Raymond Colle

La revolución de la “fonofotografía”

(Teléfonos con cámara y redes sociales)

Colección Mundo Digital / 4

Revista
Mediterránea
de Comunicación
Mediterranean Journal of Communication
ISSN 1989-872X

Comunicaciones
iberoamericanas

La revolución de la “fonofotografía”

Raymond Colle De S. (www.recinet.org/colle/rc/rc.htm)

Santiago de Chile, año 2013.

ISBN: 978-956-351-819-1

Directora de Revista Mediterránea: Dra. Victoria Tur Viñes

Coordinador de la Colección: Dr. Raymond Colle De S.

Ilustración de portada: “ 3073e ”, Transfoto R.Colle

Selecciona: Revista Mediterránea de Comunicación, Alicante (España)

(<http://mediterranea-comunicacion.org/index.php/Mediterranea>)

Difunde: Portal de “Comunicaciones Iberoamericanas”

(<http://comiber.recinet.org/rmedcom/>)

Las fotografías incluidas en el texto provenientes de fuentes diversas se insertaron bajo el principio de "*fair use*", dado que la presente obra es de tipo académico y no tiene fines comerciales.

Licencia Creative Commons*

* Queda expresamente autorizada la reproducción total o parcial de los textos publicados en este libro, en cualquier formato o soporte imaginable, salvo por explícita voluntad en contra del autor o autora o en caso de ediciones con ánimo de lucro, señalando siempre la fuente. Las publicaciones donde se incluyan textos de esta publicación serán ediciones no comerciales y han de estar igualmente acogidas a Creative Commons. Harán constar esta licencia y el carácter no venal de la publicación.

Tabla

Introducción	p.5
1. Del medio analógico al medio digital	
1.1. Las técnicas del pasado	p.7
1.2. La revolución electrónica	p.9
2. La fotografía digital	
2.1. El sensor fotoeléctrico	p.12
2.2. Las cámaras	p.13
2.2.1. Historia	p.13
2.2.2. Diferencias técnicas	p.15
2.3. Las aplicaciones	p.16
2.4. El desarrollo del mercado	p.17
2.4.1. Los teléfonos móviles	p.17
2.4.2. Smartphones y fotografía digital	p.17
2.4.3. Redes sociales	p.19
2.4.4. Depósitos de fotografías digitales	p.21
3. Funciones clásicas de la fotografía	
3.1. Las funciones tradicionales	p.23
3.2. La fotografía de aficionados	p.25
4. Fotografiar con un teléfono	p.27
4.1. “Sacar” una foto	p.28
4.1.1. La foto “irreflexiva”	p.28
4.1.2. La foto ”reflexiva”	p.29
4.2. “Compartir” fotos	p.30
4.2.1. Tendencias	p.30
4.2.2. Destinos	p.31
4.3. Consejos	p.33
5. Evolución de las funciones	
5.1. Socialización	p.35
5.2. Construcción de la “identidad digital”	p.36
5.3. Construcción de un personaje	p.37
5.4. Información e indiscreción	p.37
6. Persona y sociedad	
6.1. El yo, lo privado y lo público	p.39
6.2. La construcción del espacio social	p.42
6.3. Instante y memoria	p.43

7. Conclusión	
7.1. Preguntas	p.46
7.1.1. Acerca del arte	p.46
7.1.2. Acerca de la mirada	p.47
7.1.3. Acerca de la identidad	p.48
7.1.4. Acerca de la libertad y gratuidad	p.49
7.2. Síntesis	p.50
8. Bibliografía	p.53

Introducción

Roma 2005 y 2013
(De “El Mercurio”, 17-03-2013)

Con el desarrollo y la penetración de los teléfonos “inteligentes” (dotados de cámara y acceso a internet), la fotografía ha entrado en una nueva era. La fotografía digital y, en particular, la que se toma con un teléfono móvil, forma parte ahora de la vida diaria de una enorme cantidad de personas. Pensemos que, en España, la penetración de los *smartphones* supera ya el 63 por ciento, lo que sitúa a este país en el primer puesto entre los cinco países más poblados de la Unión Europea (Que.es 10-01-2013) y que supera incluso a los Estados Unidos, donde la penetración es de 48% (El Mercurio, 25-03-2013).

Con ello, la “fonofotografía” (“*smartphonography*” es el término acuñado en inglés) se ha popularizado enormemente y las fotografías constituyen ya un componente importante de las redes sociales. ¡A fines de 2012, Facebook contaba con más de 240.000 millones de imágenes! Hoy se toman cerca de 1.000 millones de fotografías al día y se hacen más fotos en dos minutos que las que se hicieron en todo el siglo XIX ¿Que mejor imagen para ilustrar esta situación que la de la muchedumbre reunida en la Plaza de San Pedro, en Roma, el día de la elección del anterior papa y de la elección del actual (foto inicial)?

La disponibilidad permanente de una cámara, en el bolsillo o la cartera, cambia muchas cosas en el mundo de la fotografía de aficionados, trastocando las funciones que había adquirido a través de los años. Mientras la foto química¹ “solemnizaba” eventos familiares y “solidificaba” recuerdos de momentos o actividades particularmente relevantes, la “fonofotografía” registra cualquier momento y cualquier objeto que, por el motivo que sea, llama la atención del poseedor del aparato.

Si bien no existen aún, a nuestro entender, estudios que aborden en profundidad este fenómeno, hemos podido encontrar algunas estadísticas parciales y opiniones de diversos expertos que ya permiten configurar un panorama de los cambios que están ocurriendo.

Para situarlos, hablaremos brevemente, en el primer capítulo, de los orígenes y desarrollos de la fotografía, desde el daguerrotipo hasta la revolución electrónica. En el capítulo siguiente, consideraremos el desarrollo ligado a la aparición de las cámaras digitales, las aplicaciones para el procesamiento de imágenes en el ordenador y el rol de la World Wide Web como impulso para la multiplicación y exhibición de las fotografías digitales.

En el tercer capítulo, trataremos de las funciones clásicas de la fotografía, sea ésta química o digital, mientras consagraremos el capítulo siguiente, específicamente, a la “fonofotografía”, cómo y cuando se realiza, cómo y cuando se exhibe. El quinto capítulo trata las nuevas funciones asociadas a la fotografía asociada a las redes sociales, mientras el sexto aborda los nuevos problemas que trae consigo, como el de los límites de la privacidad, de la construcción del espacio social y de la acumulación histórica.

1 Se habla algunas veces de “fotografía analógica”, para contraponer a “fotografía digital”, pero esta última no es menos “analógica”.

Del medio químico al medio digital

1.1. Las técnicas del pasado

Hasta el Siglo XIX, la reproducción de imágenes debía hacerse mediante sistemas de grabado. Uno de los últimos perfeccionamientos en este campo fue la litografía - creada en 1796 por Senefelder, en Alemania - la que permitió un gran auge en la reproducción de ilustraciones, más baratas e incluso a colores.

En 1727, Johan Heinrich Schülze descubrió que las sales de plata cambiaban de tono por efecto de luz. Otros investigadores lograron producir siluetas pero fueron incapaces de fijarlas. En 1816, en Francia, Nicéphore Niepce utilizando los mismos principios y una caja oscura logró su primera imagen, pero aún sin poder fijarla bien. En 1819, John Herschel descubrió las propiedades fijadoras del hiposulfito de sodio.

Niepce necesitó diez años más para desarrollar un proceso que permitiera la conservación de la imagen (Al lado: el primer paisaje impresionado por Niepce, en 1826). Dado que la luz solar es la que produce la imagen, llamó el proceso “heliografía”.

Muy poco tiempo después (1837), Daguerre inventó la cámara fotográfica, aplicando los descubrimientos de Niepce. También creó la primera placa fotográfica: el daguerrotipo, que se publicitó como el “espejo que recuerda”. El primer sistema comercializado (desde 1839) tuvo un enorme éxito hasta 1855. Los daguerrotipos daban una visión muy precisa y fueron tratados como objetos preciosos. Los retratos fueron muy apreciados y se multiplicaron con rapidez: adjunto un ejemplo anónimo de 1853 (Daguerreian Society).

Pero otros objetos e incluso amplios panoramas también captaron la atención y la obras se fueron diversificando con rapidez. Aquí la fotografía (daguerrotipo) más antigua que se tiene del Salto del Niágara (1850) (Daguerreian Society).

En 1835, en Inglaterra, Talbot obtuvo la primera fotografía -en negativo- sobre papel: “*The Fastman*” (Museo Americano de la Fotografía). Patentó su invento, el “calitipo” (“*calotype*”), en 1841. Así mientras Niepce y Daguerre son, en conjunto, los inventores de la cámara, Talbot puede ser considerado como el inventor del proceso fotográfico moderno (químico), mientras sus predecesores abrieron la ruta, despejando los mecanismos involucrados. “Fotógrafos” son desde entonces quienes han utilizado este tipo de proceso, aunque el mismo nombre se sigue aplicando hoy a quienes utilizan los nuevos sistemas digitales.

En 1839, Hippolyte Bayard obtuvo positivos directos sobre papel como la foto adjunta: “El ahogado”, positivo directo realizado en 1840. (Sociedad Francesa de Fotografía).

En 1864, B.J.Sayce y W.B.Bolton introdujeron por primera vez el bromuro de plata en la emulsión coloidal -luego reemplazada por gelatina, proceso que se generalizó y utiliza hasta hoy-.

Las primeras fotografías atrajeron rápidamente la atención del público y nació el deseo de contar con retratos familiares, los cuales se multiplicaron rápidamente. Pero los fotógrafos tenían también otros intereses y un grupo importante de ellos se dedicó a hacer retratos de su época (socio-fotografía), mientras otros iniciaron tímidamente la fotografía científica. Un exponente señero de la socio-fotografía fue el belga Norbert Ghisoland (1878-1939), que realizó nada menos que 40.000 fotografías sobre vidrio de obreros, mineros, jugadores de pelota, arqueros, boxeadores, bandas musicales, familias, etc. (Al lado una de sus fotos).

Muchas disciplinas científicas se fueron beneficiando rápidamente de esta nueva técnica. En el campo del conocimiento visual del pasado, por ejemplo, la fotografía jugó un papel importante en el desarrollo de la arqueología, que se benefició muy tempranamente de ella. En la foto, el arqueólogo americano A.Maudsley en 1891 en las ruinas de Palenque (México).

Estos trabajos constituyeron un primer paso en el camino que llevaría a la creación del cinematógrafo, gracias a los trabajos de Eastman (película), Edison (imágenes animadas) y los hermanos Lumière (cámara y proyector).

En 1895, los hermanos Lumière realizan en París la primera presentación pública del cinematógrafo (“La salida de los talleres Lumière”, foto adjunta, Archivos Lumière). Las primeras cintas se comercializaron desde 1896.

Con la creación de negativos, y mediante procesos químicos, un original (el negativo) permitía hacer una cantidad ilimitada de copias (positivos). Este principio -muy parecido al de la imprenta- iba a dar origen, a la técnica híbrida del fotograbado, inventado por el alemán Klietsch en 1875, que evolucionó hasta el “offset” actual, un tipo de fotograbado aplicado en máquinas rotativas de imprenta. Los diarios no tardan, por lo tanto, en adoptar el proceso y en incluir fotografías en sus páginas.

Por su parte, los aparatos previos al proyector de cine también inspiraron al alemán Nipkow, que construyó el primer sistema experimental de televisión, basado en un disco giratorio perforado y células fotoeléctricas. Pero su invento no desemboca en nada práctico hasta 40 años más tarde, con la cámara de Baird. Es el punto de partida de la “era electrónica” de las imágenes.

1.2. La revolución electrónica

Se considera que la electrónica comenzó con el diodo de vacío inventado por John Ambrose Fleming en 1904. En el campo de la imagen, la electrónica hizo su aparición a través de la televisión. En 1926, en Londres, John Logie Baird efectuó la primera demostración de un aparato de televisión comercial, basado en el escáner de disco de Nipkow, con una imagen de 28 líneas y un barrido de 12,5 cuadros por segundo. Barthélemy hizo algo similar en Francia. En 1929, en los Estados Unidos, Zworykin

fabricó el tubo electrónico de barrido de imagen (iconoscopio de televisión), mientras en Gran Bretaña la BBC efectuó su primera transmisión de televisión en 1932. En 1956, en los Estados Unidos, Ampex desarrolló la primera video-grabadora de cinta magnética.

Todos estos sistemas seguían siendo técnicas analógicas, es decir basadas en variables con valores continuos y no discretos y corresponde a lo que podríamos llamar la “primera revolución electrónica”, que ha dominado la mayor parte del Siglo XX. Los mayores cambios serían el producto de una línea muy diferente de investigación: la de las máquinas de cálculo, que recurrieron al álgebra binaria.

Un hecho fundamental del Siglo XIX fue el desarrollo por el británico autodidacta George Boole de una nueva álgebra. En 1847 -a los 32 años- publicaba “El análisis matemático del pensamiento”, lo cual le valió una cátedra en el Queen's College de Dublin. Luego, en 1854, publicó su obra magna “Las leyes del pensamiento”. Su álgebra consistía en un método para resolver problemas de lógica recurriendo solamente a los valores binarios “1” y “0” y a tres operadores: “AND” (y), “OR” (o) y “NOT” (no). A partir de esta “álgebra binaria” se ha desarrollado posteriormente lo que conocemos hoy como “código binario”, que utilizan todas las computadoras actuales y pasaron a utilizar más recientemente los teléfonos y cámaras tanto fotográficas como de vídeo.

En 1937, Claude Shannon demostró definitivamente que la programación de las futuras computadoras era un problema de lógica más que de aritmética. Con ello señalaba la importancia del álgebra de Boole, pero -además- sugirió que podían usarse sistemas de conmutación como en las centrales telefónicas, idea que sería decisiva para la construcción de la primera computadora, que siguió justamente este modelo. Con posterioridad y con la colaboración de Warren Weaver, Shannon desarrolló lo que llamó “teoría matemática de la comunicación” -hoy más conocida como “Teoría de la Información”-, estableciendo el concepto de “negentropía” (la información reduce el desorden) y la unidad de medida del “bit” (*binary digit*), ocho bits formando un byte, lo necesario para representar un carácter (letra, cifra o signo).

Si bien los primeros ordenadores funcionaron con interruptores electromagnéticos (electroimanes), pronto fueron reemplazados por conjuntos de válvulas electrónicas. Era la década de 1940. Pero en 1947, tres científicos -Bardeen, Brattain y Shockley- de los Laboratorios Bell inventaron un semiconductor de tamaño reducido capaz de realizar funciones de bloqueo o amplificación de señal: nació el TRANSISTOR (Foto Wikipedia). Más pequeños, más baratos y mucho menos calientes que las válvulas de vacío, los transistores desplazaron rápidamente a éstas en todos los aparatos electrónicos. En los años '60, técnicos de varios laboratorios se dieron cuenta que la técnica de fabricación de los transistores posibilitaba la producción de unidades más grandes con múltiples componentes cumpliendo las diversas funciones electrónicas requeridas. Así nacieron los circuitos integrados, los cuales permitieron una nueva disminución del tamaño y aún más del costo de los aparatos.

En 1971, producto del avance en la fabricación de estos circuitos, la compañía Intel lanza el primer microprocesador: un circuito integrado especialmente construido para

efectuar las operaciones básicas ya señaladas por Babbage. Era la última clave necesaria para el desarrollo de aparatos económicos de posible venta masiva.

La miniaturización a progresado tanto que hemos pasado de un procesador conteniendo 2.300 transistores en 1971) a 55 millones de transistores en el chip en el año 2002, funcionando en forma 20.000 veces más rápida. En 2005 ya se superaban los 200 millones de transistores en el chip. Pero desde este año los fabricantes han decidido no proseguir en la carrera por aumentar el tamaño y la velocidad (lo cual provoca mayor calor, que cuesta disipar) sino buscar otras soluciones, como incluir dos o más procesadores en un mismo chip, de ahí los “múltiples núcleos” que ofrecen los aparatos de hoy.

La fotografía digital

2.1. El sensor fotoeléctrico

Desde que Tim Berners-Lee desarrolló, en 1989, en el CERN (Suiza), su primera propuesta de la Web uniendo Internet y el hipertexto, la *World Wide Web* ha conocido un auge extraordinario, aportando a las computadoras personales (PC) funciones de comunicación que hicieron de ellas un bien mucho más apetecible y multiplicaron su difusión. A su vez, el desarrollo de los hipertextos e hipermedios han acelerado la producción y la difusión de cámaras fotográficas que reemplazaban la película química por un sistema electrónico de captación de los fotones que llegan a través del lente, sistema llamado “dispositivo de detección por acoplamiento de carga” o “CCD” (*Charge Coupled Device*). Tecnología y programación de aplicaciones se han unido para crear un nuevo “ambiente” fotográfico.

Gráfico 1: Funcionamiento del CCD en la cámara digital

(De:Revista "Macworld" en español,abril 1996 y revista "Siglo XXI" de "El Mercurio", 3 de octubre 1996.)

Los CCD son chips capaces de transformar la luz en señales eléctricas. Están constituidos de varias capas y divididos en “pozos” que corresponden a los píxeles (o “puntos” de color, igual que los conos en nuestra retina). Hacia el exterior hay microlentes y filtros de color, luego está el cableado electrónico y finalmente las células fotoeléctricas (o fotodiodos, que transforman la luz en electricidad), al fondo de cada “pozo”. Esta conformación reduce obviamente la cantidad de luz que llega a los

fotodiodos, haciendo además que un poco de luz rebote en la zona de cableado y pierda el ángulo correcto para llegar a la parte inferior del “pozo”. En los modelos tradicionales, solo se aprovecha entre el 30 y el 80% de la luz, aunque desde el año 2009 se inició la fabricación de nuevos modelos, llamados “de iluminación trasera” (“*back illuminated*” o BI), que permiten captar la totalidad de la luz, y aparecen desde el 2012 en algunas cámaras, que se anuncian con una alta sensibilidad en situación de poca luz. (Ver Gráfico 2).

Gráfico 2: Tipos de sensores

(De revista Extremech, 6-03-2013)

A mayor cantidad de píxeles por lado, mayor es la nitidez obtenida, aunque esto depende también en gran parte de la calidad de la óptica (lente). Cada fotodiodo está conectado a dos polos encargados de medir el voltaje. Cuando un fotón pasa por el filtro de color, libera electrones en el sustrato de silicio. Una carga eléctrica aplicada a los polos reúne estos electrones, el sistema mide su cantidad y luego la anota en formato digital.

2.2. Las cámaras

2.2.1. Historia

Fue en 1969, en los laboratorios Bell (AT&T), cuando se demostró el potencial del CCD por primera vez. Cinco años más tarde, la Oficina de Acceso y Tecnología Espacial (OSAT), auspició un programa para incrementar el tamaño de los CCD que entonces era de 100 x 100 píxeles. Los avances han permitido una calidad de imagen muchísimo mayor y que telescopios espaciales, como el Hubble, los utilicen en la recolección de información. En efecto, la sensibilidad de un CCD típico puede alcanzar hasta un 70% comparada con la sensibilidad típica de películas fotográficas que está en torno al 2%.

Por esta razón la fotografía digital sustituyó rápidamente a la fotografía convencional en casi todos los campos de la astronomía y, también por la facilidad de efectuar correcciones mediante filtros, empezó a imponerse en la fotografía profesional (por ejemplo para la producción de catálogos). Al permitir disponer de los resultados en forma inmediata, sin necesidad de recurrir a laboratorios para el revelado e impresión, la fotografía digital también llegó rápidamente a los aficionados. La primera cámara digital fue desarrollada por Steve Sasson para Kodak en diciembre de 1975. Era un prototipo que tenía el tamaño de una tostadora, de 4kg de peso, y generaba una imagen de 0.01 Megapíxeles, necesitando 23 segundos para guardar una fotografía en blanco y negro en una cinta de casete y otros tantos en recuperarla.

De acuerdo a la Wikipedia “La primera cámara fotográfica digital verdadera que registraba imágenes en un archivo de computadora fue probablemente el modelo DS-1P de Fuji, en 1988, que grababa en una tarjeta de memoria interna de 16 MB y utilizaba una batería para mantener los datos en la memoria. Esta cámara fotográfica nunca fue puesta en venta en los Estados Unidos. La primera cámara fotográfica digital disponible en el mercado fue la Dycam Model 1, en 1991, que también fue vendida con el nombre de Logitech Fotoman. Usaba un sensor CCD, grababa digitalmente las imágenes, y disponía de un cable de conexión para descarga directa en la computadora.”

Kodak inició en 1991 la venta de cámaras digitales profesionales mientras la primera cámara digital que funcionaba con conexión a un PC fue la Apple Quicktake 100, en 1994. La primera cámara fotográfica para aficionados, con una pantalla de cristal líquido en la parte posterior, fue la Casio QV-10 de 1995 (foto adjunta, de casio-intl.com), y la primera cámara fotográfica en utilizar tarjetas de memoria CompactFlash fue la Kodak DC-25 en 1996.

En 1997 aparecieron las primeras cámaras fotográficas de un megapixel y en 1999 las primeras reflex (D-SLR), con más de 2 megapíxeles.

El mayor auge de la fotografía digital, sin embargo, se produjo a mediados de la década del 2000, de la mano de dos importantes avances: la aparición de los llamados teléfonos inteligentes o “*smartphones*” y el éxito de las redes sociales, principalmente Facebook.

El año 2003 se caracterizó por el desarrollo de las funciones de los teléfonos celulares incluyendo el acceso a internet. Poco después, Japón empezó a vivir la fiebre de los celulares con cámara fotográfica y tanto los fabricantes de este país como los de Suecia se esmeran a la vez por producir pantallas capaces de visualizar mejor éstas como también las páginas web. Ese año apareció el teléfono-consola de videojuego Ngage de Nokia y los primeros celulares con cámara de video (como el Mitsubishi 3G). Sin embargo, es solamente en los últimos tres o cuatro años que se han multiplicado los teléfonos con cámara en los países de habla hispana así como, más recientemente aún, de cámaras con conexión inalámbrica (Wi-Fi).

2.2.2. Diferencias técnicas

Se distinguen generalmente tres tipos de cámaras digitales: las compactas, las cámaras compactas avanzadas -que se distinguen principalmente por un zoom largo- y las cámaras réflex digitales, más orientadas al trabajo profesional (fotoperiodismo, publicidad y fotografía artística). Las cámaras incluidas en los teléfonos tienden a ser equivalentes a las compactas, aunque se mantienen a un nivel inferior de calidad, en función de la calidad de su óptica (lente), del sensor CCD y de la capacidad de éste en materia de resolución de imagen.

La resolución corresponde al número de píxeles (del inglés *picture element*, o punto -luminoso- de la imagen) de cada imagen, la que se calcula multiplicando el ancho por el alto. Así, una cámara de 4Mp (cuatro millones de píxeles) genera imágenes más grandes que una de dos millones, y permite imprimir una buena copia de hasta 20 x 25 cm. Si bien los primeros teléfonos con cámara no ofrecían una resolución adecuada para una buena impresión, ya están disponibles aparatos que ofrecen alta definición (por ejemplo los 13 megapíxeles del HTC M7, lanzado en el *Mobile World Congress* de 2013, que permite imprimir incluso en formato A3 (o 30x40 cm).

La “carrera” por ofrecer más megapíxeles, sin embargo, es en gran parte un error. Dos megapíxeles son suficientes para imprimir en el clásico tamaño de 13x10cm. Obviamente Esta definición sobra para las pantallas tanto del teléfono como de las tabletas y es más que suficiente para las pantallas de los PC. Pero muchos megapíxeles no son en absoluto una garantía de calidad de imagen, la cual depende más del tamaño del mismo pixel y más aún de la calidad de la óptica, de la cual se habla pocas veces cuando se da a conocer un nuevo aparato.

Al CCD, cuyas señales eléctricas son ampliadas y digitalizadas fuera del sensor, ha sucedido el CMOS, que incorpora un amplificador de la señal eléctrica en cada fotocélula e incluso incluye comunmente el conversor digital en el propio chip. La desventaja es que entre los receptores de luz y la fuente lumínica se encuentra mucha electrónica que no es sensible a la luz. La primera solución a este problema vino por una mayor densidad de integración (mayor cantidad de diodos en una misma superficie) y por la aplicación de microlentes que a modo de lupa, para concentrar la luz de cada fotocelda.

La siguiente solución ha sido construir de otra forma los sensores, asegurando la captación de la luz sin atravesar la capa de cableado electrónico: es la llamada iluminación trasera (BI, ver Gráfico 2). Omnivision ayudó a desarrollar el uso de sensores de iluminación trasera en 2007, pero hasta hace poco han sido demasiado caros para su producción masiva. Sony produjo en 2009 el Exmor R, uno de los primeros sensores BI de línea de producción, y la inclusión de sensores BI se consolidó a partir del 2010 al ser utilizados en teléfonos emblemáticos como el iPhone 4 de Apple y el HTC EVO 4G. Son estos sensores que aparecen ahora en las cámaras que anuncian una alta sensibilidad en situación de poca luz.

Las cámaras con zoom -que permiten acercarse al objeto- también se diferencian según el tipo de zoom: óptico y digital. El zoom óptico permite obtener imagen de máxima resolución cualquiera sea la distancia elegida, mientras el zoom digital “acerca” haciendo ver más grande una sección del cuadro enfocado, pero la resolución es la de la imagen completa (sin acercamiento), del tal modo que al ampliarla en pantalla o en la impresión pierde en resolución. Las cámaras de teléfonos pueden tener un zoom, pero será digital, ya que no necesita que el lente se mueva, como ocurre con el zoom óptico.

Otra función hoy presente en la mayoría de las cámaras y los teléfonos es la capacidad de grabar vídeos, cuya resolución también depende de la capacidad del sensor.

Finalmente se ha de mencionar la inclusión progresiva de la posibilidad de conexión de las cámaras vía Wi-Fi directamente a internet (a través de un teléfono o directamente a un *hotspot*), para subir las fotos a las redes sociales, lo cual acerca las cámaras de mayor calidad a las funciones de red de las cámaras -más sencillas- de los *smartphones*.

2.3. Las aplicaciones

Photoshop, la más famosa de las aplicaciones para editar fotografías digitales, nació de la mano de Adobe en febrero de 1990, destinada a los Macintosh. En noviembre de 1992 lanzó su primera versión para Windows. Posteriormente aparecieron aplicaciones semejantes como Corel Photo-Paint, Paint Shop Pro y Microsoft Picture it!. Con el auge de la World Wide Web, también aparecieron aplicaciones gratuitas descargables como Gimp y Picasa, esta última, además, ligada a un sitio web donde exhibirlas.

Ya difundidos los *smartphones*, después de 2007, han aparecidos “apps” (aplicaciones para móviles) con algunas funciones básicas de edición (esencialmente filtros) como una versión especial de Photoshop o iLife/iPhoto, y otras destinadas a facilitar la colocación en la web o en las redes sociales, como Vizrea, Instagram y Pinterest. Twitter también agregó en 2012 una función de “subida” de fotos con filtros para su edición. El siguiente gráfico muestra la tendencia general desde 2001, según las noticias (novedades) registradas en el sitio Notibits.

Gráfico 3: Novedades en materia de software fotográfico

(Fuente: Notibits.recinet.org)

2.4. El desarrollo del mercado

La realidad de la fotografía digital de hoy, y de la “fonofotografía” en particular, se basa en un conjunto de factores: la difusión de los teléfonos móviles, la evolución tecnológica de éstos (al incorporar cámaras fotográficas y acceso a internet) y el surgimiento y “explosión” de las redes sociales.

2.4.1. Los teléfonos móviles

Según el Banco Mundial, el 75% de la población mundial tenía teléfono móvil a mediados de 2012 y el número de abonados globales «pronto» será superior al de la población mundial (La Tercera, 17-07-2012). Según la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), a fines de 2011 la tasa de penetración global de la telefonía móvil superaba de este modo el 56,3% de la radio, el 34,7% de Internet y el 23,1% de la televisión (Tomi Ahonen Almanaque 2011). Y si en 2009 había unos 143 millones de “teléfonos inteligentes” en todo el mundo, en su mayoría iPhone, de los 1.780 millones de teléfonos celulares vendidos en 2012, el 83% tenía cámara fotográfica, según PR Newswire. Según estadísticas difundidas por la asociación 4G Americas, la venta de “teléfonos inteligentes” aumentaría en 134% entre 2011 y 2015, alcanzando mil millones, con 7,5 mil millones de conexiones a nivel mundial en 2015 (ver Gráfico 4).

En España, la penetración de los *smartphones* supera el 63 por ciento, lo que sitúa a este país en el primer puesto entre los cinco países más poblados de la Unión Europea (Que.es 10-01-2013). Supera a los Estados Unidos, donde la penetración es de 48% (El Mercurio, 25-03-2013). En América Latina, Uruguay tiene la mayor penetración de *smartphones* (22%), seguido por Ecuador (21%) y Chile (19%). (El Mercurio, 18-03-2013; Gráfico 5).

Gráfico 4: Desarrollo de la telefonía móvil

Gráfico 5: Poseedores de *smartphones*

Personas con teléfonos inteligentes		
País	2011	2012
Uruguay	14%	22%
Ecuador	15%	21%
Chile	13%	19%
Brasil	10%	17%
Argentina	10%	17%
Venezuela	12%	17%
México	10%	16%
Perú	5%	9%
Paraguay	5%	8%
Colombia	5%	8%
Bolivia	4%	7%
Otros	7%	12%
Total	9%	15%

Fuente GSMA, según datos de Strategy Analytics

2.4.2. Smartphones y fotografía digital

Los años 2006 y 2007 marcaron un giro importante en materia de comunicaciones digitales, a diez años de la apertura de la Web al ámbito comercial y privado: se produjo el “despegue” de las redes sociales y, casi simultáneamente la comercialización de los llamados “teléfonos inteligentes” o *smartphones* que, poco a poco fueron incluyendo una cámara fotográfica. El gráfico siguiente muestra el rápido crecimiento de las redes sociales así como la aparición y evolución del mercado de *smartphones*, según las estadísticas de las noticias publicadas en el sitio especializado *Notibits* (notibits.recinet.org), que registra las principales novedades en el “mundo digital”. En dicho sitio, las cámaras digitales hicieron noticia desde el año 2004 (la base de datos empieza en el año 2000), mientras los *smartphones* aparecieron claramente en la estadística de 2007, al igual que las redes sociales² (Vea el apartado siguiente en relación al rol de la “Web 2.0”). Vemos también que, mientras crecían los “smartphones”, se estabilizó y empezó a bajar la aparición de nuevas cámaras, lo cual responde sin duda a la inclusión de cámaras en los nuevos teléfonos.

2 La redes sociales se iniciaron con anterioridad pero el descriptor “red social” se incluye solamente ese año, a raíz del rápido auge de Facebook.

Gráfico 6: Auge de la fotografía digital

(Fuente: Notibits.recinet.org)

También podemos observar, a través de un registro estadístico-histórico de la difusión de la fotografía como, a mediados de la pasada década, la fotografía tradicional decayó brutalmente, siendo rápidamente reemplazada (y sobrepasada) por la fotografía digital (Gráfico 7).

Gráfico 7: Toma de fotografías (1B=mil millones)

(Fuente Overgram, en <http://www.bitrebels.com/technology/mobile-photography-history-infographic/>)

2.4.3. Redes sociales

Tim Berners-Lee desarrolló en 1989, en el CERN (Suiza), su primera propuesta de la Web uniendo Internet y el hipertexto. Con la ayuda del programador Robert Cailliau avanzó en la creación del lenguaje HTML. El primer servidor Web se puso en línea en el CERN el 6 de agosto de 1991. Partió entonces la *World Wide Web*, pero quedó restringida al ámbito académico y científico hasta 1995, cuando se abrió a todo tipo de usuario. El uso de Internet ha crecido en forma extraordinaria desde entonces siendo la *World Wide*

Web, con su apertura al mundo privado y comercial, sin duda el factor más importante de esta evolución (ver Gráfico 8 referido a la creación y vigencia de sitios web).

Gráfico 8: Crecimiento de la WWW según Netcraft

(A.Agarwal, 2009)

Dale Dougherty, en una conferencia de O'Reilly Media sobre la Web en 2004 introdujo los términos “Web 2.0”. Aunque los expertos coinciden en que la introducción de esta numeración no corresponde -por cuanto no ha habido una transformación radical ni cambios técnicos significativos en la WWW- se tiende a asumir esta apelación para designar el conjunto de los sitios que facilitan a sus usuarios la interactividad.

El auge de la “Web 2.0” se produce principalmente después de esa fecha y se ha vuelto a su vez geométrico con la aparición de las redes sociales, especialmente de Facebook y del sistema de “*microblogging*” Twitter. El desarrollo de la telefonía móvil también contribuyó a ello, con un tráfico que correspondía en 2008, en promedio, al 40% de la navegación por Internet, llegando incluso al 60% en países como Estados Unidos, Sudáfrica e Indonesia (datos de Opera Software), porcentajes que deben haber crecido significativamente desde entonces, con el éxito de Facebook y de los *smartphones*.

Gráfico 9: Crecimiento de Facebook (2004-2011)

2.4.4. Álbumes y depósitos de fotografías digitales

La difusión de la fotografía digital dió pie a la creación de sitios web para publicarlas (anticipando el sistema, hoy más generalizado, de archivo en la “nube”, es decir en servidores externos destinados al almacenamiento de datos). Así, Picasa fue creada en 2002 por Lifescape y es propiedad de Google desde el año 2004. Flickr, lanzado en febrero de 2004 por Ludicorp y adquirido por Yahoo! en 2005, albergaba más de tres mil millones de imágenes en noviembre de 2008. Pero Facebook les hizo rápidamente la competencia y, en agosto de 2011, alojaba ya unos 140 mil millones de fotos³, pasando del billón (un millón de millones) de páginas vistas en un mes (según FayerWayer, 29-08-2011). Entre los 3,5 trillones de fotos que existen alrededor del planeta (sólo en servicios de acceso público -no solo internet-) desde la primera imagen tomada por Joseph Niépce en 1826, el 4% pertenecía así a la red social Facebook (FayerWayer, 22-09-2011). Y no se ha de olvidar que han surgido otros servicios de alojamiento de fotografías como Pinterest, mientras Instagram (con 27 millones de usuarios en marzo 2012) fue adquirido por Facebook, sumándose a la colección propia de esta red social y llegando de este modo a 100 millones de usuarios mensuales en febrero 2013.

En el mundo, setecientos millones de teléfonos tienen hoy una cámara fotográfica. El 67% de los poseedores tomaría fotos al menos una vez por semana y el 54%, además, las

³ A fines de 2012, Facebook contaba con más de 240.000 millones de imágenes y cada día se calcula que se suben 350 millones más.(IBLnews, 26-02-2013)

enviarían por este medio a terceros. El 83% de ellos también utilizarían su ordenador con un programa para editarlas (Darell, 2013). Hoy se toman cerca de 1.000 millones de fotografías al día y se hacen más fotos en dos minutos que las que se hicieron en todo el siglo XIX (Aradas, BBC, 2013).

Funciones clásicas de la fotografía

La fotografía ha de ser considerada, según algunos autores (cf. Winderberger), primero como medio de registro y luego como medio de expresión. Es obvio que, ante todo, su función es registrar una realidad visual (aunque, así, constituye una nueva realidad) y, muchas veces, se queda en dicha función. Pero es posible registrar de diversas maneras y, más aún, alterar la realidad secundaria creada a partir del proceso de captación. El producto cobra entonces vida, según las operaciones realizadas durante o después de la toma y pasa a constituirse en objeto de variados usos: la conservación en un álbum o un cuadro para la pared, la publicación en un libro o periódico, la exhibición en una exposición o un congreso, etc. Por esta vía, cumple diversas funciones, las más frecuentes siendo de orden social. Revisaremos éstas en forma general antes de considerar de qué modo se inserta en ellas la “fonofotografía”.

3.1. Las funciones tradicionales

Basándonos en la clasificación propuesta por el francés Marcel Hignette, uno de los mayores expertos en materia de imagen fotográfica, hemos de considerar las siguientes funciones, que se definen esencialmente a partir del objetivo del registro visual:

1. Documental: histórica (eventos a recordar), descriptiva (como la foto aérea o geográfica) y científica.
2. Artística: estética, de retrato y “sugestiva” (como sería la fotografía publicitaria).
3. Expresiva (La foto “como lenguaje” dice Hignette): que expresa la subjetividad del fotógrafo, una relación de ideas (serie de fotos) o un simbolismo, o forma un relato (fotonovela). (Winderberger, pp.40-41)

Estas tres grandes categorías derivan sin embargo en procedimientos y usos diferentes según el tipo de fotógrafo: el profesional y el aficionado. La fotografía artística y la expresiva son mayoritariamente obra de profesionales, aunque los aficionados pueden evidentemente buscar la excelencia artística y la expresión de su sensibilidad o conceptualizaciones.

La foto documental es propia, en lo profesional, esencialmente de periodistas y científicos y su función social es principalmente de difusión de información o conocimiento. Pero, sin duda, este tipo de foto es también el más frecuente en el caso de los aficionados, porque es una excelente forma de asegurar una mejor conservación en la memoria, como quedó asentado en el lenguaje común: “éste es un recuerdo de...”, de

unas vacaciones, de un viaje, de un cumpleaños, de un matrimonio, etc. Para ellas y con ellas se crearon los álbumes, hasta hace poco físicos pero ahora también digitales, en diversos soportes tecnológicos o en la “nube” de internet. El recuerdo físico (realidad secundaria) viene a reforzar y “asegurar” el recuerdo psicológico que, sin este otro, se podría ir difuminando con el tiempo.

En las primeras décadas de la historia de la fotografía (desde los daguerrotipos, vea apartado 1.1.) se produjo la multiplicación de los “estudios” de los profesionales, quienes se dedicaron principalmente a la realización de retratos individuales o familiares en reemplazo de los cuadros de pintores. Incluso gran cantidad de pintores decidieron convertirse en fotógrafos retratistas para sobrevivir.

Foto 3.1: Retrato familiar (1908)

(Colección del autor)

La función artística siempre ha estado presente en el campo profesional, por largo tiempo combinada con la función documental como en el caso de estos retratos, pero luego se fue combinando más frecuentemente con la fotografía publicitaria (Foto 3.2). La fotografía exclusivamente estética es producto de pocos profesionales y aparece ocasionalmente en exposiciones, eventos que no son muy frecuentes.

Foto 3.2: Arte publicitario

(Catálogo Farmacia Ahumada, 2013)

3.2. La fotografía de aficionados

La fotografía se popularizó entre aficionados después de la segunda Guerra Mundial, coincidentemente con el desarrollo de la fotografía periodística, gracias a nuevas cámaras compactas de fácil manejo, a nuevos procedimientos industriales y a películas más sensibles, lo cual llevó también a la firma Polaroid a crear la primera cámara de fotografía instantánea en 1948.

Pierre Bourdieu, después de un estudio sociológico, señalaba en 1965 que la fotografía no-profesional “se asocia comunmente a los tiempos fuertes de la vida familiar et no podría, sin contradecir su función, separarse de las oportunidades que la determinan et la transforman en práctica autónoma” (p.11). Ésta era la realidad dominante de la fotografía analógica, centrada en los eventos de la vida familiar, en el hogar o en los lugares de viaje o vacaciones. Las vacaciones son “un tiempo fuerte de vida familiar” y por ello son un motivo de multiplicación de la actividad fotográfica. La llegada de los hijos también lo es.

En los años sesenta, las fotos de personas correspondían en un 75% a grupos y la mitad mostraban niños, solos o con adultos. Era una forma de “recoger y simbolizar la imagen del linaje” y de reafirmar su importancia, según el estudio sociológico realizado por Bourdieu (p.47). Aún hoy esta tendencia podría explicar que las fotos de bebés inundan las cuentas de mujeres en las redes sociales.

En cuanto a la práctica fuera de la función familiar, Bourdieu consideraba que “la

Una de las primeras cámaras Polaroid (MIT Museum)

práctica liberada de la función familiar se encuentra en los sujetos menos integrados y aparece muchas veces como una forma de expresión de la desviación” en relación a las “funciones [socialmente] tradicionales” de integración al grupo, para orientarse hacia una mayor búsqueda de la estética. Ésto, sin embargo, ha variado notoriamente desde el surgimiento de los medios digitales.

Si bien la fotografía digital de aficionados sigue asociada a la vida familiar, con los aparatos que caben en el bolsillo aparece un ingrediente personal más importante. Además de retratar eventos familiares, se retratan mucho más vivencias y observaciones individuales, abriendo también un mayor espacio para lo que llegó a llamarse “periodismo ciudadano” o “foto denuncia”. Ir por la calle, con una pequeña cámara, permite en efecto observar numerosos eventos que pueden ser de interés para la comunidad y que pueden poner en evidencia comportamientos o procedimientos censurables (Foto 3.3). No tardan hoy en aparecer en las redes sociales: 40% al menos de las fotos tomadas con *smartphones* son compartidas en estas redes. (Ver apartado 4.2).

Foto 3.3: “Foto denuncia”: Violencia policial

(De <http://noticiasdeabajo.wordpress.com>)

Si bien se cumple la función documental, no se trata en este caso de constituir un recuerdo, sino de informar y provocar una reacción. El “fonofotógrafo” se posesiona así de la función informativa, largo tiempo reservada al periodista. Como señalan diversos investigadores, también ha crecido fuertemente una función de formación/afirmación de identidad personal. La fotografía digital se ha transformado en un importante medio de comunicación, quizás más que de recuerdo (aunque todo lo publicado sigue archivado y recuperable), especialmente para los jóvenes, lo cual no es un mero cambio tecnológico sino verdaderamente un cambio -sino una revolución- cultural. (cf. Van Dijk, p.58-59)

El nuevo recurso ha llevado de este modo a una ampliación de las funciones de la fotografía aficionada y a una multiplicación de las realizaciones. Volveremos sobre esta evolución para profundizar el tema más adelante (Ver capítulo 5).

Fotografiar con un teléfono

La fotografía química de aficionado, desde que se popularizaron las cámaras, se parecía en cierto modo a “un mueble de salón, que se utilizaba en contadas ocasiones”, comentaba Winderberger (p.52). Desde 1970, prácticamente todas las familias poseen alguna cámara. La nueva cámara digital, inserta en el teléfono, acompaña ahora a su usuario día a día y hora a hora. En cualquier momento puede juzgar que algo vale la pena ser registrado. Y, principal ventaja, a diferencia de la foto de rollo, no le cuesta nada. Si no le gusta, la borra. Si le gusta, lo más probable es que la “suba” a una red social. “Sacar” fotos se ha transformado así en una actividad mucho más común. También se ha hecho común el “ametrallar” lo observado (tomar numerosas fotos consecutivas), cosa que algunas aplicaciones incluso facilitan, pero que era demasiado costoso con la fotografía química (aunque era un recurso habitual de los fotoperiodistas).

El estudio de InfoTrends (2012) sobre imagen móvil ha observado un aumento dramático en el uso de teléfonos inteligentes desde 2011. El porcentaje de encuestados cuyo primer teléfono era un teléfono inteligente con cámara saltó de 24% en 2011 a casi el 46% en 2012. El aumento del uso de cámaras de teléfono se ha visto en todos los grupos etarios. Si en 2011, se produjo un importante descenso en el uso de teléfonos con cámara entre los encuestados mayores de 35 años, ya no es el caso. En 2012, más de la mitad de los participantes del estudio poseían teléfonos con cámara, incluso en el grupo de más edad.

4.1. “Sacar” una foto

La sola posesión de un teléfono con cámara impulsa a su dueño en forma irresistible a “sacar fotos” en múltiples ocasiones. El impulso procede, sin duda, de la larga historia de la fotografía recordatoria como práctica personal (asegurar los recuerdos) y social (documentar/demostrar) que hemos mencionado en el capítulo anterior.

Nos encontramos aquí con la misma distinción que se podía hacer en el caso de la fotografía analógica: existen dos tipos de “aficionados”: el que enfoca como sea y “presiona el botón” y el que trata de sacar el mejor provecho de su cámara y de las condiciones ambientales. Tendremos como producto fotos “reflexivas” e “irreflexivas”.

4.1.1. La foto “irreflexiva”

Toda foto requiere obviamente un mínimo de reflexión. Pero en el presente caso, no pasa de colocar el o los sujetos en una posición que permita encuadrarlos o bien, aún más simplemente, de ver si satisface lo que aparece en la pantallita al enfocar. Las reuniones familiares son el típico motivo para este tipo de fotos: todos se juntan; a lo mejor se pide a uno u otro que se mueva un poco y “listo” (foto 4.1).

Foto 4.1.

(Colección personal)

La típica foto recuerdo de viaje es generalmente del mismo tipo. Basta buscar un poco en la web para encontrar las perfectas reproducciones de las postales turísticas con el turista delante del monumento (foto 4.2).

Foto 4.2.

(Colección personal)

4.1.2. La foto "reflexiva"

En una situación parecida, podemos ser menos formales, buscar un ángulo, seleccionar una actitud o un gesto y “oprimir el botón” para registrar un aspecto de la reunión el que, sin duda, sumado a otros, proporcionará un recuerdo más especial (foto 4.3). Ésto puede ser aún mejorado, obviamente, realizando una composición más original al pedir una participación más activa del o los sujetos (foto 4.4).

Foto 4.3.

(Colección personal)

Foto 4.4.

(De accu-check.cl)

Podemos también buscar estos otros ángulos, enfoques o ambientes cuando viajamos (foto 4.5).

Foto 4.5.

(Colección personal)

4.2. “Compartir” fotos

4.2.1. Tendencias

Un estudio de la Consumer Electronics Association (CEA) sobre la imagen digital, realizado en 2008, indicaba que, en ese año, los consumidores habían tomado un promedio de 72 fotografías digitales del último evento público al que habían asistido, compartiendo el 51% de éstas. El 65% de los consumidores se declaró satisfecho con sus opciones para compartirlas y lo hacían en un 55% por e-mail y 40% en redes sociales, mientras 48% las exhibía en su computador personal.

El estudio de 2012 de InfoTrends acerca de la fotografía con teléfonos inteligentes en los Estados Unidos (“*2012 U.S. Mobile Imaging End-User Survey*”) muestra un importante incremento en relación al año anterior: los teléfonos con cámara pasaron de 24 a 46% y mientras la proporción de usuarios mayores de 35 años había bajado significativamente en 2011, ya no era el caso en 2012.

AVG, una compañía de antivirus, constató que el 92% de los niños estadounidenses menores de 2 años tiene ya una “huella digital”, es decir, son identificables en fotos y a través de información personal que sus padres publican en internet, principalmente para compartirlas con sus amigos y familia. El estudio «Diarios Digitales» de esta empresa,

orientado a investigar el comportamiento en línea, concluye que el 23% de las madres suben a internet las ecografías de sus hijos antes de nacer, el 33% publica fotos de su nacimiento y el 7% de los niños menores de dos años tiene una cuenta de e-mail creada por sus padres. (El Mercurio, 16-01-2013).

Evidentemente, no se ha de esperar que este tipo de fotografía sea de alta calidad. “Los [verdaderos] fotógrafos coinciden en que los medios sociales favorecen la fotografía ‘perezosa’ [...] y la gente debería aprender a subir menos fotos de sí-misma...” dice Elise Lévêque en *SocialMedia Today*. Un estudio realizado con estudiantes mexicanos confirma esta observación: “Casi todos tienen problemas técnicos que no controlan como fotos en movimiento, fotos oscuras y fuera de foco. [...] Tienen un conocimiento muy básico de la fotografía digital ... y sus prácticas de socialización están altamente centradas en la red social Facebook y en torno al tema de la amistad”. (Bañuelos, 2010).

La tendencia dominante de compartir las fotos *on-line* conlleva también la disminución de la producción de fotos impresas, según señalan los especialistas (Lévêque, 2013) pero, al parecer, este fenómeno no sería intrínsecamente producto del auge de las “fonocámaras” sino de la fotografía digital en general, ya que las fotos se conservan y se pueden apreciar en los ordenadores. Los medios sociales solo han aportado una nueva -pero importante- forma de acumularlas y compartirlas. Queda por ver si, con el tiempo y la abundancia de lo compartido, servirán para cumplir la función recordatoria unida a la “solemnizadora”, las que justificaban la producción de álbumes en papel. Si bien algunas empresas ofrecen la producción de tales álbumes de fotos digitales seleccionadas, no existe aún, al parecer, una estadística al respecto.

4.2.2. Destinos

Los lugares para compartir fotos en la Web no faltan. Evidentemente el más conocido y usado es Facebook (Foto 4.6) que, como ya mencionado, alojaba unos 140.000 millones de fotos en agosto de 2011. Google+ es ahora el principal competidor en el campo de las redes sociales, especialmente desde que incluyó Picasa, pero aún está lejos de alcanzar a Facebook. Twitter, que es un sistema de “*microblogging*” (publicación breve) con rasgos de red social tiene una enorme participación pero la función fotográfica, agregada hace poco, no forma parte de su esencia y no permite formar álbumes.

Los medios más comunes, fuera de Facebook e Instagram, para compartir fotografías son Flickr, asociado a Yahoo! (Foto 4.7), Pinterest, y Picasa, ahora integrado a Google+ (Foto 4.8). Tanto Flickr como Picasa operan permitiendo la agrupación en álbumes temáticos. Pero también existen otros, evidentemente mucho menos masivos (y que pueden desaparecer en cualquier momento, ya que muchas iniciativas son muy efímeras en al *World Wide Web*). Podemos citar Fotolog, el líder mundial de foto-blogging, que cuenta con más de 22 millones de miembros, Webshots, una de las mayores bibliotecas de fotos del mundo, el servicio de intercambio DotPhoto, Photobucket y MyPhotoAlbum. Algunos incluyen *software* para editar las fotos o, como Go2Album, una

aplicación que permite a los usuarios construir su propia presentación de diapositivas en pocos minutos subiéndolas a su “nube” (servidor de almacenamiento).

Foto 4.6 : Fotos en Facebook

(Colección personal)

Foto 4.7: Fotos en Flickr

(Colección personal)

Foto 4.8: Fotos en Google+
(Colección personal)

4.3. Consejos

Una búsqueda con Google Search nos mostraría más de 620 referencias sobre el “arte de tomar fotografías con un *smartphone*”. Se aplican evidentemente a los *smartphones* los mismos principios y las mismas reglas que para cualquier otra cámara y no nos proponemos incluir aquí un manual de fotografía, los cuales abundan tanto en librerías como en la red. Creemos sin embargo importante mencionar algunas sugerencias, sobre la base de nuestras observaciones de los actuales usos de los aparatos “integrados” y repletos de aplicaciones fotográficas.

- Conviene recordar algunas normas mínimas: las fotos no deben estar trucadas, ni retocadas, ni alteradas sin aviso.
- Si bien algunos autores actuales proponen disparar cada vez que se nos ocurre, aprovechando la capacidad de memoria de nuestra máquina, creemos que -ante cualquier tentación- siempre conviene preguntarse qué haremos con la foto que vamos a tomar, es decir qué función cumplirá: ¿la pondremos en un álbum de recuerdos, la “subiremos” a nuestra red social, la enviaremos directamente a algún amigo o familiar? ¿Queremos documentar un momento de nuestra vida, un evento observado, un panorama o un objeto particularmente bello? ¿Qué satisfacción podrá aportarnos después de que pase el tiempo?
- Si se está tentado por las redes sociales, conviene diferenciar éstas teniendo en cuenta su esencia. Facebook se basa en el concepto de compartir y conservar eventos de la vida personal. Pensemos entonces qué puede interesar a nuestros “amigos” y qué nos

interesará volver a encontrar en nuestra “línea de tiempo” si el sitio sigue vigente dentro de cinco, diez o más años. Twitter, aunque desde hace poco recibe fotografías, está más orientado a recoger informaciones, observaciones y comentarios, y sus usuarios -de acuerdo a las últimas estadísticas- parecen preferir los comentarios de espectáculos, sea televisión u otros, o de sus compras (IBLnews, 12-02-2013). Ahí, la inclusión de fotografías es algo secundario y éstas deberían estar reservadas a eventos observados que merecen difusión. Si lo que queremos es formar un álbum de recuerdos personales, mejor usemos un repositorio como Flickr o Picasa, a los que podemos también dirigir a nuestros familiares y amigos. No los obliguemos -si son nuestros “amigos” en Facebook- a ver todo lo que nos gusta fotografiar. ¡Ya existen miembros de Facebook que han cerrado su cuenta cansados de ver fotos de los bebés o mascotas de sus contactos (Estudio de Pew Internet & American Life Project, BBC Mundo, 16-02-2013)!

d. Si considera alguna foto como privada, no la suba nunca a una red social ni a un album “privado” de algún servicio de internet. No sólo existen problemas de acceso en Facebook: también se producen errores de programación en las actualizaciones de estos servicios que, ocasionalmente, “olvidan” el carácter privado. Y si las quiere guardar en una “nube” de almacenamiento (como DropBox, SugarSync u otro) encriptelas. En último término, si desea mostrar algo y, a la vez, evitar que se conserve o se comparta, utilice las aplicaciones -como “Blink Me”- que destruyen el archivo digital transmitido una vez visto por el destinatario.

e. Y, finalmente, cuando observamos algo que nos parece merecer una foto, multipliquemos las tomas (no necesariamente “ametrallando”) no para guardarlas o postearlas todas sino para elegir la mejor y descartar las otras, como se hace al escribir un texto: se hace un borrador y luego se corrige (“Cien veces en su telar vuelva a poner su obra, pocas veces agregue y muchas veces borre” decía ya Bossuet, escritor y predicador francés, en el siglo XVII).

Evolución de las funciones

En el capítulo tercero hemos señalado brevemente como las máquinas digitales abrieron los ámbitos de uso fuera de la vida familiar sin que por ello el fotógrafo aficionado se transformara en alguien que se “desviaba” de las prácticas comunes de la era analógica. Mientras la fotografía química fabricaba imágenes privadas de la vida privada, la fotografía digital de hoy, bajo el influjo de las redes, vuelve públicas las imágenes de la vida privada. La antigua “galería de retratos” de la casa de hace casi un siglo se transforma en una galería pública. Así, las funciones sociales son cada vez más amplias y desbordan ampliamente el ámbito de lo familiar para asociarse a todos los aspectos de la vida diaria y a nuevas prácticas de comunicación.

La fotografía ya no es principalmente el “instrumento de solemnización” que fue antes de 1950, función que decreció con la popularización entre aficionados de las cámaras de rollos de 35mm en los años siguientes. Y si bien la función de solemnización no ha desaparecido y mantiene su importancia intrínseca, con el sistema digital se trata cada vez menos de un ritual, transformándose en una actividad usual.

5.1. Socialización

En 2002, la antropóloga Barbara Harrison observó que la autoexhibición superaba a la presentación de la familia en las fotos digitales. En su estudio de campo, descubrió que la cámara se usaba menos para “inmortalizar” recuerdos familiares que para afirmar la personalidad y los vínculos personales (Van Dijck, p.60). Sirve más para registrar hechos diarios que instantes solemnes, y los adolescentes gustan de compartir estos hechos de su vida diaria, más como una manera de compartir sus experiencias que compartir un objeto (como sería la antigua forma de entregar una foto impresa). La fonocámara permite mostrar instantáneamente a los amigos, por ejemplo, el evento del cual se disfruta, lo cual es altamente valorado. Ésto les sirve para construir relaciones sociales con sus pares y responde a una necesidad psicológica fundamental, la del sentido de pertenencia. De hecho las comparten menos con sus familiares que con sus amigos y éstas cumplen un rol importante en sus conversaciones tanto frente a frente como en línea. Y ésto lo ha permitido la combinación del *smartphone* con las redes sociales.

5.2. Construcción de la “identidad digital”

La publicación de fotos de sí-mismo, gracias a las cámaras destinadas a las videoconferencias o videochat, constituye también una nueva función, no ajena a algo de narcicismo, orientada sin duda a conseguir elogios, expresiones de aprecio o comentarios y, quizás, nuevos contactos (especialmente en sitios de búsqueda de pareja, que no tardaron en aparecer). Jordi V Pou, un conocido fotógrafo catalán, considera incluso que significa un cambio fundamental en la fotografía: “El cambio primordial es que antes había tres tipos de fotografía: la doméstica, la artística y la documental. Pero ahora hay una cuarta: la fotografía personal, la que utiliza uno para comunicarse con su círculo de amigos” (Aradas, 2013). Se trata, como veremos luego, de una función doble: a la vez de comunicación y de individuación.

La problemática de la imagen del yo aparece así con fuerza cuando se considera lo que ocurren en las redes sociales con el auge de la fonofotografía. Como en toda comunicación, cada interlocutor asume algún rol en función del contexto, seleccionando la imagen que desea ofrecer a los demás.

“Durante la actuación, un individuo utiliza una serie de dotaciones expresivas de manera intencional o inconsciente que se llaman «fachada»: el vestuario, el sexo, la edad, el lenguaje, el aspecto, los gestos... Las impresiones que se quieren causar a los demás no son dejadas al azar, sino que se puede trabajar para crearlas, y el control de la fotografía del perfil es una herramienta para tal fin.” (Visa, p.4)

En la vida diaria, los roles se suman y varían según los contextos y grupos en que nos encontramos: familia, trabajo, amigos, asociación religiosa o política, etc. En cada caso, proyectamos -en forma presencial- una imagen de nosotros mismos con algunas variaciones. La situación, sin embargo, con el acceso inmediato al mundo digital, adquiere una suerte de “segunda capa”, de realidad virtual, que “actualizamos” cuando sacamos una foto y la “subimos” a la red. De algún modo, la red lleva necesariamente a considerar el surgimiento de un rol nuevo: la “presencia digital”. Como hemos visto, en el caso de los jóvenes su rol de compañero tiende a predominar, utilizando su fonocámara para demostrar cómo lo asumen y cómo se autodefinen dentro de su grupo de amigos. Los mayores también tienden a compartir sus experiencias personales en las redes sociales, cuidando de su “fachada”, como señala M.Visa. Aunque no todas las fotos incluyen un autorretrato, es evidente que se da a éste una importancia primordial ya que de este modo se construye la “identidad digital” que queremos proyectar, por la que queremos ser conocidos.

“Para algunos autores, la práctica del autorretrato está relacionada con formas de control y empoderamiento, especialmente en el realizado por mujeres, mientras que para otros se trata de la popularización de la exploración de la identidad personal antes circunscrita prácticamente al ámbito de la experimentación y expresión artística, o bien puede entenderse desde una perspectiva psicológica, como una práctica terapéutica de transformación personal. En todo caso, esta práctica de

autorretrato íntimo, vinculada generalmente a la narrativa cotidiana personal pasa a ser, a través de internet, una práctica pública que puede tener una amplia audiencia y destinada a la interacción social. En este sentido, podría entenderse también como una nueva forma cultural de presentación social de sí que conllevaría un trabajo de performance de la identidad personal de un modo relacional, ya sea como una actuación pública del yo o como resultado de una práctica performativa sobre el propio cuerpo.” (Ardévol y Gómez-Cruz, 2012)

¿Qué es lo que más preocupa, en el autoretrato o el retrato dentro de un grupo? Según un estudio norteamericano, lo que importa a los jóvenes es “proyectar la imagen de uno mismo como deseable socialmente” y “no parecer un *nerd* (idiota)” (Visa, p.5, citando a Ben Zhao de la Universidad de California).

5.3. Construcción de un personaje

Ardévol y Gómez-Cruz han puesto también en evidencia la aparición de otra función, al menos en el caso de mujeres fotógrafas: han podido observar la existencia ocasional de un trabajo creativo sobre la imagen corporal, la construcción de un personaje tal que, incluso, los que conocen personalmente a las autores no las reconocen en la fotografía.

“En los casos analizados también encontramos que la práctica de la fotografía ha supuesto para estas personas algo más que un simple hobby o afición. Para algunas, la fotografía ha cambiado su relación con la imagen que tenían de sí mismas, aprendiendo a aceptar su cuerpo "tal y como es". Para otras, la fotografía es una forma de relacionarse con el mundo que ha hecho cotidiana una mirada fotográfica. De distintas maneras o por distintas vías, para ellas la práctica fotográfica se convierte en una forma de mejoramiento personal.” (Ardévol y Gómez-Cruz, 2012, p.201)

No se puede descartar que este tipo de “trabajo creativo” esté presente en la realización común de fotos subidas a las redes sociales. Como señala, M.Visa, “en Facebook podemos construir ficciones realistas, es verdaderamente difícil saber dónde empiezan y terminan la realidad y la ficción” (p.10). La teoría del rol, cuando se aplica a la imagen de sí-mismo, en cierto modo implica siempre algún grado de “construcción de personaje”.

5.4. Información e indiscreción

El aparato de bolsillo, que uno lleva permanentemente consigo, como ya lo hemos señalado, hace que todo lo observado sea susceptible de ser fotografiado. Esto significa que la función informativa cobra una importancia significativa. Los medios de comunicación han demostrado ya con cierta frecuencia el rol social que la fonocámara

puede cumplir tanto para, por ejemplo, registrar accidentes (Foto 4.6) o denunciar situaciones desafortunadas como para ayudar a la policía a resolver crímenes (cf. Darell y Good & Moulton). En países o situaciones donde sacar fotos podría llevar a la confiscación de la cámara, los fototelfonos son un importante recurso, siendo además fácil retirar y esconder la pequeña tarjeta de memoria (Johnson). Como señala un canal de televisión por cable, “todos somos detectives” (Foto 4.7).

Foto 4.6: Accidente

(De <http://isabelsotomayedo.blogia.com/2012/111802>)

Foto 4.7: “Todos somos detectives”

(De <http://id.tudiscovery.com/todos-somos-detectives-6/>)

Pero aquí ha de distinguirse entre la información que sea realmente de utilidad social y la información que interesa al fotógrafo y que cree que podría interesar a sus contactos, lo cual podría llevar a cierta exageración. Un ejemplo típico es la actual moda de fotografiar platos de comida (Foto 4.8). En los Estados Unidos, varios conocidos cocineros han llegado a prohibir el uso de cámaras, flashes y trípodes en sus instalaciones. “La falta de consideración por las mesas vecinas ha escalado tanto que, en Nueva York, Sidney y Toronto, hay chefs que prohíben estrictamente el uso de cámaras en sus instalaciones. En algunos, como el Seiobo (Australia) o el Shoto (Canadá), incluso hay “policías contra flashes”, según publicó The New York Times.” (*ibidem*). En Chile, los chefs reconocen

un aumento de los fotógrafos aficionados que captan sus platos, pero se lo toman con humor (El Mercurio, 3-02-2013).

Foto 4.8: Plato de comida

(De yogui07.blogspot.com)

También se ha descubierto que muchas personas gustan de fotografiar sus compras -para compartir tales fotos-, lo que podría corresponder menos a una necesidad de autoafirmación que a un ¿culto del consumismo?

No faltan tampoco los impertinentes y hasta indecentes. Recordamos como, cuando aparecieron estos aparatos en Japón, se tuvo que prohibir su ingreso en las salas de baño comunitarias y saunas -debido a la multiplicación de usos inapropiados- y como se encontraron “voyeurs” que los deslizaban bajo las faldas de las mujeres. ¡Cualquier persona, hoy, puede ser un *paparazzo*!

El problema también alcanza a las empresas, que pueden ver divulgada información reservada: he aquí un nuevo medio de espionaje industrial, que ha hecho que algunas empresas han prohibido ingresar con ellas en sus locales, como señalan Good y Moulton.

Persona y sociedad

6.1. El yo, lo privado y lo público

Las redes sociales han puesto en evidencia la problemática de la privacidad de la información. El Informe Anual de Seguridad 2013 de Cisco revela que el 91 por ciento de la llamada Generación Y -trabajadores jóvenes- creen que la Era de la Privacidad ha terminado y un 57 por ciento de los entrevistados admiten no estar preocupados porque su información personal sea almacenada y utilizada por comercios, redes sociales y otros sitios web, siempre que se beneficien de la experiencia. (FayerWayer, 04-02-2013)

Comenta Brian Solis:

“Vivimos en tiempos interesantes y mientras estamos fascinados por la capacidad de compartir nuestros pensamientos y experiencias para una deseada audiencia en línea, todavía estamos justo en las primeras etapas del aprendizaje de lo que todo esto significa y no significa. De hecho, somos la última generación que sabe cómo era la privacidad. Ahora es algo que tendrá que ser enseñado. Y lo más importante: lo que compartimos en línea, requiere ahora un control reflexivo para construir deliberadamente una representación más precisa y deseable de lo que somos y cómo deseamos ser percibido. [...]

Y ahí radica la inspiración para la creación de redes sociales, el discreto, voluntario y dramático salto desde la privacidad a lo público. Esta transformación está impulsada por la necesidad humana de aceptación, el comercio de la soledad para un nuevo tipo de libertad. Lo hacemos con la esperanza de ganarnos la atención y la conexión de nuestros pares y pares de pares. Esperamos poder conectarnos no sólo con aquellos que conocemos, sino también aquellos que deseamos conocer, así como aquellos que deseen conocernos.” (Solis, 2013, traducción personal)

Si bien estamos -hasta cierto punto⁴- en control de nuestras opciones de privacidad en cada una de las redes sociales en las que participamos, también estamos en control de lo que compartimos y nos abstenemos de compartir. En las redes sociales, somos los arquitectos de lo que mostramos y también, a la vez, de las impresiones que, con ello, dejamos en los demás. Lo que ven, no es el yo, sino una imagen del yo, un “yo plausible”, aproximado al que queremos proyectar (o que proyectamos sin darnos cuenta). Éste es un espacio que se considera creíble: “Cualquier información creíble que

4 Son conocidos (y resistidos) los constantes cambios en las reglas de privacidad de Facebook y la complejidad de controlar las opciones (lo que pocos hacen).

usted publique allí será tomada como cierta por el mundo.” (*ibidem*)

Como señala este autor, la privacidad no es para las nuevas generaciones lo que era para las anteriores. Requiere ahora un urgente proceso educativo, para que los jóvenes sean capaces de estructurar cada uno su “marca personal”, tomar el control de su identidad pública y evaluar adecuadamente la información que puedan encontrar de los que conocen.

Roland Barthes ya señalaba en 1980 que la fotografía constituía un importante factor de formación de la identidad personal por medio de la acumulación de imágenes de etapas de vida anteriores. Posteriormente, los psicólogos cognitivistas han analizado cómo dichas imágenes influyen nuestro desarrollo y nuestra personalidad. Algunos experimentos más recientes han demostrado que fotografías retocadas pueden conducir a la elaboración de falsos recuerdos, alterando la historia personal, lo cual confirma la hipótesis de Barthes acerca de la influencia del contexto social y cultural en la cognición y la memoria (Van Dijck, p.64). Así, cuando sacamos una foto, la evaluamos y podemos decidir desecharla si no corresponde a la imagen ideal que nos formamos de nosotros mismos (lo que era muy costoso con las imágenes analógicas). Podemos cambiar de expresión, de posición, de lugar o incluso de ropa y volverla a tomar. Ya hemos mencionado cómo Ardévol y Gómez-Cruz encontraron mujeres especialmente cuidadosas de “construir su personaje” de este modo. Y, además, disponemos de poderosas aplicaciones (como *Photoshop*) que -con un poco de práctica- permiten retocar las fotos con facilidad y a bajo costo, algo que -por lo demás- ha sido denunciado con frecuencia en la fotografía publicitaria (Ejemplo en Foto 6.1).

Foto 6.1: Retoque fotográfico

(De El Mercurio, 31-07-2011)

Es importante recordar que la privacidad total no existe si se utiliza la red. Imágenes íntimas que, por ejemplo, intercambian un novio y una novia, terminarán siendo públicas si utilizan algún canal de internet. Basta recordar el caso de Antonella Barba, semifinalista de American Idol, que fue descalificada cuando se hicieron públicas fotos

destinadas a un calendario reservado a su novio. Celebridades como Kate Moss, Lindsay Lohan, Britney Spears y Paris Hilton, en distintas situaciones, padecieron lo mismo (Good & Moulton).

La problemática de la privacidad tiene también otra faceta. Estos nuevos aparatos facilitan fotografiar en forma subrepticia -y divulgar- situaciones embarazosas. No faltan desgraciadamente los *paparazzi* aficionados, lo que obliga a tener mayor cuidado con el comportamiento propio en lugares al alcance de estas máquinas. El mayor problema en los casos en que se toman en un lugar público es que la fotografía pertenece legalmente a quién la tomó y no al sujeto fotografiado.

6.2. La construcción del espacio social

Ya hemos mencionado la importancia que las fotos compartidas adquieren para la construcción de las relaciones sociales de los más jóvenes. Tanto ellos como los adultos fotógrafos han descubierto, a partir de las redes sociales, que la privacidad tiene capas, por la misma definición de “círculos” que ofrecen dichas redes de internet. Está la esfera de lo íntimo, luego la de lo familiar, luego el círculo de amigos, los amigos de los amigos o contactos de los contactos, y finalmente los demás. Las redes sociales están “forzando una metamorfosis personal de introvertido a extrovertido digital”. (Solis).

La problemática de la privacidad no puede ser, por lo tanto, separada del contexto mayor en que se expresa: el del espacio social en los medios digitales.

“El espacio social está definido por distintos grados de co-presencia, proximidad y reciprocidad: ver y ser visto, reconocerse o ignorarse. Las cuestiones de publicidad y privacidad deben entenderse entonces como distintas formas de modular las relaciones sociales de inclusión y exclusión, distancia y proximidad, simetría y asimetría en las obligaciones recíprocas que pueden ser materializadas en distintos términos y disposiciones, espaciales o no. [...] En internet, la co-presencia se gestiona a partir de distintos grados de inclusión y exclusión, mientras que las relaciones de proximidad —íntimas o impersonales— se performan a partir de distintos grados de reciprocidad”. (Ardévol y Gómez-Cruz, 2012, pp.198 y 204)

Conocemos pocos estudios sobre el rol del individuo en la constitución del espacio social *online*, pero el trabajo de Ardévol y Gómez-Cruz ya mencionado es un interesante estudio antropológico sobre la práctica del autorretrato -vinculada a la narrativa cotidiana personal- como práctica pública destinada a la interacción social. En sus conclusiones, señalan que

“En el análisis no hemos encontrado transformaciones sustantivas en la comprensión que la gente tiene de las relaciones entre privacidad, intimidad y publicidad respecto a si se producen en un espacio físico o virtual, pero sí en la gestión que se hace de ellas y en cómo se llevan a cabo. El espacio social se produce y se define por las relaciones de co-presencia, proximidad y reciprocidad y se elaboran sofisticados patrones culturales sobre ello: quién puede estar en

presencia de quien, quién puede ser visto por quien, quién puede tocar o ser tocado por quien; dónde, cuándo y de qué manera. Estas relaciones configuran en gran parte las nociones de espacio público y privado y las relaciones de proximidad y distancia social; la intimidad y la privacidad.” (Ardévol y Gómez-Cruz, 2012, p.204)

No solo los diversos círculos de las redes sociales establecen una estructuración. Los “usuarios intensivos”, eligen variados recursos de difusión y establecen diferentes criterios: para ellos no es lo mismo publicar una foto en Facebook, en un fotoblog o en Flickr, como señalan estos mismos autores.

6.3. Instante y memoria

La foto es siempre un testimonio del pasado, de un mundo desaparecido y que nunca podrá ser visto de nuevo sino a través de esta realidad secundaria. El gran aporte de internet será la conservación de dichas imágenes y, junto con ello, la posibilidad de acceder a estas múltiples visiones del pasado. La misma concepción de la historia como disciplina podría verse afectada.

“Pocos se dan cuenta que el intercambio de experiencias mediante el intercambio de imágenes digitales casi por definición implica el almacenamiento distribuido: imágenes personales "en vivo" son distribuidas en Internet y pueden permanecer allí de por vida, apareciendo en contextos no previstos, reformuladas y reutilizadas.” (Van Dijck, p.68)

Por primera vez en la historia, la actual generación podrá tener un archivo de su vida (y no solo visual): “No podemos acordarnos de todo lo que pasó hace tres o cinco años, pero sobre todo, todos somos personas muy diferentes de las que fuimos hace unos pocos años.” (Contreras, 2013)

Los soldados que tomaron sus fotos agravando prisioneros en el cárcel de Abu Ghraib (Foto 6.2) para enviarlas a sus familias no se imaginaron que estaban creando un relato histórico que, además, se iba a difundir rápidamente por múltiples medios de comunicación. “Fotografías personales son cada vez más sacadas de la caja de zapatos y se utilizarán como significantes públicos” (*ibidem*, p.71).

“Irónicamente, la imagen tomada por la compañera de cuarto, como muestra de comunicación instantánea y efímera, puede tener un larga vida en Internet, apareciendo en contextos inesperados durante muchos años a partir de ahora. Como se ha dicho anteriormente, con el aumento de la manipulabilidad fotográfica las imágenes pueden adaptarse a la necesidad del individuo de continua auto-remodelación, pero esa misma flexibilidad también puede disminuir nuestro control sobre el futuro de nuestras imágenes, replanteamiento y reformulación que nos obliga a reconocer que la forma pictórica de la memoria puede ser cambiada por la facilidad de distribución.” (Van Dijck, p.59)

Foto 6.2: Maltratos en Abu Ghraib

(De Wikipedia)

Internet puede ser vista como un repositorio gigante de imágenes aparentemente anónimas -porque encontradas en páginas abiertas y de acceso público- y, de este modo, constituye una “memoria virtual” global, donde todo lo contenido está a disposición de todos. Así también, mediante el buscador de imágenes, podemos encontrar e incluso descargar fotografías tomadas por terceros (de poco sirve, en la Web, la advertencia de que los derechos pueden estar reservados) y, así, incluso, hacerlas pasar a nuestra memoria personal. Como señalan Ardèvol y Gómez-Cruz, “La significación de la imagen digital responde a una cultura de Internet basada en el anonimato, la desaparición de la autoría y el compartir.” (2011, p.95)

En el registro de acontecimientos, la omnipresencia de las cámaras llevó a Joan Fontcuberta a decir que “Ya no existen hechos desprovistos de imagen y la documentación y transmisión del documento gráfico son fases indisolubles del mismo suceso” (citado por Gómez y Ardèvol, 2011, p.96). Pero aún así, al pasar a formar parte de la enorme “memoria” de internet, en cualquier momento pueden reaparecer en otro contexto y ser reinterpretadas de una nueva manera. Y ésto, miles de veces. No podemos olvidar que esta imagen es polisémica, es decir susceptible de múltiples interpretaciones si no le acompaña algún comentario o texto explicativo (no siempre accesible en la red).

La imagen del mundo que proyectaría así la red de redes, si es que pudiesemos tener una visión de lo que, en un determinado momento, observan todos los que buscan y miran fotografías, sería permanentemente cambiante, un confuso calidoscopio donde tanto el

tiempo como el espacio parecen abolidos... y donde, incluso la fecha de un mismo hecho puede estar alterada (Fotos 6.3: hay diferencias de un día, según el día en que la foto fue subida a la red). Quizás sea esta confusión la que haya llevado a Facebook a establecer una “línea de tiempo” para cada uno de sus miembros, restaurando de este modo un orden dentro de la memoria virtual.

Fotos 6.3: Despedida de Benedicto XVI (27/02/2013)

(Del buscador Google, el 1-03-2013)

Pero, a pesar de que la red y sus servidores (los computadores que albergan programas y datos) cumplen una función de memoria colectiva, los contenidos que más atracción generan, especialmente entre los usuarios de Facebook, son las fotografías más recientes. Según los datos de esta red social, aproximadamente el 82 por ciento del tráfico generado en ella se centra en el 8 por ciento más reciente de los miles de millones de fotos subidas en su plataforma (IBLnews, 26-02-2013).

Conclusiones

7.1. Preguntas

Tanto en las noticias tecnológicas como en comentarios de medios especializados, hemos encontrado diversas dudas o preguntas -a veces provenientes de lectores- que creemos conveniente compartir.

7.1.1. Acerca del arte

“¿La fonofotografía destruye el arte de la fotografía?” se pregunta Elise Lévêque. La práctica de “sacar fotos al vuelo” y subirlas a la red conspira contra la preocupación por la calidad de la imagen, a la cual se otorgaba mayor importancia hace cincuenta o cien años. Ésto no afecta en sí el arte fotográfico, pero afecta la actitud más común frente a la fotografía, “promoviendo la flojera” dice Lévêque (“*social media is encouraging lazy photography*”). Hace falta una política de incentivo de mejores fotografías. El síndrome de aburrimiento frente a las redes sociales podría ser un indicio del malestar frente al tipo de fotos subidas a estas redes. Un estudio de Pew Internet & American Life Project asegura que un 61% de los usuarios de Facebook se han tomado un receso voluntario. Y un 27% planea gastar menos tiempo en la red social este año (2013). El estudio se realizó en Estados Unidos, donde la red social sigue siendo predominante: dos tercios de los adultos conectados son usuarios de Facebook. Un tercio de quienes se alejaron temporalmente de la red social lo hicieron por razones asociadas a sentimientos de rechazo como desinterés o disgusto (10%), pérdida de tiempo o contenido irrelevante (10%) o simplemente demasiado drama, chismes, negatividad o conflicto (9%). (BBC, 16-02-2013)

La oferta de filtros puede aparecer como un incentivo de las compañías para que se realice un trabajo más creativo con las fotos antes de publicarlas, pero no es en absoluto una garantía de trabajo “artístico”. Envejecer una foto con un filtro sepia no es hacer arte. El arte fotográfico implica al menos dominar las reglas de la composición, saber escoger un encuadro, un ángulo, una iluminación, etc. (cf. Colle, mayo 2008, n°5.5). Aplicar filtros puede llevar también a resultados que pueden ser arte gráfico dejando de ser propiamente fotografía (ver fotos 7.1 y 7.2).

Foto 7.1: Foto filtrada (Autopista)

(Colección personal)

Foto 7.2: Aplicación de múltiples filtros a una foto de una pila de melones

(Colección personal)

7.1.2. Acerca de la mirada

La foto rápida supone también una mirada rápida y, probablemente, un olvido rápido. Nadie la vuelve a mirar, ni siquiera -a veces- el propio fotógrafo. Es sin duda en parte lo que explica que aproximadamente el 82 por ciento del tráfico en Facebook se centra en el 8 por ciento más reciente de las fotos subidas en su plataforma, lo cual a llevado la

empresa a instalar servidores especiales -de acceso más lento- para los fotos más antiguas. (IBLnews, 26-02-2013).

“Hay dos formas de mirar fotos: rápida y lenta. [...] Con ese sistema de mirada rápida, el espectador/a reconoce la foto y seguramente el mensaje directo que suele contener. Se apropia del significado de la foto y queda tranquilo/a. Apropiándola se ejerce poder sobre la foto. En el cerebro humano se produce una explicación inmediata y fácil del contenido de la foto. Eso produce satisfacción: se han realizado los deberes bien. El premio es el supuesto poder sobre la foto. En el ser humano ese acto produce placer, asociado con un cierto goce voyeurista.

Pero si se contempla una foto de forma lenta la situación cambia. El experimento es mirar una misma foto durante minutos, incluso media hora o más. Entonces se descubren otros significados, más o menos ocultos. Pueden ser significados generados voluntariamente por el fotógrafo/a o incluso inadvertidos por ese fotógrafo/a. Se establecen relaciones con otros contextos, entornos, culturas, tradiciones culturales, normas sociales, etc.” (De Miguel y Ponce De León, pp.91-92)

Sin duda este aspecto se relaciona con el anterior: una foto de calidad atrae y conserva más tiempo la mirada que una foto rápida. Por cierta esta última puede constituir un punto de referencia significativo en la “línea de tiempo” de un usuario pero es probable que, ahí, tenga valor solamente para su propia revisión de su pasado. El riesgo es, también, que en algún momento sea revisada -y con más detenimiento- por un tercero con algún propósito que lo pueda afectar: sea por un empleador cuidadoso -cuando busque un trabajo- sea por la policía, si se ve envuelto en algún hecho delictuoso.

7.1.3. Acerca de la identidad

Si bien en el cine es un derecho del director o guionista inventar “realidades falsas”, la pregunta, aquí, es si todos tenemos derecho (éticamente) a presentar una imagen falsa (o en parte falsa) de nosotros mismo en internet. Pero, por otra parte, es seguramente imposible presentar una imagen completa y “verdadera”: toda imagen de nosotros -por naturaleza- es parcialmente falsa. La cuestión, entonces, es acerca de la voluntad de falsificar nuestra imagen, para engañar a los demás. Si no queremos proyectar nuestra “verdadera” imagen (si es que pudiera existir), sería sin duda más honesto utilizar un avatar, ya que ello constituye en sí-mismo una declaración clara acerca de la distancia que establecemos entre lo que somos y lo que queremos proyectar o lograr (Foto 7.3).

Foto 7.3: Cuenta con avatar en Facebook

7.1.4. Acerca de la libertad y gratuidad

La libertad para alojar gratuitamente fotos en las redes sociales es relativa. Por cierto, somos libres de colocar o no fotografías en la web. Pero, en la práctica, las relaciones sociales se resientan si no lo hacemos, en mayor o menor medida según nuestra edad y el tipo de relaciones que mantenemos. Nuestra libertad está por lo tanto condicionada por nuestro contexto y nuestra red de relaciones. En ésto, la fotografía digital no se diferencia mucho de cualquier otro tipo de comunicación. Todo cambia cuando empezamos a utilizar la red de redes.

Primero, nos hemos de identificar y, de este modo, renunciamos ya conservar nuestra total privacidad. Ya hemos mencionado que el concepto mismo de privacidad ha evolucionado y puede ser hoy diferente para distintos usuarios. Aún en el entendido que cedemos conscientemente parte de nuestra información privada, es necesario tener en cuenta que, en la práctica, cedemos mucho más que lo que se nos pide enunciar formalmente. Pocos toman en cuenta que todo el material subido a las redes es objeto de análisis con los sistemas de “minería de datos” es decir de recopilación y cruce de datos para varios tipos de análisis estadístico cuyos resultados le sirven tanto al propio proveedor del servicio utilizado como, mediante venta, a otras empresas, para ser considerados en sus planes de mercadeo. Las normas, generalmente respetadas, excluyen la identificación personal (nombres), pero son numerosos los otros datos que, sin saberlo, entregamos: nuestra ubicación, nuestra edad (si pusimos nuestra fecha de nacimiento al darnos de alta), el lugar donde tomamos la foto, su fecha, el modelo del teléfono o de la cámara que utilizamos, etc. Así, le damos poder al sitio web para ganar dinero -y financiarse- con nuestra información (en parte privada), o sea que le pagamos en forma indirecta. Y, en algunos casos, los sitios que albergan fotos se reservan el derecho de utilizar o incluso vender nuestras fotos para efectos publicitarios. Es lo que ocurrió, por ejemplo, con Instagram en diciembre de 2012, y le llevó a perder el 50% de sus usuarios, debiendo retractarse posteriormente de dicha política. (DiarioTI, 19-12-2012 y Noticiasdot, 17-01-2013). Pensar que existen servicios gratuitos en internet es altamente ingenuo: existen innegablemente organizaciones filantrópicas, pero no son generalmente las que prestan servicios personalizados.

Además, las redes sociales incluyen publicidad, que vemos cada vez que abrimos su página. Exponernos a ella es también una forma de pago. Es tan claro que algunos ya ofrecen o están pensando en un servicio pagado para no ver publicidad: Facebook ya patentó un procedimiento llamado Paid Profile Personalization (personalización pagada del perfil), aunque al momento de terminar este libro no se había implementado aún. (FayerWayer, 8-03-2013)

Otra limitación de la libertad es que lo “subido” a la red muchas veces no se puede borrar. Si se incluyó en una página web, por ejemplo, aunque ésta sea eliminada de su servidor original, quedará copiada en servidores históricos como los de Google y de Web Archives. Si fue incluido en una cuenta de Facebook, tampoco desaparecerá, aunque se cierre esa cuenta porque, en realidad, ninguna cuenta de Facebook es eliminada, sino que “desactivada”. “La eliminación de nuestros datos personales es algo que está protegido por las leyes de protección de datos, pero son leyes locales que cada país ajusta a sus necesidades, añadido a que tus datos pueden estar alojados en un servidor en Finlandia gestionados por una empresa estadounidense. Con eso, la protección de tus datos se hace más difícil, o incluso ejercer tu derecho a que se borren.” nos recuerda M.Contreras (FayerWayer, 8-03-2013).

7.2. Síntesis

Tuvieron que pasar miles de años entre el descubrimiento de que era posible observar una imagen -efímera- de sí-mismo gracias a un medio físico, como un metal bruñido, y el de la posibilidad de conservar dicha imagen gracias a un proceso químico. Pero menos de doscientos años bastaron para que la química fuese reemplazada por la electrónica y que, de unas decenas de fotos tomadas a lo largo de la vida de una persona, llegasen a acumularse miles en soportes digitales.

Podemos, por lo tanto, hablar de una “nueva revolución visual”, la de la imagen digital. Pero lo más revolucionario de ésta, a nivel social, ha sido -al menos hasta ahora- la unión entre cámara, teléfono e internet. Mientras, por largo tiempo, la foto química fue para la mayoría parte de un ritual familiar y una forma complementaria de solemnizar eventos importantes, la foto digital está cumpliendo funciones nuevas o a penas consideradas en el pasado. De medio de recordación, ha pasado a ser, en gran parte, medio de comunicación, de relato de lo momentáneo, de constitución de redes interpersonales e incluso de autodefinición. También puede ser, más que nunca, un medio de engaño: puedo poner en mi perfil de red social la primera foto que me saqué con una cámara digital hace veinte años -y ese no es el “yo” de hoy- o incluso la de otra persona. Y sin ayuda de profesional alguno, puedo poner una foto de hoy al estilo de 1900, gracias a un par de filtros (Foto 7.2).

Foto 7.2: Hoy, a la manera de ayer

(Colección personal)

Al mismo tiempo, el mundo entero puede pasar a ser observador remoto de lo que captamos, y nosotros mismos podemos tener acceso a lo que todos los demás captan y guardan en la “macro-nube” de internet. Pero -y es otra de las problemáticas actuales- nunca debemos olvidar que no observamos los hechos originales (realidad “primaria”) sino una imagen de éstos, filtrada por el testigo-fotógrafo, en un contexto determinado, que podemos no conocer.

Sin duda la cultura visual se ha visto transformada ya con la llegada de la televisión. Pero ahora sufre otra transformación aún mayor, en que la dimensión individual cobra más relevancia, tanto para el emisor (fotógrafo) como para los receptores, co-productores de su propia cultura a través de la selección y reinterpretación de lo visto. Mientras los mayores tuvimos que visitar museos o tiendas especializadas para obtener fotografías de monumentos u obras de arte de diversos lugares y épocas -lo cual podía tomar horas o días-, el internauta de hoy tiene acceso a ellas en pocos segundos, junto con los comentarios de decenas de observadores diferentes. Y mientras debíamos esperar semanas para ver a nuestros primos o sobrinos, encontrándonos con ellos, hoy los podemos ver con un par de clics, después de encender nuestro PC, nuestra tableta o nuestro teléfono.

Es evidente que las prácticas de fotografía digital, especialmente con los *smartphones*, están transformando el campo de la fotografía. Pero, si bien hay algunos autores que hablan de una era postfotográfica o un “después de la fotografía”, no nos parece que ésto signifique la muerte del arte fotográfico ni menos de la fotografía en general. Es obvio que ha muerto la fotografía química. Hace ya algo más de dos décadas que, personalmente, hemos descartado los rollos de película y nuestro laboratorio de revelado e impresión con químicos. Los rollos dejaron de fabricarse, salvo raras excepciones, y la misma empresa Kodak está al borde de la quiebra.

La fonofotografía trae una revolución basada esencialmente, a nuestro juicio, en una disponibilidad permanente de medios de “toma de fotos” y en la comunicabilidad instantánea de lo captado, lo cual deriva en la emergencia de nuevas prácticas populares y

la ampliación de funciones antes a penas consideradas.

La nueva realidad social de la fotografía implica también para los investigadores la necesidad de abordarla ya no solo como medio de representación (lo que “muestra”), sino considerando las formas en que es creada y utilizada. Ésto significa que la semiótica de este tipo de mensaje ha de ser considerada también de otra forma, asociándose con una perspectiva antropológica, como señalan Ardévol y Gómez-Cruz (2011), y teniendo en cuenta que su significado, en el momento de la toma, puede cambiar radicalmente en el momento de su observación, en otro lugar y otro momento.

El auge de la fotografía digital presente en internet, catapultada sobre todo por la fonofotografía, también interpela a la sociología. Más que nunca contribuye a la construcción de la realidad social. Desarrollar una nueva visión de dicha construcción, desde el punto de vista de la imagen, sería de sumo interés, como lo fueron en su tiempo los trabajos de Pierre Bourdieu (1965) y de Susan Sontag (1977).

Como lo hemos señalado también, la acumulación de este material gráfico podría afectar la concepción misma de la historia como disciplina, lo cual requiere una urgente reflexión de los historiadores.

Semiótica, psicología y sociología de la fotografía, de su rol o influencia, son temas que superan ampliamente la presente obra, que solo ha pretendido llamar la atención sobre los cambios que están ocurriendo tanto en la práctica individual como en la práctica social.

Antiguamente las fotos eran reservadas al círculo familiar. Ahora quedan a disposición de todos los “internautas”. Quizás pueda compararse este cambio a la revolución que originó la imprenta, poniendo poco a poco a disposición de todos los textos antes reservados a eruditos. Por cierto es imposible visualizar aún las consecuencias culturales futuras. La misma tecnología ha demostrado evolucionar en forma imprevisible.

Bibliografía

- 4G Americas (2012): Aceleración de banda ancha en las Américas, 4G Americas.org, <http://www.4gamericas.org/documents/Aceleracion%20Banda%20Ancha%204G%20Americas-Espa%C3%B1ol%2012%20Dec%202012%20FINAL.pdf>
- Aradas, A. (2013): "Smartphonografía", el arte de comunicarse con imágenes, *BBC Mundo Tecnología*, 16-01-2013.
http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2013/01/130116_tecnologia_smartphone_fotos_aa.shtml
- Ardévol, E., Gómez-Cruz, E. (2011): Imágenes revueltas: los contextos de la fotografía digital, Barcelona, *Quaderns-e* n.16. www.antropologia.cat
- Ardévol, E., Gómez-Cruz, E. (2012): Cuerpo privado, imagen pública: el autorretrato en la práctica de la fotografía digital, *Revista de Dialectología y Tradiciones Populares*, Vol 67, N° 1 <http://rdtp.revistas.csic.es/index.php/rdtp/article/download/270/270>, Descargado 23-01-2013
- Asur, G. (2012): Vientos de cambio en la fotografía digital, *Acceso Directo*, <http://acceso-directo.com/vientos-de-cambio-en-la-fotografia-digital-parte-1/> y <http://acceso-directo.com/vientos-de-cambio-en-la-fotografia-digital-parte-2/>
- Ávila C., J.A. (2006): Riesgos y oportunidades de la imagen en la era digital, Centro Cultural Universitario Justo Sierra, *Razón y Palabra* n.49, <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n49/bienal/Mesa%204/JoseArturoAvila.pdf>
- Bañuelos C., J. (2010): Socialización fotográfica digital: competencias y prácticas culturales en nativos digitales, Euro-Iberoamerican Congress ATEI Media Literacy and Digital Cultures, Sevilla.
<http://www.gabinetecomunicacionyeducacion.com/files/adjuntos/Socializaci%C3%B3n%20fotogr%C3%A1fica%20digital%20competencias%20y%20pr%C3%A1cticas%20culturales%20en%20nativos%20digitales.pdf>
- Barthès, R. (1980): *La chambre claire, note sur la photographie*, Paris, Gallimard. (Traducción: *La cámara lúcida*, Paidós, 2009).
- Ben-Ze'ev, A. (2003): Privacy, emotional closeness and openness in cyberspace. *Computers in Human Behaviour*, 19, p.451-467.
- Bourdieu, P. & col. (1965): *Un art moyen - Essai sur les usages sociaux de la photographie*, Paris, Minuit. (Traducción: *Un arte medio: Ensayo sobre los usos sociales de la fotografía*: Gustavo Gili, 2003)
- Campbell, S. (2008): Impact of cellular phone cameras, *Helium*, <http://www.helium.com/items/1279566-risks-associated-with-cell-phone-cameras>

Colle, Raymond:

- (2012) Odisea digital 2001-2011: Cómo ha cambiado el entorno digital en los últimos años, *Communication Papers*, 1. <http://bit.ly/Rp1noC>
- (2011) El contenido de los mensajes icónicos, 2ºEd., Col. “Cuadernos Artesanos” n.8, *Revista Latina de Comunicación Social*, La Laguna, http://www.revistalatinacs.org/067/cuadernos/08_Colle_interior_DEF.pdf
- (2008-2012) Lenguaje Visual, (Manual a modo de blog), <http://visualismo.blogspot.com>
- (2003): La imagen: Ventana al Conocimiento, Facultad de Comunicaciones, Universidad Diego Portales, (Curso a distancia), <http://www.recinet.org/conocer/imacon/>
- (2002) Manual de Recepción Crítica del Mensaje Visual, Autoedición, <http://www.recinet.org/colle/publicaciones/recepcion.rar>
- (1993) Iniciación al Lenguaje de la Imagen, Ed. Universidad Católica, Santiago de Chile.

Consumer Electronics Association (2009): Digital Imaging: A Focus on Sharing, http://store.ce.org/Digital-Imaging-A-Focus-on-Sharing_p_83.html

Contreras, M. (2013): Las personas que fuimos, *FayerWayer*, 8-03-2013, <http://www.fayerwayer.com/2013/03/las-personas-que-fuimos/>

Darell, R. (2013): Mobile Photography: Is Traditional Photography Dead?, *Web Bit Rebels*, <http://www.bitrebels.com/technology/mobile-photography-history-infographic/>

De Miguel, J. y Ponce De León, O. (1998): Para una sociología de la fotografía, *Reis: Revista española de investigaciones sociológicas*, N° 84, págs. 83-124. <http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/757632.pdf>

Di Próspero, C. E. (2011): Autopresentación en Facebook: un yo para el público, *Revista Latinoamericana de Estudios sobre Cuerpo, Emociones y Sociedad*, 6 (3), p.44-52.

Fontcuberta, J. (2012): La caja de Pandora: La fotografi@ después de la fotografía, G.Gili.

Gye, L. (2007): Picture This: the Impact of Mobile Camera Phones on Personal Photographic Practices, *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies*, 21 (2) June, 279-288. <http://researchbank.swinburne.edu.au/vital/access/services/Download/swin:7826/SOURCE1>

Gómez-Cruz, E. (2012): Imagen pública-privada y ética: Reflexiones desde una investigación etnográfica sobre las prácticas de fotografía digital, en Ardévol, Estalella y Domínguez: La mediación tecnológica en la práctica etnográfica, XI Congreso de Antropología de la FAAEE, pp.183-195. <http://www.ankulegi.org/wp-content/uploads/2012/03/0512Gomez-Cruz.pdf>

- González M., S., Canavilhas, J., Carvajal P., M., Lerma N., C., Cobos C., T. (2013): Hacia el Periodismo Móvil, Colección Mundo Digital (e-books), *Revista Mediterránea de Comunicación*, <http://comiber.recinet.org/rmedcom/3permovil.php>
- Good, K. & Moulton, S. (2007): Consequences of Camera Phones in Today's Society, Boulder (CO), Leeds School of Business, <http://www.ethicapublishing.com/inconvenientorinvasive/2CH20.pdf>
- Gye, L. (2007): Picture This: the Impact of Mobile Camera Phones on Personal Photographic Practices, *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies*, 21(2), pp.279-288. <http://www.swinmc.net/documents/gye.pdf>
- Hola Chamy, C. (2013): Me cansé de ti, Facebook, *BBC Mundo*, 16-02-2013, http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2013/02/130214_estudio_gente_toma_vacaciones_facebook_ch.shtml
- InfoTrends (2012): 2012 U.S. Mobile Imaging End-User Survey, Market Research, Rockville (MD), <http://www.marketresearch.com/InfoTrends-v3081/Mobile-Imaging-End-User-Survey-7111989/>
- Johnson, J. (2008): The social impact of the cell phone camera, *Helium*, <http://www.helium.com/items/1187422-impact-of-cellular-phone-cameras> +
- Lévêque, E. (2013): Is Social Media Destroying the Art of Photography?, *SocialMedia Today*, 6-02-2013. <http://socialmediatoday.com/elise-l-v-que/1220111/social-media-destroying-art-photography?>
- Masdigital (2011): La fotografía con móvil, entre el arte y el periodismo, *Blog ElPeriodico.com*, <http://blogs.elperiodico.com/masdigital/afondo/la-fotografia-con-movil-entre-el-arte-y-el-periodismo>
- Solis, B. (2013): The Erosion of Privacy and the Rise of Publicness...And Why It's a Good Thing, *SocialMedia Today*, 11-02-2013, <http://socialmediatoday.com/briansolis/946346/erosion-privacy-and-rise-publicness-and-why-it-s-good-thing?>
- Sontag, S. (1977): *On Photography*, New York, Farrar, Straus and Giroux (Traducción: Sobre la fotografía, Barcelona, Edhasa, 1981)
- Torres, A. (2013): La moda de fotografiar los platos en los restaurantes divide a los chefs, *El Mercurio*, 3-02-2013, http://diario.elmercurio.com/2013/02/03/ciencia_y_tecnologia/ciencia_y_tecnologia/noticias/7901E318-4E26-4E54-8111-DE35563DC33A.htm?id={7901E318-4E26-4E54-8111-DE35563DC33A}
- Van Dijck, J. (2008): Digital photography: communication, identity, memory, *Visual Communication* 7(1): 57-76.
- Visa Barbosa, M. (2011): La re-creación de la identidad a través de la fotografía en las imágenes de perfil de la red social Facebook, Actas – III Congreso Internacional Latina de Comunicación Social, Universidad de La Laguna.

http://www.revistalatinacs.org/11SLCS/actas_2011_IICILCS/161.pdf

Wawro, A. (2013): How to sacrifice your online privacy for fun and profit, *PC World* 12-02-2013, <http://www.pcworld.com/article/2027748/how-to-sacrifice-your-online-privacy-for-fun-and-profit.html>

Winderberger, Jacques (1965): La photographie, moyen d'expression et instrument de démocratie, Paris, Ed.Ouvrières.

Fuentes noticiosas:

BBC Mundo (Gran Bretaña), http://www.bbc.co.uk/mundo/movil/ciencia_tecnologia/

El Mercurio (Chile), <http://diario.elmercurio.com>

Extremetech (EEUU), <http://www.extremetech.com/>

FayerWayer (Chile), <http://www.fayerwayer.com/>

IBLnews (España), <http://www.iblnews.com/>

Notibits (Chile), <http://notibits.recinet.org/>

PC World (EEUU), <http://www.pcworld.com/>

SocialMedia Today (EEUU), <http://socialmediatoday.com/>

ZDnet (Francia), <http://www.zdnet.fr/>

Contraportada

Con el desarrollo y la penetración de los teléfonos “inteligentes” (dotados de cámara y acceso a internet), la fotografía ha entrado en una nueva era. La fotografía digital y, en particular, la que se toma con un teléfono móvil, forma parte ahora de la vida diaria de una enorme cantidad de personas. Con ello, la “fonofotografía” se ha popularizado enormemente y las fotografías constituyen ya un componente importante de las redes sociales. Hoy se toman cerca de 1.000 millones de fotografías al día y se hacen más fotos en dos minutos que las que se hicieron en todo el siglo XIX.

La disponibilidad permanente de una cámara, en el bolsillo o la cartera, cambia muchas cosas en el mundo de la fotografía de aficionados, trastocando las funciones que había adquirido a través de los años. En esta obra, después de repasar rápidamente la evolución de la técnica fotográfica, abordamos las funciones -clásicas y nuevas- de la fotografía de aficionados y los nuevos problemas que trae consigo su asociación con las redes sociales.

El autor

Raymond Colle nació en Bruselas, Bélgica, y emigró a Chile en 1969 al terminar sus estudios de licenciatura en la Universidad Católica de Lovaina, Bélgica. Más tarde obtuvo el Doctorado en Ciencias de la Información en la Universidad de La Laguna (Tenerife, España) con una tesis sobre “La representación del conocimiento en sistemas hipermediales”. Es también analista de sistemas y tiene 50 años de experiencia como fotógrafo aficionado. Fue profesor de las Facultades de Comunicación de la Pontificia Universidad Católica de Chile y de la Universidad Diego Portales (Santiago de Chile). Es autor de varios textos e investigaciones sobre la imagen. Actualmente, aunque jubilado, es administrador de varios sitios web relacionados con las comunicaciones y la investigación académica (detalles en www.recinet.org).