



Número 16 (1-2) Any 2011 pp. 89-102
ISSN: 1696-8298

www.antropologia.cat

Imágenes revueltas: los contextos de la fotografía digital (*)

Random images: The contexts of digital photography

Edgar Gómez Cruz
Elisenda Ardèvol Piera
*Internet Interdisciplinary Institute
Universitat Oberta de Catalunya*

Resumen

Este artículo pretende reflexionar sobre las posibilidades que abre Internet para el estudio de la cultura visual contemporánea a la vez que plantea una serie de cuestiones teóricas, éticas y metodológicas sobre la fotografía digital y su uso para la investigación antropológica. Internet puede considerarse actualmente como uno de los mayores archivos de fotografía o como un banco de imágenes inmenso al cual podemos acceder instantáneamente desde cualquier buscador. Sin embargo, esta perspectiva supone la descontextualización de las imágenes, que aparecen así de un modo revuelto; alteradas.

Palabras claves: Fotografía digital, ética, etnografía, antropología visual.

Abstract

This article discusses the possibilities opened up by the Internet for the study of contemporary visual culture. At the same time, we raise some theoretical, ethical and methodological concerns about the use of digital photography in anthropological research. At present the Internet can be considered one of the largest photographic archives, or an immense photographic database that can be easily accessed from any browser. This perspective, however, is based on the decontextualization of images that appear randomly and in altered form.

Keywords: Digital photography, ethics, ethnography, visual anthropology

(*) Este artículo se enmarca en el proyecto “Prácticas creativas y participación en los new media” financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación de España, MICINN (HAR2010-18982) para el período 2011-2013.

Hoy en día, la fotografía digital está inserta en la vida cotidiana de muchas personas y en contextos culturales muy distintos. Además, gracias a otra tecnología digital, Internet, podemos tener acceso a una vasta cantidad de imágenes. Dichas imágenes, en muchos casos, han sido producidas por los que hasta hace poco eran solo “sujetos de representación” para la reflexión antropológica. Si bien este giro hacia el “otro” antropológico, de sujeto representado a productor de representaciones, ha sido ya tratado desde los enfoques participativos en la antropología visual (MacDougall, 1995), la magnitud de la transformación de las prácticas fotográficas con las tecnologías digitales y su escala global, hace necesaria una reflexión teórica sobre este nuevo tipo de fotografías producidas por “el otro” y de su importancia para la investigación antropológica. En este artículo nos centraremos pues, en el uso en la investigación antropológica de estas imágenes producidas por la gente, y concretamente, en cómo conceptualizar el análisis cultural de las fotografías digitales que aparecen como de “libre acceso” en Internet, sosteniendo que para ello debemos extender el análisis de la representación teniendo en cuenta el contexto específico de producción, circulación y uso de estas imágenes.

Las prácticas de fotografía digital están transformando el campo cultural de la fotografía y ya hay diversos autores que plantean una era postfotográfica (Tomas, 1988; Robins, 1996) o un “después de la fotografía” (Ritchin, 2008). En la era digital, especialmente con la emergencia y el uso de la cámara incorporada al teléfono móvil, los objetos, tiempos, contextos y prácticas de la fotografía digital difieren de los de la fotografía analógica (Nightingale, 2007; Rubinstein, 2005; Van House, Davis, Ames, Finn y Viswanathan, 2005). Si bien hasta ahora la fotografía doméstica era utilizada como un objeto para preservar la memoria familiar, la emergencia de nuevas prácticas fotográficas populares, especialmente entre los jóvenes, se sitúan más en el terreno de la conectividad y la comunicación que en el de la representación y la memoria. Esto es debido en gran parte a la extensión de las cámaras digitales y al hecho de que Internet posibilita que la imagen digital se inserte en circuitos de distribución más amplios que los del ámbito casero y que anteriormente solían estar reservados a los ámbitos profesionales o que directamente no existían, como el caso de las así llamadas redes sociales. Dado este cambiante panorama, se plantean dos interrogantes que intentaremos esclarecer a lo largo de este texto: Por un lado, una cuestión tiene que ver con el uso de dichas imágenes para los estudios sociales y culturales de la fotografía ¿Cómo podemos estudiar las fotografías que encontramos en Internet? ¿Podemos analizar estas fotografías realizadas por “los otros” fuera de contexto? ¿Las imágenes digitales, siguen siendo una “ventana al mundo”? ¿Un “reflejo” de la vida cotidiana de las personas? Y por otro, ¿qué consideraciones metodológicas y éticas hemos de tener en cuenta en el uso de estas imágenes en la investigación?

Intentar responder a estas preguntas supone revisar como conceptualizamos la utilización de la fotografía digital como instrumento y objeto de investigación como “distinto” al de la fotografía analógica. Por poner sólo un ejemplo de las transformaciones que, también en el uso metodológico, trae consigo la fotografía digital, podemos citar la importancia que tienen los álbumes familiares como unidad de análisis para el estudio de la fotografía. En ellos se puede observar, claramente representada la vida cotidiana en el ámbito doméstico (Chalfen, 1987; Hirsch, 1997; Walker, 1989; Gardner, 1991). En estas aproximaciones, la fotografía se utiliza por el investigador como “una ventana al mundo” de sus sujetos; el contexto social puede inferirse del significado de la fotografía para sus autores (véase Bourdieu, 2003) a partir de las técnicas de elicitación (Collier y Collier, 1986; Harper, 2002). Sin embargo, los diversos sitios web en los que se suben fotografías hoy en día problematizan este

enfoque y no podemos establecer un paralelismo libre de problemas al pensar la colección fotográfica online como álbum familiar. El “álbum de fotos” colgado en Internet excede en su significación cultural a la caja de zapatos o al álbum como repositorio de la memoria familiar. Aunque se podría pensar que el objetivo de estos álbumes online sigue siendo principalmente el compartir las fotografías con el resto de la familia o amigos, en su mayoría, suelen ser colecciones abiertas al acceso de un público en general; su audiencia cambia, su materialidad es distinta, así como el tipo de prácticas que permiten y se desarrollan en estas plataformas digitales, lo que a su vez, trae consecuencias más amplias en torno a dicotomías culturales como la distinción entre lo público y lo privado (Pauwels, 2008).

Nuestra propuesta es que, al abrirse nuevos circuitos para la exhibición e intercambio de imágenes, desde los MMS a Instagram¹, algunas de las concepciones teóricas para entender el uso social de la fotografía parecen necesitar una revisión (por ejemplo, las divisiones entre fotografía casera, amateur y profesional o entre las esferas públicas o privadas de exhibición, etc.). Consideramos que para realizar un análisis antropológico de la imagen digital que dé cuenta de estos nuevos procesos sociales y tecnológicos en los que se inserta debemos entender las imágenes como el resultado de una agencia compartida entre las personas, los instrumentos fotográficos y las plataformas en las que se inserta para su difusión, es decir, entender la imagen digital como proceso y producto de una red sociotécnica, y no sólo como una representación de la vida de esas personas. Desde esta perspectiva, el objeto fotográfico es el resultado de un conjunto de prácticas cotidianas, que van desde el lugar y el momento en el que se toma la imagen hasta en el que se inserta la foto. Es decir, se trata de considerar la práctica fotográfica en su sentido más amplio, desde su producción hasta su exhibición, pasando por el procesamiento y la intención de quien la hizo; y cómo todo ello da sentido y contextualiza lo que aparece representado en la imagen, que se constituye como un elemento más de este proceso. Así, el énfasis recae en el “otro” como productor cultural y no en el análisis representacional del “otro”. La fotografía pasa, de ser entendida como una representación de algo, a serlo como una práctica para algo.

De la fotografía como representación a la fotografía como práctica

La relación entre la antropología y la fotografía es extensa y se remonta a los inicios de ambas, que fueron prácticamente simultáneos. La fotografía ha servido a la antropología desde sus comienzos como instrumento de recogida de datos (Edwards, 1992), y junto con el cine y el video, ha constituido parte de una subdisciplina llamada antropología visual (Ardèvol, 2006; Pink, 2007; Banks, 2001). Dentro de la antropología, la fotografía se ha utilizado como método de recopilación de datos (Collier & Collier, 1986), como objeto de investigación (Chalfen, 1987) y como medio para la difusión de resultados (véase Pink, 2007). Desde la antropología visual, la imagen se ha estudiado como producto cultural (por ejemplo en los medios) y se ha utilizado tanto como dato de una cultura como técnica de investigación (Ardèvol, 1998).

Podemos destacar tres formas básicas en relación con la producción de imágenes. Por un lado están las imágenes producidas por el etnógrafo-fotógrafo como

¹ MMS, del inglés *multimedia messaging system*, es el sistema de mensajes cortos de los teléfonos móviles para enviar, entre otras cosas, fotografías dentro del mensaje. Instagram es una plataforma de intercambio y exhibición de imágenes hechas con el teléfono móvil. Ambos son ejemplos de nuevos canales de distribución de fotografías específicos de la era digital.

datos sobre una cultura (Collier & Collier, 1986; Jacknis, 1998); en segundo aquellas imágenes vernáculas que se utilizan como registros cotidianos de la vida de las personas, representaciones de su forma de vida y, por lo tanto, que se utilizan como datos de una cultura, y que pueden dar luz sobre alguna categoría determinada (véase Gardner, 1991; Chalfen, 1987). Y, finalmente, las imágenes de investigación “participativa”, es decir, aquellas que se generan en conjunto, entre los investigadores y sus informantes (Worth, Adair, & Chalfen, 1972), algunas de las cuales se enmarcan en una aproximación de la antropología para el cambio social (véase Ardèvol, 2006). En la mayoría de estos casos, la fotografía, ya sea producida por la gente que se estudia o por el propio investigador o investigadora, es entendida principalmente como representación. Es decir, el interés antropológico se centra en el contenido mismo de la fotografía y en los significados que construye y vehicula. A través de la representación visual se plantea por ejemplo, el acceso a las formas de vida cotidiana de distintos grupos sociales. En consonancia con lo planteado por Pole (2004: 4) cuando señala que para plantear el lugar de lo visual en los métodos de investigación puede ser útil el considerar dos aspectos diferentes del rol de la imagen; estos son la significación de la imagen en la vida de las personas y la forma en la que el investigador usa e interactúa con la imagen visual para comprender esa significación.

El interés antropológico por la imagen ha sido entonces, por una parte, conocer cuales son las formas de representación de una colectividad, es decir, la representación visual como forma de acceso a distintas maneras de ver, y por tanto a distintas configuraciones culturales. Y por otra, cómo se utiliza la representación visual en la investigación; es decir, reflexionando sobre cómo podemos utilizar la imagen y cuestionando la idea de que la fotografía científica proporciona por sí misma información objetiva y neutral. Desde esta perspectiva, se considera que, si bien la imagen como técnica de investigación también está sujeta a cánones representacionales y narrativas que hay que tener en cuenta, no es por ello menos útil para la construcción de conocimiento antropológico.

Existe, sin embargo, una cuarta vertiente también surgida de la reflexión antropológica que es el estudio de la fotografía como objeto material y como práctica, lo que “involucra cambiar el énfasis del contenido de la imagen a los contextos materiales de creación, uso y preservación” (Sassoon, 2004: 202). Elizabeth Edwards, en un pequeño pero conciso texto titulado “Las prácticas sociales² como una teoría de la fotografía”³, reflexiona sobre los estudios antropológicos sobre fotografía en los últimos tiempos. Esta autora señala que: “Han empezado a surgir nuevas perspectivas teóricas sobre la fotografía que la definen, ya no como una esencia abstracta, sino como una práctica que puede ser entendida a través de cuestiones vinculadas con las relaciones entre las personas y las cosas, entendidas éstas como mutuamente constitutivas de la experiencia y la praxis social” (Edwards, 2009: 101). Los trabajos que utilizan esta perspectiva, siguiendo a Edwards, no buscan sustituir los elementos representacionales o las cualidades significantes de las imágenes, pero sí que complican y extienden las formas en que podemos pensar sobre las fotos y, de una forma crucial, los modos en que se produce la intersección entre dichas ideas y lo social, lo cultural y lo material.

² Aunque Edwards se refiere a las “prácticas” como sinónimo de “formas usuales” o “actividades particulares”, nosotros nos remitimos al concepto acuñado por Schatzki (2001: 3) que entiende lo social como un entramado de prácticas materiales y corporalizadas.

³ Extraído de una conferencia dada en el Simposium *Instantáneas de la teoría de la fotografía*, organizado por el Departamento de Cultura i Medios de Comunicación de la Generalitat de Catalunya, el Ayuntamiento de Tarragona y la Universidad Rovira i Virgili, en Tarragona, en mayo del 2009.

Este enfoque da un giro hacia un entendimiento de la fotografía desde su materialidad y sensorialidad de modo que: “privilegia analíticamente lo experiencial por encima de lo semiótico” (Edwards, 2009: 104). De esta forma, se busca elaborar lo que Edwards llama una “antropología correctiva”. Es decir, se pretende así explicar la experiencia vivida de las personas a través de la elaboración del conocimiento cotidiano, y no a partir de una teoría previa que constituye la fotografía como una entidad abstracta. Las etnografías en las que basa su análisis –trabajos empíricos que estudian la relación de grupos determinados con la práctica fotográfica en África y Asia– muestran que: “lo que la gente toma por el significado de su relación con la fotografía y con las fotos indica la necesidad de una base teórica extendida y reconfigurada” (*op. cit.*: 102). Lo que debemos tener en cuenta pues, es lo que las personas *hacen con* las fotos y no exclusivamente lo que aparecen haciendo *en* las fotos. Se trata de estudiar las fotografías como objeto de intercambio simbólico y no sólo como representación, de modo que el significado se constituye a través de lo material y es constitutivo de aprehensiones materiales, encarnadas y sensoriales del objeto fotográfico. Esto es debido a que “la atención prestada a la materialidad de la imagen visual y a la materialidad de su contexto puede servir para iluminar la textura distintiva de las relaciones sociales en las que realiza su trabajo” (Banks, 2010: 77). Esto implica necesariamente atender a la significación cambiante de la fotografía dependiendo de sus contextos de uso (Lister & Wells, 2001) y de su condición de objeto (Buse, 2010).

Desde esta perspectiva podemos explicar las prácticas fotográficas locales y las expectativas sociales específicas relativas al medio, así como explorar las estéticas particulares generadas de forma indígena o vernácula y de las categorías sociales que existen en ellas y sobre ellas. De esta forma creemos además, que se puede evitar el sesgo etnocéntrico en el estudio de las fotografías de los “otros”, independientemente de que estos formen parte o no del entorno cultural del investigador.

El camino propuesto por Edwards enlaza a su vez con un “cambio de paradigma” en los estudios de los medios, que vira justamente hacia el análisis de las prácticas. En un texto clave para entender esta propuesta, Couldry (2004) propone que el panorama contemporáneo del estudio de los medios de comunicación social se sustenta al menos en cinco corpus distintos: la investigación de la comunicación (*Communication Research*) norteamericana (Merton Lazarsfeld, Katz), la crítica marxista (Benjamin, Adorno), el análisis semiótico (tanto estructuralista como post-estructuralista), la investigación crítica o los “estudios de audiencias” y por último, la más reciente, señala Couldry, la investigación antropológica de los medios (por ejemplo con Ginsburg). Couldry continúa su análisis añadiendo que no siempre estas aproximaciones tuvieron una base común o eran compatibles epistemológicamente. Por ello, Couldry propone un nuevo paradigma que no “se centre directamente sobre el texto mediático o la producción económica de los medios” (2004: 116) sino que “trate a los medios como un conjunto abierto de prácticas, relacionadas a, u orientadas alrededor de, los medios” (*op. cit.*: 117). Este paradigma se ha ido consolidando en los estudios sobre medios y “nuevos medios” también desde la antropología (véase Bräuchler y Postill, 2010). En ese sentido, el estudio de la fotografía, aun con sus propias características, puede entenderse desde estas aproximaciones en tanto que producto cultural.

La relación entre el objeto fotográfico y la mirada como proceso de construcción simbólica sigue estando vigente como una preocupación importante. Sin embargo, los cambios en la fotografía, con la tecnología digital, tienen relación con la materialidad de la imagen, las redes en las que se inserta y los nuevos usos que se hacen de ella; es decir, con las prácticas, y es por esta razón que el enfoque que aquí proponemos sigue esta orientación de búsqueda de sentido. Así, el “sentido”, en tanto que significación

social sobre la fotografía en la vida cotidiana, es el resultado de un conjunto articulado de distintas prácticas. Entonces, el sentido social de la fotografía es el resultado de las prácticas mismas y no reside exclusivamente en el objeto fotográfico en sí. De ahí la propuesta de estudiar a la fotografía como práctica y no como “índice”, “signo” o “lenguaje”. Hay dos ideas claves, que surgen de los autores citados y que retomamos aquí: La idea del análisis de la fotografía, no como objeto de representación (lo que vemos en relación con ella), sino de las formas en las que es creada y utilizada en tanto que objeto. Y por otro lado, no dar por sentada una “ontología” absoluta de la fotografía (especialmente la generada en occidente)⁴. Desde esta perspectiva podemos abordar cómo la imagen digital se inserta en contextos de comunicación y mediación tecnológica.

A pesar de que existe una importante cantidad de trabajos sobre la fotografía digital, todavía son escasos los trabajos que establecen una conexión teórica entre las nuevas tecnologías y los estudios antropológicos sobre fotografía (Pink, 2007). A nuestro entender, es necesario reforzar este vínculo, ya que podría resultar complementario y dar un mayor alcance a los resultados de dichas investigaciones, especialmente en tres elementos claves: el primero es el análisis de la fotografía en contextos de uso y producción, no sólo como representación. Es decir, estudiar etnográficamente el contenido de las imágenes digitales en el contexto y uso que de ellas se hace. El segundo elemento es atender a la materialidad de la fotografía como objeto. Y por último, la problematización antropológica aporta una mirada de “extrañamiento” muy necesaria para desfamiliarizarnos de una práctica fotográfica tan cotidiana y común. En ese sentido, apunta Edwards: “Lo que enseña la antropología es a escuchar de la forma adecuada lo que las personas te piden y a tomarlo en serio, es decir, a prestar atención a la vida real de la gente, de las personas que sostienen fotos en sus manos” (2009: 107), aunque en la práctica de la fotografía digital, pocas veces las fotos se sostienen en las manos, sino que se miran, se retocan, se inscriben y se ordenan en la pantalla.

El uso de la imagen digital en la investigación social o cómo Internet no es una “caja de zapatos”

Internet se ha convertido en el mayor archivo de fotografía del mundo y es probable que, en los 20 años que tiene la fotografía digital, ya se haya alcanzado el mismo número de imágenes hechas que en los 150 años anteriores de la fotografía analógica⁵. La metáfora de Internet como un gran archivo visual o audiovisual a nivel global al cual podemos acceder para el análisis de la cultura contemporánea es atrayente, puesto que podría parecer una reformulación extendida de las técnicas de investigación que utilizaban las imágenes como representación de una realidad a estudiar (Collier y Collier, 1986; Hirsch, 1997). Sin embargo, desde la propuesta de entender a la fotografía como práctica, debemos en primer lugar analizar la materialidad de la imagen y, en este caso, el contexto social y tecnológico en el cual se inserta para ver de qué modo la fotografía digital se comporta o es distinta a la fotografía analógica y cómo esto debe tenerse en cuenta en su uso para la investigación.

⁴ Edwards utiliza el concepto de “fotografía indígena” para evitar este sesgo cultural, aunque consideramos que sería más adecuado para nuestro trabajo hablar de “fotografía vernacular”, que sirve para hacer referencia a las formas propias de ser y hacer de la gente con la fotografía en un lugar concreto pero que, como concepto, tiene una carga semántica distinta que el de “indígena”.

La fotografía digital que encontramos al realizar cualquier búsqueda por Internet es una imagen inscrita en un contexto de exhibición y uso que, en principio, es de acceso público (en el entendido que cualquier persona puede, potencialmente, ver dichas imágenes). Esto es debido a que las imágenes están indexadas, y con el uso de buscadores aparecen recombinadas, revueltas, entre muchas otras imágenes, descontextualizadas y recontextualizadas a partir del criterio de búsqueda y de las palabras claves que hayamos tecleado. Son imágenes que se despliegan ante la mirada en un espacio privado de búsqueda pero que aparecen como públicas y de libre acceso. *Clicando* sobre ellas aparecen en su contexto original, una página web comercial, un blog personal, un museo virtual, una exposición de arte online, etc. pero el hecho de disponer rápidamente de ellas, poderlas copiar o descargar, permite albergar esperanzas de un uso libre para el reciclaje y la remezcla, y pensar que la significación de la imagen digital responde a una cultura de Internet basada en el anonimato, la desaparición de la autoría y el compartir.

Un ejemplo de esta conceptualización de Internet como repositorio gigante de imágenes anónimas, y que nos sirve como punto de partida para una reflexión sobre el uso antropológico de las imágenes en Internet, es una exposición realizada por el fotógrafo Joan Fontcuberta en una galería de Barcelona y posteriormente en distintos contextos de exhibición⁶. La instalación consiste en proyectar en distintos paneles unos cientos de “imágenes anónimas” extraídas de Internet mediante las cuales, propone el folleto explicativo de la instalación, se busca “construir una nueva antropología de la imagen”. Los “reflectogramas”, como las ha bautizado Fontcuberta, son autorretratos de personas reflejándose en alguna superficie, sobre todo espejos. Para el artista, estas fotos son anónimas porque las ha “encontrado en páginas abiertas y de acceso público en Internet, incluido muchas de contenido sexual explícito”. El autor de la instalación y del libro *A través del espejo* (2011) propone así una visión de Internet como un repositorio o banco de imágenes y la fotografía digital, en este caso el auto-retrato a través de un espejo o superficie reflectante, como parte de una nueva estética fotográfica, donde la imagen actúa como representación de la identidad personal; como una “puesta en escena del yo”. La exposición solo hace de mediación, de facilitador en el visionado de unas imágenes que cualquiera puede encontrar y ver en Internet y de las cuales podemos apropiarnos, ya que según se dice en la publicación adjunta, se supone que fueron subidas por sus autores para ponerlas a disposición del público, consintiendo su copia, distribución y comunicación pública. Así, el artista considera que el carácter casi siempre anónimo de este material gráfico (asociado tan solo a nicks, alias y avatares) imposibilita la identificación de sus autores (Fontcuberta, 2010).

Sin embargo, las fotografías digitales no pueden seguirse pensando como pensábamos las analógicas y, por lo tanto, no podemos separarlas y clasificarlas como lo hacíamos con las anteriores, por ejemplo pensando que las fotos personales puestas en Internet son públicas o que las fotos públicas pueden hacerse personales. En el caso del proyecto de Fontcuberta suceden ambas cosas. El artista no hace distinciones, las fotos se muestran en un collage, revueltas y extraídas de sus contextos originales, que van desde blogs personales, cuentas de Flickr o páginas especiales dedicadas al autorretrato a directamente páginas de porno amateur. El hecho de que sus autores utilicen Nicks o alias no significa que las imágenes sean anónimas, que se puedan abstraer de su contexto o que sea siempre imposible conectar con las personas que las subieron.

⁶ Se publicó un libro titulado: “A través del espejo” y posteriormente presentó estos “reflectogramas” en el Sonimage, una feria especializada en fotografía en Barcelona.

A estas alturas resulta reiterativo señalar que las prácticas que utilizan la fotografía digital, además de cumplir con las mismas funciones de la fotografía analógica (“argentaria” le llamaría Fontcuberta), abren toda una nueva serie de posibilidades en donde los objetos, tiempos, formas y usos de la fotografía han cambiado (véase Okabe & Ito, 2003; Manovich, 2003). Incluso, propone el mismo Fontcuberta (2010), cabría preguntarse si seguirla llamando fotografía no es contraproducente. Lo que pensamos que sí resulta contraproducente sería no reconocer que la fotografía digital presenta retos para su comprensión en casi todos los ámbitos, incluido el de la investigación social, donde su uso implica una reflexión y conceptualización específica.

Este autor, que ha teorizado en extenso sobre la fotografía, ha sido también uno de las figuras que más la han azuzado como creador, especialmente criticando su carácter representacional. En su texto “El ojo de Dios”, capítulo de su libro *La Caja de Pandora*, Fontcuberta apunta: “hoy, tomar una foto ya no implica tanto un registro de un acontecimiento como una parte sustancial del mismo acontecimiento. Acontecimiento y registro fotográfico se funden” (2010: 26) y más adelante complementa la idea al decir: “Ya no existen hechos desprovistos de imagen y la documentación y transmisión del documento gráfico son fases indisociables del mismo suceso” (*op. cit.*: 26). Esta cuestión que ya había sido ampliamente tratada por otros autores (Van House, 2009; Van House y Churchill, 2008; Okabe e Ito, 2003) supone que, en la imagen digital, el contexto de la foto forma parte de su materialidad. Ahora bien, este argumento, que podríamos suscribir, no puede mantenerse y negarse al mismo tiempo, como hace el autor citado al usar esas imágenes precisamente disociándolas del contexto en el que tienen sentido y proponer así una contribución a la reflexión antropológica. Si, como el mismo autor afirma: “transmitir y compartir fotos funciona como un nuevo sistema de comunicación social, como un ritual de comportamiento que queda igualmente sujeto a particulares normas de etiqueta y cortesía” (Fontcuberta, 2010: 31), esa etiqueta y cortesía se ve alterada, traicionada, al resignificar las imágenes-sucesos como un collage de imágenes reconfiguradas en una “obra de arte”. Las fotografías digitales no están ahí, revueltas, flotando en el ciberespacio, en un mar de nadie; están clasificadas, indexadas, comentadas, forman parte de un proyecto colectivo, de un grupo, de una discusión, de una propuesta; en definitiva, forman parte de, como vimos que apunta el mismo Fontcuberta, un “sistema de comunicación y un ritual de comportamiento”. Y esto no contradice que, a su vez, la gente exponga sus fotografías para ser compartidas y remezcladas, pero no todas, ni de igual forma.

No es nuestra intención aquí cuestionar al artista sino, precisamente, reflexionar a partir de este ejemplo concreto y poner de relieve cuestiones que consideramos importantes en relación con la idea que se deriva de entender la fotografía en Internet como algo público, anónimo e indiferenciado. Si la imagen digital funciona como un objeto de intercambio en los procesos de interacción social, y el contexto es fundamental para comprender la materialidad de las imágenes de Internet, no podemos pretender una comprensión unívoca del papel social de la fotografía a partir de su descontextualización y menos todavía teorizar sobre la condición humana y la cultura digital a partir de una comprensión de Internet como espejo o repositorio de una cultura global.

Si Internet se entiende como “espejo del mundo”, sucede que, a partir de esta metáfora, la imagen digital se constituye como una representación calidoscópica, confusa y abigarrada de lo que somos. Nuestra propuesta es que, en primer lugar, hay que distinguir el análisis estético del análisis social y cultural de la fotografía, y, en segundo lugar, hay que considerar las implicaciones que se derivan de una comprensión

exclusivamente representacional del significado actual de la fotografía digital, especialmente por lo que se refiere a su circulación en Internet. De lo contrario, pensamos que no podremos comprender su uso actual en la configuración de subjetividades y procesos de sociabilidad. El hecho de que el autor de una foto no sea fácilmente identificable en Internet no significa que ésta sea anónima, como el hecho de que una gran parte de las imágenes en red sean públicas, no significa que el autor o autora no haya especificado su audiencia o que no tenga ciertas expectativas sobre su privacidad. Cómo se percibe lo público, lo privado, la intimidad y el propio cuerpo en la comunicación mediada por las tecnologías digitales es una pregunta de investigación antropológica que no se resuelve a partir de la teorización abstracta sobre un conjunto de fotografías seleccionadas por criterios puramente estéticos que se basan en la descontextualizan lo representado de su contexto de producción y uso.

Concluyendo, el contexto concreto en el cual la imagen digital se constituye, circula y adquiere sentido es parte fundamental de su materialidad y de su significado cultural. No es lo mismo un autorretrato en un blog personal que en un grupo dedicado a fotografías de desnudos o en un sitio web de porno gratis (no digamos ya de pago). Suponer que su significación social proviene exclusivamente de sus características representacionales –todos son autorretratos- niega la propia agencia del sujeto productor de la imagen y la altera, es decir, la convierte en otra. De alguna manera, y si como hemos venido diciendo, la fotografía digital es distinta de la analógica y su significación no puede desligarse de su contexto de uso sin alterarla, entonces esto conlleva algunas consideraciones éticas y metodológicas que quizás deberíamos también tener en cuenta.

Algunas notas (no sólo) éticas sobre el uso de las “imágenes revueltas”

La preocupación por la relación entre la ética y el uso de imágenes en investigación cualitativa ha sido abordada particularmente en ámbitos de investigación visual, tanto sociológica, como antropológica (véase Razvi, 2006; Prosser, 1998; Pink, 2007; Wiles, Prosser, Bagnoli, Clark, Davies, Holland, et al., 2008). Una de las claves en cuanto a la discusión ética no sólo tiene que ver con la división entre público y privado, sino con el uso de las imágenes, específicamente con el “poder de representación”. La relación entre la fotografía, como sistema de representación, y el poder ha sido ampliamente estudiado (Henning, 2000; Tagg, 1988; Hebdige, 1983, etc.). Por ejemplo, Frosh sostiene que las imágenes pueden entenderse “como dramatizaciones de las relaciones de poder sobre la visibilidad, y la representación, las prácticas fotográficas constituyen un lugar de lucha social así como un mecanismo de control social” (Frosh, 2001: 47). El “poder de representar”, en la era digital, ya no es tanto el de elaborar imágenes sino el de elaborar contextos para dichas imágenes.

Geertz (1989), al hablar sobre la dificultad de volver del campo y tener que representar las vidas de nuestros informantes en textos académicos, plantea que: “lo que en otro tiempo parecía sólo una dificultad técnica, meter ‘sus’ vidas en ‘nuestras’ obras, ha pasado a ser un asunto moral, política e incluso epistemológicamente delicado” (Geertz, 1989: 140). Siguiendo a este autor, nuestra propuesta es que las decisiones éticas de los estudios sociales que utilizan fotografías son, a su vez, decisiones epistemológicas y metodológicas que tienen que ver con la construcción del campo, del objeto de estudio y con nuestra relación con los sujetos de la investigación; es decir, sostenemos que la descontextualización de las imágenes digitales no solo supone un ejercicio de poder que debe justificarse, sino que también “altera” en este caso, el

significado que los agentes sociales dan a sus prácticas, y por tanto, nuestras decisiones metodológicas y epistemológicas tienen consecuencias éticas y viceversa.

En relación a los estudios sobre fotografía digital (o sobre fotografía en general), son pocos los investigadores que incorporan en sus textos una reflexión sobre la ética, con algunas excepciones como Allat y Dixon (2004) o Khalid y Dix (2006) quienes problematizan el uso de imágenes de Internet para realizar estudios sociales sin contar con el consentimiento explícito de sus autores. De fondo, lo que parece haber es una discusión pendiente en las ciencias sociales sobre las transformaciones en la concepción de lo público y lo privado; tanto en lo que se refiere al uso de imágenes como las cuestiones relacionadas con la mediación tecnológica.

Mientras que algunos investigadores consideran que la foto forma parte de la interacción social, y por tanto, es necesario pedir el consentimiento informado a los sujetos; otros, consideran la fotografía como una obra, y deben atenderse entonces a elementos relacionados con la propiedad intelectual (véase Cobby y Haeffner, 2009). Por ejemplo Davies (2007), en su estudio sobre la presentación de la identidad en Flickr, trata a los informantes como “autores” de fotografías, no como personas representadas en ellas (Davies, 2007) o, en el caso de Rubinstein y Sluis (2008), ellos pidieron permiso a Yahoo para usar una captura de pantalla de una cuenta de Flickr sin informarle o pedirle permiso a esa persona, ya que entendían que era esta empresa la propietaria legal de los contenidos de las cuentas de sus usuarios. Con relación a esta cuestión, hay investigadores que sustentan que los usuarios de Internet son conscientes de que sus imágenes están expuestas en un espacio abierto y de libre acceso, y por lo tanto, público, de manera que los investigadores pueden usar estas imágenes sin necesidad de pedir consentimiento. En esta dirección, uno de los informantes del estudio de McDonald (2007, en línea) sobre la comunicación visual en las comunidades web afirma: “si no quisiera que las personas vieran las fotos, no las hubiera puesto en la Web”. Esta parece ser una respuesta muy común. Sin embargo, el matiz a recalcar es sobre el hecho de que la posibilidad de ver las imágenes que suben las personas a Internet, no equivale a poder utilizarlas, ya sea como parte de una obra de arte o como parte de una investigación, o al menos no parece haber un consenso claro sobre ello.

Pero, sobre todo, no parece haber un consenso entre la propia comunidad de usuarios, lo que dificultaría aún más las decisiones éticas (véase Gómez Cruz & Levy, 2009). Por ejemplo, en el estudio etnográfico sobre prácticas de fotografía digital realizado por Gómez Cruz (2011), nos encontramos con distintas opiniones de los propios usuarios. Mientras que algunas personas no quieren ser reconocidas, a otras no les importa, y algunas piden que aparezca su nombre o su *nickname*, tanto o más conocido en el mundo de la fotografía digital en el que se mueve que su propio nombre de pila. En este último caso, las personas que intervinieron en el estudio se reconocen a sí mismas como autores de fotografías y se enorgullecen de ello. Para ellos y ellas, la fotografía es una parte fundamental de su vida, de ahí que la decisión del etnógrafo no haya sido anonimizarlos sino, al contrario, reconocerlos y exponerse así mismo en la misma medida –abriendo su propia cuenta de Flickr y generando una relación de complicidad⁷. De esta manera, el anonimato en las publicaciones académicas no siempre se mantiene ni es necesario. Depende. Es por ello que nos adherimos a la idea de una ética de campo situada (Estalella y Ardèvol, 2007) que parta de la comprensión que los propios usuarios y usuarias tengan sobre sus imágenes y cómo utilizarlas.

⁷ En su trabajo, Gómez Cruz apunta: “Carles mismo, el administrador y creador del grupo, me dijo un día: “En cuanto al nombre del grupo, ahí está, es público, de libre acceso y no tengo ningún problema en que lo nombres tal cual; al contrario, es todo un honor que aparezca en tu trabajo” (2011: 148).

Lo importante de señalar aquí es que no siempre los usuarios que cuelgan fotos en Internet entienden lo mismo o dan la misma categoría de “públicas” o “privadas” a sus imágenes; esto no sólo depende de que la página tenga o no tenga libre acceso, sino del contexto social en el que dichas imágenes actúan y contribuyen a configurar. Por ejemplo, uno de los informantes del estudio de McDonald (2007) sobre la comunicación visual en las comunidades web afirma: “si no quisiera que las personas vieran las fotos, no las hubiera puesto en la Web” (en línea). Pero también alguien puede poner una foto con un destinatario específico en una plataforma abierta, de manera que cualquiera pueda ver esa foto. Para esa persona, no es una foto “pública” (véase Lasén y Gómez Cruz, 2009).

Para poder delimitar las cuestiones éticas en el uso de las fotografías de Internet por parte de los investigadores sociales hay que tener en cuenta, al menos, tres dilemas éticos entrelazados: El primero tiene que ver con la protección de los sujetos de la investigación y que está relacionado con el uso de la imagen como representación (por lo tanto es importante preguntarse quiénes aparecen en la foto, qué actividades están realizando, etc.) y que podría resolverse con el anonimato. El segundo se suma al anterior, y tiene que ver con la imagen como parte de un proceso de comunicación en donde el contexto (en qué sitio de Internet está, cuándo se subió, quién comenta en ella, etc.) y cómo entienden la fotografía las personas involucradas se vuelven claves. Y, finalmente, y relacionado con lo anterior, la cuestión de la comprensión de la imagen como acción social o bien como obra o producto (es decir, habría que pensar entonces en temas de propiedad y derechos de la imagen).

Una guía clave para valorar nuestras decisiones éticas cuando trabajamos con imágenes de Internet está en examinar el contexto de uso. Frente a la idea de que una imagen que se puede ver libremente en Internet es por lo tanto “pública”, lo que se sugerimos es la idea de que esa foto está inserta en un contexto específico y con unas intenciones concretas que hay que conocer antes de tomar una decisión (por ejemplo en Facebook la foto es solo para que la vean los contactos o en Flickr para que un grupo de fotógrafos comente las fotos, etc.). Por lo tanto, deberíamos tener en cuenta que no todas las imágenes digitales son igual de “públicas” ni todas se pueden utilizar libremente. En principio, es recomendable que el usuario o la usuaria tenga conocimiento de cómo va a ser usada esa fotografía, ya que se va a cambiar el contexto de uso de dicha imagen. Pero es que además, metodológicamente, consideramos que si no se tiene en cuenta a los actores sociales y el contexto particular de uso, el análisis cultural de la imagen digital queda limitado, y el significado de estas imágenes, alterado. En ese sentido es que señalamos que la reflexividad (epistemológica) sobre nuestro objeto, método y campo de investigación tiene que estar también acompañada por una reflexión (ética) sobre nuestro rol como investigadores sociales.

Bibliografía

ALLAT, P., & DIXON, C. (2004) “On using visual data across the research process: sights and insights from a social geography of young people’s independent learning in times of educational change”, in C. Pole (ed.) *Seeing is Believing? Approaches to Visual Research*, London: JAI Press, pp. 23-39.

ARDÈVOL, E. (1998) “Por una antropología de la mirada: etnografía, representación y construcción de datos audiovisuales”, *Revista de dialectología y tradiciones populares*, 53 (2), pp. 217-240.

- ARDÈVOL, E. (2006) *La búsqueda de una mirada*. Barcelona: Editorial UOC.
- ASKEW, K., & WILK, R. (2002) *The anthropology of media. A reader*, Chichester: Wiley-Blackwell.
- BANKS, M. (2001) *Visual methods in social research*, London: Thousand Oaks.
- BANKS, M. (2010) *Los Datos Visuales en Investigación Cualitativa*, Madrid: Morata.
- BASSETT, E. & O'RIORDAN, K. (2002) "Ethics of Internet research: Contesting the human subjects research model", *Ethics and Information Technology*, 4 (3), pp. 233-247.
- BIJKER, W., HUGHES, T. & PINCH, T. (1989) *The social construction of technological systems. New directions in the sociology and history of technology*, Cambridge, Massachusetts: The MIT Press.
- BRÄUCHLER, B. & POSTILL, J. (2010) *Theorising Media and Practice*, Oxford and New York: Berghahn.
- BUCHANAN, E. (2004) *Readings in virtual research ethics. Issues and controversies*, Hershev, London, Melbourne, SinsaDore: Information Science Publishing.
- BUSE, P. (2010) "Polaroid into digital: Technology, cultural form and the social practices of snapshot photography", *Continuum*, 24 (2), pp. 215-230.
- CHALFEN, R. (1987) *Snapshot Versions of Life*, Bowling Green, Ohio: Bowling Green State University Popular Press.
- COBLEY, P. & HAEFFNER, N. (2009) "Digital cameras and domestic photography: communication, agency and structure", *Visual Communication*, 8 (2), pp. 123-146.
- COLLIER, J. & COLLIER, M. (1986) *Visual anthropology. Photography as a research method*, Albuquerque: University of New Mexico Press.
- COULDRY, N. (2004) "Theorising media as practice", *Social Semiotics*, 14 (2), pp. 115-132.
- DAVIES, J. (2007) "Display, Identity and the Everyday: Self-presentation through online image sharing", *Discourse. Studies in the Cultural Politics of Education*, 28 (4), pp. 549-564.
- EDWARDS, E. (1992) *Anthropology and photography, 1860-1920*, London: Yale University Press.
- EDWARDS, E. (2009) "Las prácticas sociales como una teoría de la fotografía", in P. Vicente (ed.) *Instantáneas de la teoría de la fotografía*, Tarragona: Arola Editors, pp. 101-112.
- EDWARDS, E. & HART, J. (2004) *Photographs, Objects, Histories. On the Materiality of Images*, London: Routledge.
- ESS, C. & JONES, S. (2004) "Ethical decision making and Internet research: recommendations from the AoIR ethics working committee", in E.A. Buchanan (ed.), *Readings in virtual research ethics. Issues and controversies*, Hershev, London, Melbourne, SinsaDore: Information Science Publishing, pp. 27-44.
- ESTALELLA, A. & ARDÈVOL, E. (2007) "Ética de campo: hacia una ética situada para la investigación etnográfica de internet", *Forum Qualitative Research*, 8 (2),

<http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/277/609>

FARRÈ, N. (2010) “Joan Fontcuberta se convierte en ‘antropólogo de la imagen’”, *El Periódico*, 22 de septiembre de 2010, <http://www.elperiodico.com/es/noticias/cultura-y-espectaculos/20100922/joan-fontcuberta-convierte-antropologo-imagen/491728.shtml>

FONTCUBERTA, J. (2010) *La cámara de Pandora. La fotografi@ después de la fotografía*, Barcelona: Gustavo Gili.

FONTCUBERTA, J. (2010) *A través del espejo*, Barcelona: La oficina.

GARDNER, S. (1991) “Exploring the Family Album: Social Class Differences in Images of Family Life”, *Sociological Inquiry*, 61 (2), pp. 242-251.

GEERTZ, C. (1989) *El antropólogo como autor*, Barcelona: Paidós.

GÓMEZ-CRUZ, E. & LEVY, A. (2009) “Sexuality, Ethics and the Virtual”, paper presented at the *1st International Visual Methods Conference*.

GÓMEZ-CRUZ, E. (2011) *De la “Cultura Kodak” a la “Cultura Flickr”: prácticas de fotografía digital en la vida cotidiana*, Tesis doctoral inédita.

HIRSCH, M. (1997) *Family frames: photography, narrative and postmemory*, Cambridge, MA: Harvard University Press.

KHALID, H. & DIX, A. (2006) “From selective indulgence to engagement: exploratory studies on photolurking”, *British HCI 2006 Conference*.

JACKNIS, I. (1988) “Margaret Mead and Gregory Bateson in Bali: their use of photography and film”, *Cultural Anthropology*, 3 (2), pp. 160-177.

LARSEN, J. (2008) “Practices and Flows of Digital Photography: An Ethnographic Framework”, *Mobilities*, 3 (1), pp. 141-160.

LASÉN, A. & GÓMEZ-CRUZ, E. (2009) “Digital Photography and Picture Sharing. Redefining the Public/Private Divide”, *Knowledge, Technology & Policy*, 22 (3), pp. 205-215.

LISTER, M. & WELLS, L. (2001) “Seeing beyond belief: Cultural studies as an approach to analysing the visual”, T. Van Leeuwen & C. Jewitt (eds.) *Handbook of visual analysis*, Thousand Oaks, CA: Sage, pp. 61-91.

MANOVICH, L. (2003) “The paradoxes of digital photography”, in L. Wells (ed.) *The photography reader*, London: Routledge, pp. 240-249.

MARKHAM, A. & BAYM, N. (2008) *Internet inquiry: Conversations about method*, Thousand Oaks, CA: Sage Publications, Inc.

MCDONALD, D. (2007) “Visual Conversation Styles in Web Communities”, Proceedings of the 40th Annual Hawaii International Conference on System Sciences, IEEE Computer Society Washington, DC, USA.

NIGHTINGALE, V. (2007) “The cameraphone and online image sharing”, *Continuum*, 21 (2), pp. 289-301.

OKABE, D. & ITO, M. (2003). “Camera phones changing the definition of picture-worthy”, *Japan Media Review*, 29, <http://www.ojr.org/japan/wireless/1062208524.php>

PAUWELS, L. (2008) “A private visual practice going public? Social functions and

sociological research opportunities of Web-based family photography”, *Visual Studies*, 21 (1), pp. 34 - 49.

PINK, S. (2007) *Doing visual ethnography: Images, media and representation in research*, London: Sage Publications Ltd.

POLE, C. (2004) “Seeing is Believing? Approaches to Visual Research”, *Studies in Qualitative Methodology*, 7, pp. 1-7.

PITTENGER, D. J. (2003) “Internet Research: An Opportunity to Revisit Classic Ethical Problems in Behavioral Research”, *Ethics & Behavior*, 13 (1), pp. 45-60.

RITCHIN, F. (2008) *After Photography*, New York: Norton & Company.

ROBINS, K. (1996) *Into the image: culture and politics in the field of vision*, London: Routledge.

RUBINSTEIN, D. & SLUIS, K. (2008) “A life more photographic”, *Photographies*, 1 (1), pp. 9-28.

SASSOON, J. (2004) “Photographic Materiality in the Age of Digital Reproduction”, in E. Edwards and J. Hart (ed.) *Photographs, Objects, Histories. On the Materiality of Images*, London: Routledge, pp. 186-202.

SCHATZKI, T.R. (2001) “Introduction: practice theory”, in T.R. Schatzki, K. Knorr Cetina & E. Von Savigny (eds.) *The practice turn in contemporary theory*, London: Routledge, pp. 1-14.

SCHWARTZ, J. M. (1995) “‘We make our tools and our tools make us’. Lessons from Photographs for the Practice, Politics and Poetics of Diplomats”, *Archivaria*, 40, pp. 40-74.

TOMAS, D. (1988) “From the Photograph to Postphotographic Practice: Toward a Postoptical Ecology of the Eye”, *SubStance*, 17 (1), pp. 59-68.

VAN HOUSE, N. (2009) “Collocated photo sharing, story-telling, and the performance of self”, *International Journal of Human-Computer Studies*, 67 (12), pp. 1073-1086.

VAN HOUSE, N. & CHURCHILL, E. (2008) “Technologies of memory: Key issues and critical perspectives”, *Memory Studies*, 1 (3), p. 295.

VAN HOUSE, N., DAVIS, M., AMES, M., FINN, M. & VISWANATHAN, V. (2005) “The uses of personal networked digital imaging: an empirical study of cameraphone photos and sharing”, paper presented at the *CHI 2005*, Portland, Oregon, USA.

WALKER, A. L. (1989) “Photo albums: Images of time and reflections of self”, *Qualitative Sociology*, 12 (2), pp. 155-182.

WARNER, F. (2009) “Ethical considerations for digital fieldwork: Cyberethnography and IRBs”, *Anthropology News*, 50 (6), p. 27.

WORTH, S., ADAIR, J. & CHALFEN, R. (1972) *Through Navajo eyes. An exploration in anthropology and film communication*, Bloomington, IN: University of Indiana Press.