas más efectivas para lograrlo es incentivando la sensación de comunidad. El sentido de pertenencia y comunidad es buscado activamente por la plataforma desde su diseño. Sin embargo, como hemos visto en el caso de SortidazZ, ese sentimiento de comunidad no necesariamente está asociado a Flickr, sino a los colectivos que van tomando forma con el uso y la “vivencia” de la plataforma⁶² y más allá de ella. Propongo que, frente a la idea comúnmente usada de “apropiación” de la tecnología, se utilice la de “vivencia” en clara referencia a la forma en la que la propia experiencia de y con la plataforma es la que genera un sentido, pero también para relacionar las prácticas que utilizan tecnologías con su importancia en la vida cotidiana (cfr. Haddon, 2004; Bakardjieva y Smith, 2001; Vannini, Hodson, Vannini, 2009). Así, no es sólo la plataforma que es apropiada sino que, al ser vivida por las personas, es a su vez construida. El concepto está inspirado, por un lado, en los estudios de CTS, especialmente los trabajos de Bijker, Hughes y Pinch (1989) y Bijker y Law (1994) y, por otro, del concepto de “internet como forma de vida” de Annette Markham (2003).

Para entender la estrategia empresarial de Flickr, es fundamental citar a Heather Champ, quien hasta fechas recientes era la *community*

62. En este capítulo se utilizarán indistintamente: plataforma, plataforma de red social o red social. Al final del capítulo discuto el concepto de “red social” utilizado para referirse a plataformas como Flickr o YouTube de manera crítica.

manager en Flickr, una de las mejores en su puesto, según un artículo de la revista norteamericana *BusinessWeek* (Miller, 2009). En dicho artículo, Champ habla de las “10 formas en las que Flickr construye activamente una comunidad en línea”:

- “No sólo escuches a tu comunidad: engánchalos”. (Para ello, tienen un blog en donde aparecen todas las noticias de cambios en el sistema y hay un foro específico para la retroalimentación de los usuarios)
- Deja que la comunidad ayude a decidir los estándares y legislaciones para el comportamiento apropiado; entonces hazlos obedecerlos
- Responsabilízate. Admítelo inmediatamente cuando cometes errores
- Hazte a un lado. No tengas miedo de hacerte a un lado y dejar que tus clientes tomen el control.
- Da gratuitamente. Nunca subestimes el atractivo de una camiseta gratis (o una calcomanía o un botón...)
- Sé paciente, toma las reacciones de los necios con un gramo de sal⁶³
- Contrata fans. Asegúrate de que tus empleados están tan apasionados por tu producto como tus fans más aguerridos
- Mantente tranquilo, desarrolla una piel gruesa
- Concéntrate, sé reflexivo pero no pierdas de vista las prioridades
- Sé visible, permanece humano

Como se puede ver, el compromiso, la continuidad y la creación de una “comunidad” o comunidades en Flickr son procesos que se desarrollan como objetivos proactivos y minuciosos por parte de la compañía. Muchos de estos procesos se inscriben en el diseño de la plataforma con los mecanismos que a continuación analizaré.

63. “With a grain of salt” es una traducción directa del latín: *cum grano salis* y se utiliza para referirse a una situación en la que se tiene que actuar con inteligencia.

2. El principio de reciprocidad: Mecanismos sociotécnicos para la creación de la comunidad en Flickr

Like any community, a member will only gain benefit if they participate.

Heather Champ

Más allá de que Flickr sea una plataforma de uso mundial, hay unos principios generales que rigen la comunicación y la participación en el sitio. La clave del éxito y fidelidad a Flickr, como en cualquier otra plataforma de las llamadas redes sociales, parece estar en la inversión de tiempo que hacen los usuarios en el mantenimiento de sus perfiles y páginas. Por ello, se puede afirmar que las personas que participan activamente en la plataforma y que suben constantemente fotos son personas que han integrado el uso de Flickr como una rutina en su vida cotidiana, como una práctica más relacionada con la fotografía. Práctica que, por un lado, tiene que ver con la difusión y exhibición de las imágenes y, por otro, con la socialización que se da a partir de esta difusión y exhibición. Este doble eje que forman la exhibición de imágenes y la socialización se construye desde el diseño de la plataforma en la que se insertan mecanismos sociotécnicos, mecanismos que “estructuran la comunidad y modelan profundamente su dinámica” (Estalella, 2005, p. 2).

El *ethos* de las plataformas de redes sociales parece ser precisamente la creación y el mantenimiento de la sociabilidad. Case (2010), una antropóloga que estudia los medios sociales, habla de cómo en las redes sociales se dan unas “recompensas aceleradas”. Según Case, estamos “jugando socialmente” en estas plataformas, uno de los juegos es la obtención de capitales. Para ello, se insertan en el diseño de los sistemas mecanismos de reciprocidad, retribución y “compromiso” con la práctica fotográfica que coadyuvan y “atrapan en el juego social” a las personas.⁶⁴ En la misma línea que Khalid y Dix (2010) apuntan sobre su trabajo en los fotoblogs: “fotobloguear involucra momentos reflexivos y reflexivos para mantener el vínculo y para apoyar la interacción

64. Esto no es exclusivo de la comunicación mediada digitalmente, por ejemplo, Chalfen y Murui (2004) analizan cómo los adolescentes japoneses intercambian pegatinas con fotos suyas hechas en una especie de fotomatón muy común en los centros comerciales japoneses.

social, aquí y en el futuro” (p. 2). A lo que estos autores apuntan es al principio de reciprocidad que, como veremos a continuación, es generado a través de ciertos mecanismos sociotécnicos.

El principio de reciprocidad surge de los estudios antropológicos y sociológicos y se define de manera general como un intercambio entre iguales sociales que no está gobernado por el mercado. Especialmente relevante es el trabajo de Marcel Mauss, quien, en su programa de estudio sobre el régimen del derecho contractual y el sistema de prestaciones económicas entre grupos de las sociedades arcaicas, definía su objeto de análisis como:

El carácter voluntario, por así decirlo, en apariencia libre y gratuito y, sin embargo, desinteresado de estas prestaciones. Éstas siempre han adaptado la forma del presente, del regalo que se brinda con generosidad, incluso cuando en este gesto que acompaña la transacción sólo hay fricción, formalismo y mentira social y cuando en el fondo, detrás de él hay obligación e interés económico” (Mauss, 2009, p. 71).

Lo que Mauss propone como “don” o “regalo” genera un principio de reciprocidad entre miembros del mismo grupo.

Este principio de reciprocidad también ha sido ampliamente descrito y estudiado en los medios sociales y los grupos en internet (Pelapret y Brown, 2010; Wang y Fesenmaier, 2003; Lampel y Bhalla, 2007; Skågeby, 2008; Hawkins, 2008; Barbrook, 1998). Aunque en dichos estudios varían las explicaciones sobre las motivaciones que sostienen esta reciprocidad (búsqueda de estatus, creación de comunidad, nueva organización económica, etc.), en casi todos se apunta que:

La posibilidad de reciprocidad futura (la expectativa de) es una de las motivaciones más importantes para la contribución de los individuos, lo que sugiere que el agrado de proveer bienes públicos se incrementará en la medida en que los individuos estén dispuestos a interactuar entre ellos en el futuro y en la medida en que haya alguna forma de llevar el registro de las acciones pasadas (por ejemplo, asegurándose que las contribuciones son vistas por el grupo como un todo o proveyendo archivos de acciones y contribuciones pasadas). (Wang y Fesenmaier, 2003, p. 43).

De esta manera, la reciprocidad parece ser un principio básico en el diseño de la interacción y la sociabilidad en las plataformas de internet.

A continuación apunto algunos de los mecanismos que apoyan este principio de reciprocidad, encarnado en prácticas específicas, y que hacen posible la constitución de alianzas, grupos y redes a través de Flickr. Mecanismos que a su vez funcionan como elementos claves para el compromiso de las personas con la plataforma. Aunque me centraré en los de Flickr, todas las plataformas de redes sociales integran mecanismos similares

2.1. *Los contactos*

La construcción de redes en Flickr se da principalmente a través de contactos. Una persona agrega tantos contactos como quiera y cada vez que inicie una sesión en Flickr, las fotos que hayan subido las personas de su lista aparecerán en la primera página. Esta primera página es una especie de “tablón de avisos” en la que, entre otras cosas, aparecen las fotos que han subido los contactos. De esta forma se posibilita y se estimula la conexión constante entre la red que cada persona va formando. Cuando una persona señala como contacto a otra, ésta recibe un mensaje con la notificación.

El sistema aporta así los elementos suficientes como para que el proceso de reciprocidad y retribución sea sencillo y eficiente. Sin embargo, la forma en la que las personas viven esta función no es nada sencilla y representa una práctica compleja y reflexiva. Xavi, uno de los miembros de SortidazZ, apunta su criterio para la reciprocidad al poner a alguien como contacto:

Miro el perfil, primero que nada para ver que no sea gente que esté recogiendo stocks, ¿sabes? Que no estén *bookmarkeándose*, miro su perfil y miro su *stream*. Si son profesionales totales o son gente que tiene fotos personales, o de su gato, o que no hay un mínimo de calidad, no los añado. A los que han marcado como favorito (una foto) pero no han dejado ningún comentario, asumo que simplemente quieren tener un *bookmark* a esa foto, entonces tampoco los necesito, a no ser que sus fotos realmente me motiven, no los marco como contactos. Yo quiero que mis contactos sean las personas que sacan fotos que yo quiero ver [...] todos mis contactos, todos, están dados de alta en el Google Reader y cada día yo sé cuántas y qué fotos tengo nuevas por ver.

Vemos aquí varios elementos interesantes que nos servirán para una discusión posterior, sobre todo el hecho de que sus contactos de Flickr se manejen desde Google Reader, una plataforma de Google para leer suscripciones a RSS⁶⁵ y el porqué de esta decisión.

Ahora bien, la reciprocidad no tiene que ver necesariamente con la imagen, en muchas ocasiones es la persona (si es atractiva, si tiene alguna cuestión de interés personal) o alguna actividad en común, la que genera que las personas busquen poner a otro de contacto. Antonio, por ejemplo, uno de los informantes mexicanos del foro de *Mi Tesis*,⁶⁶ comentando su justificación para agregar a alguien como contacto, apuntaba: “Yo pongo a un contacto porque considero que tiene buenas fotos y me llaman la atención, también porque sean del estado de Veracruz, otra razón es si a la persona le interesa la caminata en alta montaña”. Vemos, con este ejemplo, que se repitió a lo largo de mi trabajo de campo, que además del interés común en las fotografías o en un tipo de ellas, lo que parece primar en la generación de contactos es la creación de vínculos de interés, amistad o cercanía geográfica,⁶⁷ etc. Por otro lado, como comenta nuevamente Xavi: “el número de contactos podría verse como una medida del éxito, la cantidad de gente que te añade como contacto”. Vemos entonces que los contactos afianzan relaciones al vincularse por ambas personas, o puede también representar el interés de un elevado número de personas por el trabajo de alguien.

En muchos casos, los contactos pueden ser incluso independientes de las fotografías. En una red social nunca nadie parece estar solo. Sin embargo, el principio de retribución no se da de manera automática y los matices mediante los cuales funciona son variados. Por ejemplo, Nuba, en el foro de *Mi Tesis* en Flickr, decía: “me molesta, por ejemplo, la gente que te agrega de contacto y luego tiene todo privatizado para que tú no puedas ver nada, ni su perfil, ni sus fotos”. En este caso,

65. <http://es.wikipedia.org/wiki/RSS>.

66. Foro personal en Flickr que utilicé para recopilar información sobre usuarios que no fueran necesariamente parte de SortidazZ.

67. En algunos casos, como el de Silvia, una informante chilena, también con un interés particular e instrumental. Ella mencionaba que no quería salir a pasear sola con su caro equipo fotográfico, por la seguridad de la ciudad donde vivía en Chile. Así que buscó personas de su misma ciudad para reunirse a fotografiar y sentirse más segura y protegida.

una determinada persona puede utilizar la función de “agregar como contacto” como una forma de seguir las fotografías de una determinada persona, pero al tener todo su contenido en privado, no hay nada que retribuir y por lo tanto la conexión no parece tener éxito.

Sin embargo, también el número de contactos puede generar problemas de organización y suele pasar que esta lista cambie con el tiempo y se vaya refinando, muchos son los casos en los que las personas han “limpiado” sus contactos para refinarlos con respecto a su situación actual.

2.2. Los comentarios

Los comentarios son la interacción básica entre usuarios, fotografías y contactos. Son la forma más directa que tiene una persona de hacerse presente en la foto de otra persona. Con ello genera, en la mayoría de los casos, un sentimiento de retribución. Es por demás común y visible que, después de que una persona deja uno o varios comentarios en las fotos de otra, ésta suele retribuirle, ya sea respondiéndole debajo o dejando a su vez comentarios en sus fotos.

En muchos casos estos comentarios van dirigidos a la imagen: “Me gusta el encuadre”, “bonita luz”, “el reflejo funciona muy bien” y, en otras, suelen ser comentarios directos a la persona: “qué bien te quedó”, “eres un fotógrafo estupendo”, etc. Los comentarios técnicos suelen ser unos de los más apreciados ya que: “los comentarios de tus contactos son fundamentales para aguzar el ojo y darte cuenta de tus debilidades y fortalezas”, señala Caro, una de mis informantes entrevistada por correo electrónico. Ella misma continúa profundizando sobre los comentarios y señala que suele responder a estos en sus fotos: “por agradecimiento y respeto. Si alguien se toma el tiempo para comentar en una foto, qué te cuesta a ti dar las gracias por ello” ya que: “no hay nada más desalentador que escribir siempre a alguien y que no te responda ni siquiera ‘gracias’”. Y termina diciendo: “no vamos a decir que un comentario me cambia la vida, pero sí me provoca sonrisitas en algunos casos dependiendo de la persona que lo escribe, claro”. Tan importante parece la retribución de estos comentarios, que hay quien apunta, como Vivi, que: “yo personalmente si tras dejar varios comentarios admirando su trabajo no responden, dejo progresivamente de visitarles” (entrevista

por correo electrónico). Ella continúa diciendo: “más o menos por cada comentario respondo, aunque no me guste la foto, de hecho el que la foto me guste es secundario en mi caso, respondo o comento porque quiero saludar o participar en una página concreta”.

David Morley (2006), en su investigación sobre los móviles, dice que:

El punto de muchas llamadas telefónicas con los móviles (y más específicamente de muchos de los mensajes de texto) es que, mientras que su contenido bien puede ser visto como trivial, sin importancia e incluso tonto, es su función *fática* —el gesto de “estar en contacto” reasegurando al otro que está en tu mente— la que es crítica (p. 225).

Esta función fática podría utilizarse para entender muchos de los comentarios en Flickr. Nuevamente, Vivi reafirma la idea de que los comentarios no siempre están necesariamente relacionados con la foto y cumplen más esta función fática: “Hay gente a la que les comento porque directamente veo que nadie les ha comentado en sus últimas fotos, y no me gusta que estén tan solos”.⁶⁸

2.3. *Las favoritas*

Las fotos favoritas son una lista personal de fotos de otras personas que se van marcando como tales. Aparecen en el perfil de cada persona y se asume, de alguna forma, que representan sus gustos fotográficos. Pero, por otro lado, también son una muestra clara de sus conexiones, tanto con las imágenes como lo que se ve presentado en ellas o con la persona que las tomó. Estas listas se mantienen vivas y funcionan como un estímulo social positivo ya que cuando una persona señala la foto de otra como favorita, genera un proceso estrechamente relacionado con la creación de vínculos e identidades. Identidades en forma de gustos fotográficos (preferencia por fotografía analógica o en blanco y negro), de temáticas en las imágenes (fotografías de mujeres,

68. En algunos sitios como Fotolog, los comentarios eran básicos para medir la popularidad, más que de la foto, de la persona. Pilar, una de mis informantes de Madrid, con mucho sarcasmo crítico, apuntaba sobre Fotolog: “yo te posteo y te digo lo buena ke estás para ke tú me postees y me digas lo bueno ke estoy”. Ella señala que se cambió de Fotolog a Flickr por esta razón.

fotografías de autos) o de vínculos sociales materializados en las fotografías (fotos de un determinado grupo, fotos de afiliaciones políticas). Las listas se mantienen vivas, también, porque pueden cambiar con el tiempo (por ejemplo, se pueden borrar las fotografías cuando ya no son favoritas, se cambia de opinión o se pierde el contacto con alguna persona). Las favoritas, como los comentarios, generan enlaces entre personas a través de un mecanismo que las une visiblemente. Por un lado, aparecen las fotos favoritas en el perfil de una persona y cada foto es un vínculo a la cuenta de quien tomó la foto. Por otro lado, en la foto aparecen todas aquellas personas que la han marcado como favorita. Ambas cosas son visibles para el resto de las personas.

Es preciso recordar, por otro lado, que también hay quien tiene el interés puesto en las imágenes y si esto genera, o no, vínculos sociales, es secundario. Sobre cómo hace favorita a una foto, Xavi, uno de los personajes claves de SortidazZ, decía: “me tiene que transmitir algo, tiene que ser una foto que yo tenga ganas de volver a ver en el futuro, por algún motivo, por el que sea” (en entrevista). Sin embargo, él apunta que la “retribución” para algunas personas es fundamental, es decir: “marcan fotos como favoritas para recibir favoritas en las suyas”. Por otro lado, el que una foto se señale como favorita de muchas personas, también es un motivo de orgullo. Pilar lo dice de manera clara:

No me basta con creer yo que mi foto es buena, necesito [que] alguien más lo piense también. De ahí el haberme hecho un Flickr [...]. Cada vez que me favoritean una foto me emociono, la verdad, me siento útil o algo así, pienso que he sido capaz de crear algo que a otra persona le ha gustado. Muchas veces no sé si hago fotos por mí, porque me gusta, o para los demás, para que les guste al resto.

Y sin embargo, las personas no siempre están completamente de acuerdo con los gustos de los demás, Emma apunta:

No entiendo que hayan tenido algo así como más “éxito” las fotos (tal y cual) que (otra) armada de recortes de Emma (que tuvo mucho más trabajo tanto en la producción de la foto como en la composición de la imagen a punta de recortes de otras fotos), y que además me gustó muchísimo”.

Y termina contundente y resignada: “la voz del pueblo es la voz de dios”. Esto resulta relevante por una cuestión muy clara, porque

las personas que tienen éxito con una foto, suelen intentar repetir, ya sea el motivo fotográfico, el uso de algún procesamiento o la técnica utilizada. Así, suelen primar ciertos tipos de fotografía sobre otros y se genera una especie de “presión” colectiva de ciertas estéticas fotográficas. Más adelante profundizo en las cuestiones relacionadas con el éxito.

2.4. *Los grupos*

Los grupos, como se comentó anteriormente, son la unidad básica de socialización en Flickr. Los “grupos”, más que describir a un colectivo homogéneo o a un grupo de imágenes, es un nombre genérico para distintos “conglomerados”.

A pesar de que los participantes pueden pertenecer a cientos de grupos, sólo son activos en unos cuantos y, a veces, sólo en uno. También existen “metagrupos” con miles de usuarios inscritos y que fungen como grandes *hubs* (Flickr-central, Flickr en español, etc.). Estos “metagrupos” recuerdan a los foros generales o de introducción a los sistemas dentro de la cultura del chat. Es decir, son los lugares de socialización propuestos por el propio sistema. Donde se habla de sus posibilidades, de sus recursos, de su uso, y es donde se debaten también algunas de las controversias sobre la plataforma.

Las reglas en el interior del grupo las pone el administrador(a)-creador(a), que a su vez tiene la posibilidad de rechazar fotografías que considere que no cumplen las reglas propuestas. Asimismo, puede eliminar miembros y darles permisos de moderación a las personas que desee. Es decir, la persona que crea un grupo tiene el control total sobre el mismo, incluso puede cerrarlo definitivamente.

Dentro de cada grupo se pueden generar dinámicas con cierta independencia del tema que lo convoca. El grupo se conforma de un *pool* de imágenes, una lista de participantes e “hilos” de conversación, es decir, discusiones que cualquiera puede iniciar. Es muy común que haya un hilo de presentación en donde las personas que recién entran se presentan a sí mismas), fuera de esto, las discusiones pueden ir desde dudas (“¿qué objetivo uso para sacar este tipo de fotos?”) hasta reflexiones conjuntas sobre temas relacionados con la fotografía o un tema cercano al del grupo (por ejemplo sobre la privacidad de las fotos,

cuestiones políticas, robos de imágenes y un largo etcétera), compra-venta de equipo e invitaciones varias que pueden ser de interés (o no) para los miembros.

La idea de participar en los grupos es además una forma de “promoción de las fotos” ya que, si una sola foto está en más de un grupo, tiene posibilidades de ser vista por más personas. De ahí que las personas que observé en mi trabajo de campo suelen hacer un esfuerzo para colocar sus fotos en el mayor número posible de grupos. Especialmente los miembros más recientes de Flickr que quieren darse a conocer.

David, en alguna ocasión, abrió un hilo en SortidazZ preguntando lo siguiente: “¿Qué pensáis que necesita un grupo de Flickr para tener éxito?”, a lo que varios respondieron:

Esther dijo: “Primero, buena gente y buen ambiente, pocas normas, currarse hilos atractivos (esto lo más difícil, por el trabajo que acarrea)”. Maribel por su parte: “proponer tema interesante y hacer promoción del mismo en el mismo Flickr, o por otros canales”. Jorge: “Que haya mucho cachondeo y ninguna restricción”. Pero quizá, indirectamente, quien más empató su respuesta con lo expuesto del propio grupo SortidazZ fue Xavi, quien afirmó que un grupo con éxito debe ser: “el punto de encuentro de un grupo de personas reales con pasiones comunes”.

2.5. *La nueva “curaduría”*

Una de las últimas funciones integradas en el sistema, que de hecho fue incluida una vez que había terminado mi trabajo de campo, es la llamada “curaduría”. Es decir, la posibilidad de que cada persona arme sus propias series temáticas utilizando las fotografías de los demás (las personas, cuyas fotografías fueron usadas, siempre pueden borrarlas de estas series si no las consideran adecuadas). Al principio pareció tener éxito pero ha bajado de intensidad y su uso se ha vuelto poco frecuente. Nuevamente la clave está en dos elementos: la inversión que tienen que hacer los usuarios en navegar las fotos, reunir las y darles un sentido colectivo y, por otro, cómo eso suele generar interacción entre los usuarios a partir de la agrupación y sentido que se les da a las fotografías individuales como una creación colectiva. En ese sentido, plataformas emergentes como Pinterest se desarrollan con esta base

pero tomando el grueso de las imágenes en internet ya que en ella se pueden: “organizar y compartir las cosas que amas”.⁶⁹

Como se ha podido ver, este “principio de reciprocidad”, que permea la red sociotécnica de la que Flickr es apenas una parte, posibilita de muchas formas el sentimiento comunitario de los usuarios que se busca construir constantemente incluso “institucionalizándolo”. No es tanto una comunidad de “flickeros”,⁷⁰ como diversas comunidades dentro de Flickr. Ahora bien, algunos de estos mecanismos no son parte del sistema sino que son los propios colectivos quienes generan los suyos aprovechando las características del sistema. Por ejemplo, existen ciertos grupos en los que para participar se exige que por cada comentario recibido, se retribuya un número determinado o en otros grupos se pide a los participantes que por cada foto que se suba al grupo, se “premien” tres fotos de otros miembros con un código HTML que contiene una imagen. La imagen como enlace, puesta como comentario debajo de una foto, aparece como una forma de reconocimiento social y, al mismo tiempo, funciona como una forma “material” de cohesionar un colectivo formado a partir de individualidades (ya sea imágenes o personas). De esta manera se busca dinamizar y comprometer, a través de un “reconocimiento social” basado en un código computacional a las personas en su hacer fotográfico en red. Se podría decir que en Flickr, además del trabajo fotográfico, también resulta imprescindible la interacción. En resumen, no basta con la estética fotográfica, hace falta la interacción. Si alguien tiene fotografías magníficas pero no interactúa de ninguna forma, es probable que no participe de la colectividad. Esto es por demás común y suele hacerse en una gran cantidad de grupos que tienen sus propios códigos y distinciones. Este tipo de grupos no es del agrado de todos, Vivi, por ejemplo, apunta que: “Después están estos grupos en que estás obligado a comentar en las tres anteriores etc. es un poco forzado y ruidoso para mi gusto tb... pero divertido para el que lo hace supongo :)”.

69. <http://pinterest.com/>

70. Es curioso mencionar, sin embargo, que cuando se suele utilizar la palabra “flickeros” es cuando se organizan salidas o encuentros. El “flickeros” suele servir para diferenciar el punto de reunión de los fotógrafos con respecto a otros (clubes de fotografía, asociaciones, fotógrafos independientes, etc.). Esta relación identitaria no es tanto con la plataforma como tal sino como punto de encuentro de una “comunidad de intereses”.

El antropólogo Richard Chalfen, a lo largo de su obra, apunta la importancia de las fotos familiares para la construcción y fortalecimiento de los lazos familiares. Esta función se extiende a grupos no primarios, ya que es a partir de las fotos que se generan relaciones sociales y no al revés. En ese sentido, Flickr, así como Instagram o antes Fotolog, se caracteriza y se diferencia de otras plataformas de redes sociales en el hecho de que la fotografía tiene un papel central. Es a partir de ella que se generan relaciones sociales, mientras que en otras plataformas, las imágenes cumplen más la función tradicional de las fotografías, que es la de sostener y celebrar la pertenencia a un colectivo previamente existente, es decir, como representaciones. Flickr resulta un ejemplo paradigmático de una de las funciones claves de la imagen en red, el de servir como interfaz entre personas, entre relaciones, entre prácticas, entre tiempos y entre lugares.

3. Orden, jerarquía y éxito en Flickr

Junto con el principio de reciprocidad, y la creación activa de comunidad, existen otras dos características que Flickr comparte con otras plataformas y que resultan claves para su consolidación como “red social”:

Por un lado, se han establecido sistemas de visibilización del capital social: En el caso de Flickr, son visibles el número de contactos y grupos a los que se pertenece. La participación en un mayor número de grupos equivale a un mayor número de visitas a la página personal y, en muchas ocasiones, incide en un mayor número de contactos. De ahí que participar activamente en los grupos haga que el capital social se incremente. Esto sumado al número de comentarios, de personas que marcan determinada foto como “favorita” y a las estadísticas de visita de cada una de las fotografías, los usuarios pueden tener una idea, cuantitativamente clara, de su “éxito”, especialmente porque estos datos suelen socializarse comunitariamente, y, con ello, una persona puede situarse a sí misma comparativamente en relación con otra.

Por otro lado, se incorporan formas de medición del éxito individual en el desempeño en dichas redes en forma de estadísticas, estas sí,

sólo consultables de forma individual y privada. Sin embargo, es algo común el que se ponga, en lugar de una foto, una captura de pantalla con estas estadísticas para hacerlas públicas (evidentemente, cuando estas son relevantes en número). Durante el tiempo que hice trabajo de campo, pude observar una costumbre, el poner una foto, casi siempre un autorretrato, al llegar a un número cerrado e importante de visitas, a la galería de fotos (diez mil, veinte mil, etc.). Curiosamente después he observado la misma costumbre en Instagram pero con el número de contactos. Si bien es cierto que lo importante en Flickr es el reconocimiento a través de los logros fotográficos, esto se combina con la estructura y votación como “red social”, de manera que alguien puede ser exitoso o socialmente reconocido no tanto por la fotografía en tanto objeto visual-cultural, sino como prueba de otros capitales. Esto trae como consecuencia que en algunas ocasiones el reconocimiento de alguien en Flickr se deba a otras cuestiones que se demuestran a través de fotos y no a la estética, técnica o intención de la foto: viajes a lugares exóticos, fotografías de una actividad determinada y reconocida como algún deporte, tener buen cuerpo, etc. Cuestión que adquiere mayor relevancia en Instagram. La conjunción de una práctica determinada, más “la prueba” de ella que aporta la fotografía también puede dar como resultado la aceptación y el éxito dentro de la plataforma. En este caso la fotografía recupera más su función representacional para después sumar la de conectividad. Sin embargo, estos casos se limitan al éxito entre personas interesadas en las cuestiones específicas.

3.1. *El Explore*

Ahora bien, en el caso de Flickr hay, además, un sistema de medición “total”, en forma de *ranking*, sobre todas las fotografías de Flickr. El llamado “Explore” que mide, lo “interesantísimo” de una foto,⁷¹ y que la pone en una página especial que destaca por sobre los miles de fotos que se suben a diario. Flickr lo define así:

71. Sontag, hablando sobre un documental de Antonioni sobre China, dice, casi proféticamente: “El futuro podrá ofrecer otra clase de dictadura cuya idea maestra es ‘lo interesante’, en donde imágenes de todo tipo, estereotipadas y excéntricas, proliferarán” (2006, p. 178).

Hay muchas cosas que hacen que algo sea “interesante” (o no) en Flickr. De dónde provienen los clics; quién hace un comentario sobre él y cuándo; quién lo marca como favorito; sus etiquetas y muchas cosas más que cambian constantemente. Lo interesantísimo cambia con el tiempo, a medida que se agregan más y más contenidos e historias fantásticas a Flickr.⁷²

Lo que Flickr llama “interesantísimo” es en realidad un algoritmo que “evalúa” las posibilidades que tiene una fotografía de ser “interesante”. En su blog, Wesley Hein, un consultor sobre temas tecnológicos, analiza, en diálogo con otros fotógrafos y blogueros, lo que él cree que compone al algoritmo.⁷³ Según ellos, el algoritmo “interesantísimo” se basa en el número de visitas, el número de comentarios, los *tags*, las veces que se ha señalado la foto como favorita, etc. Lo que resulta relevante es que, por lo visto, Flickr va refinando el algoritmo para evitar que las personas sepan cómo funciona y lo utilicen a su favor.

En el grupo SortidazZ hay un hilo de conversación específicamente sobre el Explore. Ahí suelen ponerse enlaces a las fotografías de los miembros del grupo que han conseguido llegar al Explore. El hilo de conversación tiene más de 600 entradas. Pero también esta búsqueda del éxito y del reconocimiento genera situaciones juguetonas. Por citar una, Óscar sube la foto de un gato en primer plano y debajo pone: “foto colgada únicamente con la intención de recibir ‘awesomes’ y ‘cutes’”. Óscar establece un juego y se burla de aquellas personas que suben fotos para recibir comentarios como esos, pero, al hacerlo, realmente recibe esos comentarios (también como un juego). El ritual se reconoce claramente y las personas, aunque participan activamente de él, también se mofan de él.

Mientras que por un lado los usuarios no parecen mirar demasiado el Explore: “No uso las opciones automatizadas de explorar de Flickr, como ‘las más interesantes’, etc. Casi que prefiero encontrarme fotos bellas buscándolas yo” (Vivi, en entrevista), lo cierto es que aparecer en ese *ranking* que cambia día con día (e incluso horas por horas), es un motivo de orgullo y una comprobada fuente de “promoción” de las fotografías (que a su vez incrementa los contactos, las invitaciones a grupos, etc.). Por poner un ejemplo, Xavi, después de llegar al primer

72. <http://www.Flickr.com/explore/interesting/>

73. <http://wes2.wordpress.com/2006/05/12/deconstructing-Flickr-interestingness/>

puesto del Explore, la llamada “página principal”, tuvo un alud de visitas (más de mil en un día cuando el promedio era de ciento cincuenta, y a partir de esa foto, cien personas lo agregaron como contacto). En otro caso, Jorge sube una captura de pantalla en donde aparece una de sus fotos en el Explore, el título es “Explorar”. En la nota debajo de la imagen, escribe: “¡Muchas gracias a todos! No estuvo entre las 10 primeras, se quedó en el #12, pero sí fue portada”. Con ello agradece al “público” por sus visitas, sus comentarios y sus favoritas.

Bourdieu, sobre el campo científico, cuestión que bien podría extrapolarse a otros campos,⁷⁴ propone que:

La búsqueda del reconocimiento siempre es fuertemente negada, en nombre del ideal de desinterés: esto no sorprenderá a los que saben de economía de los intercambios simbólicos, cuyo paradigma es el intercambio de dones, se basa en el rechazo obligado del interés, el don puede –y, desde un determinado punto de vista, debe– ser vivido como acto generoso de oblación sin devolución, disimulando al mismo tiempo, incluso a los ojos del que lo entrega, la ambición de asegurarse un poder, un dominio duradero sobre el beneficiario (p. 98).

El Explore es sin duda la manifestación más clara del éxito dentro de Flickr y una fuente de reconocimiento y capital social. Tanto es así, y es tan claramente reconocible que así es, que los comentarios a la captura de pantalla antes mencionada son todos de felicitación por “el logro”.⁷⁵ Enalteciendo por un lado la calidad del fotógrafo y por otro a la foto misma. Muchos de esos comentarios son de participantes de SortidazZ. Un grupo extenso y consolidado suele ser un elemento clave para que una fotografía llegue al Explore por la cantidad de contactos, comentarios, marcas como favorita, enlaces, etc. Como vimos, en el capítulo anterior, en el caso de la foto que le tomó Carles a Mar, una foto hecha por un miembro del grupo a otro miembro del grupo, en una salida conjunta, tiene muchas probabilidades de tener presencia en el *ranking*.

Ahora bien, Flickr no incorpora en su diseño un mecanismo de jerarquización total (como en el caso de YouTube, en donde se puede

74. Me extenderé más en la idea de fotografía como campo fotográfico en el capítulo VII.

75. Llegando incluso a haber situaciones curiosas en las que una captura de pantalla de una foto en el Explore se convierte así mismo, por la cantidad de visitas y comentarios, en una imagen del Explore.

saber cuáles son los vídeos más vistos en toda la historia de la plataforma). Además del Explore, resultó interesante observar cómo muchos grupos generan sus propios mecanismos de orden, jerarquía y éxito: en forma de concursos, *rankings* o certificaciones. Así, el éxito se puede alcanzar dentro de un grupo que, si es importante por el número de miembros o su constancia, puede a su vez catapultar a alguien dentro de la plataforma en forma de invitaciones, contactos, etc. También suelen utilizarse aplicaciones externas para estos fines.⁷⁶

En el caso de SortidazZ una de las claves del éxito siempre es la temporalidad con la que se suben las fotos. Así cuando se organiza una salida, las personas que suben sus imágenes primero reciben siempre más visitas. Carles lo apunta de esta manera:

Por afán de protagonismo, ¿no? El hecho de llegar primero y colgar la primera foto, todo mundo va a ver la primera, y la va a visitar mucha gente y la va a comentar mucha gente, también es un poco [...]. A ver, todo el mundo quiere ser protagonista, tener su pequeño momento de gloria, su pequeño segundo de gloria.

Son esos “momentos de gloria” los que hacen que muchas personas busquen utilizar activamente los mecanismos que les permitan sobresalir de entre las miles de personas, con sus imágenes y sus galerías. O como lo dice Pilar: “Que en un mural de cien fotos la mía sea una de las que te paras a mirar”.

Ahora bien, los mecanismos analizados hasta ahora crean sinergias, en el entendido de dinámicas que suman varios mecanismos en acciones más amplias, que establecen las dinámicas propias del sitio y más allá de él, se presentan a continuación dos formas de estructurar estas sinergias en relación con el uso y la interpretación de la plataforma por parte de las personas. Estas sinergias son: Flickr como conversación y Flickr como escuela de fotografía.

76. Una de las más comunes es la elaborada por <<http://bighugelabs.com/>>, una plataforma que desarrolla aplicaciones relacionadas con la fotografía, una de las más usadas por la gente de Flickr es una imagen con las fotografías más exitosas de esa persona que se suele anexas en la página de perfil.

4. Flickr como “conversación”

The conversation about photography is almost as important as the pictures that are being posted.

Keith Jenkins

La idea de Flickr como conversación parece ser compartida tanto por los usuarios como por los responsables de las plataformas, en otros ámbitos sociotécnicos ya ha sido desarrollada. Por ejemplo, la metáfora de “la conversación” se ha utilizado extensamente por los *bloggers* (cfr. Rojas, Alonso, *et al.*; 2005) para referirse a cómo una serie de individualidades adquiere una identidad colectiva en la medida en que interactúan entre ellas a través de sus blogs. La metáfora podría fácilmente transportarse a lo que sucede en Flickr o Instagram, plataformas que basan su éxito en la posibilidad que tienen las personas de interactuar con base en la exhibición y observación de fotografías. Como ya se ha mencionado, pareciera ser que las imágenes digitales en red funcionan en sí mismas como un sistema de comunicación. Rubinstein (2005) lo referencia de esta manera: “La desaparición de la cámara fotográfica dentro del teléfono móvil es simultáneamente el fin de la fotografía centrada en la cámara y la emergencia de un nuevo tipo de conversación en donde la imagen fotográfica adquiere nueva vida como parte de un código binario junto con el lenguaje escrito y la palabra hablada” (p. 2).

Esto parece extenderse también a otras redes cuyo centro es la fotografía. El director de la plataforma Fotolog, en una entrevista realizada para *El País*, lo apuntaba así: “Hace un tiempo realizamos una encuesta para averiguar por qué usaban Fotolog. Menos del 5% mencionaba la fotografía. La mayoría hablaba de estados de ánimo, gustos...” (*El País*, Reventós, 2008). En el caso de Fotolog es la fotografía la que posibilita la interacción.

Xavi sobre Flickr, y en el mismo tono, apunta que:

Es muy peculiar por eso, porque no es simplemente compartir tus fotos, tu cara, tu vida, como se hace en el Facebook, que yo lo encuentro peligrosísimo, el Flickr en principio son álbumes, pero después es compartir la afición, compartir una afición ya te acerca un poco más a la gente.

En Flickr se pueden encontrar personas de todo tipo, desde aquellas que sólo buscan visibilidad para sus imágenes, hasta personas que suben algunas fotos sólo como pretexto para la interacción. Cuestión que era muy clara en Fotolog y que se retoma nuevamente en Instagram.

Si bien Flickr está centrado en el intercambio y exhibición de fotografías, a través del trabajo de campo quedó más que patente su uso como herramienta de socialización, incluso a pesar de que hay algunos elementos del diseño de Flickr que no facilitan esa función socializadora. Por ejemplo, no se puede efectuar una búsqueda de personas por lugares geográficos, lo que facilitaría mucho la creación de vínculos por proximidad. Sin embargo, como en cualquier plataforma donde se encuentre una “comunidad de intereses” y en este caso, además, se comparta una afición, resulta predecible el contacto entre personas y la creación de vínculos entre ellas. Lo que parece cierto es que en Flickr son tan importantes las alianzas, los comportamientos, los comentarios y la participación como las fotos mismas. Incluso, hay casos claros en los que la fotografía es apenas un pretexto para la interacción, por ejemplo una foto de Flickr en la que aparece una chica con dos vestidos distintos y de título de la fotografía: “¿cuál me pongo?”, u otra en la que alguien con cara de hartazgo pone: “estoy aburrido”. En ambos casos, hay un aluvión de comentarios, bromas, enlaces, propuestas que a su vez generan una conversación. La foto no representa nada, ni siquiera parece importante, se lanza a modo de anzuelo para comenzar la interacción.

Este tipo de usos de la imagen es tan común que hay plataformas que se han desarrollado aprovechando estas prácticas. Por ejemplo, hay una página llamada <http://www.fashism.com/> en la que las personas, sobre todo mujeres, suben una foto y hacen una pregunta que es respondida por otras personas, además, hay un botón para “me gusta” o “lo odio”. Es decir, las personas suben fotos de ellas mismas vistiendo prendas y accesorios que son evaluados por otras personas. Un sistema de disciplinamiento social de la moda. La página también tiene otra opción, subir dos imágenes con dos estilos diferentes (tipo de ropa, cabello de un color o de otro, peinado, etc.) y que las personas voten por su preferida. De esta manera, se tiene una retroalimentación instantánea y social a través de una mediación tecnovisual. Pongo este

ejemplo por una cuestión que resulta clave para la importancia de este trabajo: La “cultura Flickr” es un concepto que utilizo para referirme a las prácticas de fotografía digital, pero en ningún caso estas se limitan a la plataforma Flickr. Muy por el contrario, parecen potenciarse aún más en plataformas como Instagram.

En Flickr existe un mecanismo de interacción un poco más sofisticado que los anteriores (no resulta tan obvio su uso y no todas las personas lo utilizan, al menos, con la frecuencia que comentan las fotos, participan en grupos o hacen contactos) es la función de “notas”. Esta función, que puede ser deshabilitada por cada usuario en su cuenta, implica que cualquier otra persona pueda, sobre una imagen cualquiera, agregar un pequeño cuadro, del tamaño que la persona decida, señalando algo específico de la imagen. Sobre todo se usa para señalar y apuntar sobre la imagen algo que haya llamado especialmente la atención. Así hay algunos casos en donde varios cuadros, de distintos tamaños, se superponen sobre la imagen con notas de distintas personas. Esta función logra que las personas puedan inscribir comentarios, observaciones, enlaces, nuevos encuadres o comentarios específicos sobre un fragmento de la imagen. Es decir, la imagen es reapropiada socialmente a través de una función técnica.

Barthes (1999), en su reflexión sobre la fotografía, distinguía entre el *studium*, el interés general que desprende una imagen y que remite a los conocimientos y la cultura personal, y el *punctum*: “ese azar que en ella *me despincha* (pero que también me lastima, me pincha)” (p. 59). Es decir, con el primero se refiere al interés general de la fotografía y con el segundo a aquello que, en cada caso, llama la atención a cada persona. Barthes quizá no pensó en la posibilidad de que el *punctum*, que forma parte de alguna forma de la subjetividad de cada persona, podría “inscribirse” en la imagen, como un enlace entre personas, como una colección de *punctums* que ya forman parte y son visibles en la fotografía.⁷⁷ Se pasa, así, de un mero contacto o interacción entre dos personas a una socialización de subjetividades que da como resultado una imagen colectivizada y que representa un conjunto de conexiones (entre personas y personas, entre personas y la imagen, entre memorias

77. Villi y Stocchetti (2011) también proponen una reflexión actualizada sobre el *punctum* de Barthes pero relacionándolo con el concepto de “mirada sincronizada”.

y énfasis). En pocas palabras, la imagen es inscrita socialmente como una interfaz.

5. Flickr como escuela de fotografía

Para mí es una manera de aprender y pasar un montón de horas muertas viendo algo más interesante que la tele. Y se ha convertido en una manera curiosa y divertida de conocer gente.
David, fotógrafo de Flickr

En contraste y complemento con lo anterior, los mecanismos socio-técnicos en Flickr también generan una segunda sinergia, la que puede definirse como el entendimiento: Flickr como una versión mediada de una escuela o club de fotografía.⁷⁸ Diferenciándose claramente de otras plataformas en donde la imagen fotográfica, a pesar de ser igual de importante (como Facebook o Fotolog) no es el elemento fundamental de la socialización.⁷⁹ Nicola, por ejemplo, apunta: “el fotolog lo veo más como diario de vida, en cambio el Flickr, lo veo como mostrar los trabajos que haces, las cosas que te apasionan, que te den ideas de nuevas fotografías”.⁸⁰

En su trabajo sobre los clubes de fotografía, Castel y Schnapper (en Bourdieu, 2003) apuntan que pertenecer a un club de fotografía hace que los participantes fotografíen más que antes de ser parte de él. El mismo Bourdieu señala que: “el club ofrece el medio de pasar de una práctica ingenua a una erudita en el interior de un grupo que proporciona recetas y astucias para profundizar en la actividad fotográfica” (p. 176). En ese sentido, Flickr y específicamente los grupos que se reúnen o que tienen como centro de su interés la práctica fotográfica funcionan como catalizadores del interés y como un sistema de disciplinamiento

78. De hecho, para algunas personas esto llega a ser una contradicción que les resulta molesta. Montse apunta que a ella le gustaba Flickr al principio porque le permitía ser impersonal y así la interacción estaba basada en la crítica a la fotografía. Cuestión que parece modificarse con las relaciones de amistad ya que se ve “condicionada su visión”.

79. Vale la pena matizar que, si bien en Fotolog no existe interacción que no pase por la imagen, el uso de esta es más representacional, no se interactúa con la imagen sino con lo que la imagen muestra.

80. En las entrevistas hechas online, se ha respetado la puntuación y estilo de la escritura porque considero que, así como las “zZ” de SortidazZ, los usos juguetones del lenguaje también representan parte importante de las prácticas de interacción de las personas.

en donde la participación pasa, en muchos casos, de ser una posibilidad a ser una necesidad. Cuestión que otros autores han apuntado también (cfr. Cohen, 2005; Nightingale, 2006; Van House, 2009). A diferencia de los clubes, sin embargo, esta participación y aprendizaje es mediada en una gran medida. Este proceso conlleva, en múltiples ocasiones, al incremento de conocimientos fotográficos, tanto por el hecho de mirar constantemente imágenes como por el intercambio de conocimientos que se da entre los miembros. Flickr no es una escuela de fotografía en sí misma, pero ésta quizá sea una de sus principales funciones: a través de comentarios, contactos, mirar, preguntar, enlazar y clasificar, los usuarios aprenden los códigos y las técnicas fotográficas.

La relación entre participación y socialización de conocimientos ha sido documentada también en otros ámbitos como los videojuegos. Fields y Kafai (2009), por ejemplo, hablan de una “pedagogía de pares” (*peer pedagogy*). Casi todas las personas de mi trabajo de campo están de acuerdo con que, a través de su participación en Flickr, han mejorado su técnica y calidad fotográfica, al menos en alguna cuestión específica. Caro, por ejemplo, apunta: “yo siento que incluso los comentarios de tus contactos son fundamentales para aguzar el ojo y darte cuenta de tus debilidades y fortalezas”.

Este proceso de aprendizaje mutuo genera relaciones que van más allá del conocimiento y técnicas fotográficas. En el caso de Nic, por ejemplo, sobre muchas de sus amistades señala: “de ahí nos fuimos conociendo por las críticas hasta que llegó el momento en el que se pasa a msn y ahí tenemos conversaciones más grandes”. Es ahí donde Flickr funciona como una plataforma para la creación de redes con menor protagonismo de la fotografía. Redes que se constituyen como cualquier red social. Sin embargo, en muchas ocasiones, es precisamente el intercambio de conocimientos fotográficos el que genera relaciones.

6. Redes sociales: más allá de Flickr

Una vez descritos los mecanismos sociotécnicos y las posibles sinergias que estos generan. Discutiré cómo la construcción de Flickr como una plataforma de redes sociales no está limitada exclusivamente a la plataforma sino que se integra con toda la “ecología de medios”.

Hay un ejemplo que podría ser útil para explicar cómo Flickr, como plataforma, es vivida de manera distinta por parte de diferentes personas en diversos momentos. En el apartado de contactos, en este mismo capítulo, apuntaba que Xavi, de SortidazZ, no utilizaba la página establecida para ello en Flickr, sino que veía las fotos de sus contactos en el Google Reader, la explicación que da a la práctica de ver las fotos recientes de sus más de trescientos contactos:

[Flickr] me da un orden muy extraño y, además, no me permite clasificarlos más que los que son: contactos, amigos y familiares. De la otra manera yo lo tengo: como los que conozco personalmente, los que no conozco personalmente, los que son profesionales o semiprofesionales, los de curiosidad sana o malsana, de decir, aquí hay un foto *stream* muy raro, yo quiero seguir viendo lo que se pone aquí. Los tengo clasificados por diferentes carpetas, yo cada día sé, en cada una de esas categorías, qué hay de nuevo. Hay otra categoría de *SortidazZ*, todas las fotos de todos los que nos conocemos por *SortidazZ*, esos no están en “amigos” pero están en *SortidazZ* pero viene a ser lo mismo.

Lo que quiero destacar con este ejemplo es que las personas utilizan las herramientas que consideran más adecuadas para sus necesidades, supliendo, complementando o incluso rechazando las funciones propias de cada plataforma. Así, Flickr no es sólo Flickr.com sino lo que las personas construyen y viven, con su práctica cotidiana y sus conexiones como tal.

Más allá del compromiso que adquieren (o no) las personas con la plataforma, en este caso Flickr, para los colectivos que cruzan y que ahí se reúnen, como el caso específico de SortidazZ, Flickr es sólo uno de los puntos de encuentro. El más importante quizá, el primero, el de referencia, pero sin embargo, sólo es una plataforma más. Resulta pertinente entonces hacer un énfasis en la constitución del colectivo en prácticas más amplias que las que llevan a cabo utilizando Flickr. Si bien Flickr actúa como el lugar de reunión básico, el grupo se extiende y, con ello, se forma en plataformas, temporalidades y geografías más amplias. A continuación describo algunas situaciones relacionadas con esta construcción de la red más allá de Flickr, que surgen de una ocasión en específico de mi trabajo de campo, pero que en realidad era la constante dentro del grupo SortidazZ y que bien se podrían generalizar a un amplio sector de la cultura Flickr.

6.1. El caso de las cervezas en la oveja negra

En una ocasión, Juan me mandó un correo invitándome a tomar una cerveza con otros miembros del grupo. Alguien había colgado en el foro una invitación de último momento y, como era un día laborable, no se había apuntado mucha gente porque seguramente muchos ni siquiera habían entrado a Flickr. Llegué al lugar de encuentro y Juan estaba en la puerta terminando de enviar un SMS a alguien más. Mientras esperábamos afuera del lugar, llegaron un par más de personas que, a su vez, o llamaban por teléfono o enviaban correos electrónicos desde sus móviles, asegurándose de que más personas del grupo supieran que estábamos aquí. Después de este pequeño ritual de comunicación, que duró unos cinco minutos, entramos al lugar y nos sentamos en una mesa circular, pedimos una jarra de cerveza cada uno y comenzamos a charlar, cómo no, sobre fotografía y sobre el grupo. Fueron llegando algunos retrasados, ya sea porque habían visto el mensaje en el foro, porque habían recibido un correo, una llamada o un mensaje de texto. Sin embargo, lo que más me llamó la atención fue un grupo de cuatro o cinco personas que llegaron juntos. Uno de ellos, que había recibido la invitación por SMS y que estaba en una tienda cercana al lugar de la cita, se había encontrado con los otros al salir de la misma. Les comentó a los otros que venía a tomar una cerveza con el grupo y estos decidieron unirse. La geografía y la serendipia resultaron tan importantes para la conexión como las herramientas de mediación. Así, en un par de horas, se logró reunir a una decena de integrantes del grupo para pasar un rato juntos, bebiendo cervezas y hablando de fotografía. Cuando nos fuimos a nuestras casas, varios pusieron comentarios en Twitter, Facebook y fotos en Flickr.

6.2. Pantallas, interfaces y encuentros

Juan miraba fijamente las dos pantallas que tenía frente a él, varias pestañas del menú se encendían y se apagaban avisando de la llegada de nuevos mensajes. Una de las ventanas era la de SortidazZ en Flickr, quizá la principal de todas ellas ya que ocupaba todo el espacio de uno de los monitores. En otra estaba abierta la página que tiene el grupo en Facebook. Juan es administrador del grupo también ahí. Atendiendo

a una de las ventanas, respondía una llamada por Skype, un servicio de telefonía a través de internet, mientras en un par más de cuadros, conversaba mediante un chat con dos amigas. De repente su teléfono móvil, un *iphone*, comenzó a vibrar escuchándose un tono, la llamada era: “una situación delicada que merece tratarse por teléfono”, comentó Juan. Todas estas interacciones, todas estas ventanas, todos estos canales tenían un solo objetivo: organizar una salida el fin de semana. Todas las personas involucradas en dichas interacciones tenían a su vez abiertas diversas ventanas en las que hablaban entre ellas o con otras personas. La situación era delicada y requería de discusión y toma de decisiones.

Se había hecho un anuncio público de la salida en el foro del grupo en Flickr y éste había llamado la atención de un participante que no querían incluir en el viaje. La compleja microcoordinación, en tiempo real, dio como resultado la decisión de avisar a dicha persona que pensaban que era mejor que no se incluyera en el grupo que viajaría el fin de semana. La historia continuó y tuvo consecuencias que he discutido en el apartado de “SortidazZ frente al conflicto”, en el capítulo anterior. Lo importante de recalcar aquí es el hecho de que la “red social” requería y usaba diversos canales que los participantes consideraban más o menos adecuados para un tipo de interacción dependiendo del momento y de la persona con la que se hablara. El grupo, para tejerse como “red social”, requería de mucho más que Flickr, de mucho más que una ventana y de mucho más que una pantalla. El grupo, que organizaba un fin de semana conjunto en un pueblo de Cataluña, se constituía mediante una serie de rituales, utilizando mediación tecnológica a su alcance, constituyendo una red multiplataforma, multitarea, hiperconectada y construida en diferentes tiempos sincrónicos y asincrónicos.

Estos son sólo dos ejemplos que nos hablan de cómo el grupo utiliza las herramientas de comunicación y mediación, tanto fijas como móviles, para lograr encontrarse. Pero, por otro lado, es importante destacar que la “red social” no se limita (ni es limitada) por una plataforma o una tecnología específica. SortidazZ no es sólo un grupo en Flickr, es un colectivo que utiliza activamente las tecnologías de mediación para encontrarse, reconocerse y cohesionarse. SortidazZ está tanto en Flickr como en Facebook, en Twitter, en las redes telefónicas, fijas y móviles,

en las calles de Barcelona y sólo puede explicarse tomando en cuenta la interrelación de todos estos elementos. Existe en la medida en que sus miembros abren, utilizan y aprovechan las plataformas y sistemas de comunicación para hacer actividades que, tradicionalmente, han sido cohesionadoras de grupos: reunirse para comer, beber y pasar tiempo juntos hablando de cosas que conocen bien. Si bien Flickr puede ser la referencia de la identidad del grupo, la red social es más amplia que lo que visiblemente se apunta cuando se equipara a las plataformas con la “red social”. Aún más, como hemos visto en la historia del grupo, se podría decir que SortidazZ es un buen ejemplo de cómo las personas, con su uso de las tecnologías digitales de mediación y comunicación, sean cuales sean las características y limitaciones de estas tecnologías, forman y cohesionan grupos a través de prácticas comunes.

Asimismo, grupos como SortidazZ sirven como “embajadas para fotógrafos y fotógrafas” en la ciudad en la que existen. En casi todos los grupos en los que participé hay más de un caso en el que personas que viajan a la ciudad, ya sea porque se mudan o porque la visitan, contactan con miembros del grupo antes de viajar y así hacen contactos. El caso de Bina, una integrante del grupo Granada en Flickr es un buen ejemplo, ella llegó primero al grupo de Flickr que a la ciudad en sí misma. Antes de mudarse de la isla en donde vivía, se integró al grupo y comenzó a participar en él, además de hacer preguntas sobre la ciudad y pedir consejos, iba conociendo la ciudad por las fotos que veía y a las personas a través de sus comentarios y fotos. Al final, cuando llegó físicamente, ya se sentía parte del grupo y ya tenía una red de amigos o, como ella los llama, su “familia” en Granada.

6.3. Coda crítica sobre las “redes sociales”

Si, sólo como un juego para pensar sobre la naturaleza de internet, tomáramos la famosa frase de Berners-Lee: “Internet siempre ha sido social” y, la mezcláramos con otra famosa frase, esta vez de Bruno Latour: “La tecnología es la sociedad hecha para que dure”, no exentos de una dosis de ironía, se podría decir que: “la sociedad, utilice la tecnología que utilice, siempre será social”. El concepto de “red social” parece sustituir, en los estudios que tienen internet como objeto, a otro que entró en desuso con la entrada en el nuevo siglo: el de las

“comunidades virtuales”.⁸¹ El concepto de “redes sociales” acompaña y apoya el discurso de la “Web 2.0” y si bien estas plataformas son una consecuencia de la mejora de protocolos, velocidades de conexión y posibilidades de programación, por otro lado, y quizá más importante, representan sin duda una nueva fase en la “madurez” de la comunicación mediada por ordenador, formando parte de un continuo mucho más extenso y que tiene sus orígenes en el inicio de internet en los sesenta. Esta idea va más allá de las metáforas de turno que se utilicen para mercantilizar el conocimiento sobre los fenómenos sociotécnicos, en la academia y/o en los medios. En cualquier caso, lo que me interesa recalcar en este momento son dos cosas: que las prácticas de comunicación mediada por ordenador integran cada vez más a la imagen como uno de sus elementos fundamentales y, por otro lado, que las redes sociales, las de internet, articulan redes sociales pero no son redes sociales, o dicho de otra manera, las redes sociales van más allá de las plataformas tecnológicas así denominadas.

En su texto *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*, Boyd y Ellison (2007) proponen una definición de sitios de redes sociales (*social networks sites*) y señalan que éstas comenzaron en 1997 con SixDegrees.com, un sitio que “se basaba en el modelo de red de contactos”.⁸² Sin embargo, la historia de la comunicación mediada por ordenador (CMO) era mucho más extensa y antigua. A pesar de ser evidente que los *newsgroups*, los canales de IRC, los MUD, el ICQ, los BBS, el mismo correo electrónico, y muchos más sistemas de CMO que fueron surgiendo entre 1960 y 1997, no compartían unas mismas características técnicas, su conceptualización y estudio siempre estuvo relacionado, de una u otra forma, con las denominadas “comunidades virtuales”. En un trabajo anterior (Gómez Cruz, 2007) planteé que la historia de dichas “comunidades virtuales” procedía de un complejo entramado de narrativas, no siempre académicas, no siempre relacionadas con internet, que habían dado como resultado que dicho concepto se entendiera como un concepto analítico, teórico, casi normativo, para

81. Rheingold, que fue quien acuñó la expresión “comunidad virtual”, en una reflexión publicada seis años después de su texto, decía: “si hubiera encontrado al sociólogo Barry Wellman y aprendido acerca del análisis de redes sociales cuando escribí por primera vez sobre las culturas del ciberespacio, podría habernos ahorrado una década de debate llamándolas ‘redes sociales online’ en lugar de ‘comunidades virtuales’” (2000, en línea).

82. <http://en.wikipedia.org/wiki/SixDegrees.com>

entender la organización social generada a través de la comunicación mediada. De esta forma, toda organización social más o menos estable, que compartía una identidad común y un sentido de pertenencia, y que se gestaba con la mediación de un ordenador, se entendía como una comunidad virtual. Si bien ese trabajo está ahí para la discusión, es necesario retomar en este momento una idea fundamental que ya se planteaba en él, el de la continuidad y complejidad de los estudios académicos sobre comunicación mediada por ordenador. Esto ayudaría a que se explicaran de otra manera las “redes sociales”, no sólo atendiendo a sus posibilidades y diseños técnicos, sino a la compleja relación que tienen con diversos factores que no parecen haberse contemplado a la hora de estudiarlas. Estas historias, que permean el código mientras lo construyen, parecen haber invadido también el ámbito de actuación académica. De esta manera, las narrativas que contamos de internet parecen seguir siendo las historias con las que la construimos en lugar de ser aquellas con las que buscamos describirla e interpretarla. Por otro lado, se prima el factor tecnológico cuando las “redes digitales están incrustadas tanto en las características técnicas y los estándares del hardware y el software como en las estructuras sociales y las dinámicas de poder” (Sassen, 2002, p. 366).

¿Qué es una red social entonces? La pregunta que parece pertinente, al menos para mi trabajo, no es esa, sino ¿eso que otros llaman red social, cómo es construida por un grupo específico de personas que la utiliza?

En la literatura sobre redes sociales suele primar, como unidad básica, la plataforma tecnológica. De esta manera, Facebook es una red social, Flickr otra, etc. Sin embargo, SortidazZ es una red social que se construye, cotidianamente, mediante variados y diversos canales, algunos en internet, otros mediados por otras tecnologías y, por supuesto, cara a cara. Como ya he apuntado anteriormente, Madianou y Miller (2010) llaman a esta multiplicidad en el uso de plataformas: “polimedios”. Ellos plantean que, dado el amplio repertorio de tecnologías y plataformas para comunicarse, las personas escogen en función de sus necesidades y posibilidades específicas cada situación y tipo de comunicación:

Sugerimos que en esa situación la preocupación primaria cambia de un énfasis en las limitaciones y posibilidades vis a vis de un medio particular al énfasis sobre las consecuencias sociales y emocionales de escoger entre

la pluralidad de los medios. La mera situación de los polimedios cambia la relación entre comunicación, tecnología y sociedad (en línea).

Por su parte, en el mismo sentido Dicks, Soyinka y Coffey (2006) plantean el concepto de “multimodal” (para diferenciarlo del antiguo “multimedia”) planteando su análisis desde una reflexión semiótica sobre “las diversas formas de creación de sentido” (p. 79).

En resumen, que en lugar de hablar de redes sociales al referirnos a sitios como Flickr, valdría la pena repensar el concepto y utilizar sólo el de “plataformas de redes sociales”. Por otro lado, parecen necesarios más estudios que tomen la perspectiva de redes sociotécnicas, entendidas como redes de comunicación, tecnologías y personas que forman colectivos que comparten prácticas específicas. Redes sociotécnicas que utilizan distintas y diversas plataformas para distintas y diversas tareas, todas ellas entretajadas y todas ellas relevantes para su constitución.

Prácticas de producción y distribución de imágenes digi- tales

Este capítulo habla de cómo se construye la práctica fotográfica como agencia compartida entre tecnologías, personas y conocimientos. Aunque parecería lógico que este capítulo apareciera antes que los anteriores, he preferido ponerlo después de explicar muchos de los mecanismos que son el resultado final de la práctica fotográfica. Esto lo hice porque, para el grupo específico de personas con quien hice el trabajo de campo, estas prácticas son un importante instrumento de creación de vínculos sociotécnicos y nuevos conocimientos. Cuestión que a su vez retomaré en las conclusiones. Sin embargo, la fotografía también es una práctica individual y este capítulo se centra más en ello.

1. La fotografía como agencia: Dos ejemplos introductorios

Pasé todo el día con Bastian en una salida, estuvimos fotografiando y charlando sobre muchas cosas. Ese día estaba probando por primera vez un *flash* inalámbrico que acababa de comprar así que estuvo jugando con él en una de las paradas que hicimos en un bar. Fotografiando

a la gente tomando cerveza aprovechando la posibilidad de tener la luz descentrada. Uno de los temas que salió a relucir ese día fue cuántas fotos tomaba y qué hacía con ellas. Me llamó la atención que me contara que no borraba ni una sola porque lo había visto tomando varias muy similares y me parecía que, al poder verlas en el visor, escogería una y borraría las demás, pero no. Por lo visto, los fotógrafos y fotografías no borran ninguna imagen que hayan hecho. Lo que hacen, sin embargo, es escoger unas cuantas para darles “más vida”, el resto pasan a ser parte de un extenso archivo.

Apenas unas horas después de regresar de la salida, Bastian subía unas cuantas fotos a su cuenta de Flickr, algunas las enviaba a la galería del grupo, otras no. Otras diferentes las subía a Facebook y, algún tiempo después, me llegarían a mi correo personal un par de fotos que me había tomado a mí. Algunas estaban retocadas, otras no, unas estaban en alta resolución, otras en baja. Para poder subir esas fotos, Bastian utilizó el equipo fotográfico (cámara, trípode, tarjetas, batería), el equipo informático (lectores de tarjetas, ordenador, Photoshop), y por último internet y cuentas en diversas plataformas (correo electrónico, Facebook y Flickr). La agencia fotográfica, como vemos, es compartida por distintos elementos, contextos, tiempos, conocimientos, relaciones y herramientas.

David fue uno de mis informantes y es uno de los miembros destacados de SortidazZ. Hasta hace algunos años, no había estado interesado en la fotografía (nunca tuvo una cámara analógica por ejemplo), es hasta que presencia un suceso determinado y que no tiene cómo registrarlo cuando decide comprarse una cámara: “para que cuando pase algo pueda tener una prueba de ello”. Se podría decir que en este primer momento, lo que llamaré el “acento” de la agencia, es decir, la parte más visible de un ensamblaje complejo, que moviliza la práctica fotográfica, está en el suceso que impulsa a David a comprarse una cámara y sacar fotografías. Más tarde, su equipo se quedó limitado al no poder tomar fotos de cerca (a los aviones que solía fotografiar dentro del aeropuerto) y decide comprar un equipo más grande para sacar fotos a larga distancia. El acento, en este segundo momento, está puesto en la limitación del equipo para cubrir la necesidad de David de fotografiar un determinado objeto (los aviones). Sin embargo, dado que esta segunda cámara le costó mucho, el tomar sólo un tipo de foto-

grafías parecía ser un desaprovechamiento de los importantes recursos invertidos en cámara y lentes. Es entonces cuando el equipo “le exige” que tome otro tipo de fotos. En ese caso, el acento de la agencia está en la cámara, en su costo, en sus posibilidades y características. Más adelante, cuando empieza a subir fotos en Flickr (porque no tiene sentido tomar tantas fotos si nadie las verá), es la plataforma mediante sus mecanismos de reciprocidad, analizados en el capítulo anterior, que logra, en forma de retroalimentación positiva el que David haga a su vez más fotos. La agencia sigue siendo compartida pero esta vez el acento de la misma está en Flickr como plataforma de exposición e intercambio de fotografías. Finalmente, cuando David comienza a participar en un grupo, será éste y sus características, analizadas en el capítulo VI (más el sistema, más la cámara, más su propia agencia), el que consolide una práctica. Práctica que a su vez transforma su vida cotidiana ya que para llevarla a cabo requiere cambiar sus horarios y rutinas para adecuarlos a ella, por lo que genera una subjetividad. Aunque éste es sólo un ejemplo que se desarrollará en este capítulo, sirve para dar pie a varias reflexiones.

La forma más clara de ver cómo la fotografía es una práctica socio-técnica nueva es revisar las distintas fases: producción, procesamiento y distribución de las mismas y ver cómo éstas presentan particularidades que no se encontraban realizadas del mismo modo en la fotografía analógica.⁸³ Thomas (1998) apunta:

La identidad epistemológica-histórica de la fotografía también puede ser definida en términos de las dimensiones culturales de sus procesos de producción. Después de todo, las fotografías no sólo aparecen; son producidas mediante un proceso transformacional complejo que puede también estar impregnado con valor simbólico (p. 59).

Recordando el “circuito de producción de la cultura” (Du Gay, Hall, Janes, Mackay y Negus, 1997), expuesto en el capítulo II, los autores analizan este circuito que se compone de los siguientes elementos interconectados: producción, consumo, regulación, identidad y representación. Lister y Wells, quienes analizan las imágenes dentro

83. Es preciso aclarar que también la fotografía analógica era una práctica sociotécnica. Sin embargo, es distinta en sus componentes y de ahí la necesidad de describir esas diferencias.

de este circuito, apuntan que las imágenes: “pasan a través de distintos ‘momentos’ y este pasaje entre cada momento contribuye a sus significados –plurales, no singulares– que tiene y puede tener. En breve, son socialmente producidas, distribuidas y consumidas” (2001, p. 64). El “circuito de producción de la cultura” resulta de utilidad para pensar en las distintas fases de la producción y su relación con los procesos identitarios más amplios. Si bien me inspiro en él, no analizo, al menos en este capítulo, el circuito completo y me centro únicamente en dos fases: la producción y la distribución de fotografías.⁸⁴

En la fotografía digital la producción, la distribución y el uso de las imágenes son prácticas que se solapan y entrecruzan (por ejemplo, hay quien piensa ya en el uso que le dará a cierta imagen antes de tomarla o el tipo de postprocesado que le hará y por el que parece adquirir su sentido la imagen). Sin embargo, he preferido separar las distintas prácticas para su mejor comprensión. La idea que subyace en este análisis es la propuesta por Van Dijck: “La manipulación sencilla y el compartir [las fotos] no son simplemente unas nuevas características tecnológicas; ellas reflejan y construyen un deseo de control y la formación directa de la identidad” (2007, p. 145). Las claves de este capítulo están puestas en dos elementos interconectados: por un lado la producción fotográfica es el resultado de una agencia compartida entre varios elementos (humanos y no humanos) interconectados y, por otro, que las prácticas de producción fotográfica están estrechamente relacionadas con la producción de subjetividades e identidades.

2. Producción

Voy a dejar que las imágenes hablen por sí mismas.

Xavi, SortidazZ

La producción de fotografías se entendería, en este circuito que propongo, como la acción de pensar, ejecutar y disparar una fotografía. Es la relación que se establece entre un objeto que se va a fotografiar,

84. Aunque resulta relevante mencionar que los procesos identitarios están siempre entrelazados con los procesos productivos de la imagen, no solo en los procesos de consumo.

la persona que fotografía, la cámara y la proyección mental de cómo se utilizará esa fotografía. El lenguaje que suelen utilizar los fotógrafos y fotógrafas con quienes trabajé deja claro, a nivel empírico, la agencia compartida entre estos elementos en la práctica fotográfica, al grado que Xavi señala sobre una imagen que muestra en un encuentro: “esta foto es la culpable de que yo me dedique a la fotografía”. Por un lado está la agencia que se moviliza para que una persona dispare, piense en tomar una fotografía y ponga en marcha a los “aliados” disponibles en ese momento. Por ejemplo, algunas personas señalan que fotografían *movidos* por “la belleza de lo que se ve”. Así, el acento de la agencia está puesto en lo que fotografían, por ejemplo cuando: “un atardecer me pedía que lo fotografiara”. Este acento, que resulta la parte más visible de la agencia compartida, también puede estar en la persona que proyecta su visión sobre algo: “no quería decir lo mismo que las postales, quería decir algo propio”, o incluso en la cámara: “el exposímetro me daba la lectura correcta con esta combinación (de velocidad de obturación)” y por eso la tomé así. Esta agencia compartida y distribuida, entre las personas, sus gustos fotográficos, el contexto fotografiado y los instrumentos técnicos, queda ejemplificada por Jorge, uno de los miembros más ilustres de SortidazZ.

En una sesión, que organizaron varios miembros para hablar del porqué hacían fotografías, Jorge hablaba de su preferencia por los retratos. Al hablar sobre los “robados”⁸⁵ apuntó: “he aquí a mis aliados” mientras que, en la pantalla de su presentación, se observaban dos lentes. Un gran angular muy amplio que permitía incluir en el encuadre a alguien sin que la persona supiera que era a ella a quien se estaba sacando una fotografía, y un 500mm, un lente con un *zoom* muy largo que le permitía tomar fotos a gran distancia. Resulta sintomática la forma en la que se refiere a dos de los lentes que componen su equipo como sus “aliados” para uno de sus géneros fotográficos favoritos.

Así como hablan de sus posibilidades, las personas también suelen hablar de su equipo refiriéndose a las limitantes y restricciones que tiene o de sus limitaciones como usuarios de determinado equipo: “no le he sacado jugo al objetivo este”. Esta combinación genera una

85. Retratos tomados sin que la persona fotografiada se dé cuenta de que lo está siendo.

serie de “condicionantes” en determinadas combinaciones de equipos y usos, relación que termina en que el equipo “le pide al fotógrafo o fotógrafa” un tipo de imagen específica o “no le deja hacer” el tipo de imagen que querría. En ese sentido, al menos eso se demuestra en mi trabajo de campo, el “aliado” más importante son siempre las cámaras y los lentes. Esta relación, casi orgánica, entre fotógrafos y cámaras se demuestra en el grupo de Flickr llamado “porn Friday”.⁸⁶ En él se pide a los miembros subir una foto de su cámara favorita, precisamente un viernes. En el grupo hay más de 1.500 fotos y es por demás común ver a las personas tomar fotos de su equipo o de ellas mismas con su equipo como se tomarían fotos con una pareja, un amigo o un objeto favorito.⁸⁷ Para los fotógrafos, su equipo y ellos forman una unidad indivisible. Como apuntan Mackay y Gillespie (1992):

La subjetiva apropiación social de la tecnología es uno de los elementos claves de una tecnología, no sólo cómo es usada, sino el significado que tiene para el usuario: una tecnología no es un mero objeto físico, carga significados (p. 702).

A lo que podríamos agregar, afectos también. Vemos, entonces, cómo se establece una agencia compartida entre los gustos fotográficos de una persona, el tipo de equipo que posibilita o limita el tomar este tipo de fotografía,⁸⁸ y la proyección que de estas imágenes, como objetos digitales, se tiene, tanto en el procesamiento como en el uso, lo que veremos más adelante.

Retomando el trabajo de Bourdieu (2003), el equipo del sociólogo francés analizó a un grupo que no era ni el de los profesionales ni los fotógrafos del ámbito familiar: el de los aficionados a la fotografía. Estos solían reunirse en clubes fotográficos. Para éstos, la fotografía tenía una función distinta y se *vivía* como una práctica con aspiraciones artísticas.

86. <http://www.Flickr.com/groups/camerapornfriday/>

87. Hay infinidad de grupos de Flickr parecidos: “yo y mi cámara”, “enamorado de mi cámara”, “¿qué hay en la bolsa de tu cámara?”, etc.

88. Sontag cita un anuncio de la marca de equipo fotográfico Minolta, de 1976, que decía: “Es difícil decir dónde acabas tú y dónde empieza la cámara”. Aunque, como vemos, la relación no es nueva e incluso ha sido buscada como elemento de mercadotecnia, la extensión actual de esta relación entre personas y sus equipos se torna parte importante de la práctica y por lo tanto de la subjetividad que a su vez hace que la gente se sienta más comprometida con la práctica. Como decía un informante: “hace mucho que no saco mi cámara a *afotar* y ya me lo pide”.

Así, más importante que el objeto o el contexto, el énfasis estaba puesto en la búsqueda explícita de una propuesta estética. Es claro entonces que la práctica fotográfica adquiere sentido en la medida en que es compartida por un grupo o colectivo. Y mientras que para los campesinos estudiados por Bourdieu, fotografiar por fotografiar era un “acto burgués” y sin sentido, para los clubes de fotógrafos parisinos la fotografía era una expresión artística. La clave sobre este debate no era de orden estético sino económico y de clase. Sin embargo, en las nuevas redes sociotécnicas que definen la fotografía digital, este elemento de distinción social resulta menos relevante, entre otras cosas, por la popularización de las cámaras digitales. Es claro que existe una implicación económica que hace que el objeto de lo fotografiable, con la tecnología digital, ya no esté sujeto a las limitantes del costo de producción de fotografías como lo estaba en la época analógica. A diferencia del carrete analógico que era una emulsión y cada disparo era una oportunidad única con un alcance finito (36 disparos en un carrete estándar), al convertirse la fotografía en un archivo digital manipulable y, sobre todo, visible y modificable en el momento (se puede repetir, borrar, hacer varias tomas, etc.) la cantidad posible de fotos, una vez adquirido el equipo, es virtualmente infinita. Ello posibilita la experimentación y el extender el objeto de lo fotografiable a momentos y situaciones ordinarias sin que se tome como una excentricidad o una distinción de clase o de grupo social.

Cohen (2005), por otro lado, en su estudio sobre fotoblogs⁸⁹ en Inglaterra, plantea que ante la emergencia de lo digital y la nueva relación económica con la producción de fotografías, las personas tienden a fotografiar “la vida real” (las pequeñas cosas de la vida cotidiana). El autor utiliza esta reflexión como argumento en contra del señalamiento de que la fotografía digital introduce fisuras entre lo real y lo virtual (por la facilidad que ofrece la fotografía digital para retocar y con ello “crear” o “modificar” realidades). En ese sentido, los datos obtenidos en mi trabajo de campo coinciden plenamente con lo que señala este autor, ya que, en muchas prácticas de la fotografía digital, observamos mucha más “realidad” (por cotidiana, “cruda” y directa) que la que nunca hubo en la fotografía analógica.

89. Los fotoblogs son páginas de internet de fácil uso en los que se suelen subir fotos, normalmente una por día.

Esta transformación y ampliación de los objetos fotografiables genera relaciones estrechas con los dispositivos utilizados para esas prácticas. Un último punto que resulta relevante y que continúa dialogando con el trabajo de Bourdieu (1984) es el cambio que parece haber con lo propuesto por el francés, quien relacionaba la compra del equipo fotográfico con los hábitos de consumo, más que con la “transformación cualitativa de la intención fotográfica”. En ese sentido, al menos en mi trabajo de campo, la compra de equipo fotográfico parece estar más relacionada con los ciclos de obsolescencia programada de los equipos de cómputo y con la socialización de la práctica que con la pertenencia a un grupo social.

2.1. *Procesamiento*

Maribel estaba jugando con una cámara “Lomo” en una de las salidas. El hijo de otro miembro del grupo se acercó con curiosidad y asombro a ver esa extraña cámara buscando la pantalla. Ella se dio cuenta de su duda y le respondió: “Esto lleva carrete, algo que nunca has visto en tu vida”. A diferencia de la práctica analógica, en donde el procesamiento suele pasar por un laboratorio y es externo a quien toma la fotografía, en la práctica digital se ha vuelto parte imprescindible y está incluido como parte del “hacer fotografía”.⁹⁰ Como en el caso anterior, el tipo de agencia compartida y distribuida es una constante, pero esta vez no sólo para referirse al equipo o lo fotografiado sino, sobre todo, a lo que los fotógrafos y fotógrafas señalan que “quieren las fotografías”. Es decir, cuando se habla del procesado de la fotografía en el ordenador, se suele hablar en términos de lo que: “la fotografía me pide que le haga” o “lo que me sugiere esta imagen es...” o “esta fotografía me llevaba al blanco y negro”. La descripción más completa de cómo, en el procesamiento de la imagen el acento de la agencia está muchas veces en la fotografía, es de Carles, quien cuenta:

90. Habría tres puntos que matizar: autores como Pauwels (2008) apuntan que en la fotografía analógica familiar también había selección y manipulación. Aunque esto es verdad, lo cierto es que ahora todas las fotografías pasan por algún procesamiento, aunque sólo sea al bajarlas al ordenador. Un segundo punto es que muchos fotógrafos *amateurs* revelaban e imprimían sus propias imágenes pero era una proporción baja en relación con el total de quienes hacían fotografía. Y tercero, sobre todo en el rubro de la impresión de imágenes, las empresas externas siguen siendo fundamentales, esto se puede ver por ejemplo en el crecimiento de aquellas que utilizan internet y el correo postal para hacer su negocio.

Yo veo una foto y digo, esta foto mejor en blanco y negro, y la pongo en blanco y negro. Ahora un poco de viñeteado, venga viñeteado, espera, quizá en vez de blanco y negro le subo un poco, tono rosado, venga, tono rosado. Venga, ahora ilumino esta parte, ahora oscurezco, hasta que queda, digo mira, esta es la foto que quiero.

Vemos que, en la forma en la que lo enuncian, proyectan unas necesidades que surgen de la fotografía misma, como un diálogo entre la imagen fotografiada, la fotografía como objeto, las posibilidades/conocimientos del programa informático con el que se trabaje y las intenciones del fotógrafo. Es decir, una agencia compartida que siempre tiene un punto de experimentación y juego. Con la emergencia y crecimiento de las “apps” de procesamiento de imágenes en los teléfonos móviles, esta cuestión se simplifica y amplifica al punto de convertirse en una selección basada en el ensayo y error al mirar la fotografía con distintos filtros preestablecidos.

El procesado fotográfico es parte fundamental de la imagen digital. Xavi afirma categóricamente: “todos retocamos fotos”. Al menos en el grupo es claro que algún tipo de procesado hacen, de ahí que, cuando algún miembro dice: “no sé usar el Photoshop”, suele decirlo casi como una confesión embarazosa. En una salida que hice con el grupo de Granada a un pueblo cercano, uno de los participantes estaba tomando la foto de una flor con el pueblo de fondo. El cielo estaba nublado y alguien dijo: “se te quemará el cielo”, él, sin quitar el ojo del visor, respondió: “ya lo arreglaré en Photoshop”. Comentarios y situaciones como éstos se repitieron a lo largo de mi trabajo de campo. La gente, al momento de tomar la foto, ya tenía en cuenta sus posibilidades en el procesamiento: “esto como HDR⁹¹ quedará genial”, “Saturando un poco los colores se resaltará la fachada”. Emmons, en un texto en el que reflexionaba sobre las ecologías digitales y la nueva fotografía, lo resumía de esta manera:

El ambiente postfotográfico establece una teoría de la fotografía postocular (p. ej.; más allá del ojo). La fotografía digital presenta una nueva forma

91. La Wikipedia, sobre el *high dynamic range* (HDR), apunta: “En procesamiento de imágenes, gráficos por ordenador y fotografía, las imágenes de alto rango dinámico (HDR) son un conjunto de técnicas que permiten un mejor rango dinámico de luminancias entre las zonas más claras y las más oscuras de una imagen del que técnicas de imagen digital estándar o métodos fotográficos pueden ofrecer”.

de ver fotográficamente que en última instancia afecta al cómo el fotógrafo escoge elaborar el objeto final. Lo que se pone en juego en el momento de la captura no es tanto como alguna vez lo fue. Con el conocimiento de lo que es corregible, editable, y en general arreglable, el fotógrafo puede alejarse del sujeto más rápido y con mayor confianza de que él o ella lograrán la imagen final en la postproducción. (2008, p. 117).

Por ello, casi todos (por no decir todos) los fotógrafos pasan por algún sistema de procesamiento. De ahí que casi todos tiren las fotos en formato RAW:⁹² “todos pasan por el procesado”, dice contundentemente Carles refiriéndose a sus imágenes. Ahora bien, esta práctica adquiere su complejidad por la conjunción de tres factores: la elección de las imágenes que se procesarán, el tipo de procesado que se hará y el destino o uso final de la foto. Esto también suele generar una temporalidad específica, que en el caso de programas como Instagram es casi instantánea. Desde la persona que llega a casa inmediatamente después de una salida para procesar la imagen y ser la primera en subirla, hasta aquellas personas que practican el llamado “barbecho fotográfico”⁹³ y que no siempre se mantenga el mismo tipo de procesamiento. Esto lo ejemplifica bien Pilar:

Yo en mis inicios fotográficos, hace dos años o así, usaba el photoshop a to lo que daba. Cogía una foto y le metía filtros de esos de cuartear la imagen, bordes añadidos, color diluido, de todo, vamos. Y luego personalmente me pasaba algo así, yo me cogía a mí misma y me ocultaba detrás de la imagen que quería dar a los demás, igual que ocultaba la foto detrás de los filtros de photoshop. Más tarde me he ido desescondiendo, y poco a poco he ido también usando menos photoshop en mis fotos... (Entrevista de campo).

En contraste con la forma en la que se expresan y actúan con relación a su equipo, los fotógrafos del grupo, cada vez que pueden, rei-

92. La Wikipedia, sobre el formato RAW, afirma que éste es: “un formato de archivo digital de imágenes que contiene la totalidad de los datos de la imagen tal y como ha sido captada por el sensor digital de la cámara fotográfica”. <http://es.wikipedia.org/wiki/RAW_>.

93. En Xataca, blog especializado en fotografía, lo definen de la siguiente forma: “Se denomina barbecho fotográfico al periodo de tiempo que dejamos pasar entre la toma de la fotografía y su selección, procesado y publicación. Durante el periodo de barbecho, las capacidades técnicas y creativas del fotógrafo se van desarrollando, así como su experiencia. El barbecho fotográfico tiene como objeto evitar que grandes fotografías queden enterradas en nuestro disco duro por no saber reconocerla entre otras mediocres, o evitar que la destrocemos con un procesado del que más adelante, cuando sepamos más, nos podamos arrepentir”. <<http://www.xatakafoto.com/trucos-y-consejos/barbecho-fotografico-lo-practicas>>.

vindican su papel fundamental en la agencia fotográfica. Por ejemplo, cuando alguien les pregunta si una foto está retocada, suelen enfadarse. Si bien se asume que todas las imágenes pasan por un procesamiento, ellos lo ven como parte integral de sus habilidades como fotógrafos y fotógrafas. Les enfadan especialmente comentarios del tipo: “tu cámara hace muy buenas fotos”, o “claro, con esa cámara, cualquiera”. Se crea, de esta forma, una relación en donde la agencia, lo que mueve la práctica y que he venido llamando “acento” de la agencia, recae en distintos elementos dependiendo de sus posibilidades y limitaciones, pero siempre, al final, la imagen no existe por sí misma sino que está hecha y es creada por una persona-cámara con un fin específico. Entonces la agencia pasa a ser autoría.

2.2. *Gestión/archivo de las imágenes*

Una vez tomadas las imágenes, algunas procesadas, otras no, el archivo y gestión de ellas se vuelve un asunto particularmente complejo dada la cantidad tan importante de fotos que se toman.⁹⁴ El blog especializado en fotografía, *dzoom*,⁹⁵ elabora de vez en cuando encuestas entre sus lectores. Una de esas encuestas se basaba en la pregunta: “¿cuántas fotos haces al mes?” y, sorprendentemente, un 12% de los encuestados señaló hacer más de 10.000 fotografías al año. Si bien es cierto que no es una encuesta representativa y los lectores de la revista son personas muy interesadas en la fotografía, lo más interesante eran los comentarios al resultado de la encuesta, que claramente señalaban la preocupación de las personas por la cantidad de fotos que hacen y cómo este número trae como consecuencia un problema completamente diferente, la organización, archivo y espacio necesario para guardar la gran cantidad de archivos digitales de imágenes. Durante mi trabajo de campo, un informante me decía con cierta ironía: “La verdad que yo antes no me gastaba tanto en revelar como ahora en almacenamiento”.⁹⁶

94. En una de las salidas, alguien comentó que había sacado mil fotos en un día. Aunque esta no era la norma (de hecho, con el tiempo las personas solían disparar menos). Lo cierto es que la cantidad de fotos requería una gestión importante.

95. <http://www.dzoom.org.es/>

96. Para una introducción, desde el mundo artístico, al archivo digital, ver Harrison (2005).

Existen varios estudios sobre el desarrollo de tecnologías y prácticas de archivo y organización de las imágenes en red (cfr. Lucero, Boberg y Uusitalo, 2009; Graham, García-Molina, Paepcke y Winograd, 2002; Mulhem y Lim, 2003, y un largo etcétera). El número tan grande de imágenes digitales y los sistemas para su organización y archivo son, sin duda, las grandes asignaturas y un área de desarrollo muy importante para las empresas que estudian la imagen en red.

En los archivos fotográficos del grupo SortidazZ, las fotografías se cuentan por miles. Como dice Montse sobre una sesión normal de las suyas: “Si tomo 200 fotos, la sensación que tengo es que he hecho pocas”. Esto genera también un problema de espacio, dado que los fotógrafos del grupo suelen utilizar el formato RAW (que genera archivos muy pesados) y muchas de estas imágenes son duplicadas al ser procesadas y exportadas en un formato con compresión (jpg por ejemplo), lo que incrementa el número de manera exponencial. De ahí que la organización y archivo de las fotos sea una cuestión importante y relevante. Los fotógrafos y fotógrafas no suelen borrar las imágenes que hacen, suelen guardarlas todas y es normal que tengan discos duros de terabytes para poder archivar tantas imágenes. Esto genera un problema extra que es el etiquetado y organización. No hay un sistema homogéneo para ello, hay quien utiliza las carpetas organizadas por fecha como referencia, otros prefieren la temática y hay quien lo organiza por etiquetas más que por carpetas.⁹⁷

Aunque muchas personas utilizan Flickr como respaldo en línea de sus fotografías, lo cierto es que Flickr no sólo funciona como repositorio o almacén de imágenes sino que es un ente vivo, en constante flujo, que cambia y se transforma. A diferencia de los álbumes familiares que una vez hechos era más difícil cambiarlos, las cuentas de Flickr no. A pesar de que algunos autores señalan el paralelismo de los álbumes de fotos con ciertas plataformas en internet (cfr. Pauwels, 2008), lo cierto es que los álbumes han perdido protagonismo en la “cultura Flickr”. De hecho, en la página de Flickr no hay “álbumes” sino “galerías”.⁹⁸

97. Especialmente aquellas personas que utilizan el programa Lightroom, porque éste permite añadirles etiquetas a las imágenes.

98. Aunque hay otras plataformas como Picassa que recuperan la idea de álbumes personales.

Para muestra, basta leer lo que se afirma en la misma página de Flickr⁹⁹ sobre lo que es y su función, ellos mismos apuntan sobre esta distinción:

Los álbumes, el modo principal con el que la gente organiza las cosas hoy en día, son estupendos... hasta que llegas a tener 20 ó 30 ó 50 de ellos. Funcionaban bien en los días en que se revelaban los rollos de película, pero la metáfora del “álbum” necesita desesperadamente jubilarse y mudarse a un hogar para la tercera edad.¹⁰⁰

La gestión de las imágenes puede tener varios criterios mezclados, por ejemplo, existe una economía de la imagen, especialmente si no se tiene una cuenta *pro*, ya que sólo se pueden mostrar 200 imágenes y sólo se pueden tener tres “colecciones”. Pero también hay criterios personales, las mismas colecciones y series cambian con el tiempo, algunas fotos se borran, otras se cambian, el *stream* va refinándose y transformándose, también dependiendo del momento que se esté pasando en la vida. Ritchin (en Lydon, 2006) plantea que, ante la gran cantidad de fotos que permite hacer la tecnología digital, lo que se requiere actualmente es una forma de filtrarlas, de organizarlas de manera que digan algo. Como mencioné en el capítulo I, existe un número importante de trabajos académicos que son a su vez desarrollos de prototipos y análisis sobre la organización de las imágenes digitales que plantean formas automatizadas, en forma de programas, cada vez más “semánticas” de organización de archivos fotográficos (Crabtree, Rodden y Mariani, 2004; Graham, García-Molina, Paepcke y Winograd, 2002; Rodden y Wood, 2003).

Curiosamente, ante el hecho de la superabundancia de imágenes digitales, hay algunas voces que buscan el retorno a la fotografía como en los tiempos analógicos. Alguien en el foro citado reflexiona: “A veces pienso que la fotografía digital ha traído el ‘hagamos muchas que alguna saldrá’ y la fotografía no es eso”. Aunque, como apunta Lister, “mientras que el cine, el vídeo y la fotografía convergen en las plataformas digitales, este ser-objeto de las fotografías está disminuyendo,

99. <http://www.Flickr.com/about/>

100. Los discursos sobre la transformación de la fotografía son también de suma importancia y existen análisis que parecen certificar un cambio de discursos sobre ella (cfr. Meyer y Hara, 2005).

junto con los sustratos del cine y el vídeo” (Lister, 2007, p. 265). Al mismo tiempo y contrario a lo que se podría pensar, sigue siendo cierto que muchas personas imprimen sus fotos (en mi estudio casi un 90% de las personas han imprimido imágenes en papel). Muchas de ellas señalan cómo, la diferencia entre una fotografía en la pantalla de un ordenador y el objeto impreso, siempre genera agradables sorpresas. Como lo dice una de las informantes: “Fotos que en ordenador me parecen como mucho aceptables, ¡en papel se tornan maravillosas! toman cuerpo, forma, no sé explicarlo. Desde entonces no puedo parar, e imprimo todo lo que me es posible económicamente”.

3. Distribución

Los fotógrafos con los que tuve contacto en mi trabajo de campo tienen muy claro el tipo de distribución para cada una de las imágenes aunque, nuevamente, el acento puede estar puesto en varios elementos. Desde las imágenes que se toman pensando en alguien y que ya se piensan como obsequios, recordatorios, aclaraciones o bromas. Hasta aquellas que, después de ser tomadas, le “piden” al fotógrafo o fotógrafa una distribución (o no).

Retomando a Cohen (2005), en su estudio sobre usuarios de fotoblogs, él apunta que se establece una relación entre la práctica de fotografiar y la de “fotobloggear”, señalando que ambas prácticas se retroalimentan. Es decir, según las respuestas de sus informantes, una de las principales motivaciones para tomar fotografías es subirlas al fotoblog, lo que a su vez genera que las personas busquen motivos para fotografiar (por ejemplo dando paseos por la ciudad). El fotoblog, continúa, es lo que los fotobloggers quieren y al mismo tiempo la manera de conseguirlo. Es al mismo tiempo un medio y un fin. Así se rompe con una posible relación de causalidad al plantear que el fotoblog divide a la fotografía (como objeto) del fotografiar (como práctica) en “dos esferas de actividad separadas (temporalidades) y compromisos placenteros (deseos)” (p. 898). Esta misma relación ha sido observada en mi trabajo de campo en Flickr y a partir de las “historias de prácticas” de mis informantes. Parte de su actividad como fotógrafos solo se entiende a partir de su pertenencia al grupo de Flickr y en el mismo momento de tomar las fotos ya

están considerando si serán para esta plataforma o si las reservan para otra como Facebook, es decir, están tomando decisiones sobre lo que fotografían en función de dónde se va a exhibir la fotografía. Este es uno de los logros principales de plataformas como Instagram, reunir procesamiento y distribución de casi todas las imágenes móviles.

Por otro lado, Cohen señala que: “En unión con el fotografiar, el fotoblog funciona como un verbo: motivando, justificando. En unión con las fotografías, el fotoblog funciona como un sustantivo: colección, sitio” (p. 898). Cuestión que también pude corroborar con mi trabajo de campo. Ahora bien, parece haberse diversificado y especializado la elección de la plataforma que se usará para subir las fotos. A manera de ejemplo, apunto el resultado más claro de mi trabajo de campo.

3.1. *“Facebook para fiestas, Flickr para arte”*

Para casi todas las personas, en mi trabajo de campo, que tienen una cuenta en Flickr y otra en Facebook, la división parece estar clara: Flickr es donde suben las fotos como objetos de valor en sí mismas. Es decir, las fotografías con pretensiones estéticas o artísticas, con la intención de que puedan ser comentadas, criticadas, etc. En Facebook, en cambio, suelen subir las fotos de fiestas y amigos. Es decir, fotos que tienen la función de representar personas o sucesos, de “compartir vivencias” en donde lo importante no es la imagen en sí sino lo que muestra. Esta organización, que parece reproducirse en general, habla de la minuciosa gestión de las imágenes con respecto a las plataformas de mediación en las que se insertan. Jessica, sobre por qué subir fotos a Flickr dice que: “subimos fotos porque amamos las críticas que nos ayudan a mejorar y valoramos lo que nos dicen [...] sobre todo de aquellos de los que respetamos su trabajo porque nos gusta su gusto [...]”. Pero más allá de la posibilidad de utilizar Flickr como un mecanismo sociotécnico de mejora de la calidad fotográfica, lo que resulta más importante parece ser simplemente el gusto compartido por la fotografía. Lo que Jessica, en el grupo de Mi Tesis, denomina “hablar el mismo idioma” y explica diciendo que: “el mismo idioma por tener afinidad y empatía, gustos que lo llevan a uno a disfrutar de cosas similares, una línea lánguida... un contraste perfecto, movimiento, una mirada expresiva”. Clara, en el mismo foro, lo dice con contundencia:

Flickr y sólo Flickr.... Odio Facebook!! ¡¡Es sólo para cotillas!! En Flickr en cambio tengo una sensación de respeto, de que la gente sólo quiere aprender fotografía y compartir el hobby pero no quieren saber nada de tu vida, y eso me gusta.

Esto muestra, como en muchos otros casos, que se relaciona la participación en Flickr con la práctica fotográfica más “seria”. Las personas estudiadas identifican a Flickr como una comunidad bastante extensa de fotógrafos más experimentados que el promedio y de las cuales se puede aprender. Es decir, si bien las personas saben que pueden subir sus fotos a sitios con un enfoque mayormente personal como lo es el Metroflog, MySpace, Fotolog, Facebook, etc.; la participación (y permanencia) en Flickr se relaciona con el compromiso con la práctica fotográfica en sí misma, como dice Nicole en una entrevista en línea:

El fotolog lo veo más como diario de vida, en cambio el Flickr, lo veo como mostrar los trabajos que haces, las cosas que te apasionan, que te den ideas de nuevas fotografías.

Tal como se mencionó en el apartado “Flickr como escuela” del capítulo anterior, lo que se podría entender como una “comunidad de prácticas” (cfr. Wenger, 1999).

Casi todas las personas que conocí durante mi trabajo de campo, y que tenían fotografías en más de una plataforma, eran contundentes al decir que hacían una gestión minuciosa de sus imágenes. Casi todas coincidían en el hecho de que plataformas como Facebook o Fotolog eran las adecuadas para subir fotografías en las que aparecían en su vida social. Es decir, en Facebook no importa la fotografía en sí misma sino qué es lo que aparece en ella. Aunque, como hemos visto, esto también puede suceder en Flickr y a la vez hay personas que suben sus fotos a Facebook como una galería artística, la generalidad muestra que en Facebook lo importante es la imagen que muestre la vida de las personas: sus viajes, sus amigos, los eventos sociales en los que participan, etc. Como si al mirarse actuando socialmente, hubiera una transposición entre ese “espejo para la sociabilidad” y la sociabilidad que se estructura a través de amigos y contactos. Por ello, las imágenes en las que la persona está presente, más allá de la imagen en sí misma, parecen más propicias para esta plataforma. Cata afirma: “el Facebook

es para ‘encontrarte’ con amigos y conocidos recientes o de hace mucho tiempo atrás y pues quiero verme bien”. Sara, otra informante, un día me dijo “en la foto de perfil de Facebook, tienes que verte guapa pero nunca mejor que como te verías en la vida real, debes lograr verte bien sin que las personas piensen que te estás esforzando demasiado en ello”. La foto del perfil es sin duda la más importante. La BBC organizó, en el 2010, un concurso denominado “¿Así que quieres ser científico?”. Una de las finalistas, Nina Jones, de 17 años, participó con una investigación sobre la foto de perfil de Facebook. Sus resultados, de una muestra de 3.500 personas, mostraban que las personas menores de 30 años presentaban el doble de fotos de perfil de ellas en fiestas, mientras que aquellas personas de más de 30 años, o que tenían pareja, eran más propensas a mostrar una foto de sus hijos o hijas en su perfil. Se puede concluir entonces que mientras que en Flickr la fotografía adquiere una relevancia por sí misma, en Facebook se utiliza más su función representacional, añadiendo además la conectiva, propia de la imagen en red.

Lo que resulta relevante, además de esta gestión tan minuciosa y segmentada, es que en ambos casos, tanto las imágenes de Flickr como las de Facebook, aunque la fotografía tenga más o menos importancia en sí misma, se puede entender a estas fotografías como interfaces. En el caso de Flickr, la práctica misma de la fotografía resulta más relevante y es una forma de conectar a personas en distintas geografías y, sobre todo, personas desconocidas entre sí. En el caso de Facebook, al estar estructurado su diseño en redes personales, la imagen funciona como interfaz entre personas, contextos, tiempos y espacios, extendiendo la sociabilidad de una forma visual y mediada. Esto es, ser partícipe, a través de las imágenes, de la vivencia del otro.

Mientras que en la producción casera de imágenes (cfr. Chalfen, 1987), la producción y exhibición de las fotografías parecía enmarcarse en una temporalidad (casi siempre festiva) y dentro de una serie de convenciones materiales (por ejemplo los álbumes o los portarretratos); en la época digital, el dónde poner las fotos resulta un proceso mucho más amplio y sofisticado, especialmente cuando las personas participan en varias plataformas de redes sociales: “el acto de subir las fotografías es claramente tan importante como tomar la fotografía en un primer momento” (Nightingale, 2006, p. 22). Pero dado que la fotografía en

internet se vuelve contextual (Harrison 2004; Davies, 2007), el cómo distribuirla y dónde subirla se vuelve parte fundamental de su gestión.

Nuevamente, son varios los autores que apuntan la importancia de las fotografías para la construcción y el fortalecimiento de los lazos familiares (Chalfen, 1987, Hirsch, 1997; Rose, 2003). Esta función extendida a los lazos (redes) sociales se convierte en código, por ejemplo en Facebook, donde al poner una fotografía en la que aparezcan personas, se puede señalar, mediante un enlace automático, quién es cada una de ellas. Al hacerlo, automáticamente se genera un *link* al perfil de la otra persona y la fotografía aparece en el perfil de todas las personas señaladas.

Aunque, como vimos en el estudio de la joven Jones (BBC, 2010), el contenido de las imágenes parece cambiar, la función que cumplen es la misma, la de conectar, promover y catalizar la sociabilidad (en forma de comentarios, de piropos, de preguntas, de marcar a las personas que aparecen en la foto), y crear o consolidar capitales sociales. Aunque esta función ya existía en la fotografía analógica,¹⁰¹ las imágenes en red van más allá de la representación porque son ellas las que movilizan, estructuran y materializan las conexiones. Por ejemplo, una práctica que reestructuró el “guion tecnológico” de las fotografías, tanto en Flickr como en Facebook, fue el enlazar un gran número de contactos a una foto en la que no aparecían ellos retratados sino que el enlace funcionaba como “invitación enfática” a que se mirara la fotografía.¹⁰²

3.2. Sobre los mecanismos sociotécnicos y las temporalidades construidas para el éxito

Como hemos visto, la gestión de las imágenes, tanto en el momento de la distribución como en el de la exhibición y uso, representa una práctica mucho más compleja de lo que se podría pensar ya que no sólo es una forma de conectar y movilizar las redes, es también

101. Baste recordar las incontables secuencias de películas en las que una persona tiene, principalmente en su oficina, marcos con fotografías en las que aparece él o ella junto a personajes famosos, en un despliegue visual de la calidad y cantidad de sus capitales sociales.

102. Lo que evidentemente también dio pie a juegos creativos, por ejemplo una foto de una colonia de pingüinos en Facebook en la que cada ave estaba marcada con un nombre. Obviamente esto dejó un alud de comentarios y juegos que hizo que todas las personas marcadas terminaran congregadas en torno a la imagen-conexión, hecha por una persona.

una forma de administrar y gestionar el tiempo, las conexiones, los recursos y los contactos. Es decir, la identidad, buscando obtener mayor reputación y capitales simbólicos. En resumen, son una serie de prácticas dirigidas a obtener el mayor capital posible tomando en cuenta los elementos anteriores. Esta sofisticación se puede mostrar con un ejemplo del trabajo de campo. Paco, un usuario de Flickr y Facebook, me contaba en una charla informal que solía subir las fotos primero a Facebook, si veía que alguna de ellas tenía “éxito” (porque la gente la comentaba, le ponía “me gusta” o la enlazaba), entonces las subía a Flickr. Con ello reconocía tácitamente que en Flickr el nivel de calidad es mayor y utilizaba Facebook como una plataforma de prueba para sus imágenes (dentro de una red más cerrada ya que sólo sus amigos podían ver las fotos). Este ejemplo de gestión resulta especialmente interesante porque puede recordar incluso el tipo de relación que se establece con la difusión de productos y el marketing empresarial. Antonio, el administrador del Grupo Granada de Flickr, mencionaba en una entrevista que hubo quien incluso quiso escribir un programa informático para hacer que una persona subiera en el *ranking* del Explore a base de crear nuevos usuarios, recibir comentarios falsos, etc. Esto parece demostrar que el juego que se establece con la práctica fotográfica, y el uso de las plataformas como Flickr o Facebook, suele dirigirse a la obtención de un capital simbólico o social (por ejemplo en forma de nuevos contactos o seguidores) y que, en última instancia, podría llegar a ser también capital económico.

Las imágenes tienen su propio tiempo y su propia vida. Sin embargo, esta vida, al menos en el momento de la difusión, está dada por los mecanismos impuestos por las distintas plataformas. De hecho, en casi todos los sitios, la organización está dada justamente por la temporalidad. Es decir, siempre aparecen primero en la página las imágenes más recientes. La amplitud de conexiones en las que se inserte una determinada imagen contribuirá a la extensión de su vida. Por ejemplo, si se inserta en un gran número de grupos, si hay personas que la ponen como favorita, si se enlaza desde blogs o páginas y, por supuesto, si hay personas que las buscan desde Google. De esta forma, la temporalidad se expande a través de conexiones y los enlaces rompen con la obsolescencia en la que podrían caer con la linealidad del sistema. Aunque no

parece haber un consenso claro de los mecanismos para ello. Es claro que las personas apuntan como un objetivo que todas sus fotos sigan teniendo visitas. Luz dice:

Creo que efectivamente todo está en el misterio del etiquetado, los tags, estoy segura de que ayudan. Pero como aparezca en búsqueda de imágenes de google o en el explore. Como la foto tenga un poco de impacto visual, empiezan a llover visitas...

De ahí que, en muchas ocasiones, las personas “jueguen” contra la temporalidad impuesta por los sistemas. Maribel, en una entrevista, cuenta cómo algunas personas suelen cambiar las fechas de algunas de sus fotografías. Debido a que el sistema de Flickr muestra en la página de inicio las fotos más recientes de los contactos, al cambiar la fecha de las fotos cambia también el orden de las mismas y por lo tanto vuelven a aparecer en la página de inicio de los contactos. Sería algo similar a hacer un “estreno” de la misma imagen una y otra vez.

La agenda de investigación en este sentido está propuesta por Sutton (2009), quien afirma que:

Para nosotros, la tarea es ver cómo los usuarios de la fotografía se orientan a sí mismos hacia nuevos entendimientos del tiempo y el espacio, en un mundo aparentemente globalizado y en red, cuestiones que parecen estar provocadas por las nuevas tecnologías de conexión (p. 205).

3.3. Sobre las narrativas y “memorias digitales”

*After all, what is a photograph but an attempt to capture
and tame the terrible abyss of eternity?*

Sutton

En contraste con lo anterior, y como se expresó especialmente en el capítulo I, muchos de los usos de la fotografía digital no buscan la trascendencia temporal sino que sirven como herramientas de conexión entre espacios o personas en el mismo tiempo. Esto da como resultado un doble juego, mientras que la fotografía digital parece utilizarse más para el presente, su cuidado como un objeto de memoria ha perdido “materialidad” (en el sentido real y en el

metafórico).¹⁰³ A pesar de la creciente práctica de imprimir las fotos en papel o en algún soporte material y a pesar de que los fotógrafos con los que estuve trabajando señalan tener copias de seguridad de sus fotos, la propia naturaleza de la imagen digital y su dependencia de redes específicas hace que, a lo largo del trabajo de campo, me haya encontrado con tristes situaciones para algunos usuarios de pérdida de imágenes. Un chico perdió más de tres mil fotos de su viaje por Asia al dejar de funcionar su disco duro, otras personas señalan haber perdido sus primeras fotos digitales por el constante cambio de ordenador, porque los tenían en dispositivos que ya no funcionan más (floppy disks, Zip disks, etc.).

Van House y Churchill (2008), siguiendo el trabajo de Geoffrey Bowker, proponen el concepto de regímenes de la memoria, es decir, las tecnologías y prácticas que determinan lo que va a nuestros archivos.¹⁰⁴ Estas, en consecuencia, proveen las condiciones sobre lo que será recordado, individualmente, colectivamente y culturalmente (p. 299). La relación entre memoria y fotografía digital es una que tendrá que explorarse con mayor profundidad en el futuro.¹⁰⁵ Van Dijck (2007) plantea que si no reconocemos: “la profunda imbricación de niveles mentales, técnicos y culturales involucrados en la fotografía digital, nunca comprenderemos las intrincadas conexiones entre la memoria, la formación de identidad y la fotografía” (p. 104). Aunque este objetivo exceda las posibilidades de este trabajo, resulta fundamental apuntarlo aquí para el completo entendimiento de las prácticas de fotografía digital.

Por otro lado, aparecen también nuevas formas narrativas que utilizan las características de las fotografías para elaborar mensajes que combinan juguetonamente la imagen con dichas características. En la galería de Mar en Flickr aparece una foto donde se ve un telón cerrado y nada más. El título de la foto es “sean bienvenidos”, nombre de una canción del grupo Barricada. Abajo aparece la letra de dicha canción.

103. Van Dijck (2007), sobre el uso de la cámara por parte de los jóvenes, señala que estos parecen estar menos interesados en compartir fotografías como objetos que como experiencias (p. 114) –cuestión que retoma a su vez de Kindberg *et al.* (2005)–.

104. Para una reflexión sobre la cultura digital y la memoria en red ver Echeverría (2009).

105. Agenda que se ha planteado, desde los estudios sociales de la ciencia y la interacción humano-computadora, con las llamadas “tecnologías de la memoria” (cfr. Van House y Churchill, 2008).

La foto adquiere sentido a partir del texto y el texto se potencia por la foto. Las imágenes se insertan en una narrativa audiovisual compleja que, al mismo tiempo, crea a la obra y a la persona pero que además siguen alimentándose y reconfigurándose en forma de comentarios, enlaces, bromas y otras imágenes. Este es apenas uno, de cientos de ejemplos, que he encontrado en mi trabajo de campo. En consonancia y sobre sus informantes, Lee (2009) afirma que:

Él(ella) lee un fragmento del mundo vivido como un objeto fotografiable y convierte esta microrrealidad en un espectáculo. Al grabar un momento de la experiencia personal, él(ella) certifica su presencia en el momento y, al mismo tiempo, trata de adquirir una marca que hable acerca de su mundo vivido (p. 165).

Revisando los “fotostreams” de Flickr, las fotos de Fotolog o los álbumes de Facebook, uno se puede hacer una idea de las parejas, los amigos, las vivencias, el día a día y la vida cotidiana de muchas personas. En algunos casos, esta es una búsqueda explícita. Jessica, sobre su uso de fotos propias, apunta:

Exponerse permite tratar de comunicar lo que sientes... eso creo, por ejemplo en el *display* del msn siempre pongo una imagen que comunica cómo me siento ese día... una imagen mía... una imagen de cómo me percibo y cómo quiero que entienda la gente que ando hoy.

En otros casos, estas narrativas de vida no son necesariamente fotográficas y es de hecho la imagen la que se deja de lado, con una intención perfectamente pensada. Por ejemplo, una imagen en Flickr aparece sin título y en blanco. Su autor escribe debajo, en inglés: “20 years ago I was diagnosed with diabetes. No cure on the horizon. Comments closed. Need friends, not sermons. Thanks for listening”. No hay una imagen, sólo un espacio en blanco, un espacio en donde tendría que haber una imagen porque este es un sitio sobre fotografía. Y sin embargo, lo que hay es un espacio en blanco, con un breve texto, en inglés, sobre lo que una persona siente. Sin espacio para comentarios, sin interacción alguna, casi una confesión, casi una llamada de auxilio. Unos días después, la imagen desaparece.

3.4. Sobre la reproducción y copia de imágenes

Después de meses de pasar un par de horas diarias en Flickr, uno comienza a ver fotos muy parecidas. Uno de los ejemplos que resultó más evidente en mis andares por Flickr fue la imagen de un anillo sobre un libro abierto que, por la forma y posición, hacía que la sombra tuviera la forma de un corazón. Esta foto la vi una primera vez y en cuestión de días, semanas y meses volví a encontrármela en incontables cuentas de Flickr. No era la misma foto, eran fotos distintas pero siempre la misma idea. Este ejemplo muestra cómo los fotógrafos y fotógrafas de Flickr suelen copiar ideas con bastante frecuencia, no tanto como una forma de plagio sino como una forma de aprender técnicas, desarrollar ideas, etc. Cata lo expresa de esta manera:

Es un juego de ego, aprendizaje, ociosidad, crecimiento, apertura y demás. Creo que al ver trabajos de otras personas, te da más ideas de qué cosas puedes fotografiar, qué experimentos puedes hacer, pues siento que muchas veces me he sentido como que no he logrado nada nuevo o que, por ejemplo, donde vivo no hay nada excitante o emocionante para fotografiar y al mirar a otros, vuelve la inspiración y las posibilidades (En el foro de Mi Tesis, Flickr).

En ese sentido, también resulta común que, en los comentarios de una determinada foto, aparezcan fotos muy similares o tomadas el mismo día o en el mismo lugar como una forma más de conectar vivencias, experiencias y personas a través de imágenes e hipervínculos.

4. La imagen en red y las nuevas visualidades

The simple act of carrying a camera and searching for something to photograph greatly sharpened my own powers of observation and allowed me to experience much more of life.

Kent Reno

La cámara es un instrumento que enseña a las personas cómo ver sin una cámara.

Dorothea Lang

Este “poder fotografiarlo todo”, en todo momento, parece generar una nueva forma de mirar, y hasta se podría pensar que reclama una necesidad de hacerlo. Si a esto se le suma la movilidad y la portabilidad de la cámara, muchas veces integrada en el teléfono móvil, el resultado es algo que un gran número de personas, tanto en entrevistas como en conversaciones informales, han comentado con actitud jocosa: que desearían poder tener “una cámara integrada en el ojo”.¹⁰⁶ De esta forma, afirman, podrían fotografiar lo que ven sin tener que depender de la disponibilidad de una cámara. Una de mis informantes me dijo en una ocasión: “me gustaría que las fotos pudieran transmitir exactamente lo que mis ojos están viendo”. El siguiente extracto es de una entrevista con una chica madrileña, Pilar, lo reproduzco entero, no sólo porque resulta un claro ejemplo de la reflexividad sobre la práctica fotográfica, en el entendido común de pensar sobre su propio hacer, que tiene la mayoría de las personas que hace fotografía, sino porque me da pie a hablar de lo que planteo podría ser un nuevo régimen visual:

Empiezo por el principio, que es por donde mejor se empiezan las cosas. Jiji. Me preguntabas qué diferencia hay entre mirar y ver. Es una apreciación muy subjetiva, que no sé si todo el mundo comparte conmigo, pero que yo la creo cierta. Yo llamo mirar al acto de abrir los ojos y pasear la vista sin captar lo que se está viendo, es decir, constatando la existencia de aquello que se está mirando pero no su esencia. Y llamo ver al hecho de ir

106. Microsoft acaba de desarrollar la llamada SenseCam, una cámara que se cuelga del cuello y que toma, automáticamente, fotos. Ya sea porque sus sensores integrados detectan un movimiento o porque se programa para que tome una foto cada 30 segundos. Al final del día, lo que se tienen son dos mil imágenes que crean una especie de “diario digital fotográfico”. Ver <<http://es.wikipedia.org/wiki/SenseCam>>.

más allá del mirar, a penetrar con la vista lo que se tiene delante, capturarlo, entenderlo o por lo menos intentar comprenderlo, hacer que, de alguna manera, empiece a formar parte de mí al quedarse alojado en mi memoria sensitiva. Por poner un ejemplo, que dicho como lo he dicho parece engorroso: Cuando vas por la calle hablando por el móvil y tienes una farola delante y te la vas a pegar, pero en el último momento te das cuenta de que está ahí y la esquivas es porque la has mirado, pero no la has visto. Esa farola no se te ha quedado en la retina, porque no estabas prestando atención a lo que veías, esto es, estabas mirando. Pero cuando vas por la calle y se cruza una chica guapetona, con unas buenas piernazas y un escote generoso, y tú te vuelves a mirarla y se te va el autobús porque en ese momento solo existían esas piernas y ese escote, entonces estás viendo. Estás atrapando sus detalles, el brillo de su piel, el ritmo de sus pasos, el color de su pelo... igual en ese momento no eres consciente de estar capturando toda esa información, pero lo más seguro es que sea así. Y que la próxima vez que veas un brillo de piel similar al suyo, o un pelo parecido, tengas un *dejavú*. Puede parecer que eso de ver tiene que ser complicado, por todo eso que digo de captar los detalles y almacenarlos, que se debe necesitar quedarse media hora sentado delante de algo para verlo y no solo mirarlo, pero en realidad es mucho más fácil. Solo hay que prestar atención (entrevista por correo electrónico).

Esta distinción, entre mirar y ver, resulta sintomática de cómo las personas que suelen tomar fotografías constantemente, y que además llevan una cámara todo el tiempo, generan una nueva forma de mirar y tener una “vista fotográfica”, para utilizar las palabras de Pilar.

Gye apunta que: “los teléfonos con cámara están extendiendo la forma en la que miramos al mundo fotográficamente y al hacerlo, esto trae cambios en cómo nos entendemos a nosotros mismos y ese mundo” (2007, p. 287). Marina, otra de mis informantes, dice: “desde que empecé con esto del mundo de la fotografía, ha cambiado mucho mi forma de ver las cosas... una simple foto ya no sólo veo lo que es la imagen sino que le saco un doble fondo, el significado de la fotografía”. Algo similar a lo que plantea David, otro informante, quien dice que: “Desde que me dio por la fotografía me paso el día mirando pequeños detalles que antes no me importaban”. Ahora bien, como mencioné hace un momento, el mismo hecho de fotografiar constantemente hace que se afine la mirada para seguir fotografiando, es un proceso cíclico. Nati, al respecto, afirma que:

A veces saco la cámara para fotografiar algo y, al tenerla encendida y ver diferentes cosas, objetos a través del lente en un movimiento casual, me engancha buscando ángulos, colores, luz... con la cámara me fijo más en cosas que antes pasaba por alto (foro de Mi Tesis).

Esto hace que algunos autores lleven el argumento más lejos al plantear que con la cámara del móvil se “difuminan las barreras entre el (lenguaje) simbólico y la (imagen) icónica y el resultado es una nueva forma de taquigrafía. Estamos a las puertas de la era postcámara, y la desaparición de la cámara es un momento de emancipación para el fotógrafo” (Rubinstein, 2005, p. 8). Rubinstein plantea esto sobre todo por la incorporación de un dispositivo de toma de imágenes en los teléfonos móviles que disuelve el objeto-cámara en otros tantos dispositivos de la red sociotécnica de la imagen red.

La reconfiguración de la mirada, a través de la práctica fotográfica continua, tiene implicaciones sociológicas más amplias. Por ejemplo la relación de la fotografía con el espacio, Lee (2010) apunta que la mirada fotográfica de un lugar está formada en gran medida por “los discursos que las imágenes comerciales y estereotípicas han articulado sobre las formas de ocupar, usar y apreciar un espacio” (p. 268). Sin embargo, la práctica fotográfica puede ser una forma de apropiarse del propio espacio, de vivir la ciudad a través de la mirada fotográfica y crear imágenes alternativas a las comerciales y turísticas. En un ejemplo muy concreto de ello, Eric Fisher, un usuario de Flickr que desarrolla mapas que muestran lo que personas locales y los turistas fotografían en las ciudades, muestra claramente, en el caso de Barcelona,¹⁰⁷ cómo para los turistas la ciudad fotografiada coincide con la propuesta por los mapas turísticos mientras que, para los habitantes de la ciudad, ésta es mucho más extensa y amplia.¹⁰⁸ En mi trabajo de campo se pudo apreciar esto mismo con claridad. En el grupo de Barcelona, por ejemplo, uno de sus sitios favoritos para fotografiar era “El Bunker”, un refugio antiaéreo en el barrio del Carmel, en el monte llamado Turó de la Rovira, y que recientemente fue declarado patrimonio histórico. Desde ahí se podía observar

107. <http://www.Flickr.com/photos/walkingsf/4671574863/in/set-72157624209158632/>

108. Para una discusión a fondo sobre la relación entre turismo y visualidad ver Burns, Lester y Bibblings (2010).

toda Barcelona más Sant Adrià de Besòs, Badalona, Santa Coloma y L'Hospitalet de Llobregat. Por su altura, era un lugar privilegiado para tomar fotografías al atardecer o al amanecer. Sin embargo, está claramente fuera del circuito turístico.¹⁰⁹ Lo que es significativo aquí, aparte del contenido y estética de las imágenes, es que las personas locales también fotografían su ciudad, no solo los turistas, y a diferencia de estos, para los locales sacar fotos de su ciudad es parte de su relación con el espacio cotidiano que habitan.

Otro ejemplo, en una exposición organizada por el grupo de Oxford de Flickr, además de las tradicionales fotos de los *colleges* y los canales, objetos fotográficos por excelencia para los turistas, también incluyeron fotos de indigentes o de temas abstractos, ya que pretendían así ofrecer una visión más amplia de la ciudad, más allá de sus edificios históricos. Sus fotografías dialogan con las fotografías turísticas, no solo porque amplían el espectro de lo fotografiable en la ciudad, sino también porque con ello las contestan o las confirman, pero en todo caso, viven la ciudad a través de su práctica fotográfica.

La idea de que un mapa pueda ser tan detallado que equivalga al territorio puede parecer absurda, la cuestión es que la visualidad digital, con sus posibilidades de múltiples tomas, indexación, búsqueda y modificación, abre perspectivas que requieren una reflexión más profunda.

En ese sentido, la relación entre mapa y territorio se modifica a través de las posibilidades de la imagen en red que se suman a las tecnologías de geolocalización. Por poner dos ejemplos: el proyecto de Microsoft, Photosynth,¹¹⁰ que utiliza una multiplicidad de imágenes hechas por personas y las une en modelos tridimensionales de un lugar, o Tourism Remover,¹¹¹ un software que une distintas fotografías con personas que se cruzan al momento de tomar las fotos y hace que el resultado final no tenga personas en ella dejando solamente los edificios (específicamente pensado para turistas). En el grupo estudiado vemos que exploran las posibilidades de geolocalización que

109. En una entrada del blog de Flickr sobre el grupo, se anunciaba su reunión justamente en El Bunker para fotografiar el amanecer, <<http://blog.Flickr.net/es/2008/11/10/al-amanecer/>>.

110. <http://photosynth.net/about.aspx>

111. <http://www.snapmania.com/info/en/trm/>

ofrece Flickr y las rechazan, pero al mismo tiempo, otros usuarios las emplean, de manera que el mapa es más que el territorio mostrado, incluye las subjetividades de las personas a través de la inclusión de sus fotografías, estas nuevas “cartografías subjetivas” forman parte de este nuevo régimen de visualidad de la imagen red que constituye una futura línea de investigación que solo he apuntado en este trabajo.

TERCERA PARTE

Sinergias

Autorretratos, la práctica paradigmática de la fotografía digital

I always thought of photography as a naughty thing to do. That was one of my favorite things about it, and when I first did it I felt very perverse.

Diane Arbus

1. El arte del autorretrato

Emma regresa de trabajar a media tarde; su puesto como directiva en una empresa hostelera le consume la mayor parte del día. Precisamente por el puesto que desempeña, en estrecha relación con el uso de tecnologías digitales e internet, está conectada a la red constantemente. Es joven y guapa, como muchas de sus coterráneas en el país andino en el que vive. La belleza, para muchas de estas mujeres, es un capital social (lo que algunos autores apuntan como “capital físico”, cfr. Shilling, 1991, y Coles, 2009), y lo considera uno muy importante. Emma llega a su casa, pone un poco de música y se desviste. Completamente desnuda, pasea por su sala al compás de la música mientras prepara su cámara, tomará varias fotos de su cuerpo en posiciones que recuerdan a las esculturas griegas, todas con un toque erótico pero siempre con clase. Emma tiene una predilección por el blanco y negro que le da un

aire más solemne y artístico a sus imágenes. Ella posa para sí misma, es su modelo favorita y su mejor fotógrafa. Más tarde, después de haber tomado decenas de imágenes, las bajará a su ordenador, escogerá algunas que le gusten especialmente, quizá les dé un pequeño retoque y terminará la sesión subiendo un par de esos autorretratos a su cuenta pública de Flickr donde cualquiera podrá verlas. Guardará el resto de las imágenes para ir las subiendo, poco a poco, otros días porque, como ella misma menciona: “cuando tengo pereza de sacar más fotos, vuelvo a ellas a ver si hay algo que se puede salvar...”. De esta manera, siempre tendrá fotos “nuevas” para subir, basta que acuda a su extenso archivo. En apenas unos minutos, después de haber subido las imágenes, comenzará a recibir comentarios y mensajes, casi todos de hombres, pero algunos también de mujeres, en los que alabarán su belleza como mujer o las fotos como imágenes: las poses que hace, la luz que utiliza, los elementos que se ven junto a ella. Emma sonreirá. La ventana a su cuenta de Flickr se mantendrá abierta, en un segundo y discreto plano, durante toda la semana en el ordenador de su despacho. Emma, entre documentos de trabajo y reuniones varias, gestionará el éxito de sus imágenes respondiendo comentarios, dejando otros o leyendo los múltiples correos que recibe. Y volverá a sonreír.

Este relato, fruto de mi entrevista con Emma, hace referencia a una práctica muy común en la fotografía digital. Además Emma forma parte de un extenso grupo de mujeres que hacen autorretratos con elementos de erotismo, y que se pueden ver en cuentas públicas (o privadas) de Flickr. Los suben para que cualquier persona pueda verlos. Sin embargo, también existen diversas formas de autorretratos que no siempre son desnudos. En el caso de Montse, en lugar de llegar a casa y desnudarse, ella se cubrirá, se transformará en su alter ego. En su caso, el juego de hacer autorretratos siempre implica elementos que recuerdan al mundo del teatro: pelucas, telas, juguetes. Cualquier cosa que se encuentre en un mercadillo, cosas que le regalan sus amigos, todos los objetos pueden ser potenciales disfraces. Montse, como Emma y muchas otras mujeres, puede en una sola sesión tomar, literalmente, cientos de fotografías. Ella también escogerá un par y guardará una carpeta llena de imágenes posibles para poder subirlas poco a poco, en algún momento.

Una desnuda, la otra disfrazada. Emma y Montse son acaso dos ejemplos de una de las prácticas fotográficas que, a lo largo de mi

trabajo de campo, observé copiosamente: los autorretratos. No sería exagerado decir que nadie que tenga una cámara digital, no se ha tomado alguna vez una foto a sí mismo. Por ello, propongo que los autorretratos son una de las prácticas paradigmáticas de la fotografía digital y de la imagen en red.

Los autorretratos no son necesariamente una práctica nueva en la fotografía,¹¹² ni, por supuesto, en pintura. Los autorretratos, como los retratos, han sido, sin lugar a dudas, uno de los principales objetos fotográficos (cfr. Martínez-Artero, 2004). Sin embargo, la diferencia fundamental es que, en los autorretratos, es una misma persona quien fotografía y es fotografiada. Dicha práctica había sido tradicionalmente reservada, y era por demás común, entre los artistas. Incluso algunas fotógrafas como Jo Spence y Cindy Sherman construyeron su carrera artística teniendo a los autorretratos como su principal motivo.¹¹³ Avgitidou (2003) describe una posible trayectoria del autorretrato en el mundo artístico. Ella sugiere que el autorretrato fotográfico se ha utilizado no tanto como una forma de representación, sino como una forma de exploración. Cuestión similar a la que plantea Jones (2002), esta autoexploración genera, según estas autoras, una forma de empoderamiento. Aunque los autorretratos siguen siendo explorados y explotados por jóvenes artistas (cfr. Dalton, 2000), esta práctica se ha extendido convirtiéndose en una práctica común a cualquiera que tenga una cámara digital. Sin embargo, como en el planteamiento que hace Jones, siguen siendo mayoritariamente las mujeres quienes elaboran y difunden autorretratos de forma sistemática, creando una tensión entre el empoderamiento de su propia visión y la alienación de la exhibición pública de estas imágenes.

Los autorretratos, en la era digital, parecen haber perdido la solidez y grandilocuencia de los autorretratos de los artistas plásticos. Ahora parecen insertarse en un continuo flujo de imágenes, textos y conexiones que construyen narrativas, y, por lo tanto, subjetividades.

Son las mujeres quienes mayoritariamente parecen llevar a cabo esta experimentación y exploración de su identidad a través de los autorretratos, cuestión documentada en estudios en diversos países: Taiwán

112. Para una breve historia sobre los autorretratos en el arte, ver Avgitidou (2003).

113. Para una reflexión en primera persona sobre los autorretratos artísticos, ver Spence (1988).

(cfr. Wang, 2009), Corea (Lee, 2005), Suecia (cfr. Palmgren, 2009) o Israel (Schwarz, 2010). Justamente por ello, hablar sobre los autorretratos resulta útil para discutir las transformaciones en la fotografía y sobre cómo éstas se enmarcan a su vez en transformaciones sociales más amplias como las relaciones de género y la construcción de la subjetividad femenina. Por una parte, en el caso específico de la práctica de los autorretratos, lo que se pone en marcha es una reflexión sobre el género, la identidad y la sexualidad. Por la otra, esta práctica se constituye como actuación de la identidad personal y generadora de subjetividad. De esta forma, este capítulo está construido en su mayoría con los testimonios de mujeres, que son analizados tomando herramientas de los estudios de género. Sin embargo, debido a mis propias limitaciones, la lectura profunda que desde el feminismo se pueda hacer de esta práctica es una labor que excede a este trabajo, que se centrará principalmente en la reflexión sobre una práctica que es propia de la “cultura Flickr”.

2. Los autorretratos como la práctica paradigmática de la imagen en red

Photography is our exorcism. Primitive society had its masks, bourgeois society its mirrors. We have our image.

Jean Baudrillard, 1998

En los autorretratos no sólo se pone en juego la posición de un yo frente al otro, sino también la reconfiguración de la mirada, el poder, la identidad, la subjetividad y las formas de relación social a través de la construcción de imágenes. Esta tarea, que no es otra que la de la construcción de la identidad, está estrechamente relacionada con la sexualidad y el género, al menos en los autorretratos que analicé en mi trabajo de campo. Por ello contempla, en última instancia, el cuerpo como eje vertebrador. El análisis de la relación entre fotografía y creación de subjetividades tiene un largo camino recorrido. Incluso diversos autores y autoras han trabajado específicamente sobre el tema de la relación entre el autorretrato y la identidad (cfr. Doy, 2005; San Cornelio, 2008; Jones, 2002; Budgeon, 2003). La fotografía, anteriormente un objeto de dos dimensiones, en la era digital, se sitúa dentro de otra superficie

bidimensional: la pantalla, y esto genera nuevas relaciones entre el cuerpo y la construcción de la identidad.

2.3. *Los autorretratos y el performance de la identidad*

Dalton, en un texto en el que revisa la obra de tres artistas contemporáneos cuya obra está basada en los autorretratos, recalca que su propuesta es aparecer en ellas apelando a un juego de identidades. Esta idea plantea que lo importante en estas imágenes no es su carácter “representacional”, sino su condición de “performance” en sí mismo. Así, la imagen no está separada de “la acción”, es la acción en sí misma.¹¹⁴ Esta conceptualización parece ser útil para entender las distintas dimensiones de los autorretratos en la era digital y la traigo a colación porque es justamente este carácter, en donde la fotografía es un performance en sí mismo, el que parece recuperar el carácter de una identidad juguetona y lúdica en internet (cfr. Gómez y Ardèvol, 2011). Ya no se posa *para* las fotografías, se crea una identidad *con* ellas. La agencia fotográfica, a través de sus prácticas, no sólo se integra como una parte de la puesta en escena de la identidad: al crear imágenes, la identidad se *construye* visualmente, cuestión que es relativamente reciente en internet.

Por otra parte, pero complementando esta idea, existe una crítica, especialmente desde el feminismo, a los estudios que analizan la relación entre cuerpo e imagen como representación. La crítica está centrada en el hecho de que dichos estudios se basan en dualidades como cuerpo/imagen, sujeto/objeto, que provienen de una visión cartesiana de separación entre mente y cuerpo¹¹⁵ (cfr. Coleman, 2008; Budgeon, 2003). Budgeon, por ejemplo, apunta que el cuerpo es un lugar de “prácticas, conductas y articulaciones enfrentadas” (p. 43) y a su vez Coleman propone entender, retomando a Deleuze y Guattari, que justamente la relación con las imágenes *genera* cuerpos. Es decir, desde una posición deleuziana, se entendería a los cuerpos “no como un sujeto

114. Cada vez más, el fotografiar algo y hacer algo para ser fotografiado se unen en una sola acción. Sontag apunta: “las fotografías se han transformado a tal extremo en la experiencia visual primaria que ahora se presentan obras de arte producidas con el fin de ser fotografiadas” (p. 208). En ese sentido, por ejemplo el gran boom del grafiti tiene que ver con su difusión global en forma de fotografías.

115. Para una reflexión sobre el papel del pensamiento de Descartes, el rol del cuerpo y los nuevos medios, ver Munster (2006).

circunscrito que está separado de las imágenes sino que lo vería como la conexión entre humanos e imágenes como *constituyendo* un cuerpo” (p. 168). De esta manera, hablando de las imágenes de las adolescentes que participaron en su estudio: “Las imágenes fotográficas son un tipo específico de imagen que produce conocimientos particulares, entendimientos y experiencias de sus cuerpos” (p. 170). Esta aproximación resulta útil para entender la anterior.

De esta forma, los autorretratos y su uso en las plataformas de redes sociales funcionan no tanto como una re-presentación de una subjetividad sólida y estable, sino que son elementos móviles y contextuales de una identidad en constante flujo y construcción. Esto coincide con lo expresado por Giddens (1991): las identidades nunca estaban consolidadas sino que siempre estaban en construcción. Los autorretratos son la escenificación de un performance y el performance en sí mismo. Una puesta en escena sofisticada, juguetona y reflexiva, como en la propuesta “teatralizada” de Goffman (2004) en donde se “actúa” para un público. Sin embargo, a diferencia de la propuesta goffmaniana, este “performance” es, en sí mismo, un proceso de construcción de la identidad. Si para Goffman había un *backstage* y un *frontstage*, los autorretratos forman un único escenario para la identidad en línea.

Por otro lado, estas identidades son, al mismo tiempo, individuales y sociales ya que, con la emergencia de la llamada Web 2.0, los objetos visuales se han convertido en un elemento central para la comunicación mediada, teniendo a la fotografía digital como una fuente inagotable de recursos para la socialización y la puesta en escena de la identidad. Una cuestión parecida es la planteada por Avgitidou (2003) quien, al hablar sobre una instalación en la que se mezcla la cara del artista con el de la persona que está viendo la instalación, señala que “el retrato del artista es una excusa para la interacción” (p. 134).

De esta manera, la propia imagen, ya sea como autorretrato o en fotografías donde también aparecen más personas, se ha convertido en un “objeto” fundamental para enlazar personas y tecnologías y crear rutinas y prácticas de sociabilidad. Es decir, una “excusa para la interacción”.¹¹⁶

116. El caso paradigmático sería el de los fotologs, plataforma de la que he ido apuntando algunas cosas a lo largo de este trabajo.

Un ejemplo claro de lo anterior es que en los “perfiles” de las redes sociales es justamente la fotografía de uno mismo la presentación básica de la persona, lo que algunos autores denominan “self-impression management” (cfr. Lee, 2010). Así, el cuerpo-imagen se convierte en un “artefacto” básico para la construcción de identidades en internet. Identidades igualmente mediadas, pero esta vez más visuales.¹¹⁷ Aunque algunos autores como Koskinen (2005) señalan que las prácticas que involucran al cuerpo y a la imagen del mismo son “antiguas”, la diferencia es que esta vieja práctica tiene múltiples e inmediatos elementos para desarrollarse y expandirse. Sin embargo, lo que se plantea aquí es un análisis más allá de la representación. Ya que la “fotografía es tanto una ‘forma de dirigir’ y una ‘forma de actuar’ como una ‘forma de ver’, que por lo común involucra relaciones *íntimas* entre observadores y observados” (p. 425), en el caso de los autorretratos todo esto recae en una sola persona que, después de elaborada la imagen, continúa con la *escenificación*, en términos más goffmanianos (no sólo mostrando el objeto fotográfico construido sino interactuando con él y a través de él, las personas que lo comentan, enlazan, etc.). Por ello se hace necesario recordar la aproximación que intento tener en este trabajo y que requiere el reconocimiento explícito de la compleja relación entre tecnologías, usos y prácticas.

3. Hacia la construcción de una tipología de autorretratos en internet

A continuación describiré cuatro formas en las que se agruparían distintas maneras de práctica del autorretrato. Estas no son mutuamente excluyentes y representan más un continuo que formas distintas. La separación se hace para efectos analíticos y para mejor comprensión de la diversidad de aproximaciones a la práctica. Estas cuatro agrupaciones son: juegos de identidad, la experimentación fotográfica, las narrativas del yo y los autorretratos como terapia.

117. La cuestión sobre la visualidad y el cuerpo es mucho más compleja que lo que aquí se presenta, por ejemplo, no se toma en cuenta, para este análisis, a las tecnologías que desde la medicina han servido para visualizar el cuerpo y que supondrían otra reflexión interesante (cfr. Gerundini y Castellani, 2003).

Para ello me he basado en la práctica específica realizada por las mujeres de mi trabajo de campo, y aunque no rechazo un análisis desde la mirada de género (cosa que excedería el planteamiento de este trabajo) es obvio que la cuestión de género está presente en esta aproximación integrada en el marco teórico que utilizo.

3.1. Autorretratos: El “espejo del yo” y los juegos de identidad

*Self-portraiture in the context of autobiography,
is a self-exploration as much as it is a self-representation.*

Angeliki Avgitidou

Creo que es una forma de reafirmar quién soy.

Fotógrafa en Flickr

Laura Mulvey (1975), en su análisis sobre la narrativa en el cine, texto ampliamente citado y utilizado como base para muchos estudios sobre imagen e identidad, retoma la teoría psicoanalítica “como un arma política”. Desde una posición feminista, busca desentrañar “el orden patriarcal en el que estamos presas” (p. 7). El cine, plantea, “como un avanzado sistema de representación, nos lleva a preguntarnos sobre las formas en las que el inconsciente (formado por el orden dominante) estructura formas de ver y placeres en mirar” (p. 7). Su análisis retoma la propuesta de Lacan, quien planteaba que el reconocimiento de la imagen de sí mismo en la niñez suele darse con el encuentro con el espejo. La imagen, objetivada en el espejo, es fundamental porque el doble proceso de “reconocimiento/descocimiento e identificación es la primera articulación del ‘yo’ de la subjetividad” (p. 10). Ahora bien, Mulvey relaciona críticamente este análisis con “la envidia del pene” para plantear que, mientras que el hombre se ha erigido como aquel que dota de sentido, la mujer se ha quedado relegada en una mera cuidadora de dicho sentido. La mirada es de él, quien es mirada es ella. Cuestión en la que coinciden otros autores como Berger (1972), quien afirma que “los hombres *actúan*, las mujeres *posan* (appear). Los hombres miran a las mujeres. Las mujeres se ven a sí mismas siendo miradas. Esto determina no sólo la mayoría de las relaciones entre hombres y mujeres sino

también la relación de las mujeres consigo mismas” (p. 41), cuestión en la que coincide también Frosh (2001), entre otros. Sin embargo, el empoderamiento que se había mencionado que se logra a través del autorretrato es lo que podría estar modificando esta ecuación, ya que a través del autorretrato la mujer puede mirarse a sí misma siendo mirada, abriendo un proceso de reflexión sobre su cuerpo como imagen.

Featherstone (2010) parece complementar y extender esta idea al afirmar: “En la ausencia del espejo, la grabación de la cara y el cuerpo por la cámara a través de la fotografía se vuelve la forma dominante para representar la imagen corporal y también para imaginar la imagen del propio cuerpo” (p. 194). De esta forma, siguiendo a Foucault, Avgitidou (2003) propone que “el auto-retrato puede estar ‘justificado’ como un intento de cuidado del ser, una clase de auto ejercicio y auto examinación, un deber con la exploración y el avance del ser” (p. 132). Vivi, una canaria que se dedica a la fotografía, informante en mi estudio, lo expresa de esta forma:

Hice autorretratos un tiempo, en Fotolog, y me sorprendía que hubiera quien no me reconociera, me pareció divertido que en fotos pudiera resultar polifacética (porque creo que soy polifacética pero en otros aspectos, como el del perfil profesional) [...] todos aquellos autorretratos me ayudaron a construirme una identidad en internet... y fue demasiado divertido :) (entrevista).

Una cuestión parecida a la que propone Paty, una usuaria de Flickr: “A mí por ejemplo normalmente me gusta fingir que soy otra persona, me encanta salir en fotos y que no se me reconozca”. El proceso de crear autorretratos es, por fuerza, el proceso de mirarse a sí mismo, y, por lo tanto, no sólo es una puesta en escena del yo, sino la oportunidad de re-crear, juguetonamente, ese yo: de performarlo. Cuestión que, en la era digital, siempre está en relación con los otros (los “otros invisibles” a los que se refiere Lee, 2010) y se da a través de la interacción mediada.

En algunas ocasiones, como en el caso de Montse, de quien he hablado profusamente, es un juego de construcción de un “otro yo”, una especie de “desdoblamiento”. Esto produce una revisión de la identidad ya que en ocasiones, de manera juguetona, vuelve a poner al

cuerpo en el centro de los juegos de identidad,¹¹⁸ pero esta vez un cuerpo “performado”. Emma, por ejemplo, apunta sobre sus desnudos:

Son para mí casi como las fotos de un personaje [...] en todo caso, los desnudos de ella son de ella [...], no creo que sea lo mismo ver a una mujer en una foto a verla personalmente, incluso mucha gente que me conoce y que me ha visto no puede creer que sea yo la que aparece en las fotos.

Sin embargo, también es común que este juego no sea de identidades falsas o alter-egos, sino de búsqueda de un refinamiento de la propia. Cata, otra de mis informantes, puede ser la portavoz de lo que muchas otras mujeres me comentaron. Ella apunta: “Creo que gran parte es porque busco que salga bien en la foto (mi mejor ángulo, pose, mirada, etc.) y no me da pena ni inseguridad ‘desnudarme’ ante mí, además de que, si no me gusta, la borro y tomo otra”. Jessa, en el foro de Mi Tesis, y en el mismo tono, agrega:

Siempre me sentí cero fotogénica cuando empecé con la foto, siempre sentía que no habían capturado lo que yo quería expresar o que posiblemente yo tenía muy claro lo que quería y no me supe explicar, así que para no caer mal... ¡mejor me la tomo yo!

Esto, inevitablemente, lleva a una relación con el ego y la vanidad, continúa Jessa:

Yo sí me tomo fotos por ego y vanidad!!! (lo confieso =S) jejeje me gusta tomarme fotos tengo muchísimas, mmm en Flickr no tengo muchas pero en otros espacios como hi5 o myspace sí... y sí, lo hago definitivamente por vanidad!!!!... cuando estoy sola y creo que es un momento para un autorretrato creo que hago como 50 tomas... ja y hasta que no tengo una o varias que me gusten no estoy tranquila así me puede llevar 5 horas...

Por ello, se genera una tensión entre el empoderamiento de la mirada propia con el disfrute del resultado por parte de, especialmente, una misma. Lo que Barthes denominaba: “Constituirse en el acto de posar” (1999) y que es transformado por el hecho de que aquí, a dife-

118. En contraposición con esa “identidad virtual” que durante la década de los 90 parecía ser “la identidad de internet”. Ver Gómez Cruz (2007) y San Cornelio (2008).

rencia de los cuatro imaginarios que se cruzan,¹¹⁹ según Barthes (1999), en la fotografía se funden en uno que se exhibe ante la mirada de los demás. Y aunque pareciera que estas mujeres lo hacen para sí mismas, su audiencia es mayoritariamente masculina.

Resulta sorprendente, y curioso a la vez, el número de tomas que suelen hacer muchas de estas mujeres para encontrar una imagen que les satisfaga. Y sin embargo, no hace más que reforzar la idea de las profundas transformaciones que las prácticas de fotografía digital traen consigo. Es lógico también que este proceso de “auto-representación” tan trabajado y complejo de juegos del yo, de puestas en escena, se convierta en una exploración más profunda de la identidad y las formas en las que ésta se experimenta en la era de la internet visual:

El principal motivo por el que hay fotos mías en mi Flickr es porque yo lo he convertido en un rincón muy personal. Esta no es mi tarjeta de presentación como fotógrafa, va un poco más allá: es mi modo de desestresarme, es aquí donde yo vomito mi día a día, por así decirlo. En tanto que es personal, en muchas ocasiones soy yo la que aparece. Porque es muy complicado y no siempre me interesa conseguir que una modelo exprese lo que yo siento o lo que me apetece transmitir. Además es complicado encontrar una modelo a altas horas de la madrugada, q es cuando suele llegarme la inspiración para determinadas fotografías... Supongo que tb tiene parte de aceptación personal. Atreverse a retratarse y atreverse a exponerse en un sitio como Flickr es un método de aceptación personal, sin complejos, te muestras... Lo que yo publico es parte inevitable de mi persona, desde los atardeceres o las cucharas de las tazas, hasta la piel que aparece (Zeta, en el foro de Mi Tesis).

Este proceso, que podría entenderse desde la presentación del yo goffmaniana, adquiere una dimensión más compleja ya que el proceso no sólo reside, como en un primer momento, en la corporalidad y sus juegos, sino en el mensaje en el que éstos se insertan. Elba, por ejemplo, dice:

Otras veces me autorretrato porque estoy pensando y sobre esos pensamientos necesito retratarlos de alguna manera, y aun pudiendo coger

119. Barthes lo apunta así: “Ante el objetivo soy a la vez: aquel que creo ser, aquel que quisiera que crean, aquel que el fotógrafo cree que soy y aquel de quien se sirve para exhibir su arte” (p. 42).

a otras personas... me escojo a mí misma porque aunque le expliques a alguien ese pensamiento cuando la vayas a retratar no queda lo natural que tú quieres (en el foro de Mi Tesis).

Esto que parece una búsqueda y experimentación continua, en algunas ocasiones desemboca en que las fotografías y su difusión se convierten en una de las principales prácticas de generación de identidad para quien las hace. Nati, por ejemplo, se define como una “autorretratista”, y, sobre sus imágenes, dice: “Digamos que me ayuda a verme mejor de como creo que soy realmente. También creo que dice mucho de mí, que en cierta manera me describe”. De esta forma, la imagen se torna no sólo un espejo, sino una narración del yo, una narración controlada por la persona que la hace y proyecta. Curiosamente, incluso cuando no se publican, aun así cumplen una función de autoconstrucción, funcionando claramente como un espejo: “Me gusta mucho tomarme (fotos) desnuda... me encanta mi cuerpo, pero no las publicaría, porque esas son sólo para mí... me daría pena publicarlas, repito esas son sólo para mí, para mi ego muy personal” (Luli en entrevista por correo electrónico).

En otras ocasiones, se muestran sólo a determinadas personas: “Se las he mostrado a 2 personas significativamente importantes para mí”, pero suele suceder también que, una vez que la persona se atreve a mostrarlas a más personas y comienza a recibir comentarios positivos, entonces integra la difusión de estas fotos como parte de la práctica de hacer autorretratos. La clave es entender cómo estas personas, mayoritariamente mujeres, adquieren el control sobre su apariencia, representación e identidad. Sara, una usuaria de Facebook, sobre las fotos que subía, me dijo: “Tengo que verme siempre bien pero nunca mejor de lo que me podría ver en vivo. Un poco sexy pero siempre como si fuera algo casual, nunca algo buscado”. Aunque no me detendré en ello, cabe apuntar que este juego entre lo público y lo privado, entre la intimidad y su exhibición, presenta nuevas dinámicas de género, ya que los límites en cada caso habían sido claramente vedados a lo femenino, estereotípicamente hablando.

3.2. *La experimentación fotográfica*

*My portraits are more about me than
they are about the people I photograph.*

Richard Avedon

La mayoría de los informantes y personas con las que hablé en estos años mencionaba una cosa curiosa, que, cuando estaban aburridos y tenían una cámara a mano, solían hacer fotografías de lo que fuera y como fuera, simplemente “para pasar el rato”. Esta cuestión se reproduce en los hallazgos de otros estudios en distintas geografías, especialmente los relacionados con las cámaras de los teléfonos móviles (Okabe e Ito, 2003; Koskinen, 2007; Kindberg, Spasojevic, Fleck, Sellen, 2005). Los autorretratos, en alguna medida, bien pueden representar la extensión de ese argumento con respecto a uno de los tipos preferidos de fotografías, los retratos. En ese sentido, el modelo que siempre está a la mano es uno mismo, lo que hace cada vez más común el ver a personas haciéndose (casi nunca una sola) fotografías con la extensión del brazo o utilizando la función del autodisparo. Sin embargo, a diferencia del hecho de estar aburrido y tomar fotografías como pasatiempo, el proceso del autorretrato suele ser más consciente y reflexivo (y más privado) y suele estar aparejado con la experimentación como fotógrafo o fotógrafa. Juan, uno de mis informantes en el foro de Mi Tesis, lo expresa así:

Sacarse las fotos más que nada por hacer fotos más que por el motivo en sí mismo... es más pesado obligar a tu pareja, amigo a ponerse así o asa, que si pongo más luz, que si quito esto y blablabla... y coges y te utilizas a ti mismo para ello.

O como dice Clara con respecto a sus autorretratos:

Me da vergüenza pedir a otros que me dejen fotografiarlos... además soy la modelo cuya disponibilidad se parece más a la de su fotógrafa, que soy yo misma!! Pero preferiría poder pedirle a alguien que tuviera paciencia que posara para mí... (entrevista).

O Carmen: “Cuando me fotografío a mí misma, todo depende de mí. Cuando fotografío a otra persona los factores se multiplican” (foro Mi Tesis). No es sólo una cuestión de experimentación o de abu-

rimiento, como dije antes, es una práctica altamente reflexiva y que acaba siendo parte importante del conjunto fotográfico para muchas personas; añade Carmen: “Disfruto mucho del proceso del autorretrato, hacer todo sola, desde preparar el *set* hasta subir la foto ya tratada digitalmente”. Este tipo de autorretratos se ha disparado en número exponencialmente con el uso de plataformas móviles de intercambio de fotografías como Instagram o Whatsapp.

3.3. El “diario visual”, las narrativas del yo y el autorretrato como regalo

Un elemento más en el que se insertan los autorretratos tiene que ver no sólo con el cuerpo y la propia persona sino con el contexto cotidiano en el que se desenvuelven. De esta forma, lo cotidiano y lo banal aparecen como una narración del yo, un diario visual que acompaña a la subjetividad. Esta reflexión y uso de la fotografía como narrativa personal tampoco es necesariamente novedosa (cfr. Bell, 2002). Esta narrativa no siempre está relacionada con un evento particular de relevancia para documentar. Por ejemplo, el llamado “Proyecto 365”, que comenzó en 2004 y que cada año se repite, invita a los participantes a tomar una foto diariamente.¹²⁰ Si bien en principio la foto podía ser de lo que fuera, muchas personas escogieron hacer un autorretrato todos los días. Esto ha traído como resultado casos fascinantes, siendo uno de los más conocidos el de “Noah se toma una foto a sí mismo cada día durante seis años”¹²¹ y que su autor compiló en un vídeo de seis minutos que ha sido visto más de dieciséis millones de veces (y que incluso ha sido utilizado en un capítulo de *Los Simpson* en el que se ve una imagen de Homer con la misma estética y utilizando la misma música). Es sin duda Fotolog el que marcó esta tendencia en un público general. Fotolog.com es una plataforma que combina un calendario con un sistema para compartir fotos, de manera que los usuarios pueden subir diariamente hasta tres imágenes (en su versión libre). La relación con la fecha hace que las personas intenten cumplir con la frecuencia de subir, al menos, una foto diariamente. Dadas las características de Fotolog, que basa la interacción entre redes de amigos, justamente en las imágenes que cada quien sube,

120. Ver: <http://www.flickr.com/groups/project_365/>.

121. <http://www.youtube.com/watch?v=6B26asyGKDo>

se hace necesaria la imagen para poder establecer una interacción. Y de entre todas las imágenes, las que más comentarios suelen tener son los autorretratos y de estos, aquellos que tengan un toque sensual. Así, se establece una red sociotécnica en forma de diario visual. Esta forma crea narrativas de los sujetos que añaden elementos diversos aprovechando la interoperabilidad de los sistemas y el uso de enlaces. Textos, música, vídeos, páginas o blogs se entremezclan para dotar de sentido a una narrativa mediada en interacción y movilidad constante. La relación entre música y fotografía es especialmente utilizada, ya sea enlazando la imagen con alguna canción o utilizándola como fuente de inspiración para el título, el contenido de la imagen o el contexto que aparece en ella. San Cornelio (2008) plantea que la representación de la identidad en internet “se basa tanto en los modelos más propiamente visuales como en los textuales, tendiendo cada vez más a una hibridación formal, en algunos casos, sustentados en la idea de narración extendida” (p. 49).

Ahora bien, en algunas ocasiones este diario visual se torna íntimo e intimista. De manera interesante, al ser colgadas estas imágenes en sitios que podrían considerarse “públicos”, las personas en algunas ocasiones señalan al destinatario de la foto: “para mi marido”, “para ti, cariño”, etc.; complicando, aún más, la distinción entre público y privado.

Siguiendo a Manuth, Avgitidou (2003) dice que: “El autorretrato era apreciado como un regalo ya que incluía dentro de la misma pintura la expresión del dominio del artista y su gusto por sí mismo” (p. 133). Algunas prácticas de fotografía digital nos llevan a plantearnos la función que cumplen las imágenes resultantes como “regalos” o “dones” (cfr. Mauss, 2009) y que no es necesariamente una práctica propia de la “Web 2.0” (cfr. Slater, 1998), cuestión en la que ahondaré más adelante al hablar del *sexting*.

Otra cuestión importante de mencionar es cómo, en esta forma de “diario visual”, se combina la capacidad de fotografiar cualquier cosa con la permanente relación con la cámara como fuente de subjetividad. De esta manera, incluso los malos momentos se convierten en fotografiables.¹²²

122. Un ejemplo de esto es el proyecto: “Estoy muy triste para decírtelo”, <<http://www.paperheart.org/imto-osad/>>. Un proyecto artístico que recopilaba imágenes de Flickr en donde aparecían personas llorando, la mayoría de ellas autorretratos.

La fotografía transforma así su función de extensión de la memoria para reconvertirse en una extensión de la inmediatez de lo cotidiano y lo comunicativo (por las respuestas de apoyo y consuelo que reciben). La fotografía se torna interfaz social. Y en el caso de instagram, dicha interfaz, además de visual y social, es móvil e instantánea.

3.4. El autorretrato como terapia psicosocial

*Women are using themselves in photography to very different end to men.
They are reclaiming back what is theirs, a right to self-defined sexuality.*

Angela Kelly

Resulta interesante destacar la reflexividad con la que las personas que entrevisté para mi trabajo de campo hablan de sus autorretratos. Así, a pesar de ser una práctica juguetona y lúdica, es una actividad ampliamente pensada por las personas que los elaboran. Una de las cuestiones que más me llamó la atención, y que me impresionó por la exactitud y coincidencia en la forma que la mayoría de las mujeres exteriorizaban el porqué de su práctica, es su planteamiento de que hacían autorretratos casi como una terapia de autoestima. Los casos de Emma y Montse son muy parecidos a los de muchas otras mujeres que entrevisté. La primera comenta:

Fue bastante dolorosa la ruptura con mi novio, de hecho era más que eso, pues vivimos juntos por más de 2 años, así que bueno ya te imaginarás, él era antes quien me tomaba fotos y de cierta manera las primeras fotos que puse en el Flickr fue como un ‘yo puedo sola tomar fotos’... parece tonto y me siento un poco tonta escribiendo esto... pero ahora que lo preguntas y que lo pienso con la cabeza más fría... fue algo así... en realidad yo sólo quería demostrarme a mí misma que era capaz de sacarlas y después me gustó hacerlo y continué...

Esta autoafirmación, esta “ruptura” con un pasado duro, también tiene relación con las relaciones dolorosas o difíciles como en el caso de Montse. Pero esta situación se repite también con Caro, otra informante sudamericana quien, después de una relación con una persona muy celosa, se “liberó” tomándose fotos desnuda y subiéndolas a

Flickr. Jones (2010), en su reflexión sobre la “exhibición mediada”, que lee desde una tradición de la cultura del nudismo, apunta que ésta es una avenida para la aceptación y la apreciación del cuerpo que involucra al usuario en un proceso de formación colaborativa de la identidad.

Martin y Spence (2003) apuntan varias de las propiedades terapéuticas de la fotografía personal, destacando las posibilidades de la fotografía para “objetivar y ver una parte separada del ser que puede ser integrada de vuelta a la subjetividad completa” (p. 406). Como mininarrativas, como catarsis, como una forma de contacto con lo inconsciente, como un registro, etc.; Núñez (2009), en la misma vía, propone que “la experiencia del autorretrato es un viaje hacia nuestros inconscientes, puede ser impactante o sorprendente, pero nunca verdaderamente hacer daño, ya que la aceptación que conlleva produce un resultado esencialmente positivo” (p. 59). En la prensa incluso hay comentarios al respecto y parece que está creciendo la relación del uso de autorretratos como forma de terapia (cfr. Whitworth, 2009).

En otros casos, aunque el inicio no proviene de una situación traumática en sí misma, los autorretratos acaban siendo un vehículo de autoestima, especialmente por los comentarios positivos que suelen detonar. Montse, apunta: “Nunca me desnudaré, porque básicamente no me gusta mi cuerpo... con la ropa que llevo, se puede disimular... me gusta jugar un poco con esto de la seducción... intento demostrar entre comillas que, a veces sólo con la cara, no hace falta desnudarse, es la mirada, es todo”. Esta inconformidad con su cuerpo, a través de la fotografía, se convierte en un proceso de aceptación. Por ejemplo, sobre una foto en la que aparecen sus piernas desnudas y en primer plano, titulada “odio mis piernas”, dice: “Es como las odio porque no me gustan, pero también pueden quedar bien en una foto, tengo que aprender a quererlas también... tengo que aceptarme como soy”. Ejemplos de estos se pueden encontrar muchos. Budgeon (2003) habla de cómo la cirugía estética puede ser “una de las muchas tecnologías empleadas en la formación del yo a través de la transformación en la forma en la que el cuerpo es vivido” (p. 48). En ese sentido, y retomando la idea de una performatividad compartida entre imágenes y cuerpo, los autorretratos digitales, con sus características de ensayo y error, de repetición y de postprocesamiento, serían una forma de actuar en esa

identidad-cuerpo transformando sus posibilidades visuales, no físicas. Una “cirugía estética” sin dolor.

En otras ocasiones, lo que se pone en juego no es tanto la relación con el cuerpo y la subjetividad sino con las reglas sociales. Una informante, sobre una serie de autorretratos en los que aparece su espalda desnuda, menciona:

Necesitaba hacer algo así, hacer algo fuera de lo que suelo hacer, sin pensar en qué dirán [...] ha sido como una especie de declaración de independencia que necesitaba por todo lo que me ha pasado estos últimos meses. Ha sido un ‘Iros todos al carajo!!’ que a veces nos cuesta tanto decir y que a veces es tan necesario para mantener la salud mental... (entrevista).

Koslela (2004), con respecto a las webcams, propone:

Al presentar fotos íntimas de la vida privada, sus dueños rehúsan jugar “el juego de la conciencia”. Se rebelan contra la modestia y la vergüenza que están incluidos en la concepción de lo privado [...]. Rehúsan el ser humildes lo que, en mi opinión, es el punto más interesante de todo el fenómeno (p. 210).

Núñez (2009) lo lleva incluso más allá proponiendo, con base en su trayectoria como facilitadora en experiencias en las que aporta el equipo para que la gente se autofotografie, que los autorretratos son una forma de terapia ya que hacen que las personas se enfrenten a sí mismas y que, en la era digital, cualquiera puede hacer que estas imágenes sean obras de arte. Esto debido a que “una imagen que envuelve múltiples y algunas veces contrastantes significados: trata íntimamente con la condición humana, contiene una diversidad de estímulos para pensar y sentir, tiene una relación especial con el tiempo” (p. 53). Lo que es claro es que el resultado a fin de cuentas suele ser positivo:

Creo que muchos flickeros entienden que a veces la gente que no es profesional y que sólo está jugando a hacer fotos necesita enseñar carne porque es una forma como otra cualquiera de enseñar el alma... Y en el fondo, ¿no colgamos las fotos un poco para que nos entiendan ese trocito de alma que nos ocupa la cámara? (informante de Flickr).

En los autorretratos de Flickr, el significado nunca está cerrado ni es absoluto, especialmente por la posibilidad que existe de discutir

sobre la imagen, sobre la persona y el significado de la foto, la intención de la misma con el autor o autora. En el caso de las mujeres vemos que el empoderamiento no necesariamente conlleva una ruptura con los estereotipos hegemónicos del cuerpo femenino. Aunque esto pueda ser interpretado como alienación, no es vivido así por las mujeres entrevistadas. Se adaptan o transgreden el estereotipo femenino, al experimentar con él, es vivido como una forma de liberación.

4. Notas sobre el mundo de las microcelebridades

*A pesar de ser muy tímida, en el fondo, muy en el fondo,
una tiene su puntito exhibicionista.*

Fotógrafa de Flickr

Parece existir un fenómeno global en el que, especialmente mujeres que hacen autorretratos, se han convertido en “microcelebridades”;¹²³ aparecen en programas de televisión, entrevistas de radio, reportajes de prensa y revistas y tienen un número muy alto de seguidores.

Quizá la más famosa de estas celebridades en Flickr sea Rebekka Guðleifsdóttir,¹²⁴ una fotógrafa islandesa que comenzó subiendo fotos a Flickr y que saltó a la fama cuando una compañía vendió algunos de sus autorretratos sin su consentimiento. Después de quejarse públicamente y de ser censurada por Flickr, acabó ganando la batalla y recibiendo disculpas de parte de uno de los fundadores del sitio.¹²⁵ Tiempo después, hizo una campaña para Toyota y la prensa la considera una de las “estrellas” de la ola 2.0.¹²⁶ En su edición de mayo-junio de 2009, la revista *American Photo*, una de las publicaciones con amplia difusión y de mayor prestigio en el mundo de la fotografía, ponía en su portada una foto de Natalie Dybisz, una de estas “superestrellas de Flickr” (Gioia, 2009). Aunque el artículo se centra en cómo lograr éxito como fotógrafo, es interesante ver cómo, las cuatro mujeres mencionadas en

123. Para un análisis histórico de la relación entre fotografía y la construcción de la celebridad como concepto, ver Cashmore (2006).

124. Su sitio personal es <<http://rebeccakagudleifs.com/>>, y cuenta con una entrada en Wikipedia.

125. <http://www.Flickr.com/help/forum/40074/page3/#reply213196>

126. <http://www.guardian.co.uk/technology/2006/aug/13/news.theobserver>

el mismo, estas cuatro superestrellas, se dedican principalmente a los autorretratos.

Más allá de las anécdotas puntuales, hay dos cuestiones que se reafirman en mi trabajo de campo, por un lado, la estrecha relación entre “el éxito”, entendido como la visibilidad y la retroalimentación que tienen las imágenes por parte “del público”, cuando las imágenes son de la persona que toma las fotografías y, por otro, la relación entre los autorretratos y la creación de lo que se ha denominado “microcelebridades” (cfr. Senft, 2008). En su análisis, Featherstone (2010) destaca el protagonismo de los retratos fotográficos en la creación de la idea de estrellas cinematográficas. Doy (2005), en esa misma línea, plantea que en el mundo artístico la celebridad y el estatus: “Como en otras esferas de la vida pública, depende de la noción de un ser individual, legalmente reconocido como el dueño de una propiedad, quien puede firmar y por lo tanto autenticar su trabajo” (p. 5).

Este “ser individual”, al que Doy se refiere como autor(a), tiene su símil en el éxito que ciertas personas llegan a tener en Flickr. Pero ¿qué o cómo se genera una microcelebridad en Flickr?

Sibilia (2008), en su texto *La intimidad como espectáculo*, se refiere al “show del yo”. La autora relaciona este fenómeno con las nuevas formas de creación de subjetividades en esta fase del capitalismo tardío en el que la necesidad de la exposición pública de la intimidad es la nueva forma de “ser y estar en el mundo” (p. 28), voz que se suma al coro que dice que la tecnología móvil, las imágenes y las redes sociales nos vuelven más narcisistas como sociedad (Elgan, 2009). Si bien estos planteamientos parecen situarse en una continuidad con los apocalípticos que ven en las nuevas redes mediadas y sus prácticas una debacle moral, lo que es cierto es que la exploración que hacen estas mujeres de su identidad y sexualidad, mediante el uso de la fotografía en red, abre nuevas perspectivas para el análisis de lo que solíamos considerar íntimo, privado y público. Al respecto, Emma dice:

No me siento vulnerada en mi intimidad por las fotos de desnudos, en cambio, hay ciertas cosas que hablan mucho más de mí y de mis gustos o detalles pequeños que aparecen en las fotos de desnudos que evidencian cosas más íntimas para mí... como por ejemplo el libro en el que apoyo el pie (en una foto).

Esta porosidad entre lo privado y lo íntimo resulta interesante y es lo que permite que muchas mujeres, como Emma, puedan desarrollar una separación entre lo que ellas consideran su intimidad y sus imágenes, que no parecen insertarse necesariamente en ella. Lo que acaba sucediendo es que muchas de estas mujeres se convierten en una especie de celebridades y crece alrededor de ellas una audiencia. Emma, sobre su considerable número de seguidores, plantea:

La palabra “fan” la odio... pero debo aceptar que algunos se comportan como tal... y bueno me divierte, a veces escriben cosas agradables, a veces tienen faltas de ortografía, a veces me hacen reír, a veces escriben tonturías... creo que finalmente todo se resume a sentir algo de compañía y lo que me encanta es conocer de alguna manera gente de lugares lejanos y con otras costumbres e historias... (entrevista).

Y con suma naturalidad dice que: “por el contenido de mis fotos no falta el perverso que comenta o envía algún mensaje fuera de tono... pero como bien lo diría mi madre ‘usted se lo buscó!’ así que lo bloqueo y trato de ignorar el asunto...”. Es evidente que no siempre la experiencia es enteramente positiva y prácticamente todas las mujeres entrevistadas han tenido algún comentario o invitación que les resulta incómoda y es claro el hecho de que su “audiencia” es preponderantemente masculina. Interesantemente, parece que la gestión de estas situaciones también resulta una experiencia positiva por su capacidad para rechazar y controlar la situación. Varias usuarias de Flickr se refieren a estos hombres como “pajeros” y la solución más común parece ser bloquearlos. Ahora bien, Silvia, una usuaria chilena de Flickr, cuenta en entrevista cómo algunos de estos hombres generan ciertas dinámicas que recuerdan mucho a las de un exhibicionista. En sus cuentas tienen fotos “de patitos y florecitas” y solicitan ser el contacto de una chica, al aceptarlos, automáticamente se tiene acceso a sus fotos marcadas como privadas y es ahí donde aparecen, entre patitos y florecitas, fotografías de genitales o desnudos explícitamente sexuales.

Como se ha mencionado, una de las claves en el diseño de las redes sociales basadas en contenidos digitales construidos por el usuario, como Flickr o YouTube, es que en las propias plataformas existen integrados sistemas de medición del éxito. De esta forma, se puede tener retroalimentación constante y directa sobre el número de visitas,

la cantidad de comentarios y, dependiendo del sistema, el agrado de las personas en forma de “favoritas”, “me gusta”, etc. Wang (2009) plantea, sobre el sitio taiwanés en donde desarrolló su trabajo de campo, que hay un editor que se encarga de buscar chicas guapas y ponerlas en la página principal del sitio y de esta forma: “ávidamente alienta la autoexposición, la autoperfección y la belleza” (p. 183). Esto mismo se podría decir de los sistemas de *ranking* sociotécnicos que posibilita Flickr. Internet no sólo es social y audiovisual, es también un vehículo de búsqueda de éxito.

Marshall (2010) establece una reflexión sobre las transformaciones en el concepto de celebridad debido a las nuevas ecologías sociotecnológicas. Él propone que hemos pasado de los medios representacionales a las redes sociales que son presentacionales. Esto se hace evidente en la gestión que tienen las personas que hacen estos autorretratos de los numerosos comentarios que se ponen en sus fotos y que son del tipo: “Imposible encuadre... Debe ser tu belleza que me convence... Ni siquiera sé tu nombre, si es que tiene alguna importancia... Seguiré gozando, simplemente, mirando, que no es poco...” y contrario a lo que se podría pensar, aunque sean una mayoría, no todos los comentarios son de hombres, por ejemplo, debajo de un desnudo femenino, aparece este comentario de una mujer: “Preciosa la fotografía, sale muy linda, tiene bonito cuerpo :) con un cuerpo así quién no se saca fotos desnuda?”. Se crea así una “audiencia” que “goza y mira”, lo que nos lleva a plantear la idea de nuevos regímenes de visualidad (cfr. White, 2003) y, al mismo tiempo, de construcciones novedosas sobre la intimidad y la mirada. Koskela lo plantea así: “Hay una fascinación voyeurística en mirar, pero, recíprocamente, una fascinación exhibicionista en ser visto” (p. 203). Así, algunas compañías y empresas se han dado cuenta del potencial de estas microcelebridades y suelen contratarlas o establecer algún tipo de relación con ellas (y sus audiencias).¹²⁷

127. Existen varios casos interesantes, quizá el paradigmático sea el de “Cumbio” en Argentina (cfr. Barrionuevo, 2009).

5. De lo público a lo privado, de lo privado a los públicos

The integration of the camera and the cellphone ended more than a century of strict rules and regulations that governed the use of cameras in both the public and private domain.

Rubinstein

La “vida privada” no es más que esa zona del espacio, del tiempo, en la que no soy una imagen, un objeto.

Barthes

Los autorretratos representan una práctica paradigmática de la fotografía digital y resultan tremendamente útiles para discutir cuestiones más amplias que están siendo transformadas por el uso intensivo de la imagen digital en red. Por ejemplo, las tensiones que se generan entre el control y la espectacularización, entre el empoderamiento y la alienación y entre lo público y lo privado. Todas específicamente relevantes para el género pero cuya importancia se extiende al total de la sociedad.

Estas cuestiones tienen relación con una discusión previa, también extensa, en torno al uso de la imagen como forma de vigilancia, y por ende, de control, en contraposición con la idea del uso de la imagen como representación y por lo tanto como una forma de empoderamiento para determinados colectivos. En últimas fechas dicha discusión está retornando con fuerza a la agenda de investigación debido a la emergencia de las tecnologías digitales de la imagen: webcams, teléfonos móviles con cámara, cámaras de fotografía y vídeo digitales y su uso en las redes sociales (Flickr, Facebook, YouTube, etc.), así como a la compleja relación que se establece al ponerse en marcha estas redes sociotécnicas. El debate retoma las ideas sobre una sociedad de vigilancia (Foucault, 2004) o una sociedad de control (Deleuze, 1972). Por un lado, se propone que la ubicuidad de la imagen, especialmente desde la masificación y “domesticación” de la imagen digital en el ámbito familiar y personal, sumado a la potencial difusión que tienen las imágenes en las redes sociales, ha llevado a que las pesadillas del *Big Brother* y del panóptico se mezclen con la “sociedad del espectáculo” (Debord, 1983). Se da entonces una dialéctica entre un control

impuesto y un empoderamiento personal. De esta manera, el control (o disciplinamiento) ha pasado de interiorizar la vigilancia y “modular” el comportamiento con relación a la misma a hacer de la exposición y exhibición pública una nueva forma de control de la subjetividad. Ahora bien, esta discusión lleva a un segundo debate que resulta pertinente y en conexión con el anterior, el que tiene que ver con la crisis que hay entre lo que tradicionalmente se ha considerado público y/o privado. Esta dicotomía se ve retada igualmente en algunos de los fenómenos más recientes que involucran prácticas con las tecnologías mencionadas como la autofotografía y un creciente culto al yo en las diversas plataformas de internet. Varios autores analizan este escenario (Jones, 2010; Schwarz, 2010; Palmgren, 2010).

La discusión sobre la privacidad y la puesta en escena de lo cotidiano en internet se remonta a los primeros experimentos con cámara web,¹²⁸ aunque no es exclusivo de las “nuevas tecnologías”, como apunta el trabajo de Anne Friedberg (2002). La discusión parece ser, por un lado, la vigilancia y el uso de las imágenes de seguridad por parte de autoridades y, por otro, el control y la difusión de la propia imagen por parte de ciudadanos comunes y corrientes. Lo que parece claro es que los conceptos de público y privado pueden no ser útiles para explicar algunos de estos fenómenos. Koskela (2004 y 2006), en su trabajo sobre la relación entre webcams, vigilancia y control, propone que las webcams son similares a las “cámaras de seguridad” y que el control que la vigilancia detona se ha tornado en espectáculo (Koskela, 2006, p. 175). En ese sentido, apunta: “Las webcams abren interesantes retos teóricos que deben ser examinados en relación con una nueva forma de producción social del espacio” (Koskela, 2006, p. 177), integrando de esta forma, en la relación entre imagen, control y exposición, la pregunta sobre lo público y lo privado.

Algunas visiones, en la misma línea pero desde una óptica pesimista sobre la posible resistencia ante este proceso de vigilancia, control y puesta en escena de imágenes son señaladas por otros autores como

128. Resulta, cuando menos curioso, que estos análisis sigan tomando como referencia los sitios de webcams (cada vez menos numerosos) y se ocupen poco de las manifestaciones más recientes de la difusión de imágenes en plataformas como Flickr, Fotolog o YouTube.

Paul Virilio (2002) y Ursula Frohne (2002), quienes apuntan que la exhibición de imágenes privadas es la última fase de control capitalista. Desde una perspectiva psicoanalítica y lacaniana, Julie Levin Russo (2005) propone que este “ciberexhibicionismo” es el terreno de la puesta en escena de las subjetividades y que no debe ser necesariamente señalado como una forma de control, cuestión en la que parece coincidir Jones (2010). El asunto del exhibicionismo, con claras reminiscencias freudianas, es tratado especialmente desde el punto de visto de género en donde la “mirada masculina” (*male gaze*), que objetiva a las mujeres, cruza dicha discusión. Sin embargo, de manera interesante y en contraste con el punto anterior, existen también visiones que hablan de que dicha exposición del cuerpo femenino, por ejemplo en la forma de autorretratos, logra empoderar a las usuarias creando nuevas subjetividades alejadas de la mirada masculina. Esto se da porque el control sobre la imagen y, por ende la representación de la mirada, está en las propias usuarias de las cámaras digitales. Así, por ejemplo, Lee, en su trabajo sobre móviles y mujeres en Corea, afirma que se está generando una “cultura femenina de la cámara móvil” (2005) y con ello se refiere al hecho de que el teléfono móvil ha sido apropiado por parte de las mujeres de una manera importante, convirtiéndose además en un puente para el uso de otras tecnologías tradicionalmente relacionadas por el género masculino, cuestión que parece compartir Hjorth (2006). Una posición intermedia a estas dos visiones, desde el arte, la propone Knight (2000), quien afirma que la cámara ha pasado de ser “un instrumento de grabación a ser un aspecto integral de la vida de los sujetos” (p. 24). Lo que queda claro es que el debate está abierto y existe controversia al respecto. Si a esto se le suma la práctica cada vez más difundida de las imágenes en las redes sociales, no sólo para la difusión de las mismas sino como parte importante del establecimiento y mantenimiento de relaciones sociales, la cuestión sobre la privacidad se complica aún más (cfr. Livingstone, 2008). Ahora bien, aunque las personas tienen en cuenta algunas de estas cuestiones y reflexionan sobre ellas, todavía no parece haber una respuesta clara y común.

Una simple búsqueda en las principales plataformas de distribución y exhibición de vídeos y fotografías puede darnos una idea de la gran cantidad de fotografías, especialmente de mujeres en lugares públicos, que se obtienen sin el permiso (y seguramente sin la con-

ciencia) por parte de aquellas personas a las que se está utilizando (nunca mejor dicho) como objeto fotográfico. Esta práctica es bastante habitual (y discreta y por ello doblemente perversa), especialmente cuando se efectúa con las cámaras de los teléfonos móviles. Esto presenta problemas ya que las personas que fotografían “invaden” la “privacidad” con la mirada pero lo hacen en lugares públicos (lugares como una calle, un centro comercial o el metro), y lo que hacen con ese contenido “privado” es reconfigurarlo y publicarlo nuevamente en un lugar “público” (por ejemplo internet). Si bien las imágenes son obtenidas en lugares públicos, es la mirada (objetivada en el encuadre) la que se convierte en una “ventana a la intimidad” y por lo tanto en una violación a la intimidad. Sin embargo, resulta complicado situar la práctica dentro de un marco que dé cuenta de la complejidad de la misma. En ese sentido, es el marco legal el que acaba imponiéndose, muchas veces con problemas, y dictando lo legal e ilegal. Lo que es evidente desde la investigación de dichos fenómenos es que urge repensar los conceptos de público y privado, no sólo en el aspecto teórico sino en la estructuración del campo de estudio, especialmente si se utilizan las mismas plataformas en donde suceden estos casos, ya sea como objeto de estudio, o como herramienta de recogida de datos.

5.1. El sexting: Cuando la fotografía y la movilidad generan espacios de intimidad

En todos los “buenos” móviles hay fotos en bolas.

A.

Como mencioné anteriormente, en algunas ocasiones, los autorretratos se producen y distribuyen como “objetos digitales” que pueden intercambiarse y adquieren valor en la medida de su contenido y forma. Uno de los informantes en el estudio de Bourdieu (2003) apuntaba: “dar una foto mía a alguien es como si me diera a mí mismo” (p. 345). Aunque él lo describía como una incomodidad, pareciera ser que la fotografía ha pasado de ser un “robo del alma” a ser un “regalo del alma”. Al menos así parece mostrarlo uno de los ejemplos más claros y contundentes de este fenómeno, el denominado *sexting*, contracción de *sexo* y *texto* (en alu-

sión a los SMS enviados por el móvil, práctica a su vez llamada *texting*.¹²⁹ Básicamente se refiere al hecho de tomar fotografías eróticas o sensuales y enviarlas a otra persona, normalmente a través del teléfono.¹³⁰

Algunos estudios¹³¹ muestran que es una práctica que se incrementa y se estabiliza a pesar de las implicaciones y complicaciones legales que en torno a ella han abierto un debate (cfr. Kierkus y Hilinski, 2010; Wolak y Finkelhor, 2011).

Schwarz (2010), en un artículo, traza un breve análisis histórico y propone que la relación entre visualidad y sexualidad es relativamente reciente. De ahí reflexiona sobre cómo la visualidad, de la mano de corrientes psicológicas, la publicidad, los medios y la “espectacularización” han hecho de la sexualidad una cuestión mayoritariamente visual, especialmente con la pornografía como industria y como objeto.

A partir de esa reflexión, presenta su trabajo en el que entrevistó mediante el correo electrónico a personas que habían hecho fotografías o vídeos sexuales. El autor diferencia a sus informantes de aquellos que practican el sexo *amateur*.¹³² Es decir, las personas que entrevistó habían hecho fotos o vídeos con sus parejas para “consumo propio”. Lo que propone Schwarz es: “El uso contemporáneo de cámaras en encuentros sexuales... solo podían darse una vez que el deseo ha sido visualizado, sin embargo, estas imágenes llevan la visualidad de la sexualidad a nuevas fronteras” (p. 639).

Este uso de la cámara (ya sea de foto o de vídeo) se convierte en una “tecnología del yo”. Foucault (1996), por ejemplo, apunta cómo las personas suelen ver estas imágenes como una forma de aprender de sí mismas, compararse con la idea que tienen de ella o él o su desempeño sexual y, sobre todo, “mejorar” a partir de verse.

Sin embargo, lo que no hace el autor es discutir el uso de las imágenes sexuales en contextos mediados.¹³³ No es sólo la cuestión del

129. Para una contextualización general sobre el *sexting*, ver Chalfen (2009).

130. Práctica que no es necesariamente nueva, Edgley y Kiser (1982) ya planteaban la estrecha relación entre producción de fotografías sexuales y su intercambio en lo que ellos denominaban *polaroid sex*. Asimismo, aunque no fueran fotografías personales, el intercambio de las mismas a través de internet es una práctica que está desde sus primeros tiempos (cfr. Slater, 1998).

131. Lenhart (2009) y una encuesta llevada a cabo por The National Campaign to Prevent Teen and Unplanned Pregnancy y CosmoGirl.com.

132. Para una reflexión sobre la división entre *amateur* y profesional en el porno en internet, ver Paasonen (2010).

133. Todas las personas que entrevistó tenían encuentros sexuales y los fotografiaban o filmaban para después verlos, casi siempre después del acto sexual pero no hablaba, en su texto, de aquellas personas que se envían a través de alguna red imágenes eróticas o sexuales.

mentado “sexting” (concepto que parece haberse cargado con connotaciones negativas), sino la necesidad de una reflexión profunda y con trabajo de campo sobre las nuevas formas de sexualidad. Asignatura que queda pendiente. Una última nota para pensar. Schwarz propone que al fotografiar las prácticas sexuales, éstas se integran en un repertorio cada vez más amplio de “momentos fotografiables”. De esta forma, apunta, el consumo de estas imágenes tiene dos lecturas: por un lado se relaciona con el consumo tradicional del porno (sobre todo de los hombres) y, por el otro, se consume como “recuerdos” de momentos importantes, de memorias (sobre todo las mujeres). Es decir, parece que se generan roles y significados distintos de las experiencias en una sola práctica, donde *Playboy* se junta con los álbumes familiares y la sociedad del espectáculo. Ahora bien, aunque en mi trabajo de campo no tuve acceso directo a estas prácticas, lo cierto es que parecen ser más comunes y transversales de lo que se podría pensar. Si el estar aburrido es suficiente motivo para fotografiar, el amor y el deseo resultan motores más contundentes para coger una cámara que está todo el tiempo disponible y conectada.

Para concluir, baste decir que el objeto fotográfico parece haberse convertido en un objeto de intercambio, sociabilidad y *performatividad*, e incluso podría pensarse como un objeto de consumo, ya que estas propuestas e imágenes generan sinergias parecidas a las que generan “audiencias” en los medios tradicionales, ya que no sólo se vuelven públicos sino que ejercen una presión para seguir siéndolo. Una informante de 19 años que solía poner una gran cantidad de fotos suyas, muchas veces semidesnuda, apunta: “sabes lo otro k me da rabia es k la gente deja de visitar si no ven foto de uno. Desde k comenze a subir otras fotos bajen el numero de visitas antes me visitaban 100 personas diaria ahora lo hacen solo 15”.¹³⁴ Cuestión que también presencié en mi trabajo de campo, por ejemplo, otra chica, debajo de un autorretrato, ironizaba: “Aparentemente debo subir nuevos autorretratos porque esa es la única ocasión en la que a alguien le gusta mi trabajo”.

134. Dado que la entrevista se hizo por correo electrónico, se ha respetado completamente la escritura de los informantes.

Profesionales y amateurs. Hacia un análisis del campo de la fotografía en la cultura digital

*What we do during our working hours determines what we have;
what we do in our leisure hours determines what we are.*

George Eastman

*It's about time we started to take photography
seriously and treat it as a hobby.*

Elliott Erwitt

La división entre profesionales y amateurs ha sido una de las más importantes dicotomías para el análisis social de la fotografía (cfr. Chalfen, 1987; Bourdieu, 2003; Casalé, 2002; Slater, 1999). En otros textos he planteado la forma en la que se construyó históricamente dicha dicotomía (cfr. Gómez Cruz, 2010; Gómez Cruz y Meyer, 2012). Baste decir que ésta se dio, por un lado, mediante la combinación de técnicas, equipos, conocimientos y recursos y, por otro, a través de los discursos y el acceso y control de los circuitos de distribución y exposición. El control de todos estos elementos por determinados grupos definió la significación de lo que era una fotografía profesional, tanto en el mundo artístico como en el del periodismo.

Este capítulo busca problematizar dicha dicotomía presentando,

analizando, con base en mi trabajo de campo, el complejo entramado actual que a su vez parece retar dicha separación. Finalmente, termino con una reflexión sobre cómo Flickr se ha posicionado como un actor fundamental en el campo fotográfico actual. Por lo que, antes de comenzar el análisis, apunto de manera muy general el concepto de campo cultural que surge directamente del trabajo de Pierre Bourdieu.

1. La fotografía como campo cultural

Dado que Bourdieu no explicitó a fondo los conceptos analíticos que utilizaba, ha sido la labor de otros tratar de dotar de cierto orden a su propuesta (Calhoun, 1993; Noble y Watkins, 2003). Warde (2004), sobre la noción de “campo”, plantea que éste es: “un dominio o espacio estructurado y relativamente autónomo que ha sido socialmente instituido, y por ello tiene una historia de desarrollo identificable aunque contingente” (p. 12), continúa apuntando que: “una condición de la emergencia de un campo es que los agentes reconozcan y se refieran a su historia (Warde, 2004, p. 12).

Un campo cultural es, por tanto, una arena de luchas constantes por una posición en el mismo y por ganar capitales, a la vez que se legitiman dichas posiciones que son las que establecen cuáles son los capitales que tienen valor, por lo que: “las dinámicas de un campo emergen de las posiciones, disposiciones y toma de posiciones de los agentes” (p. 12). Estas luchas se dan a través de un juego compartido, aunque no siempre consciente, por parte de todos los involucrados que luchan por una posición dentro del campo (Warde, 2004).

Resumiendo, Warde apunta que lo que define a un campo se integra alrededor de cuatro aspectos:

1. Las posiciones particulares y compromisos con el valor de esas posiciones por parte de los actores
2. Un conjunto estructurado de posiciones
3. Un conjunto de orientaciones estratégicas y competitivas
4. Un conjunto de agentes dotados de recursos y disposiciones

Por lo que, analíticamente, el campo es una “invitación inmediata a pensar relacionamente acerca de las acciones de los agentes sociales quienes, impulsados por sus hábitos, compiten por valores específicos en dicho campo” (Prior, 2008).

Aunque existen algunas voces que plantean que el uso de “campos” de Bourdieu no resulta útil para el análisis de las actividades de amateurs o consumo por ser menos competitivas y dirigidas a obtener capitales (Lahire citado en Warde, 2004), lo cierto es que, mediante los mecanismos sociotécnicos descritos en el capítulo IV, pareciera que las prácticas amateurs cada vez incorporan más sistemas de visibilización y de enfrentamiento e intercambio de capitales. Al mismo tiempo, en el caso específico de Flickr, las prácticas que utilizan la plataforma, cada vez se integran más como parte fundamental del campo fotográfico, transformándolo a su vez. Bourdieu (2003), sobre la sociología del arte, propuesta que resulta útil para entender el campo fotográfico, señala que esta:

debe tomar por objeto no solamente las condiciones sociales de la producción de los productores (es decir, los determinantes sociales de la formación o de la selección de los artistas), sino también las condiciones sociales de producción del campo de producción como lugar donde se realiza el trabajo que tiende a (y no *que pretende*) producir al artista como productor de objetos sagrados, de *fetiches* o, lo que viene a ser lo mismo, la obra de arte como objeto de creencia, de amor y de placer estético (p. 102).

Es en la dicotomía entre profesionales y amateurs donde se marcaban los límites del campo fotográfico, construido en torno a la idea de la fotografía como arte o como documento periodístico, donde parece mostrarse con mayor claridad la transformación del campo cultural de la fotografía a partir de las prácticas digitales. Para una revisión histórica sobre cómo se contruyó esta dicotomía ver (Gómez Cruz, 2010).

2. Fotografía digital: Nuevos conocimientos, nuevas redes sociotécnicas. ¿Nuevos circuitos de producción cultural?

Hay una anécdota que casi podría resumir las profundas transformaciones que las prácticas de fotografía digital están generando, en el campo fotográfico en específico y en el de la cultura en extenso. Esta anécdota tiene como protagonista a uno de los más grandes fotógrafos de todos los tiempos: Henri Cartier-Bresson. Casi nadie podría poner en duda la importancia del francés en la historia de la fotografía. Joan Fontcuberta, uno de los fotógrafos-tóricos más importantes en el Estado español, afirma, sobre Cartier-Bresson, que éste fue: “uno de los escasos genios que fueron capaces de modelar la mirada moderna del siglo xx” (2010, p. 48). Cartier-Bresson, en un pequeño pero delicioso libro, afirma que para él: “la cámara es un cuaderno de notas, un instrumento de intuición y espontaneidad”.

Lo que hizo grande al fotógrafo francés fue su capacidad para poner “la cabeza, el ojo y el corazón en el mismo eje” y así poder captar el “momento decisivo”, ya que para él “la fotografía es el reconocimiento simultáneo, en una fracción de segundo, de la significación de un evento así como de la organización precisa de las formas que dan a ese evento su expresión propia” (p. 42). Beloff (1985), por su parte, propone que las fotografías de Cartier-Bresson son auténticas justamente por su verdadero valor: el estar ahí en el momento justo. El eterno amateur que captaba los momentos decisivos con su instrumento de toma de notas visuales, una extensión de su ojo. Aquí es donde empieza el ejemplo de mi trabajo de campo, una tarde de sol, en Granada, mientras compartía una tapita de paella con un par de fotógrafos y hablábamos sobre la fotografía actual, uno de ellos me dijo con buen humor: “En esta época ya no hay un Cartier-Bresson... ¡ahora todos somos Cartier-Bressones!”. Esto en alusión al hecho de que el fotógrafo francés fuera reconocido por sus tomas urbanas y espontáneas que captaban “el momento decisivo”, cuestión a la que contribuía el hecho de que solía llevar su cámara siempre. Fred Ritchin, uno de los analistas más importantes de la fotografía digital, en un programa de radio (Lydon, 2006), comentaba que Cartier-Bresson era una persona curiosa y, para los estándares de la época, tomaba fotos con un equipo muy limitado. Fue esa curiosidad, sin embargo, ese utilizar la fotografía como un cuaderno de notas, el cargar la cámara siempre consigo, lo que le llevó a convertirse en un fotógrafo reconocido. La clave, continúa Ritchin, fue la libertad que tenía para hacer sus imágenes. En ese sentido, cier-

tamente muchos de los fotógrafos amateurs son “Cartier-Bressones”. Como lo afirma Ritchin: “mientras que los fotógrafos profesionales tienen que tomar fotos de eventos y ruedas de prensa, los amateurs están paseando por las calles con su cámara”. Al final, mi informante, después de quedarse pensativo un momento y darle un trago a su caña, matizó: “Bueno, una cosa es que haya muchos Cartier-Bresson y otra cosa es que haya muchos que quieran ser Cartier-Bresson. Habrá muchos que hagan lo mismo pero eso no significa que les salga igual”.

La relación entre amateurs y profesionales nunca ha estado completamente cerrada, siempre ha sido porosa y requiere comprenderse, como apunta Fontcuberta, mediante un análisis de las “políticas de la visión” (cfr. Robins, 1996). Políticas que son históricamente contextuales y situadas. Es a través de los circuitos de producción y distribución, del capital social y simbólico y, sobre todo, a partir de la posibilidad de señalar lo que es o no fotografía profesional, que dicha separación se mantenía. En los últimos tiempos, sin embargo, con las nuevas prácticas de fotografía digital, el campo de la producción fotográfica parece haber sufrido diversas y profundas transformaciones. Ejemplos de esta liminalidad entre profesionales y amateurs han sido documentados en distintos ámbitos. Por ejemplo, en su trabajo, Beaulieu y Rijcke (2009) analizan la experiencia del Tropenmuseum en Ámsterdam. El museo, a pesar de contar con una fotógrafa fija en su plantilla, organizó una actividad en la que invitó a los fotógrafos amateurs a tomar fotos en el museo utilizando trípode, dispositivo que normalmente no está permitido. El resultado fue que el departamento de relaciones públicas del museo decidió utilizar algunas imágenes en su página web. Esta situación puso nerviosa a la fotógrafa del museo porque “la fusión entre sus propias fotos y las de los visitantes era una amenaza a sus conocimientos fotográficos y su identidad profesional” (p. 7-8). La cuestión de “los conocimientos fotográficos”, base de la autoridad, es también abordada por Copley y Haefner (2009) en su trabajo sobre la fotografía doméstica. En el caso del mundo del arte, hay diversos estudios que muestran cómo, más que una estética pura, el mundo del arte está construido a través de alianzas y redes, con una política y unas instituciones que mantienen determinados códigos que separan a quienes pertenecen a ese mundo y quienes están fuera (cfr. Bourdieu, 2003; Becker, 1974 y 1984).

Antes de analizar a fondo los escenarios actuales en los que están sucediendo dichas transformaciones, vale la pena apuntar algunos de los cambios generales en torno a los conceptos, empresas e instituciones que luchan en el campo de la fotografía.

El primer cambio y más obvio es que los materiales necesarios para la producción fotográfica ya no son los mismos. Términos que por mucho tiempo estuvieron íntimamente relacionados con el tomar fotografías como: “revelar”, “rollos de película” o “laboratorios”, ya no parecen definir a la fotografía digital. Dichos conceptos son, en estricto sentido, materializaciones de relaciones más amplias entre infraestructuras, conocimientos y prácticas y que han quedado en desuso. Por otro lado, han surgido algunos que son propios de la fotografía digital como: “tarjetas de memoria”, “cables”, “monitores”, “computadoras”, etc. Este cambio, en un primer nivel, trae como consecuencia que haya nuevos “jugadores” que, con sus intereses, discursos y tecnologías, reconfiguran el campo.

Otro cambio general es la llegada de nuevas empresas que ya forman parte del escenario actual (Sony, SanDisk, Panasonic, etc.) y éstas, de alguna forma, están retando a las compañías fotográficas “tradicionales” como Kodak, Fuji, Canon, Nikon, etc. Esto es importante porque: “los cambios en el interior de un campo muchas veces son determinados por redefiniciones de las fronteras entre los campos, vinculadas (como causa o como efecto) a la irrupción de nuevos ocupantes provistos de nuevos recursos” (Bourdieu, 2008, p. 69).

Un tercer cambio sería que las instituciones fotográficas como los museos, bases de datos o agencias fotográficas también han tenido que adaptarse a este nuevo escenario en que aparecen actores fundamentales como Flickr, Facebook, Instagram, las licencias *creative commons*, los bancos de imágenes de usuarios, etc. Lo que valida el análisis de Bourdieu (2003) cuando propone que:

Las revoluciones específicas, que transforman radicalmente las relaciones de fuerzas en el seno de un campo, sólo son posibles en la medida en que aquellos que importan nuevas disposiciones y que quieren imponer nuevas posiciones encuentran un apoyo fuera del campo, por ejemplo, en los nuevos públicos cuyas demandas ellos expresan y producen a la vez (p. 98).

Más que intentar dar cuenta de todos estos cambios a nivel macro,

cuestión en la que este trabajo busca ser sólo una aportación, basaré mi análisis en diversos ejemplos surgidos de mi trabajo de campo. Ejemplos transversales que pueden servir como base para una discusión más amplia sobre dichas transformaciones en el campo de la fotografía. El primer elemento hace referencia al objeto mismo que representa la cámara y su relación con el cambio de racionalidad en el uso de la misma. Mientras que anteriormente la cámara era un objeto casi ritual, y había únicamente una por familia, ahora se ha vuelto un objeto personal y es muy común que las personas tengan más de una. Si además contamos con que la mayoría de los teléfonos móviles nuevos incluyen una cámara de fotos, esta cifra puede ser incluso mayor. Sin embargo, algunos de los principales cambios asociados a las tecnologías digitales tienen que ver con los conocimientos, las habilidades y los equipos necesarios para producir fotografías y en los cuales profundizaré basándome en tres ejes: la producción de fotografías, su procesamiento y su exhibición/distribución.

2.1. Los usuarios tienen control sobre todo el proceso de producción de fotos

*I think all art is about control -
the encounter between control and the uncontrollable.*

Richard Avedon

Si bien en la época analógica existía una gran cantidad de personas que tenían cuartos oscuros en sus casas o que tenían acceso a ellos en escuelas o clubes de fotografía, lo común y más corriente era que las personas revelaran e imprimieran sus fotografías en laboratorios comerciales. Con la tecnología digital, como en los orígenes de la fotografía, es nuevamente el fotógrafo quien tiene el control sobre todo el proceso de producción; muchos de los elementos de tiempo y económicos desaparecen una vez en posesión del equipo necesario. Este “control total” volvió a estar en manos de todos los fotógrafos, no sólo de los profesionales o los amateurs comprometidos.¹³⁵ Justamente este

135. La historia de la fotografía es en realidad una historia “pendular”, de eternos regresos, idas y vueltas, cfr.

“control” abre las perspectivas para distintas prácticas que hasta ahora estaban reservadas a ciertos grupos (como el ejemplo de los autorretratos expuesto en el capítulo anterior) o directamente no existían.¹³⁶ Los tiempos han cambiado, los lugares han cambiado y los objetos fotográficos también: “En otras palabras, el poder espectacular, el conocimiento convencional de las relaciones de poder representacional obtenido por la imagen y su contexto cultural, está, en ciertos dominios, comenzando a romperse” (Frosh, 2001, p. 54). Esta cuestión, resulta especialmente relevante en el ámbito doméstico.

2.2. *Nuevos conocimientos para la producción de imágenes (procesamiento)*

Ricard, uno de los miembros del grupo, subía en su *stream* de Flickr una foto especialmente vistosa que recordaba a una de las imágenes de *El principito*, una toma circular de una ciudad casi de ciencia ficción. En las notas que se pueden poner debajo de la foto, agregaba las instrucciones para hacer fotografías similares siguiendo una serie de pasos en el programa informático Photoshop. Instrucciones similares pueden encontrarse en muchas imágenes y es por demás común que las personas pregunten cómo fue sacada una determinada foto (lo que casi siempre significa “cómo fue procesada”).

Debido al cambio que implica que la fotografía haya dejado de ser un proceso fotoquímico para pasar a ser un proceso fotoelectrónico digital, esto tiene como consecuencia que los procesos de aprendizaje sobre fotografía hayan sido cortocircuitados. Rubinstein y Sluis (2008) apuntan que: “la pequeña pantalla en el reverso de la cámara digital hizo posible el ver intuitivamente como el lente/cámara sin años de entrenamiento, reduciendo drásticamente la brecha entre los fotógrafos profesionales y los amateurs” (p. 13). Dado que ha surgido una nueva serie de habilidades y conocimientos que se hacen necesarios para el procesamiento de fotografías, especialmente las relacionadas

Sontag (2006).

136. Un ejemplo de ello serían los llamados *time-lapse*, técnica que consiste en tomar fotografías en lapsos de tiempos para después unirlos formando una sola secuencia. Y que parece haber crecido exponencialmente debido a las facilidades para hacerla con la cámara digital. Incluso hay una página especializada, en castellano, donde pueden subir sus trabajos las personas interesadas, <<http://timelapses.tv/>>.

con el postprocesamiento de las imágenes en el ordenador, esto hace que haya un grupo de personas que ha crecido en el interés por la fotografía, el colectivo interesado en los ordenadores y los programas informáticos. Los conocimientos necesarios para revelar fotos: tiempos en los distintos baños, mezclas químicas adecuadas, manipulación de objetos físicos como pinzas, ampliadoras o charolas, se han visto suplantados por experiencia en el uso de programas informáticos, entre los que se destaca el Photoshop.¹³⁷ Sin embargo, estos conocimientos y experiencia también pueden convertirse en código. Dado que el Photoshop tiene la función de grabar en forma de funciones automatizadas los pasos que se hacen al procesar una foto, muchos de estos conocimientos se “encapsulan” y comparten¹³⁸ (lo que se llama “acciones”). Si tomáramos como ejemplo el caso de Ricard antes mencionado, ya ni siquiera se requiere una explicación detallada o una curva de aprendizaje, basta descargar una de estas acciones e instalarla en el programa para que una serie de conocimientos específicos y altamente especializados se ejecute automáticamente.

El llegar a ser un experto en el uso de este tipo de programas requiere un largo entrenamiento y mucha práctica, además de una constante renovación de conocimientos por el ciclo, por otro lado cada vez más corto, de actualización de equipos y programas. Photoshop quizá haya cambiado más en diez años que lo que el cuarto oscuro lo hizo en setenta. La clave, que la misma historia de Photoshop representa con tino, es que la fotografía parece haberse vuelto un “movimiento computacional” (cfr. Meyer 2005 y 2008). En palabras de Lister: “Es a la informática a la que debemos prestar atención si queremos tener una visión más amplia de lo que está ocurriendo con las múltiples referencias a la información que aparecen en las discusiones sobre fotografía contemporánea” (2007, p. 264).

Las compañías y los diseñadores han desarrollado estrategias para

137. La historia del programa informático Photoshop es por demás interesante, aunque no es este el trabajo para desarrollarla con profundidad, baste decir que fue creada por Thomas y John Knoll, ambos hijos de un aficionado a la fotografía y curioso por la entonces incipiente tecnología computacional y que tenía un cuarto oscuro en casa. Mientras que Thomas se aficionó por la fotografía, John lo hizo por la computación. El ambiente era justamente propicio para la creación de un programa informático para la manipulación de imágenes digitales (cfr. Story, 2000).

138. Hay páginas y foros enteros dedicados a este intercambio, por ejemplo <<http://www.graphic-design.com/Photoshop/>> o <<http://www.photoshoplab.com/>>.

inscribir “programas de conocimiento” incorporándolos en sus cámaras digitales. De esta forma, mediante código, se puede tener la combinación correcta para la exposición de objetos y situaciones comunes a la fotografía (paisajes, retratos, deportes, atardeceres, etc.). Mientras que algunos de estos programas ya se incluían en las cámaras analógicas, el desarrollo de las cámaras digitales lo llevó un paso más allá al incorporar también “simulaciones” de antiguas combinaciones entre procesos y equipos, por ejemplo con funciones como blanco y negro, tonos sepías, viñeteados o aspectos determinados (foto antigua, aspecto de polaroid, etc.). De esta forma, la cámara en sí misma, en forma de “guiones”, inscribe lo que anteriormente era una compleja relación entre conocimientos fotográficos, equipos y manipulaciones técnicas, convirtiéndolo en una simple y sencilla función de la cámara. Los píxeles resultan más maleables y amables. Si bien la diversidad de programas es amplia, se utilizan cada vez más “apps” que, sintetizan aún más estas complejas simulaciones simplificándolas en un sencillo menú de posibilidades.

2.3. Nuevas formas de exhibición y distribución de imágenes

Debido al cambio que implica que la mayoría de las fotografías sean objetos digitales y no materiales, estas pueden distribuirse con facilidad, rapidez y sin prácticamente costo a través de internet. De forma personal (a través del correo electrónico, el Whatsapp, etc.) o a nivel grupal o masivo en las diversas plataformas de redes sociales. Esto tiene la consecuencia de que las personas toman más fotografías precisamente porque tienen una forma fácil de compartirlas. Cohen (2005) va un paso más allá al señalar que es justamente porque las personas tienen plataformas para compartir fotos que se obligan a sacar más. Situación que he encontrado también en mi trabajo de campo. Dichas plataformas parecen haber formado un nuevo circuito de distribución de imágenes. Copley y Haeffner (2009) plantean que:

A diferencia de la industria profesional o los fotógrafos de arte, los fotógrafos amateurs no habían tenido, tradicionalmente, acceso a un público regular para sus trabajos... con la llegada de nuevos sitios de internet como *Flickr*, *ImageShack*, *Fotolog*, *Fotki* y *PBase*, nuevos espacios de exhibición y discusión se abren (p. 128).

Incluso, en el caso de Flickr, parecen haberse consolidado como una institución fotográfica en sí misma con un peso importante.

Otro de los elementos claves con relación a la distribución es la incorporación de la cámara en los teléfonos móviles que representa la unión de dos de las herramientas más poderosas en la actualidad: un dispositivo de comunicación-conexión y una herramienta de producción audiovisual. De esta forma, el contenido visual tiene cada vez más un rol protagónico en las redes sociotécnicas de comunicación, no sólo en la comunicación interpersonal, sino abriendo enormes posibilidades ya que la mayoría de los teléfonos actuales, tendencia que además crece día con día, tienen una cámara y la posibilidad de conectarse a internet. De esta forma, los móviles-cámaras añaden otro nivel a las opciones digitales: la conexión y posibilidad de compartir imágenes en tiempo real. Algunos autores apuntan que esta combinación es capaz de cambiar los objetos y momentos de la fotografía; de los momentos familiares importantes y casi rituales (Bourdieu, 2003; Chalfen, 1987) a lo cotidiano y banal (Okabe e Ito, 2003; Mørk Petersen, 2008; Burgess, 2007). Este “compartir lo banal” puede tener también relación con las características técnicas de las cámaras en los teléfonos móviles, ya que el tipo de imágenes que estos pueden producir eran muy limitadas en muchas formas (resolución, condiciones de luz, lentes de baja calidad). Podríamos decir que los móviles con cámara no son una “cámara” tal como la habíamos entendido hasta ahora, sino un dispositivo de producción e intercambio de imágenes. Una informante, sobre los filtros de Instagram, afirma que con ellos: “una foto cutre puede dejarse ver, puede quedar más decente”. Ahora bien, es preciso recordar, para el análisis de la fotografía digital, lo que Sassen hace explícito al decir que: “Las tecnologías de la información no han eliminado la importancia de las masivas concentraciones de recursos materiales pero, en cambio, han reconfigurado la interacción de la fijación del capital y la hipermovilidad” (p. 2002, p. 372).

3. Donde la división “profesional/amateur” pierde sus límites

*Professional photographers have rarely the time to bestow on experiments,
and they are generally too ready to “pooh, pooh” all innovations.*

*On the other hand, a large class of amateurs
are equally ready to “try” all new processes, good or bad.*

Thomas Sutton (1857)

En la encuesta que se aplicó al grupo para obtener una visión panorámica del mismo, una de las preguntas fue: “¿Cuál es tu relación con la fotografía?”, en la que se daban varias opciones como “profesional”, “amateur” o “amateur que ha vendido fotos”. Esta pregunta surgió del trabajo de campo etnográfico en el que quedó claro que una de las divisiones que más se discutía, y que mayores problemas presentaba a la hora de encontrar una posición común en el grupo, era la de profesionales/amateurs. Si hasta ahora me he referido a la distinción entre profesional y amateur desde un punto de vista analítico, vemos cómo los propios usuarios se plantean la cuestión.

La distinción es una división que se discute en el interior del grupo y el criterio que parece primar no tiene que ver con la formación académica en fotografía, el virtuosismo o el éxito en los circuitos fotográficos artísticos sino con razones meramente económicas y que se resumen a la venta o no de fotografías. Sin embargo, la cuestión tampoco parece tan simple. Un 69% de los encuestados se definió como “amateur”, mientras que solamente cuatro personas, un 1,51%, se definieron como profesionales. Ahora bien, mientras que un 3,4% se definió como profesional pero señaló que no vivía de ello, un 20,83% dijo ser amateur pero haber vendido fotos. Estas cifras, de corte descriptivo, nos muestran que la definición dicotómica entre profesionales y amateurs es poco clara en términos absolutos, porque mientras que hay personas que se definen como profesionales pero no viven de la fotografía (con lo que es factible suponer que han tenido algún tipo de formación especializada o en algún momento han tenido en la fotografía una fuente de ingresos, y que en la actualidad no es así), un número importante de personas se percibe a sí mismas como “amateurs” y, sin embargo, ha vendido fotografías. Esto abre diversas interrogantes: ¿Es fotógrafo profesional aquél que cobra por su trabajo? ¿Se puede ser profesional sin vivir de la fotografía? ¿Por qué el concepto de “profesional” está relacionado con el componente económico y no con el

componente artístico o formativo?

En la misma encuesta, hay respuestas como: “aficionada apasionada que no quiere nunca ser profesional”, “puro hobby” o “me gusta la fotografía, sencillamente”. Aunque la relación identitaria con la fotografía profesional parece poco clara (o importante) dentro del grupo SortidazZ, hay algunos casos que vale la pena relatar.

4. Nuevas formas de comercializar la imagen en red

La relación entre compra y venta de imágenes no siempre es directa y, en ocasiones, puede ser bastante sutil. Hay tres formas que detecté y que, más que taxonomías claras y excluyentes, son agrupaciones de diferentes y variados ejemplos. Estas tres formas pueden resultar útiles para ejemplificar las diversas formas en las que la fotografía digital, tanto el objeto final como la práctica de producción de dichos objetos, han creado valor en el sentido económico del término, y las consecuencias que esto tiene para la división tradicional entre profesionales y amateurs. Pero, por otro lado, describir estas relaciones tiene también otra finalidad y es que, justamente en los datos empíricos sobre la forma en la que las personas, mediante el uso de diversas tecnologías, crean valor, parece haber una respuesta a muchas de las cuestiones que se han debatido en los últimos años sobre la cultura digital. Vemos entonces algunos de los ejemplos que surgieron del trabajo de campo sobre nuevas formas de creación de valor de las fotografías “no profesionales”.

4.1. *El intercambio*

Son varios los casos en los que fotógrafos de SortidazZ han intercambiado sus fotos, casi siempre por el producto final en el que se usarán. Destacan especialmente las producciones editoriales. Distintos miembros de sortidozZ han intercambiado el uso de su foto como portada por un ejemplar del libro en cuestión: libros sobre caballos, guías turísticas o libros sobre gramáticas son algunos ejemplos.

David, por ejemplo, al preguntarle acerca de si tenía algún caso similar, apunta:

La primera la vendí a cambio de la revista en la que salía publicada... ھا

eso se le puede llamar vender? Ya hace 3 años de eso y la foto era la peor de todas las que he colgado alguna vez en la red. Y no es exageración, de verdad que es la peor.

4.2. *La cesión de la fotografía*

Flickr se presenta casi como un escaparate de imágenes, lo que en algunos casos pareciera ser percibido como una especie de “stock gratuito”. De esta forma, es muy común que empresas, ONG u organizaciones varias, además de usuarios particulares para sus blogs o páginas webs, soliciten directamente, a través de un comentario o un correo electrónico, permiso para utilizar una imagen.

Si bien esto se puede hacer sin necesidad de un consentimiento explícito por parte de los fotógrafos (enlazando directamente la foto si esta está marcada como “pública”) lo que genera una serie de discusiones en torno al uso de las licencias *creative commons*.¹³⁹

4.3. *El robo*

El caso de Víctor es uno que puede resultar sintomático de la compleja y poco clara relación entre contenidos hechos por los usuarios, plataformas de difusión de dichos contenidos y “el mercado”. La historia, contada por Víctor mismo, es:

Hice esta foto en la Cursa de la Mercé del 2007. La colgué en mi Flickr y ahí se quedó. Unos meses después un compañero de trabajo que sigue mi Flickr me dijo que la vio en una revista. Me la cogieron sin permiso. Envié un mail a la revista y no recibí ninguna contestación, hasta que después de mucho tiempo, un amigo del director de la revista se encontró con la foto en mi Flickr. Se lo dijo al director y este se puso en contacto conmigo. Me pidió disculpas y me ofreció pagarme 50€ por la foto, cosa que acepté.

La primera vez que Víctor me contó la historia, estaba-

139. Por ejemplo, unos desarrolladores hicieron un buscador de fotografías de Flickr con licencias Creative Commons (<http://Flickrcc.bluemountains.net>) que permite prácticamente convertir la plataforma en un stock indexado.

mos en un bar con otros miembros del grupo, la gente le hizo bromas diciéndole que debería pagar las cervezas con ese dinero, nadie pareció extrañarse ni escandalizarse con la historia y parece que no es una situación tan fuera de lo común, al menos así lo apuntaron al contar anécdotas parecidas.¹⁴⁰

4.4. *Los bancos de imágenes: la fotografía como “crowdsourcing”*

En los casos anteriores, la mera exposición de las imágenes en Flickr hizo que personas interesadas en ellas se acercaran a los autores (o a la imagen) para utilizarla. Pero hay otras formas novedosas en las que las personas deciden poner a la venta sus imágenes en los muchos bancos de imágenes para amateurs. David apunta que, además de intercambiar algunas de sus fotos, otras “las he vendido a través de bancos de imágenes, pagan una miseria, pero ya dan más que lo que dan en Flickr. :P”. Los bancos de imágenes quizá sean uno de los ejemplos más claros de la cada vez más compleja división entre profesionales y amateurs. En el artículo: *The rise of the Crowdsourcing*, publicado en la revista *Wired*, Jeff Howe (2006) cuenta la historia de un fotógrafo que vio cómo un trato comercial se le iba debido a que la persona que lo iba a contratar descubrió el sitio *istockphoto.com*,¹⁴¹ un sitio en el que cualquier persona puede subir sus fotos y recibir un pago de regalías por su uso. Howe apunta:

Con una computadora y una copia de Photoshop, incluso entusiastas de nivel principiante pueden crear fotografías rivalizando con aquellas hechas por profesionales... Suma internet y una poderosa tecnología de búsqueda, y compartir estas imágenes con el mundo se convierte en algo simple (en línea).

El artículo plantea el concepto de “crowdsourcing”, es decir, una forma de “tomar ventaja del mundo interconectado... el potencial productivo de millones de entusiastas conectados está atrayendo la atención de viejas líneas de negocio” (en línea). La producción en masa, en este caso de fotografías, que, con un sistema eficiente de búsqueda y

140. Para un caso interesante al respecto ver <<http://vimeo.com/20718237>>.

141. Otros sitios similares son www.dreamstime.com, www.shutterstock.com.

una plataforma para su exhibición, hacen que la tradicional fotografía de “stock” haya perdido sentido. A esto también parece contribuir la creciente cantidad de concursos en cuyas bases se estipula que los derechos de uso de la imagen pasan a pertenecer a quien organiza el concurso.

5 Amateurs *pro*: Entre las fotos de la tía Paquita y la fotografía profesional

Once the amateur's naive approach and humble willingness to learn fades away, the creative spirit of good photography dies with it. Every professional should remain always in his heart an amateur.

Alfred Eisenstaedt

El caso de Andreu puede ejemplificar con claridad un fenómeno que parece crecer, el que he denominado: amateurs *pro*. Andreu mismo lo cuenta:

Soy diseñador, tengo morro y algún enchufe. Hice unas fotos en un concierto (de un grupo catalán de cierta fama) les pasé al grupo una selección personal, ellos sólo sabían que estaría por el escenario haciendo de fotógrafo con libertad absoluta en el punto de vista. Resultó que gustaron tanto, que me ofrecieron asistir a la grabación en directo del disco en la Sala Apolo. Estuve de la una del medio día hasta finalizar el concierto sobre las 12 de la noche, haciendo un reportaje personal del concierto. Posteriormente envié las fotos de nuevo al grupo, y entre yo y un par de profesionales que había haciendo fotos, me eligieron a mí para maquetar el disco.

Andreu dice, con cierto aire de satisfacción: “entre yo y un par de profesionales, me eligieron a mí”, una frase que resume muchas cosas. Por un lado es claro que, en el plano identitario, Andreu no se considera un profesional, y lo que para él era un “reportaje personal”, acabó siendo un trabajo remunerado, es decir, profesional. Esto parece ser bastante común, otro ejemplo nos lo da Pep, otro miembro de SortidazZ:

Yo he hecho unas fotos para una amiga de un pavimento que han instalado en un gimnasio. Lógicamente no son de la calidad de un pro, primero porque no soy pro y segundo porque mi equipo no es pro. Ahora bien. Mi

amiga lo que quería era unas fotos decentes para mostrárselas a los clientes y para colgarlas en su web, pero tampoco estaba dispuesta a pagar los honorarios de un pro que no creo que bajaran de los 300-400€. Yo supongo que le cobraré unos 100€ (aún no hemos hablado de precios) pero a cambio tendrá 80 fotos muy correctas pero con más ruido que un pro, con menos nitidez que un pro y peor iluminadas que un pro.

Xavi lo apunta con un toque de ironía:

Yo creo que los amateurs que vendemos alguna foto de vez en cuando, o nos dejamos liar para hacer fotos de BBC (bodas-bautizos-comuniones) de familiares y amigos, cubrimos la demanda de ese gran *gap* que hay entre las fotos supercutres que hace la tía Paquita con su compacta, y las que hace un fotógrafo profesional. A la mayoría de gente de mi entorno les basta con la calidad amateur. Otra cosa diferente son las empresas, que en mi opinión se están jugando la imagen y el prestigio cuando compran fotos amateurs para ahorrarse un dinerillo.

Esa “brecha” a la que se refiere Xavi parece tener más forma de puente entre dos aguas y parece crecer día a día. Resulta curioso que Bourdieu ya apuntara que:

No se puede comprender la propia producción en lo que tiene de más específico, es decir, en tanto que producción de valor (y de creencia), si no se toman en cuenta simultáneamente el espacio de los productores y el espacio de los consumidores (2003, p. 96).

Este espacio parece, cada vez más, ser el mismo.

Y sin embargo, en el colectivo también hay quien defiende la posibilidad de seguir siendo amateurs. Maribel apunta

En el momento en el que el amateur empieza a hacer el trabajo de manera similar al profesional, a partir de entonces, y sólo entonces, puede empezar a formarse como profesional. Y sin parar de estudiar y de invertir y de pagar... de por vida.

Y entonces el amateur que se ha convertido en profesional se busca otro hobby...

Pedro va más allá y es aún más contundente cuando afirma: “Yo no he vendido ni una foto. Ni ganas. Mejor o peor, yo hago fotografía por

hobby. Y me niego en convertirlo en un trabajo. Al menos, hasta que la necesidad apriete”.

6. Flickr.com: La institución fotográfica de la imagen en red

Flickr users are the eyes of the world.

Douglas A. Administrador general de Flickr

El caso de Flickr quizá pueda ser útil para entender cómo, a partir del ecosistema comunicativo digital y las prácticas que nutren, basan y cruzan en él, pueden llegar a reformularse distintos campos de la producción cultural.

A Héctor, un chico afincado en El Paso, Texas, le gusta cargar todo el tiempo con su cámara, toma fotos de las cosas que le llaman la atención, de las cosas que hace y las personas con las que suele juntarse. Desde agosto del 2006 es miembro del sitio Flickr.com y tiene casi trescientas mil fotos en línea. Ha subido, en promedio, unas 158 fotos por día a su cuenta de Flickr. Héctor quizá sea un caso especialmente extremo de algo que se ha convertido en una práctica común para miles de personas, sacar fotografías cotidianamente y ponerlas en línea. Cuestión a la que han contribuido sitios como facebook, Instagram y especialmente los smartphones. Flickr es el sitio favorito de las personas que ven la fotografía como algo particularmente atractivo en sí misma, y no sólo como un registro.

Flickr es, sin duda, uno de los principales actores en la era de la fotografía digital. Ellos mismos, al definirse, dicen que son: “casi con seguridad la mejor aplicación de todo el mundo para administrar y compartir fotos en línea”, y aunque no es (por mucho) el sitio donde reside el mayor número de fotografías digitales en internet,¹⁴² se ha convertido en un interlocutor de las instituciones fotográficas más importantes como veremos a continuación. Sin olvidar que es una

142. En octubre del 2009, el blog de Flickr anunciaba que habían llegado a las 4.000 millones de fotos (<http://blog.Flickr.net/en/2009/10/12/4000000000/>). En la misma fecha, Facebook tenía 15.000 millones y un nivel de crecimiento mucho más acelerado.

empresa que pertenece, desde el 2005, a uno de los gigantes de internet: Yahoo!, Flickr es interesante porque muestra cómo las prácticas que utilizan como base una plataforma determinada o “red social” pueden tener la capacidad para transformar un campo entero, en el entendido de Bourdieu, en este caso el fotográfico. En ese sentido, Flickr funciona como un “punto de intersección” entre tecnologías (cámaras digitales, escáneres, ordenadores, móviles, internet), fotógrafos (profesionales, artistas, amateurs, *snapshotters*), empresas (anunciantes, desarrolladoras de aplicaciones, etc.), imágenes (fotos, *collages*, capturas de pantalla, dibujos, híbridas), conocimientos (de la cámara, del software de procesamiento de imágenes), medios de comunicación (que dan cobertura, comentan y a la vez promocionan el sitio, fotógrafos o imágenes) e instituciones fotográficas consolidadas (museos, archivos, galerías, etc.).

Estas intersecciones forman alianzas y reconfiguran las instituciones tradicionales de la fotografía y, sobre todo, transforman el sentido de lo que es la fotografía en la era digital. Flickr, por ejemplo, se ha convertido en la plataforma más usada como repositorio de los concursos fotográficos.¹⁴³ Dada su facilidad para crear grupos y etiquetar fotos. Es muy común que quien organice un concurso y no tenga una plataforma adecuada para recibir los trabajos, utilice un grupo de Flickr o sea el mismo Flickr quien organice concursos conjuntos con otras empresas e instituciones.¹⁴⁴ Por poner un ejemplo, en el 2008, la Tate Modern, una institución consolidada de arte contemporáneo en el mundo, organizó el concurso “Street & Studio. An urban History of Photography”¹⁴⁵ en el que invitaban a cualquier persona a enviar retratos urbanos a través de un grupo de Flickr.¹⁴⁶ De las casi tres mil fotos enviadas, se seleccionaron cien fotografías y se expusieron en la Tate además de aparecer en un libro. Este tipo de iniciativas son cada

143. Los concursos fotográficos, en la era digital, se han multiplicado por miles. Incluso hay páginas dedicadas solamente a anunciar dichos concursos (<http://www.concursosdefotografia.com/>). Entre los fotógrafos de mi trabajo de campo hay una doble sensación, por un lado participan en muchos y los ven como una forma de probar su valía como fotógrafos y por otro tienden a tener reservas sobre ellos porque, apuntan: “son una forma de generar un stock enorme a bajo costo”.

144. Por poner un ejemplo, un concurso organizado por Flickr y Nokia llamado “Tu ciudad de noche” (<http://es.promotions.yahoo.com/mobile-contest/>) de fotos hechas con móviles.

145. <http://www.tate.org.uk/modern/exhibitions/streetandstudio/Flickr.shtml>

146. <http://www.Flickr.com/groups/streetorstudio/>

vez más comunes y hablan de la importancia de los nuevos canales de distribución en la reconfiguración de los campos culturales.

Esto se verá, con mayor detenimiento, a continuación. Por ahora baste dar dos ejemplos que tienen que ver con dos de las instituciones fotográficas tradicionales y la forma en la que Flickr ha entrado a participar en el campo cultural de la fotografía.

6.1. *Los commons*

Sin duda la cuestión de la imagen, como parte de la memoria resguardada en los archivos históricos mundiales, se ha visto potenciada por la digitalización (cfr. Freeman, 2010). Sin embargo, los recursos existentes para la clasificación e indexación de dichas imágenes son limitados y generan procesos complejos que requieren enormes dosis de esfuerzo. En enero del 2008, Flickr junto con la Biblioteca del Congreso de los EE.UU. lanzaron el proyecto piloto denominado *The Commons*, en alusión a las licencias de uso del archivo de fotografías del Congreso. La iniciativa tuvo éxito y decenas de archivos, de todo el mundo, se han sumado al proyecto. Este tenía como finalidad, según la propia página de Flickr:

1. **Aumentar el acceso** a colecciones fotográficas de dominio público y
2. Proporcionar un medio para que el público general **aporte información y conocimientos**. (¡Y luego observe cuáles son los resultados!)

Con su lenguaje distendido, Flickr invitaba a los usuarios a formar parte de esta iniciativa activamente.¹⁴⁷ De esta manera, mientras que Flickr abría la posibilidad de acceso a enormes archivos fotográficos, en beneficio de los usuarios. Al mismo tiempo, les daba la “responsabilidad”, sin costo alguno para los archivos, de clasificar, indexar y dar sentido a enormes cantidades de imágenes. Este es un ejemplo claro de cómo Flickr se convierte en una plataforma de encuentro (¿en un

147. <http://www.flickr.com/commons>

punto de paso obligado?) para la fotografía en la actualidad e incluso para la herencia histórica (cfr. Freeman, 2010).

6.2. *Getty Images*

Las grandes agencias de fotografía cuentan con un número limitado de posibilidades para incrementar su *stock*. Teniendo a Flickr como uno de los más grandes y diversos repositorios de imágenes digitales, era cuestión de tiempo para que una compañía buscara alianzas con la plataforma y es así que Getty Images,¹⁴⁸ una de las compañías de fotografías comercial más grandes del mundo, con casi 25 millones de imágenes en stock, logró un acuerdo con Flickr mediante el cual se “buscan talentos” para incluir imágenes, generadas por los usuarios de Flickr, en la oferta de Getty Images. Mediante esta alianza, Flickr se convierte, una vez más, en el intermediario entre una enorme cantidad de fotógrafos e imágenes y una de las principales compañías en el ramo, utilizando los recursos propios de Flickr. Por ejemplo, en un grupo donde se hace una “convocatoria para artistas”,¹⁴⁹ cuentan con casi cuarenta mil miembros. La alianza funciona como un filtro entre la fotografía comercial institucionalizada y el enorme número de personas que toman fotografías en todo el mundo. Un canal de distribución y contactos propio de la era digital.

6.3. *Flickr y sus alianzas con el mundo analógico*

Por otro lado, Flickr también se ha propuesto “salvar” la fotografía analógica, seguramente consciente de que muchas personas interesadas en la fotografía todavía utilizan carrete y podrían haberse sentido marginadas de un sitio tan claramente digital como Flickr. Para ello, Flickr, como institución, ha apoyado iniciativas que tengan como central a la fotografía analógica por ejemplo con la alianza entre Flickr y lomography en el grupo Film Fanciers’ Guild¹⁵⁰ o con su plataforma, “explorar analógico”, que Flickr presenta como “un agradecimiento para todos

148. <http://www.gettyimages.com>

149. <http://www.Flickr.com/groups/callforartists/>

150. <http://www.Flickr.com/groups/filmguild/>

los que toman fotos con rollos de película. ¡La película no ha muerto!”.

Si bien es cierto que el número de imágenes y grupos de fotografía analógica son mucho menores que los digitales, aun así hay grupos como “I shoot film”¹⁵¹ que cuentan con casi 50.000 miembros y casi un millón y medio de fotos.

En resumen, Flickr no sólo es una plataforma para el intercambio de fotografías, es también una plataforma para generar y materializar alianzas. Una plataforma para socializar en el sentido más amplio, y, en última instancia, “triunfar”, ya sea a través de los logros en una estética fotográfica, en un reconocimiento social basado en las fotografías o en una capitalización de la práctica a través de empresas del *mainstream* fotográfico. Un *mainstream* que el mismo Flickr parece transformar. Por ello, la distinción entre profesionales y amateurs no está dada de facto sino que es construida, nuevamente en el interior de Flickr. Edu lo dice con claridad meridiana:

Una de las mejores cosas que Flickr le ha dado al público es que uno ya no tiene que ser realmente profesional (o tener un alto ranking) en la fotografía, basta con tener la idea, el tema... o mejor dicho la “etiqueta” buscada, el motor de búsqueda le da posibilidad a todos de mostrar su trabajo a todos los demás, desde el profesional hasta el principiante.

Esta destrucción de las institucionalizaciones previas sobre fotografía hace que se tenga que competir por el capital, de alguna forma, en igualdad de condiciones. A pesar de que hay cuentas “pro”, esto sólo implica un compromiso con Flickr y con la práctica fotográfica, no necesariamente con la calidad o la pertenencia a un grupo selecto.

Lo que parece cierto es que, por ejemplo en Flickr, resultan tan importantes (o más) las alianzas, las conductas, los comentarios y la participación como las fotos mismas. Es decir, el capital social. Aunque resulta evidente que una de las formas de obtenerlo sea a través de una práctica fotográfica que resulte atractiva para un número importante de personas. Por eso Flickr es un caso paradigmático de cómo la imagen en red, como representación, como objeto y, sobre todo, como interfaz, reta, con nuevos significados propios de la fotografía digital,

151. <http://www.Flickr.com/groups/ishootfilm/>

el campo de la fotografía tal como la conocíamos hasta hoy. Lo hace, además, materializando alianzas de capitales sociales y construyendo redes de varios tipos.

7. Del trabajo creativo gratuito y el capitalismo del conocimiento a la libertad creativa de los “hobbies serios”: Recapitulación crítica

La difuminación de la distancia entre los amateurs y los profesionales puede percibirse como una pérdida de recursos por parte del segundo grupo y no tanto como un empoderamiento de los primeros. De esta forma, se apunta cómo la apropiación por parte de agentes con poder en el campo, del trabajo de estos amateurs, puede llegar a desestabilizar y precarizar la profesión fotográfica.

En su muy discutido libro *El culto del amateur*”, Andrew Keen (2007) inicia su reflexión citando la idea de T. H. Huxley (el abuelo del autor de *Un mundo feliz*). Huxley planteaba que si se le diera a un número infinito de monos un número infinito de máquinas de escribir, algún mono, en algún momento, crearía una obra maestra literaria como las de Shakespeare o Cervantes. Keen desarrolla, a lo largo de doscientas cuarenta y dos páginas, una crítica a esta “naturaleza sin gusto de la publicidad del yo” (p. 7) que representa, según él, el llamado contenido generado por los usuarios. En su texto, Keen señala que la “euforia 2.0” y la denostada democratización de la producción cultural, consecuencia de la expansión del uso de las tecnologías, está “amenazando el futuro mismo de nuestras instituciones culturales” (p. 15). Ejemplos pone muchos, arremetiendo contra la blogosfera, el contenido generado por los usuarios, y haciendo una especial crítica a YouTube.

Contrastando con la idea de Keen, Walter Benjamin, hace casi un siglo, planteaba, en el contexto de una revolución del proletariado, que los autores deben insertarse en procesos de producción y volverse además maestros de otros:

Un autor que no enseñe a los escritores, no enseña a nadie. Resulta, pues, decisivo el carácter modelo de la producción, que en, primer lugar, instruye a otros productores en la producción y que, en segundo lugar, es capaz de poner a su disposición un aparato mejorado, y dicho aparato será tanto

mejor cuanto más consumidores lleve a la producción, en una palabra, si está en situación de hacer de los lectores o de los espectadores colaboradores (1982, p. 27).

En la actualidad existe una amplia discusión sobre lo que se denomina “contenidos generados por los usuarios” (*user-generated content*). Mientras que por un lado existen posiciones que perciben esta tendencia de manera positiva, como una “cultura participativa” (cfr. Jenkins, 2006) que coadyuvará a los procesos democráticos. Otros advierten de cómo estos procesos forman parte de una tendencia capitalista de incremento del “trabajo inmaterial” que:

Se ha convertido en productivo para el capital de una forma que señala un fenómeno más amplio que es la exportación de la lógica y la estructura de la esfera doméstica al mundo de los bienes, que siempre termina pareciendo y siendo asimilado por el mundo productivo (Fortunati, 2007, p. 148).

Christian Fuchs, en su texto *Class, Knowledge and New Media*, elabora un análisis marxista sobre la relación entre producción y nuevos medios. Para él, dentro de un capitalismo del conocimiento: “El proceso de producción del conocimiento es un proceso comunal y social, pero el conocimiento es apropiado por el capital. Mediante esta apropiación, los productores de conocimiento se convierten, como en el trabajo industrial tradicional, en una clase explotada”. Fuchs, siguiendo el trabajo de Hardt y Negri, llama a esta nueva clase “multitude”. Así, apunta, mediante la producción de objetos, conexiones y sociabilidad, se genera un capital que es apropiado por las empresas (Yahoo, Google, Facebook, etc.):

Las corporaciones de los nuevos medios no (o casi no) pagan a los usuarios por la producción de contenido. Una estrategia de acumulación es el darles libre acceso a servicios y plataformas, dejarlos producir contenido, y acumular un amplio número de productores que se vendan a terceros anunciantes. Ningún producto es vendido a los usuarios, pero los usuarios son vendidos como *commodities* a los anunciantes. Entre más usuarios tiene la plataforma, más altos se pueden poner los precios para los anunciantes (p. 147).

Aunque Fuchs no lo contempla en su análisis, resulta fundamental

entender que, en muchos de los casos, como el de Flickr, las empresas no sólo ganan “vendiendo personas” (lo que él denomina *producer commodity*) a otras empresas para su publicidad, sino también lo hacen al erigirse o consolidarse como plataformas de referencia obligada para los grupos que se disputan el significado de lo que es fotografía en la cultura digital.¹⁵² Otra de las vertientes de este debate se da bajo el concepto de *serious leisure*, acuñado originalmente por Stebbins (1992) y que define como “una actividad sistemática, sustancial y reconfortante [...] en la que los participantes adquieren y expresan una combinación de habilidades especiales, conocimiento y experiencia” (Stebbins, 1992, p. 3). Aproximación que ha sido utilizada para estudiar la fotografía (cfr. Cox, Clough y Marlow, 2008).

El adjetivo “serio” es utilizado por el autor para subrayar las características de: “compromiso, sinceridad, importancia y preocupación” frente a otras actividades realizadas en el tiempo libre más “casuales” y ocasionales.

Este debate se da al mismo tiempo que se señala un cambio fundamental en la producción de bienes culturales. Así, se habla de “prosumidores” (contracción de *productores* y de *consumidores*, término originalmente utilizado por Alvin Toffler). Aunque haya algunos que propongan ir más allá del concepto de “producción” y hablan de “producir” (cfr. Bruns, 2008). Junto con la “participación”, también “la remediación y el bricolaje” se señalan como elementos sustantivos a una “cultura digital” (cfr. Deuze, 2006).

Quizá el ejemplo que más se debata sea el del fotoperiodismo. Como las historias de asesinatos, mencionadas en el capítulo I, la prensa muestra, con preocupación, que algunos rubros en donde la fotografía era fundamental, como el fotoperiodismo, están desapareciendo (cfr. Cazorla, 2009). Lo que es claro es que los profesionales están en algunos casos preocupados, en otros, molestos y, en la mayoría, expectantes. En la prensa se apunta constantemente a la crisis que existe en la profesión fotográfica debido a la proliferación y disponibilidad de fotografías realizadas por amateurs (cfr. Clifford, 2010; Howe, 2006). Si bien todos coinciden con el hecho de que el trabajo de un profesio-

152. O el vídeo en el caso de YouTube.

nal se elabora a largo plazo y consiste en una obra completa, no sólo en un par de fotografías de sucesos puntuales, lo cierto es que “las masas” que tienen un teléfono móvil con cámara y que están en los lugares donde suceden las cosas, están cambiando la percepción del fotoperiodismo. Los atentados en el metro de Londres, la foto del avión sobre el río Hudson en Nueva York, las recientes protestas de jóvenes iraníes, egipcios, etc. De esta forma, hay quienes anuncian ya una era “después de la fotografía” proponiendo utilizar los recursos de la imagen en red para novedosas formas de periodismo (cfr. Ritchin, 2008).

En clave de Bourdieu, para cerrar con él este capítulo:

Lo que se llama la “creación” es el encuentro entre un *habitus* constituido socialmente y una determinada posición, instituida o *possible*, en la división del trabajo de producción cultural (y, por añadidura, en segundo grado, en la división del trabajo de dominación); el trabajo mediante el cual el artista hace su obra y se hace, indisolublemente, a sí mismo como artista (y, cuando ello forma parte de la demanda del campo, como artista original, singular) puede describirse como la relación dialéctica entre su puesto —que, a menudo, le preexiste y sobrevive (con obligaciones, como la “vida de artista”, atributos, tradiciones, modos de expresión, etc.)— y su *habitus*, que le predispone más o menos totalmente a ocupar ese puesto o —lo que puede ser uno de los prerequisites inscritos en el puesto— a transformarlo más o menos completamente (2003, p. 98).

Aunque él se refiera al campo artístico, es justamente esta incorporación de prácticas “profesionales” en los “amateurs” que cortocircuita la “división del trabajo de dominación” y posibilita, por un lado, la “profesionalización” de una actividad recreativa y, por otro, la precarización del trabajo profesional. Dos traslados que pueden resultar peligrosos desde una posición crítica.

Más allá de buscar una postura en este debate, lo que planteo aquí es dar cuenta de cómo algunas de las prácticas que utilizan tecnologías digitales presentan retos para el entendimiento tradicional que, hasta ahora, habíamos tenido de diversos fenómenos e instituciones, de los campos culturales, tomando aquí el caso de la fotografía. Dicho entendimiento, en muchos casos, se basa en un pensamiento de corte cartesiano que utiliza con énfasis dicotomías que solían ser útiles para entender, mediante contraste, elementos de la realidad social (natural/social, tecnología/sociedad, etc.) pero que resultan cada vez más difíci-

les de aplicar para entender los procesos de la cultura digital.

Conclusiones

Conclusiones.
Las prácticas de fotografía digital en la vida cotidiana: Hacia una definición de la imagen en red y la cultura Flickr

La fotografía de hoy en día, no es la fotografía del siglo xx.
Keith Jenkins

Lo que está realmente en juego con el debate actual sobre las imágenes digitales no es sólo el posible futuro de la fotografía sino también la naturaleza de su pasado y su presente.
Geoffrey Batchen

1. Sobre la fotografía y la cultura digital

Empecé este texto con algunas historias-anécdotas a manera de pretexto para hablar de la(s) naturaleza(s) de la fotografía digital. Lo hice

marcando su contraposición con la fotografía analógica, cuyas prácticas en la vida cotidiana fueron definidas por el antropólogo Richard Chalfen con la expresión de *cultura Kodak*. Concluyo con una serie de reflexiones teóricas sobre lo que conceptualmente sugiero es un cambio con respecto a la fotografía analógica, lo que he denominado *imagen en red*. Esta imagen en red da forma, a través de sus prácticas, a una cultura diferente de la Kodak y que he llamado *cultura Flickr*.¹⁵³ Cultura sobre la que apunto algunos rasgos generales. Estos dos conceptos engloban, de manera analítica, los resultados propuestos en los objetivos de este trabajo.

Justamente, mi objeto de investigación se ha centrado en las prácticas de fotografía digital. Para su análisis en profundidad elegí realizar una etnografía con un grupo de fotógrafos y fotógrafas en Barcelona, contrastando los datos con otros grupos (Oxford y Granada) y entrevistando a distintos usuarios de fotografía digital de distintos países.

Este capítulo de conclusiones se divide en dos partes que sintetizan el análisis del trabajo de campo en los dos conceptos teórico-analíticos propuestos: imagen en red y cultura Flickr, ambos buscan ser una actualización de los estudios sociológicos y antropológicos clásicos sobre fotografía doméstica, esta vez con referencia al objeto de estudio en particular que se presenta con la fotografía digital, objetivo propuesto para este trabajo.

La propuesta general de la investigación es que a través de las prácticas en las que se inserta, y que son únicas en el ámbito digital, la fotografía digital disuelve la posibilidad de pensar una ontología única de la fotografía (de ahí que haya utilizado el “naturalezas” en plural). La imagen digital adquiere su sentido en la medida en que se inserta en redes de agencia sociotécnica distintas a su precedente analógica. De esta manera, su ontología es siempre transitoria, contextual, relacional y en proceso, nunca acabada. La fotografía digital no debe entenderse como una nueva tecnología de la imagen fotográfica sino como una tecnología *diferente* (cfr. Mitchell, 1998, y Lister, 1995). Lo que las prácticas de fotografía digital producen no son (sólo) los objetos que solíamos llamar “fotografías”, (también) producen imágenes, que,

153. Si bien, por la rapidez de las transformaciones sociotécnicas, ahora podría hablarse de una creciente “cultura Instagram”, lo cierto es que muchas de las características que apunto de esta cultura Flickr resultan igual de válidas aunque potenciadas aún más por la movilidad que ofrece Instagram.

ensambladas junto con textos, enlaces y contextos específicos, forman interfaces, conexiones y un sistema de comunicación particular. A lo que he denominado *imagen en red*.

La cultura Flickr supone un modo de entender la práctica fotográfica en el marco más amplio de lo que se ha denominado la cultura digital (cfr. Deuze, 2006; Gere, 2002; Hand, 2008; Gillespie, 2007; Creeber y Martin, 2008), caracterizada, al decir de Munster (2006), por una reordenación en las formas de producción, transmisión y recepción de los productos culturales y que implica también una reorganización de nuestras epistemologías de los medios.

Este trabajo no pretendió elaborar un análisis de la fotografía y la imagen en la cultura digital, labor que ya ha sido desarrollada en alguna medida por varios autores (Lister, 1995; Bentkowska-Kafel, Cashen y Gardiner, 2009; Frosh, 2003; Mitchell, 1998 y 2002), trabajos que a su vez tienen sus antecedentes en análisis sobre la cultura visual (Jenks, 1995; Mirzoeff, 1999), lo que este trabajo propuso es, con base en el extenso trabajo de campo realizado, retomar la tradición de los estudios sociales del uso de la fotografía y aportar algunos datos empíricos a partir del estudio de las prácticas de fotografía digital. Estas prácticas, que parecen ser distintas a las analógicas, adquieren sentido por la constitución de ensamblajes y redes sociotécnicas, que a su vez dotan de sentido a esta cultura digital.

2. Hacia una definición de la imagen en red

The nature of photography now is it's in motion... It doesn't stop time anymore, and maybe that's a loss. But there's a kind of beauty to that, too.

Caterina Fake, una de las creadoras de Flickr

Mitchell (1998), en un texto publicado originalmente en 1992, apunta, con una dosis de humor, que si el fotógrafo de la película *Blow Up* (1966) de Antonioni hubiera tomado la foto con una cámara digital, al ampliar la imagen tantas veces, no encontraría el cuerpo de una persona sin vida sino un conjunto ilegible de píxeles. En ese sentido, Manovich (2003a) apunta que la fotografía digital presenta una paradoja con relación a la fotografía, mientras que por un lado es

completamente diferente y “rompe radicalmente con viejas formas de representación visual, al mismo tiempo, refuerza estas viejas formas” (p. 241).

Es claro que la fotografía digital no ha matado a la fotografía como muchos autores han mencionado, de hecho, la fotografía de toda la vida está más viva que nunca y cada vez tienen mayor fuerza las prácticas tradicionales. A juzgar por el número de cámaras que se venden y el número de imágenes que se hacen, nunca se han tomado más fotografías en la historia de la humanidad.¹⁵⁴ En las calles de Barcelona, un buen termómetro de las prácticas turísticas mundiales, en estos días es casi imposible ver a un turista sin una cámara, y a veces, incluso más de una (para desgracia de muchos de estos turistas, tampoco es raro que se las sustraiga algún ladrón). Sin embargo, la segunda parte de la paradoja planteada por Manovich también se cumple: la fotografía digital es completa y radicalmente distinta de la analógica. Lo que sucede es que la cámara digital puede servir para producir ambas: fotografías tal como las conocíamos hasta ahora, que pueden imprimirse y guardarse en álbumes, e imágenes en red, que se distribuyen en plataformas digitales y que tienen características completamente distintas por su función conectiva y de interfaz. Las imágenes en red, de acuerdo con mi propuesta, son constitutivas de la cultura Flickr, la que, a mi parecer, se está extendiendo cada vez más. Las interrogantes pertinentes para el estudio de estas imágenes en red son las propuestas por Beaulieu y Rijcke (2009): “Buscamos no sólo entender lo que está representado, sino las condiciones que hacen posibles ciertas imágenes, y cómo esas imágenes son entendidas, miradas y usadas en un entorno en red” (p. 2). El concepto de “imagen en red” funciona por su semántica múltiple. Por un lado se habla de imágenes, que no (únicamente de) fotografías, ampliando así el espectro de lo visual.¹⁵⁵ Por otro da cuenta de su interrelación con textos, enlaces y contextos. Y por último, la idea “en red” no sólo hace un guiño al importante rol de internet, sino que hace referencia a un tipo de organización determinada y a la interdependencia de elementos necesarios para su creación.

154. En el año nuevo del 2010, se subieron a Facebook, en un solo fin de semana: 750 millones de fotografías. Cuántas se tomaron nunca se sabrá.

155. Huyendo del debate sobre si la fotografía digital ya no funge como una representación fiel de la realidad.

A continuación describo las características propias de la imagen en red, entendida como la conceptualización de una acción que no se reduce únicamente al objeto fotográfico. De esta forma, propongo, se podrá obtener una perspectiva más clara de su articulación con la cultura Flickr y la cultura digital. Estas características son las que considero más importantes y que resumen la propuesta de esta investigación sobre las prácticas de fotografía digital; su conectividad, su materialidad y su temporalidad.

2.1. La fotografía como interfaz

Existen dos elementos claves para poder entender la fotografía digital como una interfaz, por un lado su nueva materialidad (y las materialidades que posibilita) y, por otro, el entendimiento de la fotografía como una red sociotécnica. Estas dos cuestiones son la base sobre las que se sustenta la posibilidad de que existan nuevas prácticas de fotografía, propias y específicas del formato digital.

Sassoon (2004), en su interesante reflexión sobre la materialidad fotográfica en la época digital, establece un diálogo crítico con la obra de Benjamin y sustenta que la propuesta del filósofo alemán sobre la reproducibilidad mecánica de obras artísticas no incide tan directamente en la democratización del arte como él propone:¹⁵⁶

Mientras que Benjamin aplaude el incremento en la accesibilidad al trabajo artístico que se da como resultado de la disponibilidad de las reproducciones, Benjamin falla en entender las relaciones de poder que se requieren para permitir la transformación del estatus de una imagen de una arena artística a una política, un poder que tiene el mismo potencial para ser democratizador y pasivo, o represivo y activo (p. 197).

Esta autora plantea que la imagen digital puede leerse desde la óptica de la materialidad, o para ser más exactos, de la ausencia de ésta. Aunque la reflexión de Sassoon es sobre la digitalización de imágenes y no tanto sobre la fotografía digital, algunas de sus reflexiones

156. Cuestión que es importante de notar, ya estaba en las discusiones Benjamin-Adorno. Para una reflexión sobre ello, ver Michell (2003) y Martín-Barbero (1998). Retomo la de Sassoon por el segundo argumento que se expone a continuación.

resultan pertinentes para mis propósitos. Por ejemplo, cuando la autora afirma que: “El proceso de digitalizar involucra un proceso cultural de traslación más complejo, o un cambio entre formas de representación” (p. 198), cuestión que también plantea Mitchell (1998). Por lo tanto, continúa Sassoon, el cambio a lo digital: “Se convierte en algo cultural, en lugar de simplemente tecnológico” (p. 199). De esta forma resulta “apropiado considerar la fotografía como un objeto laminado en múltiples niveles en donde el significado se deriva de una relación simbiótica entre la materialidad, el contenido y el contexto” (p. 199).

La fotografía analógica se “materializaba” en un objeto llamado fotografía, y si bien ésta podía cambiar de significado dependiendo de su “recepción” (una fotografía familiar podía convertirse en periodística dependiendo de quién apareciera en ella), con la fotografía digital se ha ampliado el universo de significaciones y de contextos en los que se inserta la imagen (Harrison, 2004) e incluso de sus posibles materializaciones. Por ejemplo se han abierto y popularizado nuevas formas de impresión de imágenes en tazas, calendarios, llaveros, tarjetas, postales, libros y revistas. Por lo tanto, su significado proviene más del contexto y uso que de lo que aparece representado en el objeto fotográfico. Además, en el contexto digital y hablando de las plataformas tecnológicas que cambian constantemente, es importante saber que: “la dinámica del sitio es tal que el contexto en sí mismo es efímero, el contenido y sus cambios en el ordenamiento cambian perpetuamente y su dinamismo impacta en la sustancia semántica del espacio y todos los objetos dentro de él” (Davies, 2007, p. 554). Los significados, además, pueden sumarse (Davies, 2007).

Keith Jenkins, editor de fotografía del *Washington Post* y reconocido *blogger*, en una entrevista radiofónica (Lydon, 2006) hablaba de la fotografía digital planteando el concepto de “*Networked cameras*”. Con ello se refería a la estrecha relación que existe en la fotografía digital entre los instrumentos de creación de imágenes y su uso en redes sociotécnicas.

Si bien el objeto que representa una fotografía nunca ha sido absoluto y pre-determinado en su significación, la fotografía digital transforma también al objeto y lo convierte en una interfaz. Es decir, el objeto fotográfico pierde materialidad para ganar conectividad.

Para entender la imagen en red como interfaz, es necesario pensar en la relación de la fotografía con el tiempo. El tiempo resulta además interesante e importante como planteamiento de las profundas diferencias entre la fotografía analógica y la imagen en red. No sólo ha cambiado la temporalidad de la fotografía en sí misma si pensamos en el tiempo que transcurre entre el disparo de la cámara y el observar el resultado final. En el caso de las cámaras digitales compactas, de “apuntar y disparar”, gracias a la pantalla, mirar y fotografiar casi forman una sola acción, la temporalidad se reduce a la inmediatez.

También ha cambiado la trayectoria temporal del uso de dichas imágenes. Mientras que las analógicas parecían servir como un recordatorio estático de una situación pasada, eran un objeto para la memoria. En el caso de la imagen digital, su temporalidad de uso también resulta más inmediata y, en algunos casos, perecedera casi instantáneamente (por ejemplo, cuando se utiliza una imagen para mostrar el lugar en el que se encuentra determinada persona en determinado momento, imagen que pierde su sentido una vez que la persona ya no se encuentra ahí y es eliminada). Este “presente continuo” de la imagen, que funciona como conexión inmediata entre personas, lugares y situaciones, en muchas ocasiones pierde su carácter de memoria temporal y funciona únicamente como conexión, lo que se ve amplificado por las nuevas plataformas de distribución de imágenes hechas con el móvil entre las que destacaría Instagram. Si para Barthes (1999) la imagen siempre tiene como referencia “la realidad”, estando ésta situada en un espacio-tiempo muy claro, la imagen en red parece romper con esa relación y se erige más en un enlace contextual, en una interfaz entre personas, redes, textos, otras imágenes y significaciones. Una temporalidad del “aquí” y del “ahora”

Si atendemos, como se propone desde la antropología y la sociología, al papel de los contextos sociales más amplios en los que se inserta la fotografía (De Miguel y De León, 1998; Ardèvol, 1998 y 2006; Bourdieu, 1991 y 2003; Chalfen, 1987; Edwards, 2009, etc.), se puede constatar que lo importante para la imagen en red no es tanto la foto en cuanto objeto de la memoria, sino la fotografía como conexión y las nuevas formas en que ésta genera subjetividades, es decir, formas de pensar, conocer y actuar en el mundo. Son justamente algunas de estas prácticas de la imagen en red las que posibilitan esta nueva definición de la fotografía.

2.2. *Todo es fotografiable, todo el tiempo*

*Entre las muchas maneras de combatir la nada,
una de las mejores es sacar fotografías.*

Julio Cortázar, “Las babas del diablo”

I see no reason for recording the obvious.

Edward Weston

En el cuento “La aventura de un fotógrafo” Italo Calvino (1991) cuenta la historia de Antonino, un “no fotógrafo”, una persona que aborrecía las fotografías. A través del relato somos testigos de la transformación del personaje que pasa de ser un apologista irónico contra la práctica fotográfica a obsesionarse de tal manera que termina perdiéndose a sí mismo en ella. Calvino magistralmente escribe:

Basta empezar a decir de algo: «¡Ah, qué bonito, habría que fotografiarlo!» y ya estás en el terreno de quien piensa que todo lo que no se fotografía se pierde, es como si no hubiera existido, y por lo tanto para vivir verdaderamente hay que fotografiar todo lo que se pueda, y para fotografiarlo todo es preciso: o bien vivir de la manera más fotografiable posible, o bien considerar fotografiable cada momento de la propia vida. La primera vía lleva a la estupidez, la segunda a la locura (1991, p. 37-38).

Después de una historia de amor que tiene como su eje a la fotografía, y en un cierre angustiante, Antonino termina tomando fotografías a una pila de negativos y positivadas. Tomando imágenes de fotografías: “Antonino comprendió que fotografiar fotografías era el único camino que le quedaba, más aún, el verdadero camino que oscuramente había buscado hasta entonces” (p. 43).

Esta narración nos remite a una de las situaciones claves en relación con la fotografía digital, el cambio que se da en el objeto de lo fotografiable. No sólo es creciente el número de personas que “viven de la manera más fotografiable posible” sino que cada vez es más común que se “considere fotografiable cada momento de la propia vida”. Sin embargo, actualmente parece más que discutible que esto se considere “una estupidez” o una “locura”, como en el cuento de Calvino. Por el contrario, este “vivir fotográficamente” está en el centro del éxito de

plataformas como Instagram. Harrison (2004) apunta que: “Lo que es digno de ser fotografiado, mostrado y guardado, revela elecciones ontológicas que confirman valores, relaciones sociales e identidades” (p. 37) y estas parecen estar cambiando como Bourdieu apuntaba: “se exige que la fotografía encuentre su justificación en el objeto fotografiado, lo cual excluye el hecho de fotografiar porque sí por considerarse inútil, perverso y burgués” (2003, p. 140). En ese sentido, las prácticas de fotografía digital pueden servir como ejemplo de las profundas transformaciones en la producción cultural, ya que el objeto fotográfico de la imagen digital es distinto del de la fotografía analógica (Davies, 2007; Okabe e Ito, 2003).

Aún más, quizá el cambio no sea tanto en el objeto de lo fotografiable como en el hecho de que la práctica fotográfica se ha despojado de su carácter ritual. Virginia Nightingale (2006), por ejemplo, apunta que en realidad el simple hecho de tener una cámara y estar aburrido puede convertirse en una combinación que dote de sentido a un objeto y lo convierta en fotografiable. Como apunta Lee: “Todo momento y lugar puede ofrecer un pretexto para el disparo” (2010).

De esta forma, la imagen en red adquiere sentido en la medida en que se inserta en contextos de socialidad cotidianos, no sólo en los momentos extraordinarios y no únicamente por lo que se representa, sino por el significado que se le dota al mismo acto de fotografiar. Así, en muchas ocasiones, lo que parece más importante es disparar, más que a lo que se dispara. Pero además, hoy en día, las prácticas fotográficas domésticas digitales se insertan en redes sociotécnicas que resultan similares, se entrecruzan y confunden con aquellas desarrolladas por los aficionados, en los clubes de fotografía o incluso a las prácticas profesionales de la fotografía fotoquímica. Tanto en su persistencia como en su constancia, la fotografía digital parece estar exenta de las limitaciones y constricciones propias de las redes de sentido impuestas para cierto tipo de fotografías. Es decir, las fotografías caseras compiten con las profesionales, lo íntimo es expuesto en páginas de acceso público y las fotos domésticas se exponen en los museos junto con las realizadas por profesionales.

Las prácticas de fotografía digital están cambiando el campo cultural de la fotografía, y por lo tanto también el sentido social de la fotografía. Así, el producto final, las fotografías como imágenes, no son necesi-

riamente objetos permanentes de memoria y pertenencia sino muchas veces solamente la materialización de una práctica cada vez más cotidiana: la de fotografiar. Si fotografiar es cada vez más cotidiano, lo que se fotografía suelen ser justamente las actividades cotidianas, por lo tanto, la fotografía digital no solo reflejaría la cotidianeidad de quien la lleva a cabo sino que la configuraría, cuestión ya señalada por otros autores (Okabe e Ito, 2006) especialmente al estudiar a los jóvenes.

Esto nos lleva a plantear modelos de análisis sobre la fotografía que tengan en cuenta las prácticas y la agencia compartida, tanto en la producción como uso de imágenes y no sólo en lo representado en las fotografías ya que el significado es el resultado de dichas prácticas. Imágenes que, además, existen en función de las prácticas de distribución, exhibición y uso de las mismas.

En conclusión, el objeto y función social de la fotografía digital es distinto en la cultura Flickr de lo que era y sigue siendo en la cultura Kodak. La imagen en red es distinta a la fotografía, ya sea digital o analógica, como práctica enmarcada en tiempos, espacios y situaciones distintas. Se define como una práctica que no requiere marcos sociotemporales predefinidos para existir (bodas, cumpleaños, etc.) y que cada vez es más constante y cotidiana. Retomando a Calvino, este “vivir de la manera más fotográficamente posible”, en tiempos de la imagen en red, equivale a “considerar como fotografiable cada momento de la propia vida” generando una “mirada fotográfica”. Esta forma de ver fotográficamente, el mantener una mirada constantemente fotográfica, da pie a nuevas visualidades, subjetividades e identidades. Es decir, a una nueva formación cultural.

3. De la “cultura Kodak” a la “cultura Flickr”

Las prácticas de las que he dado cuenta en esta investigación aportan elementos suficientes para pensar en un cambio profundo en la producción de imágenes fotográficas, su sentido social, su uso y su relación con la vida cotidiana. Es decir, de una transformación cultural en el sentido más amplio.

Richard Chalfen (1987) acuñó la expresión “cultura Kodak” para describir los usos y las prácticas de “producción casera de imágenes”.

En su fascinante libro describe con detalle el qué, cómo, porqué y en qué contexto las personas comunes y corrientes crean imágenes (fotografías y vídeo). El resultado es lo que él nombra como “cultura Kodak”,¹⁵⁷ es decir: “los *patrones de comportamiento* que definen la normalidad de las imágenes producidas en el ámbito doméstico” (p. 10).

Por su parte, Sarvas y Frohlich (2011) señalan que el *modelo Kodak* se componía de tres elementos: “La tecnología (rollos de película y una cámara simple), un modelo de negocio (vender carretes y un servicio de revelado e impresión), y una práctica (capturar imágenes de los miembros de la familia y los eventos familiares)” (p. 16). Dichos elementos, justamente, “establecieron una cultura Kodak en el siglo xx y siguieron siendo la forma dominante de la fotografía durante casi un siglo” (p. 16).

Con este modelo queda perfectamente claro que la conceptualización de dicha “cultura”, debido a los cambios planteados a lo largo de este trabajo, no puede únicamente trasladarse a las prácticas de la fotografía digital, sino que hay toda una serie de nuevos patrones y conjuntos de prácticas que definen un nuevo modelo cultural que es distinto y que, siguiendo a Chalfen, he denominado “cultura Flickr” (pero que podría llamarse fácilmente “cultura Instagram”). Sin embargo, Instagram, como Facebook, utiliza las imágenes para una interacción centrada en las personas mientras que en Flickr es más clara la interacción entre personas centrada en las imágenes. Esta cultura Flickr tiene nuevas tecnologías, nuevos modelos de negocio y nuevas prácticas.

Martín Hand apunta que si “las tecnologías son inseparables de las culturas institucionales y organizacionales, entonces tendríamos que esperar que la digitalización genere la existencia de convenciones culturales y prácticas alternativas” (2008, p. 6). Esto es parcialmente cierto, ya que esta afirmación implica un determinismo tecnológico que he querido evitar por dos razones. La primera, porque si bien es cierto que, como he mostrado a lo largo de este trabajo, la práctica de la fotografía digital es distinta que la analógica porque se inserta en nuevas redes sociotécnicas, la tecnología por sí sola no puede explicar cómo

157. Chalfen clarifica el concepto de “cultura Kodak” al decir que con él se referirá a “lo que sea que uno tiene que aprender, saber o hacer para poder participar apropiadamente en lo que se ha delimitado como el modo casero de comunicación pictórica” (1987, p. 10).

estas redes se configuran. La segunda, porque soy muy consciente de que las prácticas de la cultura Kodak sobreviven junto a las prácticas de la cultura Flickr. Las tecnologías digitales, por sí mismas, posibilitan pero no determinan nuevas convenciones culturales y nuevas prácticas. Es por ello por lo que el concepto de red sociotécnica, explicado en el capítulo II, permite comprender la emergencia de nuevas prácticas. De ahí que utilice el concepto de imagen en red para dar cuenta de cómo se articulan dichas prácticas en redes sociotécnicas más amplias configurando un modelo cultural distinto.

Graham, en un artículo del *USA Today* (2008), apunta que la mayor innovación de Flickr fue que la empresa reconociera la naturaleza social de la fotografía, citando a Butterfield, uno de los creadores de Flickr, quien señala que la fotografía: “está hecha para compartirse, hablar sobre ella, señalarla, guardarla, archivarla y hacerla disponible en tantas formas como se pueda”. Este parece ser el punto de partida para una diferente “naturaleza” fotográfica que tuviera como consecuencia una transformación en los rasgos culturales que de ella se desprenden. A continuación apunto algunos elementos en los que esta nueva “cultura Flickr”, por establecer un guiño con Chalfen, divergen de su “cultura Kodak” y que son: nuevos objetos y materialidades, nuevos formatos y circuitos de producción, nuevas redes sociotécnicas, nuevas formas de representación, nuevas narrativas y nuevas formas de subjetivación.

3.1. Nuevas materialidades, formatos y circuitos para la fotografía

Uno de los objetos centrales en el trabajo de Chalfen, quizá el referente principal de la cultura Kodak que describe, son los álbumes familiares (junto con las cajas de zapatos). Chalfen no sólo los utilizó como unidad de análisis sino que proponía que éstos eran el objeto por antonomasia de las formas de visualidad vernácula.

Este quizá sea el cambio más visible, la imagen en red encuentra su lugar “natural” en la exhibición en internet, en todo tipo de páginas, redes sociales y blogs. La materialidad ha cambiado, el significado de la fotografía también, el lugar donde residía, aún más.

Es importante recalcar que la cultura Kodak y las funciones tradicionales de la fotografía no desaparecen sino que se potencian aún más y conviven con las de la cultura Flickr. La diferencia no sólo es

cuantitativa (el número de fotografías tomadas) o de formato (papel o píxeles en alguna pantalla). La diferencia radica en las prácticas mismas, por ejemplo en la medida en que las imágenes se hacen pensando en su utilización como interfaces u objetos comunicativos para las plataformas de redes sociales.

Nightingale (2006), en su trabajo sobre foto-bloggers, afirma que “las imágenes del fotoblog están hechas con la exhibición en mente, y en muchas ocasiones con la intención de captar, sorprender o divertir a quien las mire por casualidad” (Nightingale, 2006, p. 8). Cuestión similar a la planteada por Cohen (2005). Esto crea una relación constante integrada en la misma práctica de sacar fotografías, la de pensar en su distribución. Se piensa en el “tag” antes de tomar la foto. Distribuir o exhibir las imágenes es una parte integral de la práctica fotográfica digital y, a la vez, una de las principales motivaciones para integrarla activamente en la cotidianeidad. Lo que a su vez genera nuevas formas de relación con los objetos fotográficos. Por poner un ejemplo, se pueden encontrar recomendaciones en la prensa sobre la “etiqueta” necesaria cuando se distribuyen las fotos a través del correo electrónico (cfr. Harmon, 2005) y hay una caricatura en la que se expresa esta cuestión cuando un compañero de trabajo le dice a otro que le mostrará las cuatro mil fotos que le tomó a su bebé en el fin de semana.

3.2. *La fotografía digital y sus nuevas redes sociotécnicas*

Like the computer, the camera is an instrument of a human intelligence.
Beloff, 1985, p. 18

En su seguimiento de la expresión “fotografía digital” en las publicaciones *New York Times*, *USA Today* y *Newsweek*, Meyer (2008) concluye que las notas sobre fotografía digital no estaban reemplazando a las narrativas sobre la fotografía analógica, por ejemplo como un objeto artístico o un proceso de representación, sino que cada vez estaban más relacionadas con la computación como tema. Ya sea por la relación de la fotografía con dispositivos computacionales, como el tipo de prácticas. Lister (2010) apunta que mientras que en la teorización sobre los nuevos medios, la cuestión de la tecnología es cada vez más importante y ha ganado protagonismo, en el estudio de la fotografía sigue siendo más

bien marginal. Parece necesaria entonces una reflexión sobre las múltiples imbricaciones entre la fotografía y la computación en la era digital.

La relación entre el mundo de la fotografía y el mundo de la computación es mucho más compleja que el mero hecho de que, para la fotografía digital, sea indispensable el procesamiento computacional.¹⁵⁸ Fontcuberta, siempre provocador, afirma que “el ordenador ha relegado en importancia a la cámara, la lente se vuelve un accidente en la captación de la imagen” (2010, p. 13). En mi trabajo de campo he podido comprobar cómo una gran cantidad de personas que se han incorporado activamente al mundo de la fotografía provienen del mundo de la informática. Esto tiene, en principio, dos situaciones que vale la pena mencionar en este momento, la primera es que la obsolescencia programada del mundo de la computación ha permeado a la fotografía. Sus ciclos de uso, cambio y deshecho se han vuelto muy similares, y la industria ha sabido aprovecharlo lanzando nuevos modelos con una frecuencia de entre cuatro y seis meses. La segunda, que se deriva de esta, es que la fotografía parece haber cambiado de “red” de relaciones, insertándose en una distinta de la que había tenido en la cultura Kodak. Esto, a su vez, genera nuevas conexiones con las redes antiguas. No sólo es, como se mencionó en el capítulo anterior, que nuevas empresas e instituciones hayan pasado a formar parte del panorama actual de la fotografía, sino que, al digitalizarse, la imagen adquiere nuevos significados en relación con las redes en las que se inserta. No es lo mismo una fotografía en un álbum, en Facebook o en Flickr; no es igual un correo electrónico con una imagen anexada que un correo con el enlace a una fotografía en internet, etc. La imagen se vuelve código y se inserta en otros códigos más amplios adaptándose a sus propias lógicas. La imagen se vuelve un interfaz, una conexión y, de alguna forma, en un lenguaje, no tanto estético sino social, o mejor dicho, sociotécnico.

También pude constatar la relación entre la práctica fotográfica y otras actividades en informática o un nivel de usuario alto; lo que corresponde en ciertos casos a una actividad profesional relacionada

158. Originalmente, en lugar de “proceso computacional” había pensado escribir: “ordenador”. Sin embargo, como demuestran los últimos avances en telefonía móvil, la fotografía digital puede completar un ciclo completo (producción, postproducción y distribución), completamente independiente del ordenador (cfr. Gómez-Cruz y Meyer, 2012).

con los ordenadores. Resulta sintomático que los administradores de los grupos de Granada, Oxford y Barcelona tenían todos trabajos que estaban estrechamente relacionados con internet, todos habían sido participantes y administradores de blogs y foros en el pasado y los tres estaban interesados en la fotografía, previamente a la llegada de la tecnología digital. En pocas palabras, combinaban dos elementos claramente relevantes: tenían experiencia en lo que actualmente se denomina *community managment* y eran fotógrafos aficionados.

Manovich (2003b), en una idea radical, plantea que los grandes artistas y creadores de nuestro tiempo son los científicos computacionales que crearon los códigos que sirven para que los artistas de los *new media* hayan podido potenciar y extender sus ideas. Los algoritmos generados por computadora, continúa el autor, son algoritmos y procesos que anteriormente tenían que hacerse manualmente. Retomo uno de los ejemplos del propio Manovich, la perspectiva, fundamental para lograr el realismo en los gráficos de los videojuegos, es en realidad una operación lógico-visual que surgió en la época del Renacimiento. Esta tendencia es muy clara y tiene en la imagen digital un salto importante. La imagen digital integra, tanto en su diseño como en sus posibilidades, cada vez más operaciones que solían efectuarse anteriormente con un conjunto de saberes/herramientas, y que ahora convergen en el diseño de cámaras y programas informáticos (que muchas veces se incluyen en las cámaras). Por poner un ejemplo: el cambio de ISO¹⁵⁹ y el blanco y negro. Anteriormente, los fotógrafos profesionales solían cargar con películas de sensibilidad fotográfica distinta dependiendo de los requerimientos particulares de cada toma. También era común ver fotógrafos con dos o más cámaras que normalmente tenían películas distintas; ya sea color y blanco y negro, una con un ISO elevado y otro menor, o una con diapositivas y otra con carretes de 35mm. En las cámaras digitales todas estas variantes se incorporan como funciones computacionales. Casi en cualquier cámara se puede escoger la sensibilidad de luz (el ISO) o si la toma es en blanco y negro o color.

Estos son sólo dos ejemplos de cómo, en la fotografía digital, los códigos computacionales han reemplazado operaciones que requerían

159. El ISO es una escala de sensibilidad fotográfica.

materiales o procesos distintos (cfr. Gómez-Cruz y Meyer, 2012). Como apuntan Rubinstein y Sluis (2008), “Al eliminar discretamente las referencias al conocimiento especializado y artesanal gracias al software de fotografía digital, la fotografía se incorpora en el grupo de las amistosas aplicaciones multimedia diseñadas para gustar a cada usuario de computadora” (p. 15).

3.3. *Nuevas formas de representación*

En su fabuloso texto *Los emigrados*, W. G. Sebald (2002) construye una novela a partir de historias de distintas personas que han emigrado. La memoria, los recuerdos y la conciencia de la diáspora en cada una de dichas personas son los elementos con los que el autor hilvana su texto. Estos elementos tienen su referencia en fotografías que, de manera audaz, Sebald incorpora en el libro. De esta forma, se establece una relación muy particular con la lectura, se asiste por un lado a una serie de narraciones noveladas y, por otro, se tiene la sensación de que lo que se cuenta es una historia con personajes, lugares y situaciones reales porque ¡aparecen las fotografías para demostrarlo! Ver en la novela las imágenes que muestran las situaciones y personajes a los que se hace referencia en el texto lleva al lector o lectora a plantearse si está leyendo una ficción o una descripción minuciosa de la historia. Y, sin embargo, como lectores, asistimos a una interpretación posible de esas imágenes.¹⁶⁰

Esta “función representacional”, como hemos problematizado, parece complejizarse con la imagen en red puesto que, como señala Nightingale (2006) con respecto a las fotografías que tomaban los informantes de su investigación: “las imágenes son más que representaciones: ‘una foto de mi gato’ o ‘una foto de mi nuevo amante’ no son sólo imágenes neutrales porque, además de haber sido tomadas, estas imágenes han sido seleccionadas, subidas y mostradas en un weblog”. Por lo que, señala: “lo que se necesita explicar entonces son las relaciones socioculturales posibilitadas por esos procesos” (p. 23). La misma autora apunta que el uso de fotografías actúa como una

160. Otro autor que recientemente hizo algo similar es Jonathan Safran Foer en su magnífica novela: *Extremely Loud and Incredibly Close*.

forma de comunicación en sí misma, cuestión en la que coinciden otros autores (Van House, 2009; Fontcuberta, 2010). En pocas palabras, una sociología de la producción de imágenes digitales tendría que centrarse en su uso como un instrumento de conexión, como una interfaz en un complejo entramado de relaciones sociotécnicas.

Paradójicamente, al mismo tiempo la presencia masiva de la tecnología digital hace que para algunas personas la fotografía haya perdido su aura de “objetividad representacional”. Un buen ejemplo se encuentra en el campo periodístico en donde cada vez crece más el debate sobre la manipulación digital de imágenes, mientras que, por otro lado, las imágenes en red, de la mano de personas de la calle, van conformando cada día un nuevo subgénero periodístico. Es decir, como una vivencia materializada por parte de personas que hayan estado cerca de un hecho noticioso, especialmente con el uso de las cámaras de los teléfonos móviles. Prácticamente es imposible asistir a un concierto, un evento deportivo o un acontecimiento especial sin que haya una cámara al lado que lo documente porque forma parte de la vivencia misma de las personas que asisten a estos actos.

En otros ámbitos más específicos, la fotografía incluso ha adquirido un estatus y un protagonismo que previamente no tenía. Es el caso que me contó uno de mis informantes de Oxford, ornitólogo aficionado desde hace un par de décadas, me contó la historia de cómo, hace veinte años, para registrar el avistamiento de un nuevo pájaro, bastaba con una descripción detallada y un dibujo del ave. Actualmente, en la asociación en la que participa en Inglaterra, se ha instaurado la regla de que para registrar el avistamiento de una especie rara en la zona, hace falta una fotografía digital. Es decir, una prueba gráfica. Por lo visto, desde hace algunos años, se ha hecho común, entre los ornitólogos aficionados, el uso de pequeñas cámaras digitales que, mediante una sencilla pieza extra, pueden anexarse a los potentes telescopios con los que ya contaban. Si bien, según mi informante, algunas personas están comprando equipo fotográfico especializado (mucho más costoso que este truco), prácticamente todos los ornitólogos aficionados cargan una pequeña cámara que anexan a sus telescopios y con la que pueden sacar fotografías. De ahí que la asociación decidiera, no sin voces de resistencia, establecer esta nueva regla. Se da entonces un cruce y una transferencia conti-

nua entre la imagen en red y la fotografía tradicional que habría que explorar en investigaciones posteriores.

Así pues, en la práctica de la fotografía digital, el aspecto representacional sigue presente e incluso adquiere una relevancia que antes no tenía. Sin embargo, en la vida cotidiana, lo más característico de la imagen en red no es su función de perpetuación de la memoria o la estética sino su función conectiva en el presente.¹⁶¹

3.4. Fotografía digital en red, nuevas narrativas de la vida cotidiana

La conjunción de que todo sea fotografiable con la incorporación de códigos específicos en la cámara, la conectividad de lo digital, y el desarrollo de plataformas de exhibición y uso de las imágenes, abre la posibilidad para la formación de nuevas narrativas sociotécnicas, visuales y digitales. La relación entre narrativa y fotografía no es nueva ni se limita a la fotografía digital. Al respecto, Böck (2004) apunta cómo las fotografías familiares formaban una narrativa, no sólo por lo que representaban sino por la elección y el orden en que las imágenes se encontraban en álbumes o marcos. Cuestión en la que también coinciden otros autores como Chalfen (1987) o Van Dijck (2007 y 2008). Hirsch (1997) incluso lo lleva un paso más allá y plantea que estas narrativas son “ideologías”. Este “ser en el mundo” que, a través de las fotografías, las familias querían imprimir como una temporalidad constante y permanente, pasa a ser más un “estar en el mundo” (Böck, 2004).

Después de varios años como usuario de internet y de pasar tres años estudiando de cerca la forma en la que las personas utilizan la fotografía en los procesos de mediación, me resulta evidente el complejo y “juguetón” uso que las personas hacen de las fotografías para comunicarse. Frosh (2001) apunta que la fotografía no es narrativa por sí misma sino que se caracteriza por ser “estática”. Sin embargo, la fotografía cada vez más viene acompañada de una narrativa en la cual se inserta.

161. De hecho, sin quererlo, los fotógrafos y fotógrafas artísticos están resintiendo esta pérdida, si la imagen en red no es una representación, puede parecer más difícil generar una mirada particular sobre la realidad, es decir, ser un autor en el sentido extenso. En una entrevista concedida para el diario inglés *The Guardian*, Nan Goldin, una famosa fotógrafa artística, decía: “todos toman fotos; ahora hasta los teléfonos pueden. Toda la cuestión de lo digital es muy deprimente para mí; mi proceso se ha ido. Hay todo tipo de cosas desconocidas que podrían aparecer en una fotografía, cosas que tú no habías visto hasta que la viste; ahora es todo plano”.

Si los usuarios intensivos de cámaras documentan cada vez más aspectos y momentos de su vida cotidiana y estas imágenes se integran en contextos comunicativos más amplios, especialmente a través de las plataformas de comunicación mediada como las “redes sociales”, parecen generarse nuevas formas de narrativas personales: “Este es el deseo que se detona en la proliferación contemporánea de nuestros momentos Nokia, arreglados como están en diarios personales que aparecen para reconstruir y particularizar al usuario como individuo” (Sutton, 2009, p. 230) y como parte de un colectivo agregaría yo. McDonald (2007), por ejemplo, apunta que:

Desde esta perspectiva, una conversación visual es una narrativa colaborativa que puede ser “leída” por alguien de fuera, como si fuera una conversación textual. En esta aproximación de “lectura”, el hilo conversacional está disponible para que cualquiera lo inspeccione con un poco de paciencia” (p. 1).

Esto nos lleva a pensar que algunas de las prácticas de fotografía, materializadas en imágenes en red que cabe recordar no es sólo la fotografía en sí misma sino su uso contextual, son, en sí mismas, un lenguaje comunicativo, hipermediático, conectivo e interactivo, cuestión que parece coincidir con lo planteado por Van House (2009). Resulta curioso cómo en muchas de las plataformas de internet se podría elaborar una trayectoria de vida si se sigue cierta cronología y se utiliza cierta imaginación.

3.5. Nuevas formas de subjetivación

El Museo de Arte Moderno de San Francisco organizó, en abril del 2010, un seminario con el título “¿Está acabada la fotografía?”. En él participaron expertos, fotógrafos, curadores y artistas. Vince Aletti, un editor artístico y crítico fotográfico, respondía: “Lo que está acabada es la visión estrecha de la fotografía –la idea de que la cámara es un dispositivo de grabación, no una herramienta creativa, y que sus productos son estrictamente representacionales– no manipulados, no fabricados ni abstractos” (Aletti, en línea). Lo que Aletti plantea es que el discurso tradicional sobre la fotografía, como instrumento de representación e identidad para quien toma fotografías, está agotado. Por ejemplo,

el mismo hecho de que los fotógrafos llamen “procesamiento” a lo que algunas personas podrían apuntar como “manipulación” muestra la falta de preocupación que empieza a existir entre muchas personas que elaboran imágenes, sobre una identidad fotográfica “pura”. En ese sentido, parece haber un cambio identitario con respecto a la fotografía. En su perfil, una usuaria de Flickr que utiliza con destreza los programas de procesamiento de imágenes, apunta:

Algunos dicen que soy fotógrafa y otros que no, que soy artista digital, visual, o simplemente creadora de imágenes, no lo sé. Lo que sí sé es que soy totalmente autodidacta y que la fotografía cambió mi vida. No puedo vivir sin ella.

Así como hizo Stiglitz, para delimitar y generar una significación social del fotógrafo como artista, algunos de los usuarios de fotografía digital parecen crear una nueva identidad en donde la fotografía es menos importante que el resultado final como imagen. Una usuaria de Instagram lo dice claramente: “Para mí Instagram es el aquí y el ahora, si no es subida en el momento, pierde sentido, se trata de comunicación, no de virtuosismo”.

Por otro lado, la fotografía se constituye en una “forma de vida” o, mejor dicho, en una parte de nuestra forma de vida. En la cultura Flickr lo importante no es el objeto fotográfico en cuanto objeto de la memoria y para el recuerdo, sino la fotografía como práctica cotidiana a través de la cual nos comunicamos, nos expresamos y nos performamos como sujetos. La imagen en red es parte constitutiva de nuestro “estar en el mundo”, lo que no está exento de contradicciones y perplejidades, puesto que estas nuevas subjetividades parecen conllevar una distinta organización de lo que es íntimo y privado frente a lo público. Algunos autores han relacionado estas nuevas subjetividades con el capitalismo tardío (Sibila, 2008) y se podrían pensar como nuevas formas de control social o tecnologías del yo (Foucault, 1998).

En resumen, lo que propongo es que la imagen en red, como conceptualización teórica de un conjunto de prácticas de la fotografía digital en todas sus fases (producción, distribución y uso), puede ser útil para explicar cómo y por qué se está transformando el campo fotográfico. De esta manera, la fotografía pasa de tener una materialidad física a una digital, de estar inserta en redes sociotécnicas fotoquímicas

a las informáticas, de tener un uso representacional a uno performativo y conectivo, de ser un objeto para la memoria a uno para la narrativa cotidiana. Es en este sentido en el que se puede definir como algo diferente a la fotografía analógica, es decir, entenderla como una imagen en red que a su vez daría paso a la transformación de una “cultura Kodak” a una “cultura Flickr”. Cultura que a su vez desestabiliza conceptos sólidos y arraigados en la cultura anterior, especialmente las dicotomías como profesional y amateur, público y privado, instantáneas y artísticas, fotografía y diseño.

El modelo teórico aquí esbozado, que se apoya en datos etnográficos, sirve para dar cuenta del campo concreto de la fotografía pero también podría ser útil para entender otros ámbitos de la producción cultural digital como el cine, la literatura, la música, etc. En otras palabras, espera ser una aportación en la construcción de un entendimiento de la cultura digital.

Y dado que este libro es el heredero de una tesis doctoral, debo terminar reconociendo que, en ese camino, me he formado como investigador, he aprendido el “oficio” académico y, sobre todo, me he apasionado activamente por la práctica fotográfica.

Bibliografía

- ADAMS, A.; CUNNINGHAM, S.; MASOODIAN, M. (2007). *Sharing, Privacy and Trust Issues for Photo Collections*: Working Paper 01/2007, Computer Science, Waikato Uni.
- AGAMBEN, G.; KISHIK, D.; PEDATELLA, S. (2009). “*What Is an Apparatus?*” and *Other Essays*. Stanford: Stanford Univ Press.
- ALBERTSEN, N.; DIKEN, B. (2004). Artworks’ Networks: Field, System or Mediators? *Theory Culture Society*, 21(3), 35-58.
- ALLAT, P.; DIXON, C. (2004). On using visual data across the research process: sights and insights from a social geography of young people’s independent learning in times of educational change. In C. Pole (ed.), *Seeing is Believing?: Approaches to Visual Research*. London: JAI Press.
- ANDREWS, J.; CHEN, L. (2009). Instant Gratification. *American Photo*.
- ANGUS, E.; THELWALL, M. (2008). Motivations for image publishing and tagging on flickr Retrieved from <http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=1711360&show=abstract>
- AOKI, P.; SZYMANSKI, M.; WOODRUFF, A. (2005). *Turning from Image Sharing to Experience Sharing*. Paper presented at the Ubicomp 2005 Workshop on Pervasive Image Capture and Sharing: New Social Practices and Implications for Technology.
- ARDEVOL, E. (1998). Por una antropología de la mirada: etnografía, representación y construcción de datos audiovisuales. *Revista de dialectología y tradiciones populares*, 53(2), 217-240.
- ARDÈVOL, E. (2006). *La búsqueda de una mirada*. Barcelona: Editorial UOC.
- ARNHEIM, R. (1974). On the Nature of Photography. *Critical Inquiry*, 1(1), 149-161.
- ATKINSON, P.; HAMMERSLEY, M. (2007). *Ethnography. Principles in practice* (Third ed.). Nueva York: Routledge.

- AVGEROU, C.; CIBORRA, C.; LAND, F. (2004). *The social study of information and communication technology: Innovation, actors, and contexts*. Oxford: Oxford University Press.
- AVGITIDOU, A. (2003). Performances of the self. *Digital Creativity*, 14(3), 131-138.
- BAKARDJIEVA, M.; SMITH, R. (2001). The Internet in Everyday Life: Computer Networking from the Standpoint of the Domestic User. *New Media & Society*, 3(1), 67.
- BAL, M. (2003). Visual essentialism and the object of visual culture. *Journal of Visual Culture*, 2(1), 5.
- BALABANOVI, M.; CHU, L.; WOLFF, G. (2000). *Storytelling with digital photographs*. Paper presented at the CHI 2000, New York.
- BALL, M. S.; SMITH, G. W. H. (1992). *Analyzing visual data*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, Inc.
- BALLAGAS, R.; YU, K.; HIBINO, S. (2004). Taking and Sharing Pictures with Phonecams: An Ethnographic Study. Retrieved Sept, 25, 2005.
- BANKS, M. (2001). *Visual methods in social research*. Thousand Oaks: Sage.
- BANKS, M. (2010). *Los datos visuales en investigación cualitativa*. Madrid: Morata.
- BARBROOK, R. (1998). The Hi-Tech Gift Economy in nettime. In Nettime (ed.), *Readme!: ASCII culture and the revenge of knowledge* (pp. 132-139). New York: Autonomedia.
- BARDIS, A. (2004). Digital photography and the question of realism. *Journal of Visual Art Practice*, 3(3), 209-218.
- BARNES, B. (2001). Practice as collective action. In T. Schatzki, K. Knorr-Cetina y E. Von Savigny (eds.), *The Practice Turn in Contemporary Theory* (pp. 17-28). London: Routledge.
- BARRIONUEVO, A. (2009). In Argentina, a Camera and a Blog Make a Star *New York Times*, from http://www.nytimes.com/2009/03/14/world/americas/14cumbio.html?_r=2&scp=1&sq=flogger&st=cse
- BARTHES, R. (1978). *Image, music, text*. New York: Hill & Wang.
- BARTHES, R. (1999). *La cámara lúcida*. Barcelona: Paidós.
- BASSETT, C. (2007). Cultural Studies and New Media. In G. Hall & C. Birchall (Eds.), *New Cultural Studies: Adventures in Theory* (pp. 220). Georgia: University of Georgia Press.

- BASSETT, E.; O'RIORDAN, K. (2002). Ethics of Internet research: Contesting the human subjects research model. *Ethics and Information Technology*, 4(3), 233-247.
- BATCHEN, G. (2002). *Each wild idea: writing, photography, history*. Cambridge, Mass. (EUA): The MIT Press.
- BATCHEN, G. (2008). Snapshots: Art History and the Ethnographic Turn. *Photographies*, 1(2), 121-142.
- BAURET, G. (1999). *De la fotografía*. Buenos Aires: La Marca.
- BAZIN, A. (1980). The ontology of the photographic image. In A. Trachtenberg (ed.), *Classic Essays on Photography* (pp. 237-244). New Haven: Leetes Island Books.
- BBC (2007, Friday, 18 May 2007, 07:55 GMT). Yahoo 'censored' Flickr comments Retrieved 20/03/08, 2008
- BBC (2010, 13 September 2010). What your social network profile picture really says. *BBC*, from <http://www.bbc.co.uk/news/technology-11249966>
- BEAULIEU, A.; RIJCKE, S. D. (2009, 15-17 September). *Mediated ethnography and the study of networked images -- or how to study 'networked realism' as visual knowing*. Paper presented at the First International Visual Methods Conference, Leeds, England.
- BECKER, H. (1974). Photography and sociology. *Studies in the anthropology of visual communication*, 1(1), 3-26.
- BECKER, H. (1984). *Art worlds*. Berkeley: University of California Press.
- BECKER, H. S. (1974). Art as collective action. *American Sociological Review*, 39(6), 767.
- BECKER, H. S. (2006). Art Photography in America. *Journal of communication*, 25(1), 74.
- BELL, S. (2002). Photo images: Jo Spence's narratives of living with illness. *Health*, 6(1), 5.
- BELOFF, H. (1985). *Camera culture*. Oxford: Blackwell
- BENJAMIN, W. (1973). *El arte en la era de la reproducción mecánica*. Madrid: Taurus.
- BENJAMIN, W. (1980). A short history of photography. In A. Trachtenberg (ed.), *Classic Essays on Photography* (pp. 199-215). New Haven: Leetes Island Books.

- BENJAMIN, W. (1982). The Author as Producer. In V. Burgin (ed.), *Thinking Photography* (pp. 142-153). London: Macmillan Press Ltd.
- BENJAMIN, W. (2008). *Sobre la fotografía*. Valencia: Pre-Textos.
- BENTKOWSKA-KAFEL, A.; CASHEN, T.; GARDINER, H. (2009). *Digital visual culture: theory and practice*. Bristol: Intellect Ltd.
- BERGER, J. (1972). *Ways of seeing*. London: BBC-Penguin.
- BERKER, T.; HARTMANN, M.; PUNIE, Y.; WARD, K. (2006). *Domestication of Media and Technology*. London: Open University Press.
- BEUSCART, J.; CARDON, D.; PISSARD, N.; PRIEUR, C. (2009). Pourquoi partager mes photos de vacances avec des inconnus? Les usages de flickr, *Réseaux*, 91-129.
- BIJKER, W.; HUGHES, T.; PINCH, T. (1989). *The social construction of technological systems: New directions in the sociology and history of technology*. Cambridge, Mass. (EUA): MIT Press.
- BIJKER, W.; LAW, J. (1994). *Shaping technology/building society: Studies in socio-technical change*. Cambridge, Mass. (EUA): MIT Press.
- BÖCK, M. (2004). Family snaps: life-worlds and information habitus. *Visual Communication*, 3(3), 281.
- BOCZKOWSKI, P.; LIEVROUW, L. (2008). Bridging STS and Communication Studies: Research on Media and Information Technologies. In Edward J. Hackett, Olga Amsterdamska, M. Lynch & J. Wajcman (eds.), *New Handbook of Science and Technologies Studies*. Cambridge, Mass. (EUA): MIT Press.
- BOLTER, J.; GRUSIN, R. (1999). *Remediation: Understanding New Media*. Mit Pr.
- BOURDIEU, P. (1991). Towards a Sociology of Photography. *Visual Anthropology Review*, 7(1), 129-133.
- BOURDIEU, P. (2003). *Un arte medio: Ensayo sobre los usos sociales de la fotografía*. Gustavo Gili.
- BOURDIEU, P. (2003). But who created the creators. In J. Tanner (ed.), *The Sociology of Art: A reader*. Psychology Press.
- BOURDIEU, P. (2008). *El oficio de sociólogo*. Siglo XXI.
- BOURRIAUD, N. (2009). *Postproducción*. Buenos Aires, Adriana Hidalgo Editora.
- BOWN, N. (1996). 'There are fairies at the bottom of our garden': Fairies, fantasy and photography. *Textual Practice*, 10(1), 57-82.

- BOYD, D.; ELLISON, N. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer Mediated Communication* 13(1), 210.
- BRÄUCHLER, B.; POSTILL, J. (2010). *Theorising Media and Practice*. Oxford and New York: Berghahn.
- BRUNS, A. (2008). *Blogs, Wikipedia, Second Life, and beyond: From production to produsage*. Peter Lang.
- BUDGEON, S. (2003). Identity as an embodied event. *Body & Society*, 9(1), 35.
- BURGESS, J. (2007). *Vernacular Creativity and New Media*. Unpublished PhD, Queensland University of Technology, Brisbane, Australia.
- BURGESS, J.; GREEN, J.; JENKINS, H.; HARTLEY, J. (2009). *YouTube: Online video and participatory culture*. Polity.
- BURGIN, V. (1982). Looking at photographs. In V. Burgin (ed.), *Thinking Photography* (pp. 142-153). London: Macmillan Press Ltd.
- BURKE, P. (2008). *What is cultural history?*: Polity Pr.
- BURNS, P.; LESTER, J.-A.; BIBBLINGS, L. (2010). *Tourism and Visual Culture, Volume 2: Methods and Cases*. CAB Intl.
- BURRELL, J. (2009). The Field Site as a Network: A Strategy for Locating Ethnographic Research. *Field Methods*, 21(2), 181.
- BUSE, P. (2010). Polaroid into digital: Technology, cultural form, and the social practices of snapshot photography. *Continuum*, 24(2), 215-230.
- CALHOUN, C. (1993). Habitus, field, and capital: The question of historical specificity. *Bourdieu: critical perspectives*, 61-88.
- CARTIER-BRESSON, H. (1999). *The mind's eye*. New York: Apperture.
- CASALÉ, M. (2002). Las cámaras fotográficas como objetos de consumo. *Política y sociedad*, 39(1), 173.
- CASE, A. (Producer). (2010, 09/08/10) O'Reilly Webcast: Cyborg Anthropology: A Short Introduction Podcast retrieved from <http://www.youtube.com/watch?v=rCvMWZePS8E>.
- CASHMORE, E. (2006). *Celebrity Culture*. London: Routledge.
- CAZORLA, B. (2009, 01/09/2009). Fotoperiodismo en la UVI. *El País*, from http://www.elpais.com/articulo/cultura/Fotoperiodismo/UVI/elpepicul/20090901elpepicul_7/Tes
- CHA, M.; MISLOVE, A.; ADAMS, B.; GUMMADI, K. (2008). *Characterizing social cascades in flickr*. Paper presented at the Workshop on Online Social Networks (WOSN'08), Seattle, Washington, USA.

- CHALFEN, R. (1987). *Snapshot Versions of Life*. Bowling Green State University Popular Press.
- CHALFEN, R. (1998). Interpreting family photography as pictorial communication. *Image-based Research. A Sourcebook for Qualitative Researchers*. London, 214-234.
- CHALFEN, R. (2002). Snapshots “r” us: the evidentiary problematic of home media. *Visual Studies*, 17(2), 141-149.
- CHALFEN, R. (2009). “It’s only a picture”: sexting, “smutty” snapshots and felony charges. *Visual Studies*, 24(3), 258-268.
- CHALFEN, R.; MURUI, M. (2004). Print Club Photography in Japan. In E. Edwards & J. Hart (eds.), *Photographs Objects Histories: On the Materiality of Images*. London: Routledge.
- CHAPLIN, E. (2005). The Photograph in Theory. *Sociological Research Online*, 10(1).
- CHERUBINI, M.; GUTIERREZ, A.; OLIVEIRA, R. D.; OLIVER, N. (2010). *Social tagging revamped: supporting the users’ need of self-promotion through persuasive techniques*. Paper presented at the Proceedings of the 28th international conference on Human factors in computing systems.
- CHRISTOPHERSON, R. W. (1974). From Folk Art To Fine Art: A Transformation in the Meaning of Photographic Work. *Journal of Contemporary Ethnography*, 2, 123-157.
- CHRISTOPHERSON, R. W. (1974). Making Art With Machines: Photography’s Institutional Inadequacies. *Journal of Contemporary Ethnography*, 3(1), 3-34.
- CHUN, W.; KEENAN, T. (2006). *New media, old media: a history and theory reader*. London: Routledge.
- CHUN, W. H. K. (2009). Introduction: Race and/as Technology; or, How to Do Things to Race. *Camera Obscura*, 24(1_70), 7-35.
- CIBORRA, C. (2004). Encountering information systems as a phenomenon. *The Social Study of Information and Communication Technology: Innovation, Actors, and Contexts*, 17-34.
- CLANCY, S.; DOLLINGER, S. (1993). Photographic depictions of the self: Gender and age differences in social connectedness. *Sex Roles*, 29(7), 477-495.
- CLIFFORD, S. (2010, March 29, 2010). For Photographers, the Image of a Shrinking Path. *New York Times*, from <http://www.nytimes.com/2010/03/30/business/media/30photogs.html>

- COBLEY, P.; HAEFFNER, N. (2009). Digital cameras and domestic photography: communication, agency and structure. *Visual Communication*, 8(2), 123-146.
- COE, B.; GATES, P. (1977). *The Snapshot Photograph: The Rise of Popular Photography, 1888-1939*: Ash & Grant.
- COFFEY, A. (1999). *The Ethnographic Self. Fieldwork and the Representation of Identity*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- COHEN, K. (2005). What does the photoblog want? *Media, Culture & Society*, 27(6), 883.
- COLEMAN, R. (2008). The Becoming of Bodies. Girls, media effects, and body image. *Feminist Media Studies*, 8(2), 163-179.
- COLES, T. (2009). Negotiating the Field of Masculinity. *Men and Masculinities*, 12(1), 30.
- COLLIER, J.; COLLIER, M. (1986). *Visual anthropology: Photography as a research method*. Univ of New Mexico Pr.
- COOPERSMITH, J. (2000). Pornography, videotape and the Internet. *Technology and Society Magazine, IEEE*, 19(1), 27-34.
- COOPERSMITH, J. (2006). Does Your Mother Know What You Really Do? The Changing Nature and Image of Computer-Based Pornography. *History and Technology: An International Journal*, 22(1), 1-25.
- CORLEY, H.; HERITAGE, E.; CUMBERLAND, F.; EASTNEY, P. (2010). Tagged: Digital Photography and Archaeologists Retrieved from http://www.bcs.org/upload/pdf/ewic_ev09_s1paper2.pdf
- CORNELIUSSEN, H.; RETTBERG, J. W. (2008). *Digital culture, play, and identity: A World of Warcraft reader*. Cambridge, MA.: The MIT Press.
- COULDRY, N. (2004). Theorising media as practice. *Social Semiotics*, 14(2), 115-132.
- COULDRY, N. (2004). Actor Network Theory and Media: Do They Connect and on What Terms? *Department of Media and Communications, London School of Economics and Political Science*, from http://www.lse.ac.uk/collections/media@lse/pdf/Couldry_ActorNetworkTheoryMedia.pdf
- COX, A. (2007). *Flickr: What is new in Web2. 0?* Paper presented at the Towards a Social Science of Web, York, England.
- COX, A. M.; CLOUGH, P. D.; MARLOW, J. (2008). Flickr: a first look at user behaviour in the context of photography as serious leisure. *Information Research*, 13(1).

- CRABTREE, A.; RODDEN, T.; MARIANI, J. (2004). *Collaborating around collections: informing the continued development of photonware*. Paper presented at the ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work, New York.
- CRANG, M. (1997). Picturing practices: research through the tourist gaze. *Progress in Human Geography*, 21(3), 359-373.
- CREEBER, G.; MARTIN, R. (2008). *Digital cultures: understanding new media*. New York: Open University Press. McGraw-Hill Education.
- CRIMP, D. (1979). Pictures. *October*, 75-88.
- CROGHAN, R.; GRIFFIN, C.; HUNTER, J.; PHOENIX, A. (2008). Young People's Constructions of Self: Notes on the Use and Analysis of the Photo-Elicitation Methods. *International Journal of Social Research Methodology*, 11(4), 345-356.
- DALTON, J.; LEE, N.; GOICOLEA, A.; BROWN JR, D. (2000). Look At Me: Self-Portrait Photography After Cindy Sherman. *PAJ: A Journal of Performance and Art*, 22(3), 47-56.
- DAVID, G. (2010). Camera phone images, videos and live streaming: a contemporary visual trend. *Visual Studies*, 25(1), 89-98.
- DAVIES, J. (2007). Display, Identity and the Everyday: Self-presentation through online image sharing. *Discourse: Studies in the Cultural Politics of Education*, 28(4), 549-564.
- DAVIS, K. (2009). *Me, Myself, and My Blog: Girls' Self-Expressions on LiveJournal*. Paper presented at the 5th European Symposium on Gender & ICT. Digital Cultures: Participation - Empowerment – Diversity, from http://www.informatik.uni-bremen.de/soteg/gict2009/proceedings/GICT2009_Davis.pdf
- DE MIGUEL, J. M.; DE LEÓN, O. G. P. (1998). Para una sociología de la fotografía. *Reis*, 83-124.
- DEBORD, G. (1983). *Society of the Spectacle*. New York: Zone Books.
- DELEUZE, G. (1995). *Conversaciones 1972-1990*. Valencia: Pre-Textos.
- DENORA, T. (1999). Music as a technology of the self. *Poetics*, 27(1), 31.

- DEUZE, M. (2006). Participation, remediation, bricolage: Considering principal components of a digital culture. *The Information Society*, 22(2), 63-75.
- DEUZE, M. (2007). Convergence culture in the creative industries. *International Journal of Cultural Studies*, 10(2), 243.
- DICKS, B.; SOYINKA, B.; COFFEY, A. (2006). Multimodal ethnography. *Qualitative Research*, 6(1), 77.
- DIRKSEN, V.; HUIZING, A.; SMIT, B. (2010). 'Piling on layers of understanding': The use of connective ethnography for the study of (online) work practices. *New Media & Society*.
- DÖRING, N. (2002). Personal home pages on the Web: A review of research. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 7(3), 04-22.
- DOTAN, A. (2008). *A cross-cultural analysis of flickr users from peru, israel, iran, taiwan and the united kingdom*. Unpublished Master's thesis in Human-Centred Systems, City University.
- DOVEY, J.; LISTER, M. (2009). Straw men or cyborgs? *Interactions: Studies in Communication and Culture*, 1(1).
- DOY, G. (2005). *Picturing the self: changing views of the subject in visual culture*. London: I.B. Tauris.
- DU GAY, P. (1997). *Production of culture/cultures of production*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications Ltd.
- DU GAY, P.; HALL, S.; JANES, L.; MACKAY, H.; NEGUS, K. (1997). *Doing Cultural Studies: The Story of the Sony Walkman*. London: Sage Publications Inc.
- DUBOIS, P. (2008). *El acto fotográfico y otros ensayos*. Buenos Aires: La Marca.
- DURRANT, A.; FROHLICH, D.; SELLEN, A.; LYONS, E. (2009). Home curation versus teenage photography: Photo displays in the family home. *International Journal of Human-Computer Studies*, 67(12), 1005-1023.
- DURRANT, A.; TAYLOR, A.; FROHLICH, D.; SELLEN, A.; UZZELL, D. (2009). *Photo displays and intergenerational relationships in the family home*. Paper presented at the 23rd BCS Conference on Human Computer Interaction.
- ECHEVERRÍA, J. (2009). Cultura digital y memoria en red. *Arbor*, 185(737), 559-567.
- EDGLEY, C.; KISER, K. (1982). Polaroid Sex: Deviant Possibilities in a Technological Age. *Journal of American Culture*, 5(1), 59-64.

- EDWARDS, E. (1992). *Anthropology and photography, 1860-1920*. New Haven: Yale University Press.
- EDWARDS, E. (1998). Performing Science: Still Photography and The Torres Strait Expedition. In Herle & Rouse (eds.), *Cambridge and The Torres Strait: Centenary Essays on the 1898 Anthropological Expedition* (pp. 106-135): CUP.
- EDWARDS, E. (2002). Material beings: objecthood and ethnographic photographs. *Visual Studies*, 17(1), 67.
- EDWARDS, E. (2009). Las prácticas sociales como una teoría de la fotografía. In P. Vicente (ed.), *Instantáneas de la teoría de la fotografía* (pp. 101-112). Tarragona: Arola Editors.
- EDWARDS, E.; HART, J. (2004). *Photographs, Objects, Histories: On the Materiality of Images*. London: Routledge.
- EGAS, J. (2009). *Nuevos usos sociales de la fotografía: formas de representación y auto-representación fotográfica en las comunidades virtuales*. Unpublished Masters, Universidad Andina Simón Bolívar, Quito.
- EGGER, M.; FISCHBACH, K.; GLOOR, P.; LANG, A.; SPRENGER, M. (2008). *How to Identify Successful Actors of the Flickr Community and How to Determine Their Attributes*. Paper presented at the Seminar für Wirtschaftsinformatik und Informationsmanagement, Köln.
- ELGAN, M. (2009). Does mobile tech breed narcissism? *Computerworld*. Retrieved from http://www.computerworld.com/s/article/9135659/Elgan_Does_mobile_tech_breed_narcissism_
- ELLISON, N.; HEINO, R.; GIBBS, J. (2006). Managing Impressions Online: Self-Presentation Processes in the Online Dating Environment. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11(2), 415-441.
- EMMONS, R. (2008). Let there be light in the digital darkroom: Digital ecologies and the new photography. In B. Hawk, D. Rieder & O. Oviedo (eds.), *Small Tech: The Culture of Digital Tools* (pp. 116-118). Minneapolis: University of Minnesota.
- ERNST, W. (2006). Dis/continuities: Does the Archive Become Metaphorical in Multi-Media Space? *New Media Old Media*, 105-123.
- ESTALELLA, A. (2005). Filtrado colaborativo: la dimensión sociotécnica de una comunidad virtual. *UOC Papers*. Retrieved from <http://www.uoc.edu/uocpapers/1/dt/esp/estalella.pdf>

- EVANS, J.; HALL, S. (1999). *Visual culture: The reader*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications Ltd.
- FARIS, J. (1996). *Navajo and photography: a critical history of the representation of an American people*. Univ of New Mexico Pr.
- FAULKNER, S.; MELICAN, J. (2007). *Getting Noticed, Showing-Off, Being Overheard: Amateurs, Authors and Artists Inventing and Reinventing Themselves in Online Communities*. Paper presented at the Ethnographic Praxis in Industry.
- FEATHERSTONE, M. (2010). Body, Image and Affect in Consumer Culture. *Body & Society*, 16(1), 193-221.
- FEATHERSTONE, M.; HEPWORTH, M.; TURNER, B. (1991). *The body: Social process and cultural theory*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications Ltd.
- FELICI, J. (2010). Repensar la fotografía en el marco de la cultura visual contemporánea, Retrieved 22/03/2010, 2010, from <http://www.aaic2010malaga.org/upload/ok/160.pdf>
- FIELDING, N.; LEE, R.; BLANK, G. (2008). *The SAGE handbook of online research methods*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications Ltd.
- FIELDS, D.; KAFAI, Y. (2009). A connective ethnography of peer knowledge sharing and diffusion in a tween virtual world. *International Journal of Computer-Supported Collaborative Learning*, 4(1), 47-68.
- FLUSSER, V. (2001). *Una filosofía de la fotografía*. Madrid: Síntesis Editorial.
- FONTCUBERTA, J. (2010). *La cámara de Pandora. La fotografía@ después de la fotografía*. Barcelona: Gustavo Gili.
- FORTUNATI, L. (2007). Immaterial labor and its machinization. *Ephemera. Theory & Politics in Organization*, 7(1), 139-157.
- FOUCAULT, M. (1978). *Microfísica del poder*. Madrid: La Piqueta.
- FOUCAULT, M. (1996). *Tecnologías del yo y otros textos afines*. Barcelona: ICE de la Universidad Autónoma de Barcelona.
- FOUCAULT, M. (1998). *Historia de la sexualidad* (Vol. I, II, III). México, D.F.: Siglo Veintiuno.
- FOUCAULT, M. (2004). *Vigilar y castigar: Nacimiento de la prisión*. México, D.F.: Siglo XXI.
- FREEMAN, C. (2010). Photosharing on Flickr: intangible heritage and emergent publics. *International Journal of Heritage Studies*, 16(4), 352-368.
- FRIEDBERG, A. (2002). The mobilized and virtual gaze in modernity. In N. Mirzoeff (ed.), *The Visual Culture Reader*. London: Routledge.

- FROHNE, U. (2002). Screen Tests: Media Narcissism, Theatricality and the Internalized Observer. In T. Y. Levin, U. Frohne & P. Weibel (Eds.), *CTRL [SPACE]: Rhetorics of Surveillance from Bentham to Big Brother*: M.I.T. Press.
- FROSH, P. (2001). The Public Eye and the Citizen-Voyeur: Photography as a Performance of Power. *Social Semiotics*, 11(1), 43-59.
- FROSH, P. (2003). *The image factory: consumer culture, photography and the visual content industry*. Oxford: Berg Publishers.
- FUCHS, C. (2010). Class, Knowledge, and New Media. *Media, Culture & Society*, 32(1), 141-150.
- GAI, B. (2009). A World Through the Camera Phone Lens: a Case Study of Beijing Camera Phone Use. *Knowledge, Technology & Policy*, 22(3), 195-204.
- GARDNER, S. (1991). Exploring the Family Album: Social Class Differences in Images of Family Life. *Sociological Inquiry*, 61(2), 242-251.
- GARFINKEL, H. (2006). *Estudios en etnometodología*: Anthropos Editorial.
- GARROD, B. (2009). Understanding the Relationship between Tourism Destination Imagery and Tourist Photography. *Journal of Travel Research*, 47(3), 346-358.
- GERE, C. (2002). *Digital culture*: Reaktion Books.
- GERUNDINI, P.; CASTELLANI, M. (2003). The Technologies of Body Visualization. In L. Fortunati, J. Katz & R. Riccini (eds.), *Mediating the human body: technology, communication, and fashion* (pp. 209-214): L. Erlbaum Associates Inc. Hillsdale, NJ, USA.
- GIDDENS, A. (1991). *Modernity and self-identity: Self and society in the late modern age*: Stanford Univ Pr.
- GIL, G. (2004). Fútbol y ritos de comensalidad. El chori como referente de identidades masculinas en la Argentina. *Antropologica del Departamento de Ciencias Sociales*, 7.
- GILLESPIE, T. (2007). *Wired shut: Copyright and the shape of digital culture*. Cambridge, Mass. (EUA): The MIT Press.
- GIOIA, J. (2009, May/June). Superstars of Flickr/How to become a Flickr Superstar. *American Photo*, XX, 38-57.
- GOFFMAN, E. (2004). *La presentación de la persona en la vida cotidiana* (4ª ed.). Barcelona: Amorrortu.

- GOLDER, S.; HUBERMAN, B. (2005). The structure of collaborative tagging systems. *Arxiv preprint cs/0508082* Retrieved 13/03/2010, 2010, from <http://arxiv.org/pdf/cs.DL/0508082>
- GOLVANO, F. (1998). Redes, campos y mediaciones: Una aproximación sociológica al arte contemporáneo. *Reis*, 291-304.
- GÓMEZ-CRUZ, E. (2007). *Las metáforas de internet*. Barcelona: Editorial UOC.
- GÓMEZ-CRUZ, E. (2008). Imagen pública-privada y ética: Reflexiones desde una investigación etnográfica sobre las prácticas de fotografía digital. En E. Ardèvol, A. Estalella y D. Domínguez (eds.), *La mediación tecnológica en la práctica etnográfica Simposio del XI Congreso de Antropología FAAEE* San Sebastián.
- GÓMEZ-CRUZ, E. (2010). Profesionales y amateurs en la cultura digital. Notas empíricas sobre las prácticas de fotografía digital. *Pensar la comunicación. Reflexiones y resultados de investigación* (Vol. Tomo II). Medellín: Universidad de Medellín.
- GÓMEZ-CRUZ, E.; ARDÈVOL, E.; ESTALELLA, A. (2007). *Playful Embodiment and Identity Performance on Internet*. Paper presented at the Let's Play! Conference of the Association of Internet Researchers, Vancouver, Canadá.
- GÓMEZ-CRUZ, E.; LEVY, A. (2009). *Sexuality, Ethics and the Virtual*. Paper presented at the 1st International Visual Methods Conference.
- GÓMEZ-CRUZ, E.; MEYER, E. (2012). Creation and Control in the Photographic Process: iPhones and the emerging fifth moment of photography. *Photographies*.
- GOODWIN, C. (2001). Practices of seeing: Visual analysis: An ethnomethodological approach. In T. v. Leeuwen & C. Jewitt (eds.), *Handbook of visual analysis* (pp. 157-182).
- GRADY, J. (2008). Visual research at the crossroads. *Forum: Qualitative Social Research*, 9. Retrieved from <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/viewArticle/1173>
- GRAHAM, A.; GARCIA-MOLINA, H.; PAEPCKE, A.; WINOGRAD, T. (2002). *Time as essence for photo browsing through personal digital libraries*. Paper presented at the Proceedings of the 2nd ACM/IEEE-CS joint conference on Digital libraries.

- GRAHAM, J. (2008, 2/27/2006). Flickr of idea on a gaming project led to photo website. *USA Today*, from http://www.usatoday.com/tech/products/2006-02-27-flickr_x.htm
- GREEN, D.; LOWRY, J. (2009). Photography, cinema and medium as social practice. *Visual Studies*, 24(2), 132-142.
- GREEN, J. (1973). *Camera work: a critical anthology*. New York: Aperture.
- GREEN, N.; HADDON, L. (2009). *Mobile Communications. An Introduction to New Media*. Oxford: Berg.
- GRINTER, R. (2005). Words about images: Coordinating community in amateur photography. *Computer Supported Cooperative Work (CSCW)*, 14(2), 161-188.
- GRUNDBERG, A. (2003). The Crisis of the Real. Photography and postmodernism. In L. Wells (ed.), *The photography reader*. London: Routledge.
- GYE, L. (2007). Picture This: the Impact of Mobile Camera Phones on Personal Photographic Practices. *Continuum*, 21(2), 279-288.
- HADDON, L. (2004). *Information and Communication Technologies in Everyday Life: A Concise Introduction and Research Guide*. Oxford: Berg Publishers.
- HADDON, L. (2005). The Innovatory use of ICTs L. Haddon, E. Mante-Meijer, B. Sapio, KH, Kommonen, L. Fortunati, and A. Kant (Eds.), *Everyday Innovators, Researching the Role of Users in Shaping ICTs* (pp. 54-66): Springer.
- HADDON, L.; MANTE-MEIJER, E.; SAPIO, B.; KOMMONEN, K.; FORTUNATI, L.; KANT, A. (2005). *Everyday innovators: researching the role of users in shaping ICTs*: Springer.
- HAFNER, K. (1997). The Epic saga of the Well. The world's most influential Online Community. *Wired*. Retrieved from http://www.wired.com/wired/archive/5.05/ff_well.html
- HAHN, T. (2009). *Developing Perfection: Understanding and Redefining Photography in a Digital Age*. Unpublished Master of Arts Thesis, Wake Forest University Winston-Salem, North Carolina.
- HALDRUP, M.; LARSEN, J. (2003). The Family Gaze. *Tourist Studies*, 3(1), 23.
- HALDRUP, M.; LARSEN, J. (2006). Material cultures of tourism. *Leisure Studies*, 25(3), 275-289.
- HALKIER, B.; KATZ-GERRO, T.; MARTENS, L. (2011). Applying practice theory to the study of consumption: Theoretical and methodological considerations. *Journal of Consumer Culture*, 11, 3-13.

- HALL, S. (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications Ltd.
- HAND, M. (2008). *Making digital cultures: Access, interactivity, and authenticity*. Hampshire: Ashgate Pub Co.
- HANNERZ, U. (2003). Being there... and there... and there!: Reflections on Multi-Site Ethnography. *Ethnography*, 4(2), 201.
- HARMON, A. (2005, Saturday, May 7, 2005). We simply can't stop shooting. *New York Times*, from <http://www.nytimes.com/2005/05/06/technology/06iht-ptphotos07.html>
- HARRISON, B. (2004). Snap happy: toward a sociology of everyday photography. In C. Pole (ed.), *Seeing is Believing?: Approaches to Visual Research* (Vol. 7, pp. 23-39): JAI Press.
- HARRISON, D. (2009). Digital Archiving as an Art Practice. In A. Bentkowska-Kafel, T. Cashen & H. Gardiner (eds.), *Visual Digital Culture. Theory and Practice*. Bristol: Intellect.
- HASBROUCK, J.; FAULKNER, S. (2006). "Why are you taking my picture?": *Navigating the Cultural Contexts of Visual Procurement*. Paper presented at the Ethnographic Praxis in Industry.
- HAWK, B.; RIEDER, D. (2008). On Small tech and complex ecologies (introduction). In B. Hawk, D. Rieder & O. Oviedo (eds.), *Small Tech: The Culture of Digital Tools*. Minneapolis: University of Minnesota.
- HAWK, B.; RIEDER, D.; OVIEDO, O. (2008). *Small Tech: The Culture of Digital Tools*. Minneapolis: University of Minnesota.
- HAWKINS, J. E. (2008). *Web 2.0: Kula exchange and online social interaction*. University of Sheffield, Sheffield.
- HEARN, A. (2008). Meat, Mask, Burden: Probing the contours of the brandedself. *Journal of Consumer Culture*, 8(2), 197.
- HEBDIGE, D. (1983). Posing... threats, striking... poses: Youth, surveillance, and display. *Substance*, 11(4), 68-88.
- HENDERSON, L. (2003). Access and content in public photography. In L. Wells (ed.), *The Photography Reader*. London: Routledge.
- HENNING, M. (1997). Encuentros digitales: pasados míticos y presencia electrónica. *La imagen fotográfica en la cultura digital*, 281-303.
- HENNING, M. (2000). The subject as object. Photography and the human body. In L. Wells (ed.), *Photography: A Critical Introduction* (Second ed.). London: Routledge.

- HESMONDHALGH, D. (2006). Bourdieu, the media and cultural production. *Media, Culture & Society*, 28(2), 211.
- HIRSCH, M. (1997). *Family frames: photography, narrative, and postmemory*: Harvard Univ Pr.
- HJORTH, L. (2005). Locating Mobility: Practices of co-presence and the persistence of the postal metaphor in SMS/MMS mobile phone customization in Melbourne. *Fibreculture Journal*, 6.
- HJORTH, L. (2005). Odours of mobility: Mobile phones and Japanese cute culture in the Asia-Pacific. *Journal of Intercultural Studies*, 26(1), 39-55.
- HJORTH, L. (2006). Snapshots of Almost Contact: Gendered Camera Phone Practices and a Case Study in Seoul, Korea. *Cultural Space and Public Sphere in Asia, Seoul*, 15-16.
- HJORTH, L. (2008). Being Real in the Mobile Reel: A Case Study on Convergent Mobile Media as Domesticated New Media in Seoul, South Korea. *Convergence*, 14(1), 91-104.
- HOCKINGS, P. (2003). *Principles of visual anthropology*: Walter de Gruyter.
- HOLLAND, P. (2000). Sweet It Is to Scan. In L. Wells (ed.), *Photography: A Critical Introduction* (2nd ed.). New York: Routledge.
- HOLM, G. (2008). Photography as a Performance. *Forum Qualitative Sozialforschung/Forum: Qualitative Social Research*, 9(2). Retrieved from <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/viewArticle/394/856>
- HOWE, J. (2006). The Rise of Crowdsourcing *Wired* 14.06. Retrieved 15/03/2010, 2010, from <http://www.wired.com/wired/archive/14.06/crowds.html>
- HUGHES, T. (1986). The Seamless Web: Technology, Science, Etcetera, Etcetera. *Social Studies of Science*, 16(2), 281-292.
- ITO, M. (2005). Intimate visual co-presence. Retrieved February, 5, 2008.
- ITO, M.; OKABE, D.; MATSUDA, M. (2005). *Personal, portable, pedestrian: mobile phones in Japanese life*. Cambridge, Mass. (EUA): MIT Press.
- JACOBS, D. (1996). The Art of Mourning: Death and Photography. *Afterimage*, 23(6).
- JANSSON, A. (2002). The Mediatization of Consumption: Towards an analytical framework of image culture. *Journal of Consumer Culture*, 2(1), 5.
- JENKINS, H. (2006). *Fans, bloggers, and gamers: Exploring participatory culture*. NYU Press.

- JENKINS, R. (1975). Technology and the market: George Eastman and the origins of mass amateur photography. *Technology and Culture*, 1-19.
- JENKS, C. (1995). *Visual culture*. New York: Routledge.
- JOHNS, M. D.; CHEN, S. S.; HALL, G. J. (2004). *Online social research*. Lang.
- JONES, A. (2002). The “Eternal Return”: Self-Portrait Photography as a Technology of Embodiment. *Signs: Journal of Women in Culture and Society*, 27(4), 947-978.
- JONES, M. T. (2010). Mediated Exhibitionism: The Naked Body in Performance and Virtual Space. *Sexuality & Culture*, 1-17.
- JORDAN, B. (2009). Blurring Boundaries: The “Real” and the “Virtual” in Hybrid Spaces. *Human Organization*, 68(2), 181-193.
- KALLINIKOS, J. (2004). Farewell to constructivism: technology and context-embedded action. In C. Avgerou, C. Ciborra & F. Land (eds.), *The Social Study of Information and Communication Technology: Innovation, Actors, and Contexts* (pp. 140-161).
- KARAGANIS, J. (2008). *Structures of participation in digital culture*. Social Science Research.
- KATO, F. (2005). Seeing the “seeing” of others: Conducting a field study with mobile phones/mobile cameras. *Seeing, Understanding, Learning in the Mobile Age, Communications in the 21st Century: The Mobile Information Society, Budapest, Hungary*.
- KATZ, J.; AAKHUS, M. (2002). *Perpetual Contact: Mobile Communication, Private Talk, Public Performance*. Cambridge University Press.
- KEEN, A. (2007). *The cult of the amateur*. New York: Random House, Inc.
- KELLY, A. (2003). Self image: Personal is political. In L. Wells (ed.), *The photography reader* (pp. 410-416). London: Routledge.
- KEMBER, S. (1998). *Virtual anxiety: photography, new technologies and subjectivity*. Manchester Univ Pr.
- KEMBER, S. (2003). “The Shadow of the object”. Photography and realism. In L. Wells (ed.), *The photography reader*. London: Routledge.
- KEMBER, S. (2008). The Virtual Life of photography. *Photographies*, 1(2), 175-203.
- KEMBER, S. (2009). (Re)pensar la fotografía. In P. Vicente (ed.), *Instantáneas de la teoría de la fotografía* (pp. 195-207). Tarragona.
- KENNEDY, L.; NAAMAN, M.; AHERN, S.; NAIR, R.; RATTENBURY, T. (2007). *How flicker helps us make sense of the world: context and content in community-*

- contributed media collections*. Paper presented at the Proceedings of the 15th international conference on Multimedia.
- KHALID, H.; DIX, A. (2006). From selective indulgence to engagement: exploratory studies on photolurking. *British HCI 2006 Conference*.
- KHALID, H.; DIX, A. (2007). I know what you did last summer: What can we learn from photolog? *Documento de trabajo del Infolab21. Lancaster University*.
- KHALID, H.; DIX, A. (2009). The experience of photologging: global mechanisms and local interactions. *Personal and Ubiquitous Computing*, 1-18.
- KHALID, H.; DIX, A. (2009). *How photologs influence local social interaction*. Paper presented at the Proceedings of social mediating technologies workshop in CHI.
- KIERKUS, C. A.; HILINSKI, C. M. (2010). *A Content Analysis of "Sexting" Incidents Depicted in the Popular Media*. Paper presented at the ASC Annual Meeting, from http://www.allacademic.com/meta/p430057_index.html
- KIM, J. (2009). Korean Funerary Photo-Portraiture. *Photographies*, 2(1), 7-20.
- KINDBERG, T.; SPASOJEVIC, M.; FLECK, R.; SELLEN, A. (2004). How and why people use camera phones. *Consumer Applications and Systems Laboratory, H&P Laboratories Bristol, England, HPL-2004-216, November, 26, 2004-2216*.
- KINDBERG, T.; SPASOJEVIC, M.; FLECK, R.; SELLEN, A. (2005). *I saw this and thought of you: some social uses of camera phones*. Paper presented at the CHI '05 extended abstracts on Human factors in computing systems.
- KIRK, D.; SELLEN, A.; ROTHER, C.; WOOD, K. (2006). *Understanding photowork*. Paper presented at the CHI 2006, Montréal, Québec, Canadá.
- KLINENBERG, E.; BENZECRY, C. (2005). Cultural Production in a Digital Age. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 597(1), 6-18.
- KLING, R. (2007). What is social informatics and why does it matter? *The Information Society*, 23(4), 205-220.
- KLING, R.; MCKIM, G.; KING, A. (2003). A Bit More To IT: Scholarly Communication Forums as Socio-Technical Interaction Networks [PDF]. *Journal of the American Society for Information Science and Technology* 54(1), 47-67.

- KNIGHT, B. (2000). Watch me! Webcams and the public exposure of private lives. *Art Journal*, 59(4), 21–26.
- KOLKO, B.; NAKAMURA, L.; RODMAN, G. (2000). *Race in cyberspace*. London: Routledge.
- KOSKELA, H. (2004). Webcams, TV Shows and Mobile phones: Empowering Exhibitionism. *Surveillance & Society*, 2(2/3), 199–215.
- KOSKELA, H. (2006). The other side of surveillance: Webcams, power and agency. In D. Lyon (ed.), *Theorizing Surveillance: The Panopticon and Beyond* (pp. 163–181). Portland: Willan Publishing.
- KOSKINEN, I. (2004). *Seeing with Mobile Images: Towards Perpetual Visual Contact*. Paper presented at the T-Mobile Conference, Hungary.
- KOSKINEN, I. (2007). *Mobile Multimedia in Action*. New Jersey: Transaction Pub.
- KOSKINEN, I. (2007). Managing banality in mobile multimedia *The social construction and usage of communication technologies: Asian and European experiences* (pp. 60).
- KOSKINEN, I.; KURVINEN, E. (2005). Mobile multimedia and users: On the domestication of mobile multimedia. *TELEKTRONIKK*, 101(3/4), 60.
- KRAY, C.; ROHS, M.; HOOK, J.; KRATZ, S. (2009). Bridging the gap between the Kodak and the Flickr generations: A novel interaction technique for collocated photo sharing. *Int. J. Hum.-Comput. Stud.*; 67(12), 1060–1072.
- KURVINEN, E. (2003). *Only when miss universe snatches me: teasing in MMS messaging*. Paper presented at the Proceedings of the 2003 international conference on Designing pleasurable products and interfaces.
- LAKE, J. (2008). Documentary photography and the fantasy of the real: a thesis presented in partial fulfilment of the requirements for the Master of Fine Arts at Massey University, Wellington, New Zealand.
- LAMB, R.; KLING, R. (2003). Reconceptualizing users as social actors in information systems research. *MIS quarterly*, 197–236.
- LAMPEL, J.; BHALLA, A. (2007). The Role of Status Seeking in Online Communities: Giving the Gift of Experience. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(2), 434–455.
- LARSEN, J. (2005). ‘Families seen sightseeing: Performativity of Tourist Photography’. *Space and Culture*, 8, 416–434.

- LARSEN, J. (2008). Practices and Flows of Digital Photography: An Ethnographic Framework. *Mobilities*, 3(1), 141-160.
- LARSEN, J.; URRY, J.; AXHAUSEN, K. (2006). *Mobilities, networks, geographies*. Hampshire: Ashgate Pub Co.
- LASÉN, A. (2006). Lo social como movilidad: usos y presencia del teléfono móvil. *Política y Sociedad*, 43(2), 153-167.
- LASÉN, A.; GÓMEZ-CRUZ, E. (2009). Digital Photography and Picture Sharing: Redefining the Public/Private Divide. *Knowledge, Technology & Policy*, 22(3), 205-215.
- LATOUR, B. (1990). Visualisation and Cognition: Drawing things together. *Representation in Scientific Practice*. Ed. Michael Lynch and Steve Woolgar.
- LATOUR, B. (1991). Technology is society made durable. In J. Law (ed.), *A sociology of monsters: Essays on power, technology and domination* (pp. 103-131).
- LAUSTSEN, C. B. (2008). The Camera as a Weapon: On Abu Ghraib and Related Matters. *Journal for Cultural Research*, 12(2), 123-142.
- LEA, M.; SPEARS, R. (1995). Love at first byte? Building personal relationships over computer networks. *Understudied relationships: Off the beaten track*, 197-233.
- LEANDER, K.; MCKIM, K. (2003). Tracing the Everyday Sitings of Adolescents on the Internet: a strategic adaptation of ethnography across online and offline spaces. *Education, Communication & Information*, 3(2), 211-240.
- LEE, D. (2005). Women's Creation of Camera Phone Culture. *Fibreculture Journal*, 6.
- LEE, D. (2008). Personal Photography and Private/Public Boundaries. *Asian Digital Cultures 2*. Retrieved from <http://www.ioe.sinica.edu.tw/chinese/seminar/090707-08/paper/Donghoo%20Lee.pdf>
- LEE, D. (2009). Mobile Snapshots and Private/Public Boundaries. *Knowledge, Technology & Policy*, 22(3), 161-171.
- LEE, D. (2010). Digital Cameras, Personal Photography and the Reconfiguration of Spatial Experiences. *The Information Society*, 26(4), 266-275.
- LEE, D. H. (2010). Digital Cameras, Personal Photography and the Reconfiguration of Spatial Experiences. *The Information Society*, 26(4), 266-275.

- LEHMANN, A.-S. (2009). Invisible Work: The Representation of Artistic Practice in Digital Visual Culture. In A. Bentkowska-Kafel, T. Cashen & H. Gardiner (eds.), *Digital visual culture: theory and practice*. Bristol: Intellect Ltd.
- LEHTIMKI, K.; RAJANTI, T. (2008). *Documenting the ordinary: mobile digital photography as an agent of change in people's practices concerning storing and sharing of photography*. Paper presented at the Proceedings of the 5th Nordic conference on Human-computer interaction: building bridges.
- LEVIN-RUSSO, J. (2009). Show Me Yours: The Perversion and Politics of Cyber-Exhibitionism. Duke U Press, *Camera Obscura*, 25(1), 130-159.
- LIEVROUW, L. (2006). New Media Design and Development: Diffusion of Innovations v Social Shaping of Technology. *Handbook of New Media: Social Shaping and Social Consequences of ICTs*.
- LINDLEY, S.; DURRANT, A.; KIRK, D.; TAYLOR, A. (2009). Collocated social practices surrounding photos. *International Journal of Human-Computer Studies*.
- LING, R. (2008). *New tech, new ties: How mobile communication is reshaping social cohesion*. Cambridge, Mass. (EUA): MIT Press.
- LING, R.; JULSRUD, T. (2005). Grounded genres in multimedia messaging. In K. Nyiri (ed.), *A sense of place: The global and the local in mobile communication* (pp. 329 - 338). Vienna: Passagen Verlag.
- LING, R.; PEDERSEN, P. (2005). *Mobile communications: Re-negotiation of the social sphere*. New York: Springer-Verlag.
- LISTER, M. (1997). *La imagen fotográfica en la cultura digital*. Barcelona: Paidós.
- LISTER, M. (2003). *New Media: A Critical Introduction*. New York: Routledge.
- LISTER, M. (2007). A Sack in the Sand: Photography in the Age of Information. *Convergence*, 13(3), 251.
- LISTER, M. (2009). ¿Olvidar la tecnología? In P. Vicente (ed.), *Instantáneas de la teoría de la fotografía* (pp. 227-242). Tarragona: Arola Editors.
- LISTER, M.; WELLS, L. (2001). Seeing beyond belief: Cultural studies as an approach to analysing the visual. *Handbook of visual analysis*, 61.
- LIVINGSTONE, S. (2008). Taking risky opportunities in youthful content creation: teenagers' use of social networking sites for intimacy, privacy and self-expression. *New Media & Society*, 10(3), 393.
- LOVINK, G.; NIEDERER, S. (2008). *Video Vortex reader: responses to YouTube*. Amsterdam.

- LUCERO, A.; BOBERG, M.; UUSITALO, S. (2009). *Image space: capturing, sharing and contextualizing personal pictures in a simple and playful way*. Paper presented at the Proceedings of the International Conference on Advances in Computer Entertainment Technology.
- LURY, C. (1998). *Prosthetic Culture: Photography, Memory and Identity*. London: Routledge.
- LYDON, C. (2006). (audio) Open Source Radio interview on Photography 2.0 Retrieved 12/04/2010, from http://stream.publicbroadcasting.net/ros/open_source_061012.mp3
- LYNCH, M. (2001). Ethnomethodology and the logic of practice. In T. Schatzki, K. Knorr-Cetina & E. Von Savigny (Eds.), *The practice turn in contemporary theory* (pp. 140-157). London: Routledge.
- MACKAY, H.; GILLESPIE, G. (1992). Extending the Social Shaping of Technology Approach: Ideology and Appropriation. *Social Studies of Science*, 22(4), 685-716.
- MADIANOU, M.; MILLER, D. (2010, 28/09/10). Polymedia. <http://blogs.nyu.edu/projects/materialworld/2010/09/polymedia.html>.
- MALINOWSKI, B. (1975). *Los argonautas del Pacífico occidental*. Península.
- MANNAN, M.; VAN OORSCHOT, P. (2008). *Privacy-enhanced sharing of personal content on the web*. Paper presented at the WWW Conference, Beijing, China.
- MANOVICH, L. (1995). An Archeology of a Computer Screen. *Kunstforum International*, Bd, 132, 124-135.
- MANOVICH, L. (2001). *The language of new media*. Cambridge, Mass.(EUA): The MIT press.
- MANOVICH, L. (2003a). The paradoxes of digital photography. In L. Wells (ed.), *The photography reader* (pp. 240-249). London: Routledge.
- MANOVICH, L. (2003b). New Media from Borges to html. In N. Wardrip-Fruin & N. Montfort (eds.), *The New Media Reader* (pp. 13-25). Cambridge: MIT Press.
- MARIEN, M. (2002). *Photography: a cultural history*. Laurence King Publishing.
- MARKHAM, A. (1998). *Life online: Researching real experience in virtual space*. Altamira Pr.
- MARKHAM, A. (2003). Metaphors reflecting and shaping the reality of the Internet: Tool, place, way of being. Retrieved from <http://markham.internetinquiry.org/writing/MarkhamTPW.pdf>

- MARLOW, C.; NAAMAN, M.; BOYD, D.; DAVIS, M. (2006). *HT06, tagging paper, taxonomy, Flickr, academic article, to read*. Paper presented at the HT'06 Seventeenth ACM conference on Hypertext and hypermedia, 2006.
- MARSHALL, P. (2010). The promotion and presentation of the self: celebrity as marker of presentational media. *Celebrity Studies*, 1(1), 35-48.
- MARTIN, R.; SPENCE, J. (2003). Photo-Therapy. Psychic realism as a healing art? In L. Wells (ed.), *The photography reader* (pp. 402-411). London: Routledge.
- MARTÍN-BARBERO, J. (1998). *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía*. Convenio Andrés Bello.
- MARTÍNEZ-ARTERO, R. (2004). *El retrato: del sujeto en el retrato*. Editorial Montesinos.
- MARX, G. (2001). Murky conceptual waters: The public and the private. *Ethics and Information Technology*, 3(3), 157-169.
- MAUSS, M. (2009). *Ensayo sobre el don. Forma y función del intercambio en las sociedades arcaicas*. Madrid: Katz Editores.
- MAYNARD, P. (2000). *The engine of visualization: thinking through photography*: Cornell Univ Pr.
- MAYNARD, P. (2009). Photography. In S. Davies, K. M. Higgins, R. Hopkins, R. Stecker & D. E. Cooper (Eds.), *A Companion to Aesthetics: The Blackwell Companion to Philosophy* (pp. 98-101). Oxford: Blackwell.
- MCDONALD, D. (2007). Visual Conversation Styles in Web Communities, *Proceedings of the 40th Annual Hawaii International Conference on System Sciences*: IEEE Computer Society Washington, DC, USA.
- McLUHAN, M.; McLUHAN, E. (1988). *Laws of Media: The New Science*. University of Toronto Press.
- MENDELSON, A.; PAPACHARISSI, Z. (Forthcoming). Look at us: collective narcissism in college student Facebook photo galleries. *The Networked Self: Identity, Connectivity and Culture on Social Network Sites*. New York: Routledge.
- MENESES, U. T. B. (2003). Fontes visuais, cultura visual, história visual: balanço provisório, propostas cautelares. *Revista brasileira de história*, 23, 11.
- MEYER, E. (2006). Socio-technical Interaction Networks: A discussion of the strengths, weaknesses and future of Kling's STIN model. *International Federation for Information Processing-Publicarions-IFIP 223*, 37.

- MEYER, E. (2007). *Socio-Technical Perspectives on Digital Photography: Scientific Digital Photography Use by Marine Mammal Researchers*. Unpublished Doctoral, Indiana University.
- MEYER, E. (2008). Framing the Photographs: Understanding Digital Photography as a Computerization Movement. In M. S. Elliot & K. L. Kraemer (Eds.), *Computerization movements and technology diffusion: from mainframes to ubiquitous computing* (pp. 173-199): American Society for Information Science and Technology.
- MEYER, E.; HARA, N.; ROSENBAUM, H. (2005). *How Photobloggers are Framing a New Computerization Movement*. Paper presented at the Association of Internet Researchers (AoIR) Annual Meeting, Chicago, IL, USA.
- MICHAEL, M. (2000). *Reconnecting culture, technology and nature: From society to heterogeneity*. London: Routledge.
- MICHELL, J. (2003). Adorno, Benjamin, el arte y las industrias culturales. Retrieved from <http://rcci.net/globalizacion/2003/fg357.htm>
- MILLER, A.; EDWARDS, W. (2007). Give and take: a study of consumer photo-sharing culture and practice. *Proceedings of the SIGCHI conference on Human factors in computing systems*, 347-356.
- MILLER, D. (2008). *The comfort of things*: Polity Pr.
- MILLER, D. (2011). *Tales from Facebook*: Polity.
- MILLER, K. (2009). Ten Ways Flickr Builds Community Online. *Businessweek* Retrieved 12/04/201, from http://images.businessweek.com/ss/07/09/0914_flickr/index_01.htm
- MIRZOEFF, N. (1999). *An introduction to visual culture*. London: Routledge.
- MISLOVE, A.; KOPPULA, H.; GUMMADI, K.; DRUSCHEL, P.; BHATTACHARJEE, B. (2008). *Growth of the flickr social network*. Paper presented at the WOSN'08, Seattle, Washington, USA.
- MITCHELL, W. (1996). What Do Pictures "Really" Want? *October*, 77, 71-82.
- MITCHELL, W. (1998). *The Reconfigured Eye Visual Truth in the Post-photographic Era*. Cambridge, MA.: MIT Press.
- MITCHELL, W. J. T. (2002). Showing seeing: a critique of visual culture. *Journal of Visual Culture*, 1(2), 165.
- MØRK PETERSEN, S. (2008). *Common Banality: The Affective Character of Photo Sharing, Everyday Life and Produsage Cultures*. Unpublished PhD, University of Copenhagen, Copenhagen.

- MORLEY, D. (2006). *Media, modernity and technology: the geography of the new*. London: Routledge.
- MULHEM, P.; LIM, J.-H. (2003). *Home photo retrieval: time matters*. Paper presented at the Proceedings of the 2nd international conference on Image and video retrieval.
- MULVEY, L. (1975). Visual pleasure and narrative cinema. *Screen*, 16(3), 6.
- MUNIR, K. (2005). The social construction of events: a study of institutional change in the photographic field. *Organization Studies*, 26(1), 93.
- MUNIR, K.; PHILLIPS, N. (2005). The birth of the 'Kodak Moment': Institutional entrepreneurship and the adoption of new technologies. *Organization Studies*, 26(11), 1665.
- MUNSTER, A. (2006). *Materializing new media: embodiment in information aesthetics*. Dartmouth College.
- MURPHY, K. (2010, April 7). First Camera, Then Fork *New York Times*, from <http://www.nytimes.com/2010/04/07/dining/07camera.html>
- MURPHY, P. D. (1999). Media Cultural Studies' Uncomfortable Embrace of Ethnography. *Journal of Communication Inquiry*, 23(3), 205-221.
- MURRAY, S. (2008). Digital Images, Photo-Sharing, and Our Shifting Notions of Everyday Aesthetics. *Journal of Visual Culture*, 7(2), 147-163.
- NAAMAN, M.; NAIR, R.; KAPLUN, V. (2008). *Photos on the go: a mobile application case study*. Paper presented at the CHI'08, New York.
- NAVAS, E. (2010). Regressive and reflexive mashups in sampling culture. In S. Sonvilla-Weiss (ed.), *Mashup Cultures* (pp. 157-177).
- NEGOESCU, R.; GATICA-PEREZ, D. (2008). *Analyzing flicker groups*. Paper presented at the Proceedings of the 2008 international conference on Content-based image and video retrieval.
- NEUSTAEDTER, C.; FEDOROVSKAYA, E. (2009). *Capturing and sharing memories in a virtual world*. Paper presented at the Proceedings of the 27th international conference on Human factors in computing systems.
- NIGHTINGALE, V. (2006, July 23-29). *Photoblogging: an exploration in agency online*. Paper presented at the International Association for Mass Communication Research,, The American University in Cairo, Egypt.
- NIGHTINGALE, V. (2007). The cameraphone and online image sharing. *Continuum*, 21(2), 289-301.
- NOBLE, G.; WATKINS, M. (2003). So, how did Bourdieu learn to play tennis? Habitus, consciousness and habituation. *Cultural studies*, 17(3), 520-539.

- NOV, O.; NAAMAN, M.; YE, C. (2008). *What drives content tagging: the case of photos on Flickr*. Paper presented at the CHI 2008, Florence, Italy.
- NOV, O.; NAAMAN, M.; YE, C. (2009). Analysis of participation in an online photo-sharing community: A multidimensional perspective. *Journal of the American Society for Information Science and Technology* 61(3), 555-566.
- NOV, O.; NAAMAN, M.; YE, C. (2009). *Motivational, structural, and tenure factors that impact online community photo sharing*.
- NUNES, M.; GREENBERG, S.; NEUSTAEDTER, C. (2009). Using physical memorabilia as opportunities to move into collocated digital photo-sharing. *International Journal of Human-Computer Studies*, 67(12), 1087-1111.
- NUNEZ, C. (2009). The self portrait, a powerful tool for self-therapy. *European Journal of Psychotherapy & Counselling*, 11(1), 51-61.
- OKABE, D. (2004, 18-19 octubre). *Emergent Social Practices, Situations and Relations through Everyday Camera Phone Use*. Paper presented at the Conference on Mobile Communication in Seoul, Seúl, Korea.
- OKABE, D.; CHIPCHASE, J.; ITO, M.; SHIMIZU, A. (2006). *The Social Uses of Purikura: Photographing, Modding, Archiving, and Sharing*. Paper presented at the PICS Workshop, Ubicomp 2006.
- OKABE, D.; ITO, M. (2003). Camera phones changing the definition of picture-worthy. *Japan Media Review*, 29.
- OKABE, D.; ITO, M. (2006). Everyday Contexts of Camera Phone Use: Steps Toward Technosocial Ethnographic Frameworks. In J. Höflich & M. Hartmann (Eds.), *Mobile Communication in Everyday Life: An Ethnographic View* (pp. 79-102). Berlin: Frank & Timme.
- OLIVIER, M. (2007). George Eastman's Modern Stone-Age Family: Snapshot Photography and the Brownie. *Technology and Culture*, 48(1), 1-19.
- ORTEGA, J. L.; AGUILLO, I. F. (2008). Análisis estructural de una red social en línea: la red española de Flickr. *El profesional de la información*, 17(6), 603-610.
- OUDSHOORN, N.; PINCH, T. (2007). User-Technology Relationships: Some Recent Developments. In O. A. Edward J. Hackett, Michael Lynch and Judy Wajcman (ed.), *The Handbook of Science and Technology Studies*. Cambridge: MIT Press.
- PAASONEN, S. (2010). Labors of love: netporn, Web 2.0 and the meanings of amateurism. *New Media & Society*, 12(8), 1297.

- PALMGREN, A. (2009). *Today's outfit in Swedish Fashion Weblogs: An ethnographical study of the online body*. Paper presented at the 5th European Symposium on Gender & ICT. Digital Cultures: Participation - Empowerment - Diversity. from <http://elib.suub.uni-bremen.de/ip/docs/00010447.pdf>
- PALMGREN, A. (2010). Posing My Identity. Today's Outfit in Swedish Blogs. *Observatorio (OBS*)*, 4(2).
- PARISI, L.; TERRANOVA, T. (2001). A Matter of Affect: Digital Images and the Cybernetic Re-Wiring of Vision. *Parallax*, 7(4), 122-127.
- PAUWELS, L. (2006). *A Private Cultural Practice Going Public? Expanding and Shifting Functions of Family Photography on the Web*. Paper presented at the International Communication Association, Dresden, Germany.
- PAUWELS, L. (2008). A private visual practice going public? Social functions and sociological research opportunities of Web-based family photography. *Visual Studies*, 21(1), 34 - 49.
- PAUWELS, L. (2008). An integrated model for conceptualising visual competence in scientific research and communication. *Visual Studies*, 23(2), 147-161.
- PEARCE, C. (2009). *Communities of Play*. Cambridge, MA.: The MIT Press.
- PELAPRET, E.; BROWN, B. (2010). Reciprocity: Understanding Online Social Relations. Retrieved from <http://communication.ucsd.edu/barry/papers/Reciprocity.pdf>
- PETERSEN, M.; LJUNGBLAD, S.; KANSSON, M. (2009). Designing for playful photography. *New Review of Hypermedia and Multimedia*, 15(2), 193-209.
- PINCH, T.; BIJKER, W.; HUGHES, T. (2001). The social construction of facts and artifacts: or how the sociology of science and the sociology of technology might benefit each other. In T. P. Wiebe Bijker; Thomas Hughes (ed.), *The Social Construction of Technological Systems: New Directions in the Sociology and History of Technology*. Cambridge, Mass.(EUA): 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, Mass.(EUA). MIT Press.
- PINK, S. (2006). *The Future of Visual Anthropology. Engaging the senses*. London: Routledge.

- PINK, S. (2007). *Doing visual ethnography: Images, media and representation in research*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications Ltd.
- PINK, S. (2008). Mobilising Visual Ethnography: Making Routes, Making Place and Making Images. *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research*, 9(3). Retrieved from <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs0803362>.
- PINNEY, C. (1992). The parallel histories of anthropology and photography. *Anthropology and photography, 1920*, 74-95.
- PISSARD, N.; PRIEUR, C. (2007). *Thematic vs. social networks in web 2.0 communities: A case study on Flickr groups*. Paper presented at the Algotel Conference.
- POE, E. (1980). The daguerreotype. In A. Trachtenberg (ed.), *Classic Essays on Photography* (pp. 37-38). New Haven: Leetes Island Books.
- POLE, C. (2004). Visual Research: Potential and Overview. In C. Pole (ed.), *Seeing is Believing?: Approaches to Visual Research* (Vol. 7, pp. 1-7): JAI Press.
- POLE, C. (2004). *Seeing is Believing?: Approaches to Visual Research* . (Vol. 7): JAI Press.
- POSTILL, J. (2008). Localizing the internet beyond communities and networks. *New Media & Society*, 10(3), 413.
- PRIEUR, C.; DOMINIQUE, C.; BEUSCART, J.; PISSARD, N.; PONS, P. (2009, 18-20 March 2009). *The photo as a conversation--a case study on Flickr*. Paper presented at the WebSci'09: Society On-Line, Athens, Greece.
- PRIOR, N. (2008). Putting a Glitch in the Field: Bourdieu, Actor Network Theory and Contemporary Music. *Cultural Sociology*, 2(3), 301-319.
- PROSSER, J. (1998). *Image-based research: A sourcebook for qualitative researchers*. London: Routledge.
- RANTAVUO, H. (2008). Connecting photos: A Qualitative study of Cameraphone Photo Use. Jyväskylä: University of Art and Design Helsinki.
- READING, A. (2008). The Mobile Family Gallery? Gender, Memory and the Cameraphone. *TRAMES*, 12(3), 355-365.
- RECKWITZ, A. (2002). Toward a Theory of Social Practices. *European Journal of Sociology*, 5(2), 243-263.

- RECKWITZ, A. (2002). The status of the “material” in theories of culture: From “social structure” to “artefacts”. *Journal for the Theory of Social Behaviour*, 32(2), 195-217.
- RECUERO, R. (2008). Estratégias de personalização e sites de redes sociais: um estudo de caso da apropriação do Fotolog. com. *Comunicação Mídia e Consumo*, 5(12).
- REVENTÓS, L. (2008, 26/06/2008). El pretexto para la comunicación es la fotografía. *El País*, from http://www.elpais.com/articulo/red/pretexto/comunicacion/fotografia/elpepateccib/20080626elpcibenr_1/Tes
- RHEINGOLD, H. (1994). Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier.
- RICHTER, R.; SCHADLER, C. (2009). See my virtual self: dissemination as a characteristic of digital photography—the example of Flickr. com. *Visual Studies*, 24(2), 169-177.
- RIJCKE, S. D.; BEAULIEU, A. (Forthcoming). Image as interface: consequences for users of museum knowledge. *Library Trends. Special Issue: “Involving Users in the Co-Construction of Digital Knowledge in Libraries, Archives, and Museums*.
- RITCHIN, F. (1991). The end of photography as we have known it. *Photo-video: Photography in the age of the computer*, 8-16.
- RITCHIN, F. (2008). *After Photography*: Norton & Company.
- RITCHIN, F.; DIETZ, S.; REID, P. (1999). *In Our Own Image*. New York: Aperture Foundation, Incorporated.
- RIVIÈRE, C. (2005). Mobile camera phones: a new form of “being together” in daily interpersonal communication. In R. Ling & P. Pedersen (Eds.), *Mobile communications: Re-negotiation of the social sphere* (pp. 167-185). New York: Springer-Verlag Inc.
- ROBINS, K. (1996). The Virtual Unconscious in Postphotography. *Electronic Culture: Technology and Visual Representation*.
- ROBINS, K. (1996). *Into the image: culture and politics in the field of vision*. New York: Routledge.
- ROBINSON, M.; PICARD, D. (eds.). (2009). *The Framed World: Tourism, Tourists and Photography*. Surrey, England: Ashgate Publishing Limited.
- RODDEN, K.; WOOD, K. (2003). *How do people manage their digital photographs?* Paper presented at the Proceedings of the SIGCHI Ft. Lauderdale, Florida, USA.

- ROJAS, O.; ALONSO, J.; ANTÚNEZ, J.; ORIHUELA, J.; VARELA, J. (2005). Blogs. La conversación en Internet que está revolucionando medios, empresas y ciudadanos. *ESIC, Madrid*.
- ROPKE, I. (2009). Theories of practice--New inspiration for ecological economic studies on consumption. *Ecological Economics*, 68(10), 2490-2497.
- ROSE, G. (2003). Family photographs and domestic spacings: a case study. *Transactions of the Institute of British Geographers*, 28(1), 5-18.
- ROSE, G. (2004). 'Everyone's cuddled up and it just looks really nice': an emotional geography of some mums and their family photos. *Social & Cultural Geography*, 5(4), 549-564.
- RUBINSTEIN, D. (2005). Cameraphone photography: the death of the camera and the arrival of visible speech. *The Issues in Contemporary Culture and Aesthetics*, 1, 113-118.
- RUBINSTEIN, D. (2009). Digitally yours; the body in contemporary photography. Retrieved from http://gre.academia.edu/documents/0025/1687/digitally_yours_14.08.08.pdf
- RUBINSTEIN, D.; SLUIS, K. (2008). A life more photographic. *Photographies*, 1(1), 9-28.
- RUBY, J. (1981). Seeing through pictures: The anthropology of photography. *Critical Arts*, 1(4), 3-16.
- RUBY, J. (1995). *Secure the shadow: death and photography in America*. Cambridge: MIT Press.
- RUHLER, K. (2000). The virtual ethnographer: fieldwork in distributed electronic environments. *Field Methods*, 12(1), 3.
- RUNDE, J.; JONES, M.; MUNIR, K.; NIKOLYCHUK, L. (2009). On technological objects and the adoption of technological product innovations: rules, routines and the transition from analogue photography to digital imaging. *Cambridge Journal of Economics*, 33(1), 1.
- SAN-CORNELIO, G. (2008). *Arte e identidad en internet* Barcelona: Editorial UOC.
- SARVAS, R.; FROHLICH, D. (2011). *From snapshots to social media: The changing picture of domestic photography*: Springer-Verlag New York Inc.
- SASSEN, S. (2002). Towards a Sociology of Information Technology. *Current Sociology*, 50(3), 365-388.

- SASSOON, J. (2004). 'Photographic Materiality in the Age of Digital Reproduction. *Photographs, Objects, Histories: On the Materiality of Images*. Ed. Elizabeth Edwards and Janice Hart. London: Routledge, 186-202.
- SAVEDOFF, B. (1997). Escaping reality: Digital imagery and the resources of photography. *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, 55(2), 201-214.
- SAWYER, S. (2005). Social informatics: Overview, principles and opportunities. *Bulletin of the American Society for Information Science and Technology*, 31(5), 9.
- SAWYER, S.; ESCHENFELDER, K. (2002). Social informatics: Perspectives, examples, and trends. *Annual review of information science and technology*, 36(1), 427-465.
- SCHATZKI, T. (1996). *Social practices: A Wittgensteinian approach to human activity and the social*. Cambridge Univ Pr.
- SCHATZKI, T.; KNORR-CETINA, K.; VON SAVIGNY, E. (2001). *The Practice Turn in Contemporary Theory*. London: Routledge.
- SCHAU, H. J.; GILLY, M. C. (2003). We are what we post? Self-presentation in personal web space. *Journal of Consumer Research*, 385-404.
- SCHMITZ, P. (2006). *Inducing ontology from flicker tags*. Paper presented at the IW3C2. WWW 2006 Edinburgh, UK.
- SCHWARTZ, D. (1986). Camera clubs and fine art photography: The social construction of an elite code. *Journal of Contemporary Ethnography*, 15(2), 165-195.
- SCHWARTZ, D. (1989). Visual ethnography: Using photography in qualitative research. *Qualitative sociology*, 12(2), 119.
- SCHWARTZ, J. M. (1995). "We make our tools and our tools make us": Lessons from Photographs for the Practice, Politics, and Poetics of Diplomats. *Archivaria*, 1(40).
- SCHWARTZ, J. M. (2002). Archives, records, and power: The making of modern memory. *Archival Science*, 2(1), 1.
- SCHWARZ, O. (2009). Good Young Nostalgia: Camera phones and technologies of self among Israeli youths. *Journal of Consumer Culture*, 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*, 16(2), 163.

- SCHWARZ, O. (2010). Negotiating Romance in Front of the Lens. *Visual Communication*, 9(2), 151.
- SCIFO, B. (2003). *The domestication of camera-phone and MMS communication*. Paper presented at the Communications in the 21st century. The Mobile Information Society, Helsinki.
- SCIFO, B. (2009). The Sociocultural Forms of Mobile Personal Photographs in a Cross-Media Ecology: Reflections Starting from the Young Italian Experience. *Knowledge, Technology & Policy*, 22(3), 185-194.
- SEKULA, A. (1981). The Traffic in Photographs. *Art Journal*, 41(1), 15-25.
- SEKULA, A. (1982). On the invention of photographic meaning. In V. Burgin (ed.), *Thinking Photography* (pp. 84-109). London: Macmillan Press Ltd.
- SEKULA, A. (1986). The Body and the Archive. *October*, 39, 3-64.
- SENFT, T. (2008). *Camgirls: Celebrity and Community in the Age of Social Networks*. Peter Lang Publishing.
- SHARPLES, M.; DAVISON, L.; THOMAS, G.; RUDMAN, P. (2003). Children as photographers: An analysis of children's photographic behaviour and intentions at three age levels. *visual communication*, 2(3), 303.
- SHAWCROSS, N. M. (1997). *Roland Barthes on photography: The critical tradition in perspective*. University Press of Florida (Gainesville).
- SHILLING, C. (1991). Educating the body: physical capital and the production of social inequalities. *Sociology*, 25(4), 653.
- SHOVE, E.; PANTZAR, M. (2007). Recruitment and reproduction: the careers and carriers of digital photography and floorball. *Human Affairs*(2), 154.
- SIBILIA, P. (2008). *La intimidad como espectáculo*: Fondo de cultura económica.
- SIGURBJÖRNSSON, B.; VAN ZWOL, R. (2008). *Flicker tag recommendation based on collective knowledge*. Paper presented at the Proceeding of the 17th international conference on World Wide Web.
- SILVERSTONE, R. (2006). Domesticating domestication. Reflections on the life of a concept. In T. Berker, M. Hartmann, Y. Punie & K. Ward (Eds.), *Domestication of Media and Technology*: Open University Press.
- SILVERSTONE, R.; MORLEY, D.; HIRSCH, E. (1992). *Consuming Technologies: Media and Information in Domestic Spaces*. London: Routledge.

- SKÅGEBY, J. (2008). *Gifting technologies: ethnographic studies of end-users and social media sharing*. Linköpings universitet.
- SLATER, D. (1995). Photography and modern vision. The spectacle of natural magic'. In C. Jenks (ed.), *Visual culture* (pp. 218-237). London: Routledge.
- SLATER, D. (1998). Trading sexpics on IRC: embodiment and authenticity on the Internet. *Body & Society*, 4(4), 91-117.
- SLATER, D. (1999). Marketing mass photography. *Visual culture: the reader*.
- SLUIS, K. (2008). A life more photographic. *Photographies*, 1(1), 9-28.
- SMITH, M. (2008). *Visual culture studies*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- SON, M. (2009). Cultures of Ambivalence: An Investigation of College Students' Uses of the Camera Phone and Cyworld's Mini-Hompy. *Knowledge, Technology & Policy*, 22(3), 173-184.
- SONTAG, S. (2003). *Ante el dolor de los demás*. Madrid: Alfaguara.
- SONTAG, S. (2004, May 23, 2004). Regarding the Torture of Others. *New York Times*, from <http://www.nytimes.com/2004/05/23/magazine/23PRISONS.html>
- SONTAG, S. (2006). *Sobre la fotografía*. Barcelona: Alfaguara.
- SORLIN, P. (2004). *El "siglo" de la imagen analógica: Los hijos de Nadar*. Buenos Aires: La Marca.
- SPENCE, J. (1988). *Putting myself in the picture: a political, personal, and photographic autobiography*. Real Comet Pr.
- STEBBINS, R. A. (1992). *Amateurs, professionals and serious leisure*. McGill Queens Univ Pr.
- STELMASZEWSKA, H.; FIELDS, B.; BLANDFORD, A. (2008). *The roles of time, place, value and relationships in collocated photo sharing with camera phones*.
- STERN, S. (2002). Sexual selves on the World Wide Web: Adolescent girls' homepages as sites for sexual self-expression. In J. D. Brown, J. R. Steele & K. Walsh-Childers (Eds.), *Sexual teens/sexual media: Investigating media's influence on adolescent sexuality* (pp. 265-286).
- STERNE, J. (2003). Bourdieu, technique and technology. *Cultural Studies*, 17(3), 367-389.
- STEWART, K.; WILLIAMS, M. (2005). Researching online populations: the use of online focus groups for social research. *Qualitative Research*, 5(4), 395-416.

- STIEGLITZ, A.; ROBERTS, P.; MAURIN, F.; GUETZER, G. S. (1997). *Camera work: the complete illustrations, 1903-1917*: Taschen.
- STORY, D. (2000). From Darkroom to Desktop—How Photoshop Came to Light Retrieved 03/03/2010, 2010, from http://www.storyphoto.com/multimedia/multimedia_photoshop.html
- SUTTON, D. (2009). *Photography, Cinema, Memory: The Crystal Image of Time*. Univ Of Minnesota Press.
- SVERRISSON, Á. (1998). Photographic techniques and photographers' networks: The challenge of digital image production. *Visual Sociology*, 13(1), 49 - 59.
- SWEETMAN, P. (2009). Revealing habitus, illuminating practice: Bourdieu, photography and visual methods. *Sociological Review*, 57(3), 491-511.
- TAGG, J. (1988). *The burden of representation*: University of Minnesota Press.
- TANNER, J. (2003). *The sociology of art: a reader*: Psychology Press.
- TAYLOR, A. S.; HARPER, R. (2002). *Age-old practices in the 'new world': a study of gift-giving between teenage mobile phone users*. Paper presented at the Proceedings of the SIGCHI conference on Human factors in computing systems: Changing our world, changing ourselves.
- TAYLOR, N.; CHEVERST, K.; FITTON, D.; RACE, N.; ROUNCEFIELD, M.; GRAHAM, C. (2007). *Probing communities: Study of a village photo display*. Paper presented at the Proceedings of the 19th Australasian conference on Computer-Human Interaction: Entertaining User Interfaces.
- TEDLOW, R. S. (1997). The beginning of mass marketing in America: George Eastman and photography as a case study. *Journal of Macromarketing*, 17(2), 67.
- TEN HAVE, P. (2004). *Understanding qualitative research and ethnomethodology*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications Ltd.
- THOMPSON, L.; CUPPLES, J. (2008). Seen and not heard? Text messaging and digital sociality. [Article]. *Social & Cultural Geography*, 9(1), 95-108.
- THRIFT, N. (2007). *Non-representational theory: space, politics, affect*. London: Routledge.
- TILLEMA, T.; DIJST, M.; SCHWANEN, T. (2010). Face-to-face and electronic communications in maintaining social networks: the influence of geographical and relational distance and of information content. *New Media & Society*, 12(6), 965.

- TINKLER, P. (2008). A fragmented picture: reflections on the photographic practices of young people. *Visual Studies*, 23(3), 255-266.
- TOMAS, D. (1988). From the Photograph to Postphotographic Practice: Toward a Postoptical Ecology of the Eye. *SubStance*, 17(1), 59-68.
- TRACHTENBERG, A. (1980). *Classic essays on photography*. New Haven: Leetes Island Books.
- TRACHTENBERG, A. (2008). Through a Glass, Darkly: Photography and Cultural Memory. *Social Research: An International Quarterly of Social Sciences*, 75(1), 111-132.
- TURNER, G. (2004). *Understanding celebrity*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications Ltd.
- TUROW, J. (2005). Audience Construction and Culture Production: Marketing Surveillance in the Digital Age. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 597(1), 103-121.
- URRY, J. (1992). The Tourist Gaze "Revisited". *American Behavioral Scientist*, 36(2), 172-186.
- URRY, J. (2002). *The tourist gaze*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications Ltd.
- VAN DEN BOOMEN, M.; LAMMES, S.; LEHMANN, A.; RAESSENS, J.; SCHÄFER, M. (2009). *Digital Material: Tracing New Media in Everyday Life and Technology*. Amsterdam: Amsterdam University Press
- VAN DIJCK, J. (2007). *Mediated memories in the digital age*. Stanford: Stanford Univ Pr.
- VAN DIJCK, J. (2008). Digital photography: communication, identity, memory. *Visual Communication*, 7(1), 57.
- VAN DIJCK, J. (2009). Users like you? Theorizing agency in user-generated content. *Media, Culture & Society*, 31(1), 41-58.
- VAN GELDER, H.; WESTGEEST, H. (2009). Photography and painting in multi-mediating pictures. *Visual Studies*, 24(2), 122 - 131.
- VAN HOUSE, N. (2007). Flickr and Public Image-Sharing: Distant Closeness and Photo Exhibition in, *Computer Human Interaction 2007*.
- VAN HOUSE, N. (2009). Collocated photo sharing, story-telling, and the performance of self. *International Journal of Human-Computer Studies*, 67(12), 1073-1086.
- VAN HOUSE, N.; CHURCHILL, E. (2008). Technologies of memory: Key issues and critical perspectives. *Memory Studies*, 1(3), 295.

- VAN HOUSE, N.; DAVIS, M.; AMES, M.; FINN, M.; VISWANATHAN, V. (2005). *The uses of personal networked digital imaging: an empirical study of cam-eraphone photos and sharing*. Paper presented at the CHI 2005 Portland, Oregon, USA.
- VAN LEEUWEN, T.; JEWITT, C. (2001). *Handbook of visual analysis*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications Ltd.
- VANNINI, P.; HODSON, J.; VANNINI, A. (2009). Toward a Technography of Everyday Life: The Methodological Legacy of James W. Carey's Ecology of Technoculture as Communication. *Cultural Studies<=>Critical Methodologies*, 9(3), 462.
- VILLAR, D. (2006). *Imágenes compartidas. Sobre los "usos sociales de la fotografía" en la cultura digital*. Paper presented at the IX Congreso IBERCOM, Sevilla.
- VILLI, M. Y STOCCHETTI, M. (2011). Visual mobile communication, mediated presence and the politics of space. *Visual Studies* 26 (2)
- VILLI, M. (2007). Mobile visual communication: photo messages and camera phone photography. *Nordicom review*, 28(1), 49-62.
- VIRILIO, P. (2002). The Visual Crash. In T. Y. Levin, U. Frohne & P. Weibel (Eds.), *CTRL [SPACE]: Rhetorics of Surveillance from Bentham to Big Brother*. (pp. 108–113). Cambridge, MA.: M.I.T. Press.
- VOIDA, A.; MYNATT, E. (2005). *Six themes of the communicative appropriation of photographic images*. Paper presented at the CHI'05, New York.
- WAJCMAN, J. (1991). *Feminism confronts technology*. Pennsylvania: Pennsylvania State Univ Pr.
- WALKER, A. L. (1989). Photo albums: Images of time and reflections of self. *Qualitative Sociology*, 12(2), 155-182.
- WALKER, J. (2005). Mirrors and Shadows: The Digital Aestheticisation of Oneself. *Proceedings, Digital Arts and Culture 2005*. Retrieved from <http://hdl.handle.net/1956/1136>
- WALTON, K. (1984). Transparent pictures: On the nature of photographic realism. *Critical Inquiry*, 11(2), 246-277.
- WANG, Y. (2009). 'Posing into being': An exploratory study of Taiwanese girls self-portraiture online. In N. Carpentier, P. Prulmann-Vengerfeldt, R. Kilborn, T. Olsson, H. Nieminen, E. Sundin & K. Nordenstreng (eds.), *Communicative Approaches to Politics and Ethics in Europe* Tartu University Press.

- WANG, Y.; FESENMAIER, D. R. (2003). Understanding the motivation of contribution in online communities: an empirical investigation of an online travel community. *Electronic Markets*, 13(1), 33-45.
- WARDE, A. (2004). Practice and field: revising Bourdieusian concepts. Retrieved from <http://www.cric.ac.uk/cric/Pdfs/DP65.pdf>
- WARDE, A. (2005). Consumption and Theories of Practice. *Journal of Consumer Culture*, 5(2), 131.
- WARNER, F. (2009). Ethical considerations for digital fieldwork: Cyberethnography and IRBs. *Anthropology News*, 50(6), 27.
- WEBER, S.; MITCHELL, C. (2007). Imaging, keyboarding, and posting identities: Young people and new media technologies *The John D. and Catherine T. MacArthur Foundation Series on Digital Media and Learning* (pp. 25-47).
- WELLMAN, B. (2004). The three ages of Internet studies: ten, five and zero years ago. *New Media & Society*, 6(1), 123-129.
- WELLMAN, B.; HAYTHORNTHWAITE, C. (2002). *The Internet in Everyday Life*. Oxford: Blackwell Publishers.
- WELLS, K. (2007). The material and visual cultures of cities. *Space and Culture*, 10(2), 136.
- WELLS, L. (2003). *The Photography Reader*. London: Routledge.
- WENGER, E. (1999). *Communities of practice: Learning, meaning, and identity*. Cambridge: Cambridge University Press.
- WHAMOND, A. (2005). *Everyday Pixels: Snapshots and subjectivity online*. Paper presented at the Artists, designers and creative communities conference, Perth, Australia.
- WHITE, M. (1969). *Mirrors, messages, manifestations*. Millerton, New York: Aperture Inc.
- WHITWORTH, M. (2009, 02 Oct 2009). Posing naked for a women's magazine felt brave and shocking. *The Telegraph*, from http://www.telegraph.co.uk/health/women_shealth/6255773/Posing-naked-for-a-womens-magazine-felt-brave-and-shocking.html
- WILES, R.; PROSSER, J.; BAGNOLI, A.; CLARK, A.; DAVIES, K.; HOLLAND, S.; *et al.* (2008). Visual ethics: Ethical issues in visual research. *National Centre for Research Methods* Retrieved from <http://eprints.ncrm.ac.uk/421/>

- WILSON, S.; PETERSON, L. (2002). The anthropology of online communities. *Annual Review of Anthropology*, 31, 449-467.
- WOLAK, J.; FINKELHOR, D. (2011). *Sexting: a Typology*. Durham: Crimes against children research center.
- WOODLEY-BAKER, R. (2009). Private and public experience captured: young women capture their everyday lives and dreams through photo-narratives. *Visual Studies*, 24(1), 19-35.
- WORTH, S.; ADAIR, J.; CHALFEN, R. (1972). *Through Navajo eyes: An exploration in anthropology and film communication*. Bloomington, IN: University of Indiana Press.
- WRIGHT, T. (1999). *The photography handbook*. London: Routledge.

