

Fotografía *amateur*: la construcción cultural de un rol

Amateur photography: cultural construction of a role

Resumen

Este artículo explora posibles variaciones y continuidades para el proceso de popularización de la fotografía *amateur* en dos momentos históricos: el de la fotografía analógica y el de la fotografía digital. En la primera parte del texto se presentará un recorrido a través de la genealogía del término *amateur*, luego se describirán características de la fotografía analógica *amateur*, estableciendo algunos paralelos en relación con el proceso más reciente de popularización de la fotografía digital *amateur*. Se argumenta que la aparición de una nueva herramienta tecnológica, en este caso la cámara fotográfica, genera procesos a través de los cuales las personas aprenden a usar los aparatos y se familiarizan con la técnica; sin embargo, la tecnología en sí misma no hace todo el trabajo y los discursos que afectan y transforman los contextos de uso y apropiación deben ser tomados en cuenta. Este tipo de enfoques permiten afirmar que procesos económicos y sociales modelan usos y estilos dominantes para cada tecnología, propiciando diversas renegociaciones de estos usos y estilos una vez que dicha tecnología se hace masiva o cambia. Este texto hace parte de los avances de una investigación posdoctoral en curso, que tiene como gran área de interés el estudio de la producción visual y audiovisual *amateur*.

Abstract

This article explores possible variations and continuities in the process of popularizing of amateur photography in two historical moments: the analogue photography and digital photography. The first part of the text present a journey through the term amateur genealogy, characteristics of amateur film photography is then described, establishing some parallels in relation to the most recent process of popularization of amateur digital photography. It is argued that the emergence of a new technological tool, in this case the photography camera of photos generates processes

23

Comunicación

número 34

Enero - junio

2016 | pp. 23-38

Adriana Marcela Moreno Acosta

Becaria del Programa de Becas Posdoctorales de la Universidad Nacional Autónoma de México, UNAM, en el Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades CEIICH, Programa de Investigación Estudios Visuales y Culturales. Doctora en Comunicación por la Universidad Nacional de La Plata, Argentina. Magíster en Estudios Culturales y realizadora de cine y televisión por la Universidad Nacional de Colombia. Correo electrónico: adrihana@gmail.com

Palabras clave

Amateur, fotografía digital, historia, Internet, tecnología.

Keywords

Amateur, digital photography, history, Internet, technology.

through which people learn to use the devices and become familiar with the technique; however, the technology itself does not do all the work and discourses that affect and transform the contexts of use and appropriation must be taken into account. This type of approach, support the conclusion that economic and social contexts, shape the uses and dominant styles for each technology, propitiating various renegotiations of these uses and styles once this technology becomes massive or changes. This text is part of the progress of an ongoing post-doctoral research, which has as its major area of interest to study the visual and audiovisual amateur production.

Introducción

Para entender el presente, es necesario conocer el pasado; en este caso, la manera en que se ha transformado históricamente el concepto *amateur* y cómo estos cambios están relacionados estrechamente con las formas en las cuáles circula el conocimiento en una época específica, lo que permitirá explorar e indagar acerca de tensiones históricas poco estudiadas y que recientemente han ganado protagonismo, como la del conocimiento experto versus el conocimiento *amateur*. *La creación audiovisual amateur: variaciones en la era digital* es el título del proyecto de investigación posdoctoral que se desarrolla actualmente gracias a una beca, en la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). El proyecto posdoctoral parte del trabajo previo acerca del audiovisual en Internet, con el cual se identificó la importancia de lo audiovisual como vector necesario para entender los cambios generados en la producción y la circulación de la información en la era digital, pero también pudo vislumbrarse una relación entre los procesos tecno-culturales del presente y los del pasado. La propuesta posdoctoral, por lo tanto, busca establecer cruces teóricos entre los estudios visuales, la sociología de la tecnología, la comunicación y la historia cultural, teniendo como gran área de interés el estudio de la producción visual y audiovisual no profesional o *amateur* en cuatro momentos históricos que se consideran como “giros técnicos” (Mitchell, 1994) y que están directamente relacionados con la introducción y popularización de una nueva tecnología para producir imágenes; para el caso de esta investigación: la cámara de fotografía, la cámara de cine, la cámara de video y las cámaras incorporadas en dispositivos móviles. El proyecto propone una reflexión teórica, que incluye la búsqueda, la revisión y el análisis, para profundizar en dos aspectos específicos -previamente identificados- de la creación audiovisual no profesional. El primero de ellos requirió la construcción de una genealogía del concepto mismo de lo *amateur* y su uso en relación con distintas formas de producción audiovisual anteriores a Internet. Aunque el proyecto original aborda el audiovisual *amateur* estudiado a partir de las cuatro tecnologías mencionadas en el

momento histórico de su popularización asumido como un “giro técnico”, en este artículo se presentarán únicamente reflexiones realizadas hasta el momento en torno al proceso específico de popularización de la fotografía *amateur*, teniendo en cuenta los inicios de la fotografía analógica y algunos aspectos de la fotografía digital.

El proyecto argumenta que la popularización de lo *amateur* en relación con la producción audiovisual no profesional no es exclusiva de la era digital; más bien puede verse como un proceso que se ha repetido en otros momentos históricos en los cuales ciertos elementos abonan para que una técnica y/o aparato para producir imágenes gane popularidad hasta llegar a ser usado por un gran número tanto de expertos como de aficionados. A continuación, se presentará un recorrido a través de la genealogía del término *amateur*, para luego abordar específicamente el tema de la fotografía *amateur* en sus inicios, estableciendo en paralelo algunos elementos que pueden considerarse como variaciones y continuidades en relación con el proceso de popularización de la fotografía digital *amateur*.

Amateur

La palabra *amateur* fue tomada tal cual del francés del siglo xv y proviene a su vez de la palabra *amaor*, derivada del latín *amator* (el que ama). En el siglo xviii se le da el sentido de “el que cultiva y ama una práctica, arte, oficio, ciencia, sin ser profesional”. Por lo tanto, etimológicamente hablando lo *amateur* no tiene relación con la idea de un pasatiempo, sino más bien de personas que basan su actividad en la pasión y el amor. Históricamente, los *amateurs* no necesariamente buscaron una titulación en términos de lo institucional o el reconocimiento a su labor a través de la remuneración económica. Para entender sus significados es necesario remontarse a las revoluciones científicas que tuvieron lugar durante los siglos xvi y xvii y a través de las cuales nuevas ideas y conocimientos transformaron lo que se pensaba hasta ese momento acerca de la naturaleza y cuestionaron las explicaciones dadas por la religión (Copérnico, Vesalio, Newton, Darwin, etc.). Hacia finales del Renacimiento y en el siglo xviii, con el impulso de la Ilustración, se sentaron las bases de muchas disciplinas de la ciencia moderna como la física, la astronomía, la biología, la anatomía, la mecánica, entre otras. Durante esta época se fundaron las primeras asociaciones de ciencia y los científicos comenzaron a diferenciarse del resto de la población en su calidad de expertos en un área. Uno de los usos más antiguos del término proviene del campo del deporte, en el que la palabra *amateur* comenzó a utilizarse en el siglo xix para hacer referencia a los competidores no profesionales en ciertas ramas, quienes en algunos casos, como el del ciclismo y el boxeo, tenían asociaciones y sus propios torneos; en ámbitos

como el de la música y la astronomía también pueden encontrarse usos bastante antiguos.

Tanto en Estados Unidos como en Europa, hacia el final del siglo XIX se registra una activa participación de los aficionados en la ciencia; hombres de las clases trabajadoras con ingresos pequeños gastaban su dinero en la suscripción a sociedades y revistas científicas de *amateurs*; por su parte, las sociedades científicas imponían cada vez más condiciones de entrada, excluyendo a los aficionados, quienes por ejemplo, construían máquinas en sus casas y salían a mostrarlas en las plazas públicas (Punt, 2000).

Hacia principios del siglo XX comienza a registrarse el trabajo de los aficionados, pues muchas personas, tanto de manera individual como también en el interior de las asociaciones, estudian las teorías existentes y hacen sus propias reflexiones y experimentaciones, es el caso de la astronomía, la ornitología, la botánica, la etología, la zoología, entre otras áreas (Charvolin, Micoud y Nyhart, 2007).

En los años setenta, el sociólogo Robert A. Stebbins desarrolló estudios sobre los aficionados y el ocio. Enfocado en definir sus características durante el siglo XX, Stebbins (1977) plantea que es necesario llevar a cabo un "serio estudio del ocio", lo que se convierte en su propio proyecto de vida. El autor propone el concepto de *homo otiosus (leisure man)*, hombre ocioso/ con tiempo libre/libre. Asimismo, afirma que los *amateurs* se dedican a sus actividades como una vocación más que como una advocación, pues no experimentan la presión social y económica del profesional y, además, aprenden a partir de la experiencia directa. Stebbins (1992), afirma que no puede pensarse la relación profesional/*amateur* como totalmente antagónica, ni desde miradas unidimensionales, pues justamente al entender estos dos roles como parte de un sistema de relaciones interdependiente es cómo podemos comprender y explicar mejor el concepto.

Las actividades del *amateur*, entrado el siglo XX, se relacionaron con el tiempo libre, incluso con un ámbito más de lo personal que de lo público. Así, la incorporación a la vida social de ideas relacionadas con aprovechar el tiempo o aprender en casa a realizar ciertas actividades (la costura, la jardinería, la mecánica, etc.), permitió introducir la ideología del DIY (*Do It Yourself*), popularizándola a través de revistas, cursos por correspondencia, audios, videos, hasta llegar a los programas de televisión, que buscaban acercar a personas "comunes" conocimientos especializados (el concepto de DIY, se retomaría después para referirse a la producción de contenidos en Internet).

Por otra parte, también durante el siglo XX, la idea de la profesionalización de muchas actividades hizo que los conocimientos fueran codificados y

regulados a través de organizaciones jerárquicas y sistemas formales para su acreditación. Este aspecto es particularmente interesante para pensar en la historia del audiovisual, puesto que antes por cuestiones de tamaño de los equipos, logística y costos económicos, pocas personas tenían acceso a la infraestructura y a aparatos como las cámaras de fotografía o de cine. Pero justamente gracias a los avances tecnológicos para la simplificación de estas máquinas, que en muchos casos se hicieron portátiles, fue posible para más personas tener acceso a actividades en un principio destinadas solo a los profesionales. Este proceso de reducción de costos y tamaños, que permite el uso de los aparatos para producir imágenes por un mayor número de personas, puede rastrearse claramente en la historia de la fotografía y la producción de la fotografía digital.

Durante el siglo *xxi* los *amateurs* -en gran medida gracias a la digitalización de innumerables procesos- crearon sus propios modelos organizativos, distribuidos, innovadores, adaptables y a bajo costo. Leadbeater y Miller (2004) retoman el término *proam* (que ya había sido usado por Stebbins) para hacer referencia a lo que sucede en el siglo *xxi* con las producciones no profesionales de todo tipo como una revolución de nuestro tiempo. Desde el cambio de siglo y hasta la actualidad, los estudiosos de estos fenómenos han librado batallas argumentativas en su intención por nombrarlos adecuadamente: *prosumers* (Toffler, 1980), *yousers* (Van Dijck, 2007), *netslaves* (Terranova, 2000) son solo algunas de las propuestas que buscan describir en una palabra y acentuando ciertas características, lo que hacen estos nuevos usuarios que producen, comparten y distribuyen contenidos propios (textuales, visuales, sonoros) en Internet. El término *proam* se usa actualmente para describir a aficionados que trabajan para conseguir estándares profesionales. Para el caso específico de Internet, los *proams* son definidos como usuarios avanzados que se organizan con estructuras de trabajo coordinadas, constituyéndose en colectivos, que generan sus propios sistemas de estímulos y recompensas, pues se asume que “trabajan” para un bien común específico (Felber, Lessig, Benkler, entre otros). Sabiendo que existen diferencias importantes en cuanto a la dedicación y, por lo tanto, las habilidades y conocimientos desarrollados por los *amateurs*, el trabajo de campo previo a esta reflexión teórica, demostró que la “avalancha” de producciones audio-visuales propias que tienen lugar en Internet está cargada de ecos del pasado, reminiscencias de procesos que sucedieron con la popularización de otras técnicas y aparatos (ver Moreno, 2015).

Se rastrean a continuación indicios acerca del momento en el que un aparato para producir imágenes, en este caso la cámara fotográfica, es fabricado industrialmente y distribuido comercialmente, de tal forma que gana popularidad y se convierte en accesible para un amplio número de personas, lo que desemboca, tanto para los inicios de la fotografía, como

para la imagen digital, en un gran impulso y una expansión de la producción *amateur*. Por supuesto, no existe una forma única de visión o de producción de imágenes, profesionales ni *amateurs*, para una época específica, por lo que aquí no se busca la generalización, ni existen pretensiones de exponer verdades categóricas, o de elaborar una detallada historia. Más bien, se trata de tirar de algunos hilos, que permitan tejer un panorama para entender cómo se construyó la idea de lo fotográfico *amateur*.

Fotografía *amateur*: los inicios

Aunque existen numerosos trabajos académicos sobre la historia de la fotografía, no son muchos los que exploran los cambios en la práctica fotográfica que involucran la figura del *amateur* en relación con la construcción del papel social de la fotografía (Jenkins, 1975). En el estudio de la fotografía también ha existido la tendencia mayoritaria a privilegiar a los “maestros” o el análisis de la fotografía ligada y estudiada bajo los cánones del arte, lo que ha tenido como consecuencia una escasa proporción de textos que analicen la fotografía no profesional, la fotografía doméstica o la fotografía de familia; este último rubro, es en el que quizás hay más aportes hechos (Cobley y Haeffner, 2009).

Durante finales del siglo XIX y principios del siglo XX la fotografía como *hobby* era un lujo de las clases adineradas, demasiado costoso para las clases populares (Jenkins, 1975). A comienzos del siglo XX proliferaron los estudios de fotografía y al incorporarse el proceso del colodión húmedo, se dio un gran impulso a la fotografía al aire libre. Es decir, que la cuestión de la portabilidad del aparato, propició un mayor acceso y, por lo tanto, permitió que más personas conocieran la técnica. George C. Rockwood (1832-1911) fue un importante fotógrafo estadounidense en el siglo XIX y a principios del XX, que escribió un texto publicado en 1887, poco antes de que Kodak lanzara al mercado sus primeras cámaras “portátiles”, en el cual se describen detalles de la primera exposición de fotografía *amateur* de la que se tienen registros. El avance en la simplificación del proceso de revelado y la posibilidad de hacer reproducciones de las fotografías en tamaños más pequeños, hicieron posible la distribución de múltiples copias de un mismo original; imágenes de la realeza, famosos de la época y hasta los delincuentes más buscados, eran puestos en fotografías de pequeño formato que se vendían en las calles (Morrison-Low, 2015). La *Carte de visite* tenía el tamaño de una tarjeta de presentación y fue patentada por Eugene Disderi en 1854. Por su tamaño, este tipo de fotografía era más barata, pues se podían hacer ocho fotos en una misma placa, así que una vez más, al bajar los costos de producción y reproducción, bajaron también los costos de venta al público, lo que hizo que más personas pudieran tomarse en un estudio fotos para

tener en casa, o retratos para repartir entre familiares y amigos; aquí, como en otros momentos históricos con otras tecnologías, como el video, o la fotografía digital, el bajo costo de la producción y la reproducción (copias) está directamente relacionado con la popularización de la técnica.

Las diferencias entre los estudios de fotografía profesionales y los fotógrafos *amateurs*, radicaban principalmente en la cantidad de equipos (luces, reposacabezas, trípodes, cámaras) y decorados (muebles, objetos, telones con paisajes, tapetes) que podían ofrecer a sus clientes; así mismo, se hicieron populares acabados como el coloreado a mano de las fotografías o los marcos con pedrería para exhibirlas y resaltar así su calidad, evidenciando que procedían de un estudio profesional y, sobre todo, que se trataba de objetos costosos. Por su parte, la fotografía itinerante, practicada por los fotógrafos que trabajaban al aire libre, y la fotografía como *hobby*, practicada por miembros de las elites, son lo que podemos definir como fotografía *amateur* de la época: imágenes de la vida cotidiana, la intimidad familiar, el trabajo, los oficios.

El tren a vapor hizo que más personas pudieran ir a la playa, lo que propició el surgimiento y la proliferación de los fotógrafos itinerantes, más cercanos al aficionado que al profesional. Gracias a la tecnología del ferrotipo fue posible dar paso a la popularización de este tipo de fotografías que podrían calificarse como “instantáneas”. Los fotógrafos *amateurs* de este periodo, ensayaron y experimentaron con los temas, las poses y también con cuestiones técnicas como el fuera de foco o la doble exposición; estos últimos eran considerados por la fotografía de estudio como errores que hacían descartables las fotografías. Es importante destacar cómo fueron justamente los aficionados los que exploraron otras posibilidades técnicas, pues para el caso de quienes tenían la fotografía como *hobby*, la experimentación y el error estaban permitidos. Estos fotógrafos, tampoco estaban necesariamente interesados en capturar semejanzas con los modelos o la naturaleza, como la fotografía comercial del momento, muy cercana todavía a los valores de la pintura y centrada principalmente en los retratos. Justamente, imitando los parámetros establecidos por la pintura, para los fotógrafos de estudio (profesionales), la figura del autor era muy importante, por lo que firmaban todas sus fotografías con la intención de dar prestigio y publicidad, tanto al estudio como a su nombre. Por su parte, los fotógrafos itinerantes (*amateurs*), raras veces identificaban sus producciones, por lo que la gran mayoría de estas fotografías son anónimas. Del lado de los profesionales, comienzan también a darse los primeros alegatos acerca de los derechos de autor de las imágenes (Morrison-Low, 2015), todo esto relacionado con la reproducción de un gran número de imágenes y con la imposibilidad de tener una única obra con su autor, como hasta ahora ocurría en la pintura¹.

1 Actualmente, prácticas como el *remix* o el *mashup*, con las que la información visual y audiovisual puede ser tomada y re-versionada, para compartirse con un nuevo significado, reivindican también la poca relevancia que dan muchos de los productores no profesionales contemporáneos a la idea del autor único y su obra.

Kodak: fotografía para todos

La primera cámara con intención de ser masiva fue la cámara de cien vistas de Kodak, lanzada en 1888. Costaba 25 dólares y una vez tomadas las fotos, debía enviarse por correo la cámara completa a la fábrica de Kodak en Estados Unidos, en donde ellos, por 10 dólares, sacaban el rollo, revelaban las fotos y las devolvían junto con la cámara, de nuevo cargada para otras cien vistas. De esta forma, los usuarios se liberaban del “sucio” proceso del laboratorio. Kodak lanzó su *slogan*: “*Usted apriete el botón, nosotros hacemos el resto*”. Según Munir y Phillips (2005), los cuatro pilares del negocio de Kodak fueron: enfocarse en el cliente, producir en masa a bajo costo, tener distribución mundial y una publicidad amplia y agresiva; cuatro pilares que hoy en día podríamos atribuir también a una empresa como Google, propietaria de YouTube y por lo tanto, encargada de la distribución de millones de contenidos audiovisuales en Internet.

Aunque antes de las pequeñas cámaras de Kodak ya había fotógrafos *amateur* que produjeron un buen número de imágenes, como los fotógrafos de playa, las damas victorianas o los expedicionarios, podemos identificar este momento como el de la primera gran popularización de una técnica y un aparato para producir imágenes, al alcance de un mayor número de personas. Para 1896 Kodak lanza su primera cámara de bolsillo, y siguiendo con su política de expansión, llegan a fabricarse en sus laboratorios trescientas cámaras al día (Munir y Phillips, 2005). El aparato se vuelve más compacto, barato y portátil, lo que permite a más personas acceder a él. Para 1900 Kodak lanza la cámara “Brownie” que cuesta solo un dólar. Hacia 1935 se lanza Kodachrome, la tecnología para la fotografía a color.

El dominio de Kodak en la industria de la fotografía se extendió a lo largo del siglo xx, manteniéndose a la cabeza en ventas y proporcionando a sus clientes diversas opciones para “guardar sus recuerdos”. Kodak logró transformar la fotografía de una tecnología nueva en una actividad de la vida cotidiana. Este proceso no puede verse solo en términos de lo que ofrece la tecnología en cuestión, sino de cómo se introduce la idea de su uso y su necesidad. Según Munir y Phillips (2005), históricamente las empresas han creado estrategias discursivas que transforman los significados de las tecnologías, mediante la producción de nuevos conceptos, objetos y posiciones subjetivas. Dichas estrategias podrían rastrearse también en nuestros días; en el caso de empresas como Apple, en cuanto al diseño de los aparatos, y de Google, en cuanto a la distribución de los contenidos.

Las acciones discursivas de Kodak fueron capaces de influir a favor de un cambio en el significado social de un objeto tecnológico: la cámara de rollo, que en principio fue vista por los fotógrafos profesionales como poco

útil y con resultados de muy baja calidad. Así, Kodak estableció con éxito un discurso generalizado acerca de la fotografía, que la transformó de un posible fracaso comercial en un éxito perdurable (Munir y Phillips, 2005). Para lograr posicionar la cámara fotográfica como un objeto común y popular, altamente valorado en la vida social de una época, debió introducirse la nueva tecnología como algo “natural” y crear el rol del fotógrafo *amateur*, lo que implicaría la inclusión de mujeres y niños como operadores del aparato; también fue necesario instaurar nuevos conceptos, como *instantánea* y *álbum de fotos*, e introducir el discurso de la importancia de las imágenes en la vida cotidiana. A la par, las transformaciones en las economías y la industrialización de la época, promovían una cultura del consumo; por lo tanto, las estrategias discursivas adoptadas por Kodak para darle un significado “especial” a la cámara fotográfica y el tipo de fotos que tomaba, incluyeron la adjudicación al proceso de tomar fotografías, de ideas asociadas a la diversión, la facilidad y la accesibilidad, lo que facilitó la aceptación general de las cámaras fotográficas y de las fotografías, como objetos necesarios en la vida familiar.

Uno de los primeros discursos que incorporó Kodak en su publicidad, fue el de las vacaciones; promover el espíritu de aventura y animar a la gente a ir a lugares lejanos y traer de vuelta imágenes, fomentó el hecho de que la posesión de fotografías propias en ciertos lugares, comenzara a ser parte de la identidad personal y símbolo de estatus social (Munir y Phillips, 2005). A través de estos nuevos discursos, se eliminó también la necesidad del conocimiento experto, haciendo la fotografía posible para “cualquiera”. En la época, muchos expertos estaban en contra de la “banalización” de lo que consideraban una actividad artística y profundamente reflexiva (como sucedió luego con la popularización del video frente al cine o como sucede hoy en día con la fotografía digital a partir de las cámaras incorporadas en los teléfonos), así que comenzaron a diferenciar entre los “verdaderos fotógrafos” y los “apretadores de botones”, esto en referencia a la publicidad de Kodak (Zimmerman, 1995). En este proceso llevado a cabo a lo largo del siglo xx, vemos también el surgimiento de distintas escalas de valoración y reputación que, tal y como sucedió en otros momentos históricos y para otras técnicas como el cine, desembocó en la institucionalización de la enseñanza, que a su vez generó la profesionalización del oficio y, por lo tanto, amplió en términos de reconocimiento social, las diferencias entre el experto y el *amateur*.

Así, en el discurso introducido por Kodak, la fotografía ya no era técnica, artística e intelectual, sino que pasó a ser una actividad que todos deberíamos y podíamos practicar, “todos” podíamos ser fotógrafos. En su publicidad, Kodak hizo mucho énfasis en incluir a las mujeres y promover en ellas la fotografía como una actividad legítima y necesaria. Recordemos que

las mujeres participaban en un número considerablemente menor que los hombres en la fotografía profesional. Especialmente en la Primera Guerra Mundial, cuando los hombres estaban lejos de casa, las mujeres eran las encargadas de guardar en imágenes los momentos familiares para la posteridad. En estos años Kodak realizó muchas campañas en este sentido: tener un volumen importante de fotografías familiares y organizarlas como una historia (West, 1999). También se instauró la idea de que estos álbumes debían ser compartidos con otras familias, vistos en grupo y en ocasiones especiales; en muchos anuncios, Kodak incluye imágenes de familias reunidas alrededor del álbum de fotografías, convirtiendo el álbum en un objeto necesario en la vida familiar.

La instantánea y el álbum familiar, elaborados sin recurrir al estudio fotográfico, tienen que ver con un naciente DIY para la fotografía, que irá acentuándose hasta la actualidad. Buena parte de su significado permanece incluso con la imagen digital, por ejemplo, la metáfora del álbum está presente en sitios cuyo propósito principal es compartir imágenes, como Flickr, Pinterest e Instagram o en opciones como los álbumes de fotos de Facebook. Por otra parte, la idea de la instantánea se cristaliza con la digitalización del proceso que elimina el revelado y la impresión en papel, por lo que hoy en día, de manera literal, una foto se toma y puede subirse a la red o compartirse con amigos “instantáneamente”.

Fotografía digital *amateur*: apuntes

Desde los inicios de la fotografía digital y a la par con los avances técnicos, existieron también aficionados que, por gusto, amor o interés, pudieron aprender a partir de su propia experiencia y, en algunos casos, experimentar con la técnica. La digitalización de todo el proceso, desde la captura de la imagen y su edición, hasta su distribución sin la necesidad de un soporte material, dejó atrás la película y el papel y dio paso a la idea de una constante circulación, transformación re-edición, remezcla y uso de las imágenes digitales. Las cámaras digitales incorporadas en los teléfonos, generaron un rápido crecimiento de los mercados para el consumo y la producción de imágenes (Cobley y Haeffner, 2009). Hoy en día, la fotografía y el video digital ya no son entendidos únicamente como representación, evidencia y registro, sino como datos, que pueden ser modificados, alterados y re-versionados (McQuire, 2013). También podemos afirmar que se ha perdido la idea de la referencialidad y el valor probatorio de las imágenes, en virtud de su fácil manipulación para muy diversos fines. Todo esto aportó a la sensación de crisis de los profesionales frente a los *amateurs*; es decir, fue un sismo que hizo mella en las definiciones y características otorgadas a quienes se dedican a estas actividades, tanto de manera profesional como *amateur*.

El proceso que inició cuando Kodak lanzó al mercado sus cámaras de rollo, en un momento en el que la fotografía se había consolidado principalmente como una actividad comercial y profesional, deja ver la introducción de estrategias discursivas para transformar estas ideas y llevar la fotografía a usos más cotidianos y personales. Este proceso toma un lugar muy destacado en el panorama comunicativo actual, con la popularización de la fotografía digital, al punto que hoy en día, tomar fotografías no se asocia de manera principal con la idea de salvaguardar el patrimonio pictórico de una familia, pues la fotografía se ha convertido cada vez más en un acto comunicativo y en una herramienta para la construcción de la identidad individual (Van Dijck, 2008).

La fotografía digital, al no implicar el uso y “desperdicio” de materiales costosos, como papel, película, químicos de revelado, etc., permitió más que nunca las múltiples tomas, el ensayo y error, desplazando la idea de hacer imágenes solo en momentos especiales e introduciendo en lo social, la concepción de la fotografía como una práctica más cercana a lo inmediato, lo cotidiano y hasta lo banal; una práctica si se quiere más viva en términos de la inmediatez, pero a la vez mucho más fugaz y transitoria que la fotografía en película y papel (ver Murray, 2008). Las producciones visuales y audiovisuales que muestran actos personales y privados de los individuos, al ser compartidas más allá del ámbito de lo personal, del círculo de familiares y amigos, se transforman también en una especie de evidencia empírica de experiencias colectivas de cada época. La diferencia con el momento actual no es solo una cuestión de volumen, sino que está directamente relacionada con el giro hacia lo visual (Brea, 2005), con la visibilidad y la visualidad como características fundamentales de nuestro tiempo, en el cual las comunicaciones son cada vez más audio-visuales (memes, *gifs* animados, emoticones, etc.), pues parece que actualmente los significados se construyen a través del lenguaje visual y audiovisual de manera mucho más pública y colectiva.

En este panorama mediático irrumpieron nuevos actores, como Sony, empresa japonesa, que durante finales del siglo xx y principios del XXI se posicionó a la vanguardia para la fabricación de diversos aparatos electrónicos, entre ellos televisores, cámaras de fotografía y video; o Apple, empresa que diseña y produce equipos y *software* que marcan la pauta en cuanto a estilo y el gusto de los consumidores. Estos nuevos competidores lograron en poco tiempo ganarle buena parte del mercado a Kodak, empresa que se había mantenido como líder no solo en la fabricación sino en la eficaz introducción de los discursos acerca del uso de los aparatos para producir imágenes en la vida cotidiana. Utilizando justamente las estrategias que durante buena parte del siglo xx fueron el arma de Kodak, los nuevos competidores propiciaron un abandono progresivo de la fotografía asociada al proceso químico y a la

impresión en papel por parte de los consumidores, y los llevaron hacia una transición que implicaba ya no solo la toma de imágenes sino la edición y la distribución de las mismas como una actividad común y nuevamente “para todos”. Esta batalla discursiva que posicionó lo digital como la tecnología de vanguardia, que permitía obtener mejores resultados con procesos más sencillos, redefinió una vez más los significados de la producción audiovisual e incluyó también la lucha de algunos por conservar aquellas ideas que la asociaban al arte y a las valoraciones puramente estéticas bajo la figura de autor y obra.

Para el caso de las noticias, por ejemplo, se ha impulsado la participación de los ciudadanos como reporteros, transformando el concepto mismo de periodista a través de estrategias discursivas que invitan a todas las personas a sacar sus celulares y grabar los hechos; estos *amateurs* toman fotografías o videos que luego son usados por medios de comunicación tradicionales, como la televisión. Así, los que antes fueron meros espectadores, (o para el caso de la fotografía, simples modelos) se convierten en testigos y participantes de los sucesos noticiosos a diferentes niveles. Becker (2015) analiza las reestructuraciones y renegociaciones entre lo público y lo privado, lo profesional y lo *amateur* a través de ejemplos concretos de lo que ella llama “eventos mediáticos”, argumentando que la fotografía *amateur* de hechos noticiosos desestabiliza el discurso periodístico, primero como un desafío a la “autoridad” del fotógrafo profesional y segundo como un gesto que “comenta” los hechos de formas muy diversas, redefiniendo el propio evento mediático y sus significados.

Con la aparición de la web 2.0, teóricos como Jenkins (2006) anunciaron un cambio de paradigma definitivo en la manera de producir y difundir contenidos, pues vislumbraban una cultura participativa en la cual se exigiría cada vez más espacio para los ciudadanos, quienes tendrían más posibilidades para expresarse y distribuir sus creaciones, posibilidades que hasta hace poco tiempo estaban reservadas únicamente a las grandes corporaciones. Ideas muy parecidas, ya habían logrado generar un entusiasmo con la popularización de formatos más económicos para hacer cine, como el *Super 8*, o con la aparición en el mercado de cámaras de video de bajo costo tipo *handycam*, pues se creyó que estas tecnologías en manos de la gente común, constituirían una fuerza democratizadora (Newman, 2014). Una vez más, la predicción de los alcances emancipadores de una tecnología para producir imágenes no ha sido lograda del todo. Sin embargo, es innegable que a pesar de las “brechas” y los problemas de acceso a las tecnologías que tienen lugar hoy en día, algunos ejemplos específicos relacionados con causas concretas y procesos de participación ciudadana, nos muestran interesantes desarrollos (ver McQuire, 2013). Por otro lado, es evidente

que las estrategias de mercado para la normalización y la modulación que establecen límites y estandarizan la participación, siguen operando.

A manera de conclusión

Keightley y Pickering (2014) afirman que al documentar los cambios en las tecnologías y las comunicaciones, existe una tendencia a dar cierta fuerza retórica y un desmesurado peso a la importancia del cambio en cuestión; este énfasis en la novedad del desarrollo tecnológico, minimiza o ignora cómo éste se relaciona con los que lo preceden, los cuales de un modo u otro, han sentado las bases para su aparición. Una visión que, sin ser determinista, debe tenerse en cuenta, si se quiere pensar por ejemplo, en términos de lo que Bolter y Grusin (1999) han definido como “remediación”.

Punt (2000), al establecer ciertos paralelos entre la historia del cine y la de Internet, advierte que un mapeo de la historia de una tecnología, comparado con la historia de otra, no puede entenderse únicamente como una estrategia retórica que impone arbitrariamente patrones en el caos, sino que deberá entenderse a partir de la necesidad de hacer el valioso ejercicio de rastrear, reconstruir y ver de cerca, a partir de miradas más críticas, que en el pasado quizás no estaban desarrolladas, lo que hemos entendido, aprendido y enseñado como historia de las tecnologías. Para el caso de este artículo en el cual se aborda específicamente la fotografía *amateur*, las similitudes en los procesos expuestos tanto en los inicios como en lo digital, incluyendo el papel fundamental de las industrias para la incorporación de discursos de uso, son sugerentes y se espera conformen, una vez terminado todo el análisis, un corpus importante para avanzar hacia la construcción de líneas de investigación en este sentido.

Teniendo en cuenta que lo que aquí se presenta es un fragmento de un proyecto que incluye la revisión en términos de la historia cultural de otras tecnologías de producción audiovisual, como el cine y el video, frente a la producción audiovisual *amateur* en Internet, se debe resaltar que en general, la aparición de una nueva herramienta genera nuevos procesos cognitivos, a través de los cuales las personas aprenden a usar los aparatos y se familiarizan con la técnica. Sin embargo, debemos entender que la tecnología en sí misma no hace todo el trabajo y que los discursos que afectan y transforman el contexto social de uso y apropiación son muy importantes. Este proyecto argumenta que los significados de las tecnologías han sido gestionados históricamente, para ser insertados en la vida cotidiana de los consumidores potenciales; en este caso a través de la construcción de un nuevo rol, el del fotógrafo *amateur*.

Al mismo tiempo, se desarrollan procesos culturales a través de los cuales una técnica específica se instala en la vida social, muchas veces ayudada por estrategias discursivas con intereses comerciales de por medio, en las cuales se promueven valores sociales asociados a una tecnología y que, por lo tanto, impulsan su adopción generalizada. Se trata de una microdinámica que es indispensable en la actualidad para la institucionalización de las nuevas tecnologías, pero que también ha estado presente a lo largo de la historia de las mismas. Ideas socialmente construidas sobre los objetos, en este caso objetos tecnológicos, y cómo estos discursos se crean, se mantienen y propician la constante reacomodación de sujetos, objetos y prácticas, deben seguir estudiándose para reunir evidencia que nos permita afirmar que procesos económicos y sociales modelan usos y estilos dominantes para cada tecnología, propiciando diversas renegociaciones de estos usos y estilos una vez que la tecnología se hace masiva o cambia.

Finalmente, se identifica un necesario nodo de reflexión en el potencial que para inducir una actitud más reflexiva frente a las imágenes y los medios de comunicación en general, pueda suscitar el estudio de su historia cultural, así como el uso y la apropiación de las técnicas para producir y distribuir imágenes propias, por ejemplo, re-pensar en la capacidad de auto-reflexividad latente en la fotografía doméstica (Cobley y Haeffner, 2009).

El costo de no avanzar desde la descripción y la exploración de los fenómenos actuales de la cultura visual, hacia una reflexión teórica, es que sus posibilidades de interpretación pueden quedar limitadas y por tanto su entendimiento puede no llegar a ser completo ni complejo. En lo que concierne a este proyecto, se trata de entender que estas “otras” producciones, constituyen un importante volumen del total de la información, no solo de la que circula hoy en Internet, sino de los registros históricos de tecnologías anteriores, como la fotografía, el cine y el video, que por lo tanto, son relevantes para estudiarse como fenómenos sociales y culturales. Es necesario entonces, indagar acerca de lo aparentemente cotidiano y común, lo que hacemos en el tiempo de ocio, pues allí encontraremos muchas claves para comprender las relaciones sociales, la construcción de los discursos y la modulación de las prácticas; pues tanto en el pasado como ahora, podremos rastrear interesantes luchas de poder.

Referencias

- Becker, K. (2015). Gestures of seeing: Amateur photographers in the news. *Journalism*, 16(4), 451-469. Recuperado de <http://jou.sagepub.com/content/early/2013/12/11/1464884913511566.full.pdf>
- Bolter, J., Grusin, R. (1999). *Remediation: Understanding New Media*. Cambridge: MIT Press.

- Brea, J. L. (ed.) (2005). *Estudios visuales. La epistemología de la visualidad en la era de la globalización*. Madrid: Ediciones Akal S.A.
- Charvolin, F., Micoud, A., y Nyhart, L. (Eds.) (2007). *Citizen sciences? The question of the amateur in the natural-history sciences*. La Tour d'Aigües: Editions de l'Aube.
- Cobley, P., Haefner, N. (2009). Digital cameras and domestic photography: communication, agency and structure. *Visual Communication*, 8(2),123-146.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Jenkins, R. V. (1975). Technology and the Market: George Eastman and the Origins of Mass Amateur Photography. *Technology and Culture*, 16(1),1-19. Recuperado de <http://doi.org/10.2307/3102363>
- Keightley, E., Pickering, M. (2014). Technologies of memory: Practices of remembering in analogue and digital photography. *New Media & Society*, 16(4), 576-593.
- Leadbeater, C., y Miller, P. (2004). *The pro am revolution*. Londres: Demos.
- McQuire, S. (2013). Photography's afterlife: Documentary images and the operational archive. *Journal of Material Culture*, 18(3), 223-241.
- Mitchell, W.J.T. (1994). *Pictorial Theory: Essays on Verbal and Visual Representation*. Chicago: University of Chicago Press.
- Moreno, A. (2015). *Homecasting: Ecos del pasado, dualidades del presente*. Memorias del XXVII Encuentro Nacional Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación AMIC 2015. Universidad Autónoma de Querétaro, México. Recuperado de https://www.academia.edu/22696676/Homecasting_Ecos_del_pasado_dualidades_del_presente
- _____ (2014). *Homecasting: Visualidades contemporáneas. Acerca de contenidos audiovisuales de producción casera publicados en el portal YouTube*. (Tesis doctoral). Universidad Nacional de La Plata. Argentina.
- Morrison-Low, A. (2015). *Photography: A Victorian Sensation*. Online Course. Recuperado de <https://www.coursera.org/course/vicphoto>
- Munir, K., y Phillips, N. (2005). The Birth of the "Kodak Moment": Institutional Entrepreneurship and the Adoption of New Technologies. *Organization Studies*, 26(11), 1665-1687. Recuperado de <http://oss.sagepub.com/content/26/11/1665.refs?patientinform-links=yes&legid=sposs;26/11/1665>
- Murray, S. (2008). Digital Images, Photo-Sharing, and Our Shifting Notions of Everyday Aesthetics. *Journal of Visual Culture*, 7(2), 147-163.
- Newman, N. Z. (2014). *Video Revolutions: On the History of a Medium*. New York: Columbia University Press.
- Punt, M. (2000). Parallel Histories: Early Cinema and Digital Media. *Convergence: The International Journal Of Research Into New Media Technologies*, 6(2), 62-76. Recuperado de <http://con.sagepub.com/content/6/2/62>.
- Rockwood, G. G. (1887). Amateur Photography. *The Art Amateur*, 16(6),133-135. Recuperado de <http://www.jstor.org/stable/25628565>
- Stebbins, R. (1992). *Amateurs, professionals and serious leisure*. Montreal: McGill Queen University Press.
- _____ (1977). The Amateur: Two Sociological Definitions. *The Pacific Sociological Review*, 20(4), 582-606. Recuperado de <http://doi.org/10.2307/1388717>

- Terranova, T. (2000). Free Labor: Producing Culture for the Digital Economy. *Social Text*, 18(2), 33-58. Recuperado de <http://web.mit.edu/schock/www/docs/18.2terranova.pdf>
- Toffler, A. (1980). *The Third Wave*. New York: Bantam Books.
- Van Dijck, J. (2007). *Television 2.0: YouTube and the Emergence of Homecasting*. University of Amsterdam, Media in Transition International Conference, MIT. Amsterdam.
- _____ (2008). Digital photography: communication, identity, memory. *Visual Communication*, 7(1), 57-76.
- West, N. (1999). *Kodak and the lens of nostalgia*. University of Virginia Press.
- Zimmermann, P. R. (1995). *Reel Families. A Social History of The Amateur Film*. Bloomington: Indiana University Press.