



Universidad Nacional de Rosario

Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales

Escuela de Comunicación Social

Oroño en foco

Recorridos y lecturas del boulevard

Soledad Larroucau

Tesina de grado

Lic. en Comunicación Social

Directora: Sandra Valdetaro

Rosario, mayo de 2016

Abstract:

La ciudad que habitamos es un dispositivo comunicacional en donde la fotografía resulta un medio vital para la construcción significativa. Las mutaciones de la comunicación debido a la consolidación de los lenguajes asociados a Internet y las redes sociales complejizan su estudio.

Este trabajo pretende abarcar las prácticas comunes de la fotografía en Instagram del Boulevard Oroño, en el contexto actual de la mediatización. Se centra en un corpus fotográfico tomado de esta red, para el análisis de la evolución de la técnica fotográfica, en relación al tiempo y el espacio, las ciudades modernas y sus regímenes representativos.

Palabras clave:

Comunicación - Ciudad – Fotografía - Internet - Redes Sociales - Instagram - Movilidad - Smartphones - Modernidad - Mediatización – Infovisualización

Oroño en foco

Recorridos y lecturas del boulevard

*A mis padres y hermanas, por su su apoyo, su cariño.
A mis amigos, por sus palabras y abrazos.
A Sandra, por su confianza.*

*Cómo es verdaderamente la ciudad bajo esta apretada envoltura de signos,
qué contiene o esconde, el hombre sale de Tamara sin haberlo sabido.*

*Afuera se extiende la tierra vacía hasta el horizonte, se abre el cielo
donde corren las nubes. En la forma en que el azar y el viento dan a las nubes
el hombre ya está entregado a reconocer figuras: un velero, una mano, un elefante...*

I. Calvino, *Las ciudades invisibles*.

Índice

Entrada.....	6
Capítulo I. La fotografía y el tiempo	11
Inicios	11
Usos y actualidad	19
Capítulo II. La fotografía y el espacio urbano	25
Capítulo III. El Caso Oroño.....	37
El boulevard.....	37
La red social.....	40
Los recorridos	44
A modo de conclusión	55
Bibliografía	58
Web-grafía:	60

Entrada

Quizá pueda leerse este texto como una ciudad, a la que se ingresa por el camino de lo culto, el de lo popular o el de lo masivo. Adentro todo se mezcla, cada calle se entrecruza y entonces ya no importa saber por qué acceso se llegó. “Pero ¿Cómo hablar de la ciudad moderna, que a veces está dejando de ser moderna y de ser ciudad? Lo que era un conjunto de barrios se derrama más allá de lo que podemos relacionar, nadie abarca todos los itinerarios, ni todas las ofertas materiales y simbólicas deshilvanadas que se presentan.” (Canclini, 1990:37)

En el marco de los procesos de modernización, con los medios y tecnologías de producción y reproducción simbólicas, con lenguajes cada vez más sofisticados y diversos modos de construcción de percepciones imaginarios y nuevas maneras de vincularse, la ciudad es un dispositivo comunicacional.

Este trabajo pretende abarcar sólo un aspecto de ella: las prácticas comunes de la fotografía en Instagram del Boulevard Oroño. Introducir las experiencias, los préstamos y las luchas, que organizan el espacio donde se abren paso estas narraciones, será delimitar un campo. Las fotografías se concilian sobre el Boulevard, pero, la delimitación de este recorrido, lejos de constituir una barrera, prepara, espero, la posibilidad de que nuestros pasos se sumen a la muchedumbre.

Este texto nació de un interrogante sobre las operaciones de los usuarios en las calles, de qué manera aproximarse a ellos y abordar el uso de las redes sociales con un ojo crítico. Como afirma de Certeau, “por un lado el análisis muestra que la relación –siempre social– determina sus términos, y no a la inversa, y que cada individualidad es el lugar donde se

mueve una pluralidad incoherente –y a menudo contradictoria- de sus determinaciones relacionales. Por otro, y principalmente, la cuestión tratada se refiere a modos de operación o esquemas de acción, y no directamente al sujeto que es su autor o su vehículo”.

(deCerteau, 1996:XLI)

Desde el año 1839 la fotografía ha sido un medio vital para la comunicación y la expresión humana. Su uso actual en las redes sociales para la representación de la ciudad es, en principio, el tema de esta tesina. Porque “Toda producción de sentido es social. Todo fenómeno social es, en una de sus dimensiones constitutivas, un proceso de producción de sentido. Este doble anclaje, del sentido en lo social y de lo social en el sentido, sólo se puede develar cuando se considera la producción de sentido como discursiva” (Verón, 1987:126)

Entonces se sitúa desde la Semiótica como disciplina del saber, que explica procesos de comunicación en las diversas culturas, evaluando mecanismos, expresiones, soportes, medios y signos que utiliza el ser humano para ello. Uno de estos medios lo constituye la fotografía como superficie significativa que, con su aparición, marcó una nueva relación con lo visible.

Un abordaje sociosemiótico procede identificando “objetos empíricos” en la superficie de lo social, bajo la forma de “paquetes textuales” que son “conjuntos compuestos por una pluralidad de materias significantes: escritura-imagen, escritura-imagen-sonido, imagen-palabra” (Verón, 1987:17) La noción de texto, por lo tanto, no se restringe sólo a la escritura, sino que incluye cualquier materialidad significativa: “Cualquiera fuera el soporte

material, un discurso o un conjunto de discursos es una configuración espacio-temporal de sentido” (Verón, 1987:127) en (Valdettaro, 2015:149)

Con los términos “discurso”, “discursividad”, “discursivo”, Verón designa “un cierto modo de aproximación a los textos” que también supone la consideración de “elementos extra-textuales” (Verón, 1987: 17). Los elementos extra-textuales tienen que ver con el “plano de las condiciones objetivas históricas, extradiscursivas, que forman parte de las condiciones de producción, circulación y reconocimiento de un discurso dado” (Verón, 1987: 31).

El “proceso de producción” de un discurso se puede describir a partir de detectar el “conjunto de operaciones discursivas por las cuales las materias significantes han sido investidas de sentido” (Verón, 1987: 18). De tal modo, “proceso de producción” es “el nombre del conjunto de huellas que las condiciones de producción han dejado en lo textual, bajo la forma de operaciones discursivas” (Verón, 1987: 18), teniendo en cuenta que “una buena parte de las condiciones de producción de un texto consiste en otros textos” (Verón, 1987: 18). Un sistema productivo está constituido por “una articulación entre producción, circulación y consumo” (Verón, 1987: 19). La producción y el consumo de un discurso nunca coinciden, implican dos tipos de gramáticas distintas.

Cuando analizamos las condiciones de producción de un discurso, estamos en una posición de recepción, pero, “en tanto investigadores, debemos distanciarnos de la posición de un receptor común, y esto se logra mediante la operación misma de descripción.” (Verón, 1987: 19).

Actualmente, las mutaciones de la comunicación debido a la consolidación de los lenguajes asociados a Internet y las redes sociales complejizan su estudio. “Parafraseando a Wallerstein (1999), podemos plantear que, en el siglo XXI, a la comunicación le cabe una tarea central de reorganización en el marco general de las ciencias sociales, articulando enfoques de las distintas ciencias, y aportando claves interpretativas de las configuraciones socioculturales de los mundos contemporáneos.” (Valdettaro, 2015:203)

“El hecho es que las ciencias sociales se encuentran sólo en los inicios de este contexto de producción científica. La “e-social science” se limita, en la actualidad, al análisis masivo de datos. Sin embargo, hay proyectos que apuntan en otro sentido, como el del Oxford Internet Institute del National Centre for e-Social Science (Gran Bretaña, desde finales de 2004), o el Virtual Knowledge Studio de Holanda, de la Academia de Artes y Ciencias de los Países Bajos -inaugurado a finales de 2006 (Ibidem: 24-25). En nuestro ámbito, la producción e investigación vinculada con las Humanidades Digitales o el “canon digital”, pueden considerarse como pioneros en tal sentido (Cfr. Mendoza, 2011b).” (Valdettaro, 2015:209)

De ahí la dificultad en el análisis y el permiso, robado, de “creatividad teórica”, siempre partiendo de estas bases. Es éste un estudio descriptivo que pretende una primera reconstrucción de las prácticas y fenómenos de comunicación urbanos en la red, con miras a futuras investigaciones y con la intención implícita de poner en evidencia la importancia de las Ciencias Humanas y Sociales en general, pero particularmente para lo que hace a las Ciencias de la Comunicación.

Este estudio ha sido dividido en tres grandes capítulos. En cada uno de ellos se intenta la exposición de un tema específico a partir del análisis de una serie de conceptos y planteos teóricos. El primero, La fotografía y el tiempo, se centra en la evolución de la fotografía en torno a su técnica, para cuestionarnos su sentido de ser y sus funciones desde sus orígenes a la actualidad. En el segundo capítulo, La fotografía y el espacio urbano, la situamos en el contexto de la ciudad para ver cuestiones de su producción discursiva. El tercer capítulo, El caso Oroño, engloba las reflexiones en los dos anteriores para analizar un corpus de 1271 fotografías tomadas de Instagram, correspondiente al período 2012-2015 geolocalizadas en el boulevard. Por último, el apartado final reúne una serie de reflexiones generales sobre lo expuesto en la integridad del trabajo.

Recordando que, como una vez dijo Merleau-Ponty, la vida personal, la expresión, el conocimiento y la historia avanzan oblicuamente, y no directamente, hacia fines o hacia conceptos. Lo que se busca demasiado deliberadamente, no se consigue. Retrocedemos un paso y avanzamos dos, marquemos como punto de partida de nuestro viaje los inicios de la técnica fotográfica y tiremos nuestras líneas desde allí hacia la tecnología digital.

Capítulo I. La fotografía y el tiempo

*“La fotografía es, para mí,
el impulso espontáneo
de una atención visual perpetua,
que atrapa el instante y su eternidad.”
(Cartier-Bresson, 2003:35)*

Inicios

Hay muchas maneras de definir la fotografía, a partir de sus particularidades técnicas o históricas, pero lo que hace de ella un medio tan extraño es que sus dos materiales primarios son luz y tiempo. En efecto, el proceso fotográfico consiste en el ingreso momentáneo de luz a una película sensible. “Y, sin embargo, lo que decide siempre sobre la fotografía es la relación del fotógrafo para con su técnica” (Benjamin, 1982:73). Esta pequeña historia de la fotografía está centrada en la técnica para ir mostrando los avances en su función a través de la historia.

Uno de los principios técnicos de la fotografía es la cámara oscura y acerca de ella ya se hacía referencia en la Antigüedad. Sus orígenes, se remontan por lo menos a Leonardo da Vinci, quien le otorgó una finalidad práctica a la cámara oscura: dibujar los objetos que en ella se reflejaban.

En el siglo XVI el físico italiano Giovanni Battista Della Porta combinó la cámara oscura con otro instrumento óptico, una lente biconvexa que colocó frente al orificio, consiguiendo mayor nitidez y luminosidad en la imagen. Durante los siglos siguientes el invento se mejoró técnica y mecánicamente, hasta reemplazarse el cuarto oscuro por una caja portátil, que se popularizó entre los artistas.

Todavía debía converger el desarrollo de los instrumentos ópticos, con las investigaciones de procesos físico-químicos sobre las distintas sustancias sensibles a la luz para el desarrollo de la fotografía.

Al terminar el siglo XVIII, el medio de atrapar la difícil imagen de la cámara oscura existía en forma latente. En 1725, el alemán Johann Heinrich Schulze había descubierto el oscurecimiento de haluros de plata por acción de la luz. Este es el primer paso para fijar la imagen reproducida en la caja oscura sin la intervención del hombre. La cámara ya estaba lista para la fotografía, aunque debieron pasar cien años más para que se realice el primer intento de usar tales químicos para grabar la imagen.

¿Por qué éste afán? Para Walter Benjamin, “Hacer las cosas más próximas a nosotros mismos, acercarnos más bien a las masas, es una inclinación actual tan apasionada como la de superar lo irrepetible en cualquier coyuntura por medio de su reproducción. Día a día cobra una vigencia más irrecusable la necesidad de adueñarse del objeto en la proximidad más cercana, en la imagen, o más bien en la copia.” (Benjamin, 1982:75)

Muchos persiguieron este propósito y se inició una carrera para lograrlo, que la luz misma fijara la imagen, sin tener que dibujarla a mano, adueñarse del instante. A lo largo de diez años, varios llegaron a la meta: Joseph Nèpce, Louis J. M. Daguerre, y Hippolyte Bayard en Francia, además de William Henry Talbot en Inglaterra. De ahí la polémica sobre la paternidad de la fotografía.

Joseph Nicephore Nièpce fue quien en 1827 logró obtener la primera imagen positiva directa, utilizando una cámara oscura modificada, con placas de peltre recubiertas de betún de Judea y fijadas con aceite de lavanda. Con este sistema, impresionó una vista del patio de su casa, que se considera la primera foto permanente de la historia. Su procedimiento conocido como heliografía, necesitaba hasta 8 horas de exposición y no conseguía invertir las imágenes.

Daguerre buscaba obtener un método más práctico y rápido. Finalmente encontró la fórmula para impresionar una placa de cobre tratada con vapores de Yodo, que fijaba lavando con agua caliente, sal de mar y mercurio. El proceso conocido como daguerrotipo

redujo los tiempos de exposición a 30 minutos y producía una imagen única en metal, una prueba única no reproducible.

La invención de Daguerre fue comprada por el gobierno francés y se liberó al público el 19 de agosto de 1839 con la ley 669 decretada por el rey Louis Phillippe I. Aunque se trataba de un método costoso y de difícil manipulación, tuvo un éxito inmediato y el daguerrotipo se propagó por todo el mundo.

Mientras tanto, en 1835, el inglés Fox Talbot consiguió plasmar en papel una galería del sur de la Abadía de Lacock. Talbot siguió experimentando con papeles de plata y procesos de revelado hasta que, en 1841, patentó en Inglaterra el "calotipo", que luego se conocería como talbotipo y empezó la historia de la fotografía, en la versión que más ha durado: la del proceso negativo-positivo. A la larga el uso del papel en lugar de las pesadas placas de cobre o incluso vidrio acabaron por imponerse como la técnica fotográfica dominante durante más de 150 años.

La capacidad de este tipo de fotografía de repetirse exacta e infinitamente, fue un cambio radical. Como afirma Benjamin, en ella pueden resaltar aspectos del original accesibles únicamente a una lente manejada a gusto y piacere para seleccionar diversos puntos de vista, incluso inaccesibles para el ojo humano. Pero "Además puede poner la copia del original en situaciones inasequibles para éste. Sobre todo le posibilita salir al encuentro de su destinatario. "(Benjamin, 1982:22)

Con la incorporación del revelado en el proceso, la imagen ya no estará nunca más sujeta a su tiempo ni espacio. Desde este momento, no dejaron de sucederse increíbles avances técnicos en la fotografía.

El colodión húmedo se presentó en 1851. En este procedimiento, los negativos debían permanecer mojados durante la toma y revelado, lo que obligaba a los fotógrafos a contar siempre con un cuarto oscuro. Sin embargo, lograba un tiempo de exposición 15 veces menos al del daguerrotipo y podía aplicarse sobre diversos soportes, como el vidrio, cuero, papel y cerámicas.

Para 1855 el papel a la albúmina se convirtió en el material de impresión fotográfica más difundido. Comenzaron a aparecer los fotógrafos callejeros y el costo era significativamente menor, lo que representó un paso decisivo en el desarrollo de la fotografía.

“La naturaleza que habla a la cámara es distinta de la que habla a los ojos; distinta sobre todo porque un espacio elaborado inconscientemente aparece en lugar de un espacio que el hombre ha elaborado con consciencia.” (Benjamin, 1982:67) Gracias a las posibilidades técnicas ahora podía observarse la fracción de segundo en que *El caballo en movimiento* levanta sus cuatro patas del suelo, las posturas del hombre al caminar, es decir, comenzó a registrarse la acción.

Estas impresiones también dieron lugar a una nueva posibilidad de distribución de la imagen fotográfica: el álbum familiar. “En la fotografía, el valor exhibitivo comienza a reprimir en toda la línea al calor cultural. Pero éste no cede sin resistencia. Ocupa una última trinchera que es el rostro humano.[...] El valor cultural tiene su último refugio en el culto al recuerdo de los seres queridos, lejanos o desaparecidos.” (Benjamin, 1982:31)

Hasta este momento podemos identificar el uso de la fotografía con una función de registro. Pero este se extendería más allá con dos manifestaciones concretas: la estereografía y las cartas de visita.

Las primeras fotografías en que se captó el movimiento de manera regular, fueron las vistas estereoscópicas de calles urbanas, pobladas con las figuras minúsculas de sus peatones, en Edimburgo y Nueva York.

En el Río de la Plata, los estudios fotográficos fueron escasos durante la etapa del daguerrotipo, pero cuando el francés Disdéri patentó en 1854 su revolucionaria “carte-de-visite” que permitía al cliente retirarse con doce pequeños retratos en distintas poses por un precio muy inferior al daguerrotipo, los locales se multiplicaron. Entre 1865 y 1870 las *cartes de visite*, eran utilizadas como tarjetas de presentación, fueron el único proceso fotográfico utilizado en Buenos Aires.

El retrato fotográfico se había extendido a todo el mundo y la fotografía comenzó a moverse entre las manifestaciones estéticas y el entretenimiento. Se terminó la época de posar en forma organizada, ahora se captaba el mundo en movimiento.

La fotografía así entendida tomó espacio en diversas obras artísticas y confirmó su presencia constante en los medios de comunicación de masas. “Efectivamente, la fotografía es un elemento importante del discurso informativo (a veces, el único en el caso del ‘reportaje gráfico’); de la edición de libros y revistas y, en general, de todo tipo de publicaciones impresas; del diseño comercial, periodístico y publicitario, etc. Otros medios como el cine y la televisión existen gracias a la experiencia acumulada por la fotografía.” (Martínez de Aguirre, Biselli, Marengo, 2001:37)

Se llevaron a cabo grandes esfuerzos para lograr imágenes de los objetos en color natural. En 1861, el físico James Clerk Maxwell obtuvo la primer foto en color. En 1871 se inventó el gelatino-bromuro y comenzó el proceso de standarización de materiales y procesos, que concluyó en la utilización de la celulosa como superficie fotográfica. En 1880 se patentó el nuevo sistema de color en la fotografía, a cargo de León Favre.

Cuando George Eastman lanzó en 1888 la cámara Kodak Brownie, inició una nueva etapa en la masificación fotográfica. Para empezar era portátil, mucho más pequeña y liviana. En segundo lugar la Brownie incluía una cinta de celuloide sensibilizada y enrollada. El lanzamiento del rollo fue el gran aporte de Eastman, pues permitió sustituir a las placas de cristal y reducir su precio. Se inició así el proceso de industrialización de impresión de película fotográfica, y comercialización de la fotografía.

“La cámara se empequeñece cada vez más, cada vez está más dispuesta a fijar imágenes fugaces y secretas cuyo shock suspende en quien las contempla el mecanismo de asociación. En este momento debe intervenir la leyenda, que incorpora a la fotografía en la literaturización de todas las relaciones de la vida, y sin la cual toda construcción fotográfica se queda en aproximaciones.” (Benjamin, 1982:82)

En los comienzos del SXX, la tecnología permitió cámaras de portabilidad sin precedente como la Leica 1. La sensibilidad de las películas fue mejorando hasta ofrecer a los consumidores la posibilidad de realizar tomas en condiciones de luz antes imposibles.

Otros avances como la aparición del flash electrónicos o la popularización de la fotografía color con la propia Kodak y la Agfa aseguraron una cámara fotográfica en cada hogar del mundo.

De esta forma, en las primeras décadas del siglo, la industria fotográfica inició su etapa de masificación. La fotografía se convirtió de un modo de entretenimiento que con el paso del tiempo llegó a ser casi una necesidad. La fotografía comenzó a ocupar un lugar de privilegio en el seno familiar y luego en el diseño del sí.

“La fotografía, con su bajo coste y disponibilidad, democratizó la imagen visual y creó una nueva relación con el espacio y el tiempo del pasado.” (Mirzoeff; 1999: 101) Una cámara nos permite captar un determinado momento en el tiempo y hablar sobre lo que “estuvo ahí”.

Pero no iba a detenerse allí. Eliminar la mano humana en la copia y en la coloración, reducir los tiempos de exposición y obturación, mejorar la calidad de los sensores. El desarrollo tecnológico se dio paralelamente a una búsqueda permanente de la instantaneidad. Desde el primer momento se intuyó que, de todos los medios de expresión, la fotografía es el único que fija el instante.

El concepto del “instante decisivo” implica que el fotógrafo anticipe un “...momento importante en el flujo constante de la vida y lo capta en una fracción de segundo”. (Cartier-Bresson, 2003:18) El “instante decisivo” “permite sorprender la vida, nos dice Cartier-Bresson, «¡en flagrante delito! »

“El fotógrafo se limita a mostrar las agujas del reloj pero escoge el instante: «Yo estaba ahí y así era la vida en ese instante tal como yo la vi».” (Cartier-Bresson, 2003:23) Con esta afirmación, aceptamos que la naturaleza del signo es construida.

Toda fotografía es hecha a partir de elecciones. Esas elecciones pueden darse a partir del encuadre, recortes, ajustes focales, iluminación y otros detalles que llevan a que ella no sea la reproducción sino construcción de un sentido.

Como señala Philippe Dubois, todo acto fotográfico implica la elección de punto de vista en la imagen, es decir, al tomar una fotografía realizamos un gesto de corte:

“Temporalmente (...) la imagen-acto fotográfico interrumpe, detiene, fija, inmoviliza, separa, despega la duración captando sólo un instante. Espacialmente, de la misma manera, fracciona, elige, extrae, aísla, capta, corta una porción de extensión. La foto aparece así, en el sentido fuerte, como una tajada única y singular de espacio-tiempo, literalmente cortada en vivo” (Dubois; 1986: 141).

El poder de la técnica nos permite organizar el espacio y el tiempo, desagregar sus relaciones. El campo fotográfico se define como el espacio representado en la materialidad de la imagen, el espacio de la representación fotográfica. Pero la compresión e interpretación del campo visual presupone siempre la existencia de un fuera de campo, que lo sustenta.

La imagen fotográfica no es copia sino emanación del referente: inscripción inmediata de su presencia ahora diferida en tiempo y espacio. “La fotografía jamás miente o mejor, puede mentir sobre el sentido de la cosa, siendo tendenciosa por naturaleza, pero jamás podrá mentir sobre su existencia... Toda fotografía es un certificado de presencia.” (Barthes, 1992: 136)

Tiene una gran ventaja en este sentido, la realidad del objeto “contagia” de realidad a su imagen. Esta transferencia de realidad se puede explicar no sólo por su iconicidad, sino también por instaurar la referencia mediante la huella. Este proceso es conocido en semiótica como signo indicial.

El índice crea un tipo de signos que puede o no parecerse a la cosa que representa. Peirce habla de este eje físico sobre el cual tiene lugar el proceso de referencia cuando considera la fotografía como un ejemplo de la categoría de signos indiciales.

Para Peirce “es un signo, o representación, que refiere a su objeto no tanto por alguna similitud o analogía de éste, ni porque esté asociado con caracteres generales que ese objeto poseería, sino porque está en una conexión dinámica (incluyendo espacial) tanto con el objeto individual, por un lado, como con los sentidos o memoria de la persona para quien sirve de signo, por la otra...” (Peirce, 1988:107)

El signo indicial tiene una relación de contigüidad existencial con su objeto. Por eso a veces, la realidad recurre a la fotografía para probar su existencia. Las fotos suelen funcionar como prueba y testimonio por su indicialidad, y refuerza la credibilidad documental de un hecho.

La fotografía asume el carácter de verdadero, y es asociada como reproductora de realidades, como afirma Dubois “[...] la fotografía es considerada la imitación más perfecta de la realidad. Y, de acuerdo con los discursos de la época, esa capacidad mimética procede de su naturaleza técnica, de su procedimiento mecánico que permite hacer aparecer una imagen de manera “automática”, “objetiva”, “casi natural” (siguiendo tan solo las leyes de la óptica y de la química), sin que la mano del artista intervenga directamente. (Dubois, 2006:27)

El enunciador se coloca como manipulador de los discursos enunciados llevando al enunciatario a creer en los valores allí colocados. Se trata de un discurso que produce un efecto de verdad, construido para parecer verdadero.

Se caracteriza por ser creíble como documento, por ofrecer una representación verosímil de la realidad. Muestra una tensión entre sus niveles denotativo y connotativo, no obstante, quedaría siempre a salvo el carácter de “index” de la fotografía.

En la huella de lo real tienen un importante papel el tiempo y el espacio fotográficos. Así como explicamos del tiempo, lo esencial en el espacio fotográfico es lo que relaciona la representación del espacio con la exterioridad de la propia imagen en el momento de ser percibida por el espectador.

Como es sabido, con los rollos de película no podíamos saber cómo había salido la foto. La única opción para conocer su contenido era revelarlos. Esto cambió en 1948 de la mano de Edwin Lan, con la Polaroid. Desde ese momento, pudo observarse en vivo la tajada de espacio-tiempo tomada. La instantánea causó furor y fue un anticipo del período de digitalización de la fotografía.

Usos y actualidad

A los cambios tecnológicos descriptos hay que sumarle el hecho de que en 1990 comienza a funcionar la red de alcance mundial, la World Wide Web (www), montada sobre Internet. El mundo dio un salto cuando las computadoras personales, ya entonces bastante difundidas, se interconectaron con servidores en todo el mundo mediante una red informática con un protocolo especial de comunicación. Hoy todos conocemos esa red como Internet.

El inglés Tim Berners-Lee transformó lo que hasta entonces era una simple red de intercambio de datos entre investigadores, en otra red que puede ser usada por cualquier persona, tal como Gates y Jobs llevaron a la práctica la idea de las ventanas en la interfaz de las computadoras. “Parte de la celebridad de Steve Jobs y Bill Gates radica en transformar a la computadora en algo ‘amigable’ (tal fue durante mucho tiempo el slogan publicitario de la pc), de fácil acceso a cualquier usuario.” (Rodríguez, 2012:98).

Por el mismo momento, comenzaron a aparecer las primeras y carísimas cámaras fotográficas digitales. Prodigios de la tecnología, prescindían del rollo tradicional y podían capturar imágenes de 640x480 pixeles que se veían impresionantes en los monitores VGA. Pronto aparecieron las primeras cámaras portátiles con resoluciones superiores a los 2 megapíxeles y en 2002 comenzaron a popularizarse los modelos réflex Canon y Nikon con precios inferiores a los mil dólares. Así finalmente la tecnología digital reemplazó la foto en papel.

Además, desde la concreción del chip, se produjo un proceso de digitalización de buena parte del equipo técnico mundial. Todo aparato puede ser convertido en un dispositivo de información. Algunas máquinas son por definición ‘de información’ como un reloj o un satélite, pero otras han sido convertidas en tales: la heladera, un auto o un avión.

“Ahora bien, si fue posible semejante transformación en tan poco tiempo, su motivo es la multiplicación de las tecnologías de transmisión de datos. A la prensa escrita hay que sumar, en un período de apenas un siglo y medio, la invención del telégrafo, del teléfono y de los medios masivos de comunicación (la radio y la televisión), junto con otras

innovaciones que retroalimentan la importancia de estos medios, como la fotografía y el cine. Más aún, se produjo paralelamente una revolución en los medios del transporte con la creación del tren, del auto, del avión y del barco de vapor.” (Rodríguez, 2012:15)

Con la disminución del tamaño de sus componentes, la computadora diseminada en varios dispositivos bajo la forma del microprocesador invadió la vida cotidiana, escapando del escritorio. A partir de este momento, según Rodríguez, estamos inmersos en la era de la información.

Con el nuevo milenio, llegaron los teléfonos móviles con cámara integrada. Primero se comercializaron en Japón, luego en Europa y Estados Unidos. El Sanyo SCP-5300 fue el primero en cruzar el Atlántico y contaba con 0.3 píxeles de resolución y podía almacenar hasta 20 fotos. “Dado que los aparatos móviles son «personales, portátiles, y se puede caminar con ellos» («personal, portable, pedestrian»), van pegados al cuerpo como los relojes, y son útiles para un gran abanico de prácticas sociales además de la función primaria comunicativa, su adopción ha sido rápida. Por tanto, como elementos de la rutina diaria, las tecnologías inalámbricas, especialmente los teléfonos móviles, tienen la consideración de instrumentos esenciales de la vida contemporánea. Cuando fallan, los usuarios suelen tener un sentimiento de pérdida como resultado de la relación de dependencia que han establecido con la tecnología” (Castells, 2007:127)

En menos de una década, surgió una nueva infraestructura de socialización que venía a unir estas tecnologías: los social media, definidos como: “Grupo de aplicaciones basadas en internet que construyen los cimientos tecnológicos e ideológicos de la Web 2.0 y que permiten la creación e intercambio de contenido creado por los usuarios” (Kaplan & Haenlein, 2010: 60)

En este entorno, la fotografía recobró protagonismo en las industrias de comunicación de masas. La cámara fotográfica incorporada al Smartphone se tornó una herramienta de comunicación de masas universal. “La masa es una matriz de la que actualmente surge, como vuelto a nacer, todo comportamiento consabido frente a las obras artísticas. La cantidad se ha convertido en calidad: el crecimiento masivo del número de participantes ha modificado la índole de su participación.” (Benjamin, 1982:52) Al incorporarse a los

celulares, llegamos a la fase más avanzada de la cámara fotográfica como tecnología de transmisión de datos.

“En el plazo de unos 10 años, la telefonía móvil ha pasado de ser una tecnología al alcance de unos cuantos privilegiados a convertirse en una tecnología dominante. El auge de la telefonía móvil a nivel mundial puede fijarse a mediados de los años noventa, cuando la proporción de móviles en relación a teléfonos fijos pasó de un 1:38 (1991) a 1:8 (1995).³ En el año 2000, había un teléfono móvil por casi dos teléfonos fijos, y en 2003, las suscripciones de telefonía móvil superaban por vez primera a la telefonía fija.” (Castells, 2007:20)

Este marco, hace de toda la humanidad una familia de ojos extensa. “Las transformaciones físicas y sociales que quitaron a los pobres de la vista, ahora los traen de nuevo directamente al campo visual de todos. [...] Los bulevares de Haussmann transforman lo exótico en inmediato; la miseria, que había sido un misterio, es ahora un hecho. La manifestación de las divisiones de clase en la ciudad moderna abre nuevas divisiones internas en el ser moderno”. (Berman, 2011: 153)

Podemos hablar entonces, de una nueva cultura visual. Como anticipó Paul Valery, estamos provistos de imágenes y sonidos que acuden a un pequeño toque, casi a un signo.

La cámara fotográfica ha cambiado nuestra relación con el mundo, cuya comprensión o desfiguración se nos presenta ya inevitablemente mediada por sus imágenes. “Uno de los rasgos más chocantes de la nueva cultura visual es el aumento de la tendencia a visualizar cosas que no son visuales en sí mismas. Este movimiento intelectual cuenta con la inestimable ayuda del desarrollo de la capacidad tecnológica, que hace visibles cosas que nuestros ojos no podrían ver sin su ayuda: desde el descubrimiento accidental de los rayos X...” (Mirzoeff; 1999: 22)

A lo largo de la historia visual de la humanidad, ciertos temas y ángulos han sido privilegiados: la guerra, el trabajo, el territorio, la marginalidad, la violencia, han sido frecuentemente representados, mientras otras cuestiones permanecen en la periferia de los regímenes representativos.

“Por limitado que sea, el ejemplo de Gizeh nos esclarece sobre la constitución de regímenes representativos, donde se conjugan figuraciones que los individuos aceptan y que utilizan creyendo observar las cosas que los rodean cuando no hacen más que repetir, a través de las preocupaciones de su medio, las imágenes que circulan a su alrededor.” (Sorlin; 2004: 8)

Lo visual es un lugar donde se crean y se discuten los significados. Como señala Didi-Huberman, “...ni el objeto, ni el sujeto, ni el acto de ver finalizan lo que es visible en el sentido que nos ofrecería un término discernible, nombrable y susceptible de una verificación tautológica del tipo: «La encajera de Vermeer, es una puntillera, nada más, nada menos.» Para él, hacer ver es inquietar la mirada en el acto de ver y en su sujeto; ver es siempre una operación del sujeto, por lo tanto abierta, agitada, dividida.” (Margarita Ledo, p. 143, 1998)

Gracias a la fotografía, y especialmente en esta época donde la mayor parte de los ciudadanos poseen smartphones con cámaras integradas, la cultura de la imagen llegó para quedarse.

Actualmente la cámara trasera de los nuevos equipos (como el Samsung Galaxy 7Edge y el iPhone 6sPlus) cuentan con 12 megapíxeles, filman video en 4k (cuatro veces la resolución HD de 1.920×1.080) y pueden almacenar entre 7000 y 56000 fotos con su capacidad de 128 gb. También han incorporado una segunda cámara frontal de gran calidad para su utilización en selfies o autorretratos.

Además, la incorporación de nuevas herramientas a las aplicaciones de edición de imágenes, abrió un amplio abanico de posibilidades dentro de ellos. Con el fotomontaje “esta nueva técnica que le lanza un desafío a la representación pictórica, a través de la foto como expresión, no como imitación...” (Ledo, 1998: 52) es posible connotar lo real, variar su significado, a partir de fragmentos de la realidad.

La técnica va alterar el plano indicial de la fotografía para poner énfasis en el mensaje connotado. Lejos de ser neutral, la técnica fotográfica es hija de una determinada ideología. La prensa gráfica y la propaganda política fueron los primeros en utilizar los trucajes. Pero

también muchas corrientes artísticas comenzaron a experimentar en la intervención de imágenes.

Desde este punto de vista pierde todo sentido la oposición fotografía-arte fotografía-verdad. “La foto, por su valor indicial, porque arrastra un virtual rol de documentación, se transforma en el corazón de esta práctica antipositivista, contra la academia, contra el establishment y contra el genio burgués, empeñado en seguir separando Belleza y Verdad, alejando las propuestas estéticas de la intervención y de la opinión política.” (Ledo, 1998: 52)

La digitalización expandió un universo de posibilidades de intervención de imágenes, que no se reduce a la yuxtaposición de fotografías. Ya no es necesario pasar las fotos a la computadora para editarlas. Gracias a las innumerables aplicaciones gratuitas podemos corregir brillo, exposición y contraste, realzar, destacar, atenuar, aplicar efectos y filtros, cambiar su orientación, recortar, desenfocar, darle nitidez, viñetear, sumarle pegatinas, marcos, memes y dibujos. Blanquear dientes, corregir ojos rojos y crear collages de manera predeterminada. Con los softwares de detección de rostro, incluso, podemos aplicar filtros mientras tomamos una fotografía y la transmitimos en vivo por SnapChat, vomitando arco iris de colores o usando orejas de perro.

Nicholas Mirzoeff denomina a este momento de la fotografía como posfotografía. “La posfotografía es la fotografía de la era electrónica que ya no intenta reflejar el mundo sino que se encierra en sí misma para explorar las posibilidades de un medio liberado de la responsabilidad de señalar la realidad” (Mirzoeff; 1999:122)

En este breve repaso a través de la historia de la fotografía podemos encontrar distintas funciones que van surgiendo a partir de sus posibilidades técnicas para acumularse hoy en día: desde el registro y la manifestación estética, hacia su función informativa y de esparcimiento.

Inicialmente, los efectos sociales de la fotografía fueron profundamente democratizadores: surge junto con la prensa popular, uno de los medios que más contribuiría a ampliar el ámbito de representación de las verdades científicas, sociales,

culturales, políticas, de la época en el espacio público. De a poco los medios contemporáneos se transformaron en una máquina de producción de imágenes.

Los medios de comunicación y las redes sociales como YouTube, Facebook, Instagram, Snapchat y Twitter brindan a la población la posibilidad de presentarse ante el mundo mediante sus fotos, videos y textos. Mientras tanto, como afirma Boris Groys, “estamos condenados a ser nuestros propios diseñadores” (Groys, 2014: 35).

“Ser un artista ha dejado de ser un destino exclusivo, y en cambio se ha vuelto una característica de la sociedad como totalidad, en su nivel más íntimo, cotidiano y corporal.” (Groys, 2014:131) El que produce su persona pública e individualizable realiza una práctica autopoietica que puede ser interpretada como “un tipo de producción comercial de la imagen, como el desarrollo de una marca o el trazado de una tendencia”. (Groys, 2014:17)

En estas instancias se practica el diseño como producción de diferencias y “aunque no todos producen obras, todos son una obra. A la vez, se espera que todo el mundo sea su propio autor.” (Groys, 2014:40)

Esto, sumado a las opciones del broadcasting, implica que tenemos que aprender a vivir en un estado de exposición mediática. “La vida cotidiana comienza a exhibirse a sí misma – a comunicarse como tal- a través del diseño o de las redes contemporáneas de comunicación participativas y se vuelve imposible distinguir la representación de lo cotidiano de lo cotidiano mismo.” (Groys, 2014:117) Atrapo lo que soy y lo que me rodea, lo construyo y comparto al instante.

Con la fotografía digital, la creencia ya no descansa en la indicialidad de la imagen, su impregnación física con el referente. Lo real es lo que, en cada red, la referencia al otro hace creer.

Como anticipó DeCerteau, “la cita será pues el arma absoluta del hacer creer. Porque apuesta a lo que el otro supuestamente cree; es pues el medio a través del cual se instituye algo "real". Citar al otro en su favor es, por tanto, hacer creíbles los simulacros producidos en un sitio particular.” (DeCerteau, 1996:204). Circular por las redes es una actividad plena de interpretación de signos con un contrato específico de confianza.

Capítulo II. La fotografía y el espacio urbano

La necesidad de adueñarse del objeto, del sí mismo, en la imagen, se remonta a una época de inventos e inquietudes canalizadas por el discurso científico, un período donde se impone la Razón, triunfa el capitalismo liberal y la figura de sujeto. Conocemos ésta época, que se extiende hasta el presente, como Modernidad.

La Modernidad es "...una forma de experiencia vital –la experiencia del tiempo y el espacio, de uno mismo y de los demás, de las posibilidades y los peligros de la vida- que comparten hoy los hombres y mujeres de todo el mundo." (Berman, 2011:1)

Berman va a diferenciarla de los procesos que le dieron origen y las ideas que generaron. "En el siglo XX los procesos sociales que dan origen a esta vorágine, manteniéndola en un estado de perpetuo devenir, han recibido el nombre de «modernización». Estos procesos de la historia mundial han nutrido una asombrosa variedad de ideas y visiones que pretenden hacer de los hombres y mujeres los sujetos tanto los objetos de la modernización, darles el poder de cambiar el mundo que está cambiándoles, abrirse paso a través de la vorágine y hacerla suya. A lo largo del siglo pasado, estos valores y visiones llegaron a ser agrupados bajo el nombre de «modernismo»." (Berman, 2011: 2) Ser modernos, decía, es experimentar la vida como una vorágine, en perpetuo cambio.

Además, siguiendo a Schorske, "La palabra 'moderno' se ha utilizado para distinguir la percepción de nuestra vida y nuestra época de la de todo lo que hubo antes, de la historia en su conjunto, como tal. La arquitectura moderna, la música moderna se definen no a partir del pasado sino en contra del pasado, con independencia de él." (Schorske, 2011:15) El

hombre moderno arquetípico es un peatón lanzado a la vorágine del tráfico de una ciudad, por oposición en principio, al campo.

En *La invención de lo cotidiano*, Michel de Certeau explica que la ciudad es el espacio en el que las estrategias de los entes de poder, conforman el mapa por el que navegan los hombres ordinarios, participantes activos que interaccionan y practican diversas tácticas de negociación en los usos mediático-culturales. “El vagabundeo que multiplica y reúne la ciudad hace de ella una inmensa experiencia social de la privación de lugar; una experiencia, es cierto, pulverizada en desviaciones innumerables e ínfimas (desplazamientos y andares), compensada por las relaciones y los cruzamientos de estos éxodos que forman entrelazamientos, al crear un tejido urbano, y colocada bajo el signo de lo que debería ser, en fin, el lugar, pero que apenas es un nombre, la Ciudad.”(De Certeau, 1996: 115)

La “ciudad”, como afirma, está instaurada por el discurso utópico y urbanístico; y definida por la posibilidad de una triple operación:

- “1. la producción de un espacio *propio* [...]
2. la sustitución de las resistencias inasequibles y pertinaces de las tradiciones, con un *notiempo*, o sistema sincrónico [...]
3. en fin, la creación de un *sujeto universal* y anónimo que es la ciudad misma como en su modelo político -el Estado de Hobbes- es posible atribuirle poco a poco todas las funciones y predicados, hasta ahí diseminados y asignados entre múltiples sujetos reales, grupos, asociaciones, individuos.” (DeCerteau, 1996:106)

La ciudad funciona como un concepto totalizador y mítico, es objeto de intervenciones y sujeto enriquecido sin cesar con nuevos atributos. Sirve para enunciar un orden. "La

ciudad", como nombre propio, ofrece de este modo la capacidad de concebir y construir el espacio a partir de un número finito de propiedades estables, aislables y articuladas unas sobre otras.” (DeCerteau, 1996:106)

Pero la ciudad es un espacio mediático por definición. Para entender su funcionamiento es indispensable efectuar el pasaje de un análisis de su organización como espacio físico real a uno en el que la problemática principal reside en su caracterización como espacio virtual de conocimiento. La ciudad es una experiencia colectiva definida por sus propios acontecimientos imaginarios. “La organización funcionalista, al privilegiar el progreso (el tiempo), hace olvidar su condición de posibilidad, el espacio mismo, que se vuelve lo impensado de una tecnología científica y política. Así funciona la ciudad-Concepto.” (De Certeau, 1996: 107)

Podemos nombrar como ejemplo claro de esto, lo sucedido con la Viena de fin de siglo. En 1860 los liberales asumieron el gobierno de la ciudad de Viena, que se convirtió en su bastión político, capital económica y centro de su vida intelectual. El eje de la reconstrucción fue el boulevard Ringstrasse. Con un gran complejo de hogares y edificios públicos, esta calle separaba la ciudad antigua de los suburbios. “Gracias a su homogeneidad estilística y sus dimensiones, la `Viena de la Ringstrasse` se convirtió para los austríacos en un concepto con entidad propia, una evocación de las características de una época, equivalente a las nociones de ‘victoriano’ para los ingleses...”. (Schorske, 2011:49)

Al estudiar la historia de esta ciudad, Schorske trata el tema de la Ringstrasse como expresión visual de los valores de una clase social. “Los objetivos prácticos que podrían alcanzarse con el nuevo diseño de la ciudad estaban claramente subordinados a la función simbólica de la representación. [...] Con una concisión mayor que la de cualquier otra

fuente, el gran foro levantado a lo largo de la Ringstrasse, con sus monumentos y residencias, proporciona un signo iconográfico del espíritu del ascendente liberalismo austríaco.” (Schorske, 2011:51)

Tomadas en su conjunto, las construcciones expresaron los valores más elevados de la cultura liberal reinante, con las instituciones políticas de un estado constitucional y las escuelas para educar a la elite. “La ancha avenida no mira a los edificios sino que estos se orientan de forma separada en dirección a ella, que sirve como único principio de coherencia organizativa.” (Schorske, 2011:60)

Los diseñadores de la Ringstrasse organizaron todos los elementos en relación con la avenida central. Esta organización espacial y estética, pone de manifiesto las necesidades y aspiraciones de los constructores y sus clientes. “En la ciudad del siglo XIX, la vida privada y la vida laboral, la vivienda y la tienda o la oficina se fueron separando poco a poco y los edificios de departamentos reflejaron ese cambio. Las construcciones de la Ringstrasse constituyen una muestra de la transición que existió en ese aspecto de la experiencia urbana.” (Schorske, 2011:71) La Ringstrasse, en conclusión, es la encarnación espacial en piedra de un conjunto de valores sociales.

El boulevard fue un espacio social creado en este entorno. “El signo distintivo del urbanismo del siglo XIX fue el bulevar, un medio para reunir materiales y fuerzas humanas explosivos; el sello del urbanismo del siglo XX ha sido la autopista, un medio para separarlos” (Berman, 2011: 165)

Este nuevo espacio físico resultaba revolucionario en el contexto de la vida urbana. “La nueva construcción echó abajo cientos de edificios, desplazó a miles de personas, destruyó barrios enteros que existían desde hacía siglos. Pero abrió la totalidad de la ciudad, por primera vez en su historia, a todos sus habitantes. Ahora, finalmente, era posible

desplazarse dentro de los barrios sino a través de ellos. Ahora, después de siglos de vivir como una yuxtaposición de células aisladas, París se estaba convirtiendo en un espacio físico y humano unificado” (Berman, 2011: 150) Los nuevos bulevares permitirían que el tráfico circulara por el centro de la ciudad, pasando directamente de un extremo a otro.

“Los bulevares de Napoleón-Haussmann crearon nuevas bases –económicas, sociales, estéticas- para reunir enormes cantidades de personas. [...] Hacia 1880, el modelo era generalmente aclamado como el modelo mismo del urbanismo moderno. Como tal, no tardó en ser impuesto a las ciudades que surgían o se extendían en todos los rincones del mundo.” (Berman, 2011: 151)

Pero además deben ser vistos, como la construcción y el desarrollo de Viena y Nueva York durante el siglo pasado: “...como una acción y comunicación simbólica: no ha sido concebida y ejecutada simplemente para satisfacer unas necesidades políticas y económicas inmediatas, sino –lo que es al menos igual de importante- para demostrar al mundo entero lo que pueden construir los hombres modernos y cómo puede ser imaginada y vivida la vida moderna.” (Berman, 2011: 302)

Sin embargo, siguiendo a deCerteau, “La presencia y la circulación de una representación (enseñada como el código de la promoción socioeconómica por predicadores, educadores o vulgarizadores) para nada indican lo que esa representación es para los usuarios. Hace falta analizar su manipulación por parte de los practicantes que no son sus fabricantes. Solamente entonces se puede apreciar la diferencia o la similitud entre la producción de la imagen y la producción secundaria que se esconde detrás de los procesos de su utilización.” (DeCerteau, 1996: XLIII)

La geografía de la ciudad es lo dado, lo instituido y el murmurar de la sprácticas de sus habitantes, con sus tácticas, la cartografía invisible y mutante, aquello que la habita, la

transforma y la redefine. La ciudad es un espacio apropiado, intervenido y transformado por sus habitantes, caminantes y visitantes, que desvían, borran y llenan de sentido esa geografía citadina tanto en su andar como en las redes.

Nuestra investigación se sitúa dentro de esta diferencia. “En lingüística, la "realización" no es la “competencia”; el acto de hablar (y todas las tácticas enunciativas que implica) no se reduce al conocimiento de la lengua. Al ubicarse en la perspectiva de la enunciación, propósito de este estudio, se privilegia el acto de hablar: opera en el campo de un sistema lingüístico; pone en juego una apropiación, o una reapropiación, de la lengua a través de los locutores; instaura un presente relativo a un momento ya un lugar; y plantea un contrato con el otro (el interlocutor) en una red de sitios y relaciones. Estas cuatro características del acto enunciativo ' podrán reencontrarse en muchas otras prácticas (caminar, cocinar, etcétera)” (DeCerteau, 1996: XLIII) y en la fotografía que será nuestro punto de partida.

“La ciudad-panorama es un simulacro "teórico" (es decir, visual), en suma un cuadro, que tiene como condición de posibilidad un olvido y un desconocimiento de las prácticas. El dios mirón que crea esta ficción literaria y que, como el de Schreber, sólo conoce cadáveres,' debe exceptuarse del oscuro lazo de las conductas diarias y hacerse ajeno a esto. Es "abajo" al contrario (*down*), a partir del punto donde termina la visibilidad, donde viven los practicantes ordinarios de la ciudad. Como forma elemental de esta experiencia, son caminantes, *Wandersmiinner*, cuyo cuerpo obedece a los trazos gruesos y a los más finos [de la caligrafía] de un "texto" urbano que escriben sin poder leerlo.”(DeCerteau, 1996:105)

Pero “el incipiente tráfico de la calle y el bulevar, no conoce límites espaciales o temporales, inunda todos los espacios urbanos, impone su ritmo al tiempo de cada cual, transforma la totalidad del entorno moderno en un «caos en movimiento »” (Berman, 2011:

159) La modernización de la ciudad inspira e impone a la vez modernización de las almas de sus ciudadanos.

Esta movilidad abre un gran número de experiencias y actividades nuevas a las masas urbanas. Para acercarnos a ellas, trataremos las tácticas subyacentes a su caminar por el Boulevard Oroño.

En este caso resulta de utilidad el concepto de táctica de Michel de Certeau: "...llamo "táctica" a un cálculo que no puede contar con un lugar propio, ni por tanto con una frontera que distinga al otro como una totalidad visible. La táctica no tiene más lugar que el del otro." (DeCerteau, 1996: XLIX) Además, debe actuar con el terreno que le impone y organiza la ley de una fuerza extraña. Obra de a poco, aprovechando las ocasiones en territorio enemigo, caza furtivamente. En suma, es el arte del débil.

Por oposición, la estrategia es el "cálculo (o a la manipulación) de las relaciones de fuerzas que se hace posible desde que un sujeto de voluntad y de poder (una empresa, un ejército, una ciudad, una institución científica) resulta aislable. La estrategia postula *un lugar* susceptible de ser circunscrito como *algo propio* y de ser la base donde administrar las relaciones con *una exterioridad* de metas o de amenazas (los clientes o los competidores, los enemigos, el campo alrededor de la ciudad, los objetivos y los objetos de la investigación, etcétera)." (DeCerteau, 1996: 42)

Mucha de las prácticas cotidianas, como hablar, leer, cocinar y circular son de tipo táctico. Creemos que a través de las fotografías tomadas en el andar, podemos acercarnos a las tácticas de apropiación del espacio urbano en el caminar. Son artes del hacer, éxitos del débil o astucias de cazadores poéticos y guerreros como los llama DeCerteau.

Todas ellas, que parecen constituir puntos pasivos, son en realidad actividades productivas. "En realidad, la actividad lectora presenta al contrario todos los rasgos de una

producción silenciosa: deriva a través de la página, metamorfosis del texto por medio del ojo viajero, improvisación y expectación de significaciones inducidas con algunas palabras, encabalgamientos de espacios escritos, danza efímera. Pero inepto para el almacenamiento (salvo cuando él escribe o "graba" en su memorial). El lector no se asegura contra el deterioro del tiempo (se olvida al leer y olvida lo leído) sino mediante la adquisición del objeto (libro, imagen) que sólo es el sucedáneo (el vestigio o la promesa) de instantes "perdidos" al leer. Insinúa las astucias del placer y de una reapropiación en el texto del otro: caza furtivamente, se transporta, se hace plural como los ruidos de los cuerpos. Ardid, metáfora, combinatoria, esta producción es también una "invención" de memoria. Hace de las palabras las salidas de historias mudas. Lo legible se transforma en memorable” (DeCerteau, 1996: LII)

Podríamos decir lo mismo de la fotografía. La producción fotográfica al atrapar el instante para que no se nos escurra entre las manos es también una invención de memoria. Los peatones en las calles mediante sus giros y desvíos, los acentos puestos en un edificio o una baldosa, hacen mover los bosques de sus deseos, con sus propios códigos los vuelven metáforas y elipsis de sus cacerías. Se abre una nueva posibilidad de habitar el espacio al reintroducir en el la movilidad plural de intereses.

Si consideramos como hipótesis que todos estos usos competen al consumo, podemos aplicar el modelo de la enunciación a muchas operaciones no lingüísticas, como el caminar y el fotografiar. “Indisociable del *instante* presente, de circunstancias *particulares* y de un *hacer* (producir a partir de la lengua y modificar la dinámica de una relación), el acto de decir es un uso *de* la lengua y una operación *sobre* ella.” (DeCerteau, 1996: 39)

“El acto de caminar es al sistema urbano lo que la enunciación (el *speechact*) es a la lengua o a los enunciados realizados. Al nivel más elemental; hay en efecto una triple

función "enunciativa": es un proceso de *apropiación* del sistema topográfico por parte del peatón (del mismo modo que el locutor se apropia y asume la lengua); es una realización espacial del lugar (del mismo modo que el acto de habla es una realización sonora de la lengua); en fin, implica *relaciones* entre posiciones diferenciadas, es decir "contratos" pragmáticos bajo la forma de movimientos (del mismo modo que la enunciación verbal es "alocución", "establece al otro delante" del locutor y pone en juego contratos entre locutores). El andar parece pues encontrar una primera definición como espacio de enunciación. (DeCerteau, 1996:110)

El paisaje urbano, fue también el espacio de enunciación de los pioneros de la fotografía. La primera imagen que se conoce como fotografía, fue obtenida por Niepce y representa el "Punto de vista desde la ventana de Gras" en 1826. En el caso de Daguerre se trata de una panorámica de la ciudad de París tomada desde lo alto de una esquina de una gran avenida de 1836. En ella aparece una figura humana solitaria, es la primera persona fotografiada. Y en el caso de Talbot en 1843 registra una imagen de un boulevard de París desde lo alto. No es casual que en los tres casos se trate de fotografías tomadas desde cierta altura, nos recuerda el planteo del dios mirón, realizado por DeCerteau.

Lejos están estas prácticas con la fotografía urbana del siglo XX. De las vistas aéreas y los simulacros teóricos, pasó a buscarse la utilización de nuevo instrumental para capturar lo insólito, imágenes que rompan el continuum de la vida en la calle. La historia comienza al ras del suelo, con los pasos, el eco entre los caminantes y el paisaje.

"El espacio urbano, formado por el mundo-ciudad y la ciudad-mundo, los filamentos urbanos, las vías de circulación y los medios de comunicación, resulta hoy en día un espacio complejo, enmarañado, un conjunto de rupturas en un fondo de continuidad, un

espacio en extensión en el que las fronteras se desplazan.” (Augé, 2007: 77) La fotografía urbana es una entremezcla de índices, signos, símbolos e íconos que se transfunden en el encuadre: un auténtico festín semiótico. Podemos definirla como el arte de retratar la ciudad en todos sus aspectos, despertar la ciudad recuerdo.

“En cuanto a la ciudad-recuerdo, a la que recordamos o que despierta a la memoria, sufre las más distintas variaciones y resulta esencial, como sabemos por experiencia, en la relación afectiva que los ciudadanos mantienen con el lugar en el que viven. Sin embargo, la ciudad recuerdo también responde a unas características históricas y políticas: por un lado, cuenta con centros históricos y monumentos; por el otro, con los itinerarios de la memoria individual y el vagar por las calles: esta mezcla hace de la ciudad un arquetipo de lugar en el que se mezclan los puntos de referencia colectivos y las marcas individuales, la historia y la memoria. Así pues, la ciudad es una figura espacial del tiempo en la que se aúnan presente, pasado y futuro.” (Augé, 2007: 78)

En ella convive la arquitectura, con las personas que habitan los espacios y generan una atmósfera única. La fotografía de calle es un estudio de la condición humana. Como apunta Tanya Nagar, aunque no haya nadie en una calle, siempre hay rastros de nuestra presencia: el entorno urbano refleja la interacción que mantenemos con él.

“Frente a los relatos de imágenes, que en adelante ya no son más que "ficciones", producciones visibles y legibles, el espectador-observador sabe bien que sólo son "apariencias", resultados de manipulaciones -"Sé muy bien que eso es una broma"-, pero aun así supone que estas simulaciones tienen la condición de lo real” (DeCerteau, 1996:204)

En estos años, se introdujo una nueva alternativa para la fotografía callejera. Los smartphones resultan una herramienta deficiente para retratar la calle, porque carecen de sensibilidades ISO elevadas, tienen una óptica limitada. Pero de todas formas, cuentan con la enorme ventaja de esconder la cámara, la mayoría de las personas ya no presta atención a alguien con un teléfono en la mano.

En este tipo de fotografía, existen algunas prácticas que podrían considerarse canónicas como ser realizadas en espacios públicos, no ser posadas, más bien directa y sin poetizaciones ni exaltaciones cromáticas o estilísticas.

Algunos temas clásicos son los artistas callejeros, vendedores ambulantes, mendigos, vagabundos e indigentes, personas de espaldas o la yuxtaposición de carteles y transeúntes. El retrato, no cabía en la fotografía urbana, hasta la introducción de las selfies. La ciudad es demasiado grande e impersonal. La calle es de todos y de nadie. El boulevard destruye los límites de separación entre lo público y lo privado.

“El diseño moderno ha transformado la totalidad del espacio social en un espacio de exhibición para un visitante divino ausente, en el que los individuos aparecen como artistas y como obras de arte autoproducidas.” (Groys, 2014:33) El transeúnte es hoy sujeto y objeto de la fotografía callejera. El fotógrafo quiere hacerlo suyo, pero la calle se resiste: es caprichosa.

La estructura social revela de esta forma su extrema complejidad y resiste toda aproximación globalizadora. “Se trata de un verdadero contrato social implícito que está en el origen de la eficacia social del barrio: nadie puede poseer totalmente su texto, pero todos participan en él de una u otra manera.” (DeCerteau, 1996:114)

Cada vez que creamos significado, tenemos un estilo, una modalidad un ritmo, y esto no está ausente en la fotografía. Se da una apropiación creativa del sistema.

Sin bien, como dice Benjamin, “Los métodos mecánicos de reproducción son, en su efecto final, una técnica reductiva, y ayudan al hombre a alcanzar ese grado de dominio sobre las obras sin el cual no sabría utilizarlas” (Benjamin, 1982:78); debemos extender la reflexión desde la técnica hacia la práctica.

Nuestra condición contemporánea no puede reducirse a la ‘pérdida del aura’ de circulación de la copia alejada de su ‘aquí y ahora’, tal como lo describe el famoso ensayo de Benjamin. “Más bien, la época contemporánea organiza un complejo juego de dislocaciones y relocalaciones, de deterritorializaciones y reterritorializaciones, de de-auratizaciones y re-auratizaciones.” (Groys, 2014:63)

Capítulo III. El Caso Oroño

El boulevard

Llamamos calle al espacio público exterior más extenso y común en la ciudad. Solemos usar las expresiones “salí a la calle” al encontrarnos en algún lugar al aire libre, lo cual no significa lo mismo que “estar en la calle” que implica encontrarse desposeído de todo, ni lo mismo que “estar callejeando” que se acercaría a un deambular compartido con amigos.

La calle es una potencialidad absoluta, es una clara oportunidad para el encuentro, salir a ella nos ofrece un potencial de alternativas, es el espacio para la subsistencia y la creación. Ahora bien, existen categorías para la misma, no basta con aplicar un solo término. Con naturalidad, establecemos diferenciaciones sin cuestionar cabalmente las características ni la identidad física que la conforma.

Boulevard es un término francés que proviene del neerlandés bolwerk, ‘bastión’. Su origen se sitúa en las vías que se colocaban alrededor de las fortalezas defensivas de las ciudades. En Argentina llamamos bulevar a las avenidas que tienen una separación o cantero, frecuentemente arbolada entre los carriles que van en una y otra dirección.

Casi toda la ciudad de Rosario sigue el trazado hispano en damero, tomando como guía el trazado del Boulevard Oroño (norte-sur) y la Avenida Pellegrini (este-oeste).

El *Boulevard Santafesino* se inauguró en 1868, como parte de un programa de modernización de la incipiente municipalidad. La forma urbana y el estilo arquitectónico fueron una expresión visual de los valores de una clase social. Rosario era una metrópolis moderna en expansión y los bulevares eran sólo una parte de un amplio sistema de planificación urbana, que incluía mercados centrales, puentes, alcantarillado,

abastecimiento de agua, parques y otros palacios destinados a la cultura. En 1904 se cambió su nombre por el de Bulevar Nicasio Oroño, gobernador de la provincia de Santa Fe en esos años.

Primero fue lugar de las mansiones de las más prestigiosas familias de Rosario, después ocupadas por entidades públicas y casas educacionales. Luego fue la llegada de bares y restaurantes lo que cambió el perfil del bulevar que se movía al ritmo de instituciones y centros de salud. Ahora, los emprendimientos de diseño, indumentaria y galerías de arte apuran la próxima transformación de la zona más aristocrática de la ciudad.

El tradicional bulevar Oroño empezó a transformarse en un paseo comercial con gestiones tendientes a preservar el patrimonio y las propuestas culturales y de apropiación del espacio público, como la experiencia de la Calle Recreativa.

Si las prácticas del espacio tejen las condiciones determinantes de la vida social, debemos pensar cómo estudiarlas, en esta Modernidad cada vez más compleja y mediada por las pantallas.

“La información es el espacio que no cabe en ningún lado porque parece infinito, pero que se expresa por la magia del código en un espacio que se puede ver: una pantalla, una molécula de ADN, una nube de electrones cambiando de configuración. Es la escritura de la que renegaba Sócrates en el diálogo Fedro, y sobre la que Platón montó su broma, pero una escritura que se hace sola, que está llena de memoria y que no se sabe dónde terminará.” (Rodríguez, 2012:136)

Una solución posible, para comprender esta práctica del espacio mediada, es aplicar la metáfora de la autopista de la información. Se llama así a cualquier sistema de transmisión de datos informáticos a gran velocidad y de ámbito mundial.

“La www, conocida como ‘telaraña’, era el fondo sobre el cual Gore proponía las ‘autopistas de la información’. Pues de hecho la eficacia de la World Wide Web dependía de la realización de autopistas gigantes, porque la cantidad de datos que se transferirían de aquí en más era infinitamente superior a la de décadas anteriores. Así fue como con el tiempo se generó la banda ancha, que es la suma de muchísimos carriles en las rutas ya existentes para poder enviar varios paquetes de información al mismo tiempo.” (Rodríguez, 2012:116). En esta modernidad, que vivimos, las autopistas de la información reemplazaron al boulevard.

La diferencia entre calle y avenida está dada por el ancho de las mismas. En cambio, la diferencia con la autopista se basa en la velocidad. Considerada como una de las obras de emplazamiento urbano más complejas, la autopista podría definirse como una vía de transporte que se caracteriza por recibir un importante afluente de automóviles de diverso tipo y por conectar las áreas internas de una ciudad con las de otra.

Si continuamos la metáfora, Instagram supondría un espacio similar al boulevard para el espacio de la web.

La red social

La historia de Instagram comienza con su lanzamiento, de la mano de Kevin Systrom y Mike Krieger, el 6 de octubre de 2010. En un principio la aplicación era sólo para IOS. De 25.000 usuarios que tuvieron en las primeras 24 horas, Instagram creció hasta alcanzar los 300.000 en la tercera semana, y en diciembre llegó a contar con un millón de usuarios registrados.

Su nombre proviene de la combinación de dos conceptos: instant camera (cámara de fotos instantánea) y telegram (telegrama), mientras que su ícono honra las antiguas cámaras Polaroid y Kodak Instamatic. Instagram se identifica por sus conocidos filtros, los cuales también provienen de estas cámaras y hacen alusión a que sus fotos fueron tomadas por las mismas. Por eso también su formato cuadrado, contrastando con la relación de aspecto 16:9 que actualmente usan la mayoría de las cámaras de teléfonos móviles.

Es necesario resaltar su carácter inminentemente móvil. La versión web de la página puede ser utilizada para observar los posts de terceros, pero no permite la publicación de imágenes ni la aplicación de filtros. Funciona como un perfil de usuario que presenta una especie de portfolio de fotografías, almacenando sus posts. En cambio, la versión móvil permite la utilización de todas las funcionalidades de la plataforma sin limitaciones.

En enero de 2011 se sumaron a ellas los hashtags, animando a los usuarios a poner etiquetas específicas y relevantes sobre el tema del que tratasen. En marzo se celebra el primer Instameet en la historia de Instagram a nivel internacional. El año siguiente, se liberó la API de la aplicación permitiendo a terceros crear sus propias apps las cuales incluyesen los servicios de Instagram como Instamap, Instahood o Instaweather. Asimismo,

el 3 de abril de 2012, la red social lanzó por fin su aplicación para los teléfonos con sistema operativo Android, dando un salto hacia la masividad.

Tras este éxito inesperado, el 9 de abril de 2012, la compañía fue vendida a Facebook por mil millones de dólares.

Durante el 2013 continuaron introduciendo mejoras. En mayo se lanzó el uso de tags para que los usuarios puedan etiquetar a otros. En junio introdujeron la posibilidad de subir videos, y luego la aplicación para los móviles con sistema operativo Windows. En octubre comenzaron a permitirse las fotos y videos publicitarios, luego crearon su sistema de mensajería instantánea.

Llegó 2014 con el record de 300 millones de usuarios registrados, convirtiéndose en una de las redes sociales con más engagement, con mayor número de jóvenes registrados y crecimiento.

A fin de año, lanzaron su primer programa propio fuera de su aplicación principal: Hyperlapse. En 2015, continuaron por este camino al lanzar Boomerang. Ambas apps permiten filmar y editar videos de manera novedosa con el fin de lograr una estética propia, como lo hicieron con los filtros fotográficos.

La interfaz de la aplicación favorece el número elevado de imágenes en la red y su volatilidad: una línea del tiempo interminable, donde el tiempo se cuenta en una cuenta regresiva (posteada hace 16 horas, tres semanas, etc.) reforzando así su carácter efímero.

El encuadramiento temporal de la dinámica de renovación y organización del contenido, es característico de todas las plataformas sociales. Los posts en Instagram se superponen,

en un feed que reemplazó el orden cronológico inverso por uno basado en la popularidad y relevancia de las fotografías, que nos presenta contenido personalizado según un algoritmo.

Esta aplicación se sitúa dentro de la cultura de la movilidad, en la cual la sociedad se proyecta paulatinamente. Por día son compartidas 80 millones de fotos en Instagram, por una comunidad de 400 millones de usuarios activos, superando a Twitter. Un gran número de ellos vive en Estados Unidos, pero el 75% está repartido en todo el globo. (Fuente: Instagram)

En lo que concierne al tema de las fotografías, algunos son más comunes que otros, como la cocina, viajes e imágenes autorreferenciales. El hashtag más utilizados es #love, donde se muestran fotos de lugares personas o cosas que el usuario ama. Está seguido por el #instagood, en el cual se representan cosas consideradas buenas, y por #me que se refiere a una imagen del propio usuario, generalmente partes del cuerpo o en situaciones ordinarias.

Hay una jerarquía femenina dentro de la propia red social. No sólo el 68% de los usuarios son mujeres, sino que las cinco personas más seguidas en Instagram son modelos, actrices y cantantes de no más de 35 años: Selena Gómez (75m) Taylor Swift (74m), Ariana Grande (68m), Beyoncé (68.5 m) y Kim Kardashian (68). En sexto lugar, si no contamos la propia cuenta de Instagram con 152 millones de seguidores, aparece el primer hombre, Justin Bieber con 61.6 millones. (Fuente: Instagram)

En este análisis, hemos trabajado a partir de imágenes sobre el Boulevard Oroño, desde la primera, subida el 9/04/2012, hasta la última foto del 2015, conformando un corpus de

1267 elementos. Para localizarlas se realizó una búsqueda de todas las fotos en que los usuarios utilizaron el hashtag #Oroño.

Si se realiza una búsqueda simple en Instagram podremos ver mayor cantidad de fotos geolocalizadas en el boulevard, pero en este caso se optó por utilizar todas las fotografías de cuentas públicas.

Además, para el análisis, se dejó de lado el texto que acompañaba a esas imágenes. Instagram es una red social primordialmente visual, el tipo de marcación que habilita es más bien taxonómica, a través de etiquetas, o muy sintética. Consideramos ante esa reducción, que cualquier función argumentativa queda derivada a la imagen.

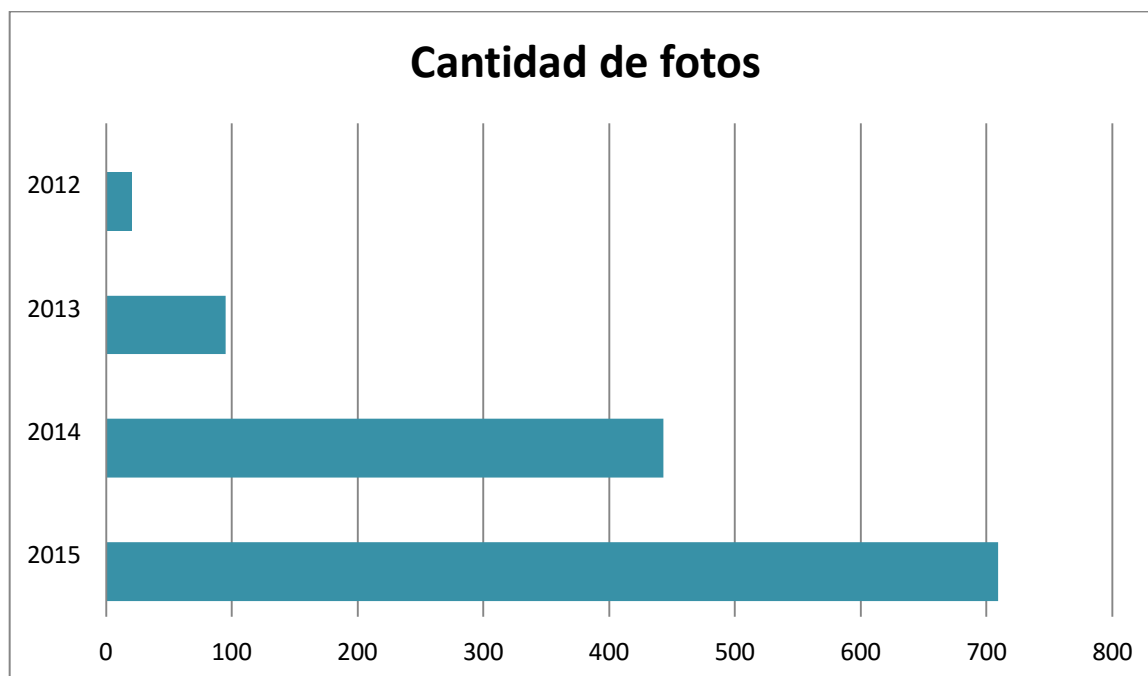
Son las fotografías en sí mismas las que hablan, sugieren o refieren a modos de vida. La presencia total de la imagen permite definir lo que el discurso no podría imponer argumentativamente, por tratarse de un estilo de vida, anhelo estético o idealizaciones. La imagen no tiene problema en exaltar virtudes y derechos particulares políticamente incorrectos, y además cuenta con una fuerza persuasiva innegable.

Instagram es la extensión del propio ojo como herramienta privilegiada de intelección, la mirada selecciona y presenta, con la propia sensibilidad para capturar al mundo puesta en juego.

Los recorridos

En este recorrido, está cambiando qué significamos. No toda ocasión de la vida cotidiana merece ser fotografiada, pero en la mayoría de los eventos la cámara es una invitada de honor. “La cultura visual aleja nuestra atención de los escenarios de observación estructurados y formales, como el cine y los museos, y la centra en la experiencia visual de la vida cotidiana.” (Mirzoeff; 1999: 25)

La práctica fotográfica nos muestra los esquemas de percepción de todo un grupo. En este caso, en el primer año se subieron 20 fotos con el #Oroño. (img2) en 2013 fueron 95 (img3), en 2014, 443 (img4) y en 2015, 709 (img5) dando un total de 1267 fotos (img1). Podemos observar un crecimiento escalonado en la cantidad de fotos subidas a la red social que utilizan el #Oroño.



No obstante, la información no habla por sí misma. El enorme volumen de información visual con el que convivimos es difícil de procesar. Para facilitararlo, en este trabajo se crearon diferentes infovisualizaciones para clasificar y organizar categorías sobre las cuales se asienta la investigación. Estas no son excluyentes entre sí, ni tampoco totales.

La visualización de la información es un conjunto de herramientas, tecnologías y técnicas para fijar grandes cantidades de información que tiene un fuerte potencial expresivo. “Definiremos a la visualización de la información como una representación gráfica que expone datos concretos a través de su representación visual.” (Manovich: 2010)

Este nos puede resultar esclarecedor. Por ejemplo, al realizar un gráfico de la cantidad de fotos subidas a la red del pino navideño, encontramos una correlación directamente proporcional con el total de imágenes subidas. (img20) “El objetivo de la visualización de la información es descubrir la estructura de un set de datos (generalmente muy amplio). Esta estructura no es conocida a priori, por lo que la visualización de la información es exitosa si la revela. En otras palabras, el diseño de la información trabaja con información, mientras que la visualización de la información trabaja con datos.” (Manovich: 2010)

A partir de la visualización de la información se llegó a la conclusión de que del conjunto, 206 imágenes son selfies o autofotos (img 6). El 65% de las selfies son grupales (img 7) 134 y sólo el 35% de las selfies son individuales (img8).

De las selfies individuales:

- El 47% son mujeres
- El 53% son hombres

De las selfies grupales:

- El 38% son hombres
- El 33% mujeres
- 29% Mixtas

Llama la atención de sobremanera la cantidad de hombres que participan en esta práctica, teniendo en cuenta que los usuarios de la red son en su mayoría mujeres.

Además:

- En el 63% de las selfies aparecen 2 personas
- En el 21,5% tres personas
- Y en el 15,5 más de tres personas

Por lo que se concluye, que la mayor parte de las selfies subidas son de grupos de dos integrantes.

Otra categoría importante son las fotos de alimentos. (img9) Entre ellas

- Productos de la marca Starbucks 32,5%
- Todos los Café 48%
- Cerveza 10%
- Helados 6%
- Mate 5%

De ahí se desprende que el 72% son bebidas y solo el 28% comidas.

En lo referente al arte, moda y diseño, sólo aparecen 27 fotos, un 2% del total. (img 10)

Los patrimonios arquitectónicos y monumentos del boulevard aparecen en 120 fotos (img 11), de las cuales:

- 48% edificios
- 15% nombre calle
- 15% Bustos
- 5% graffittis
- 5% Bicicleta frente a tribunales
- Bancos y mobiliario urbano

Una gran cantidad de fotos representan el movimiento de los usuarios, transitando por el lugar (img12) En estas 113 fotos se muestran:

- Pies 27,5%
- Bicicletas 18,5%
- Skate 10%
- Rollers 16%
- Autos y camionetas 19%
- Motos 5%
- Otros: mapa, convocatoria y lesionados 4%
- Total ejercicio 76%
- Total motorizados: 24%
- Foot Selfie, algunas con variaciones mostrando un tatuaje, un sándwich o un perro, o la bicicleta. Todas con el eje cenital: 43 fotos 38%

El elemento más fotografiado del boulevard es su piso. Hay 406 imágenes que apuntan hacia abajo (img 13). Como contraparte, también se subieron 56 fotos del cielo (img14). Otro elemento recurrente son los días de lluvia, en los cuales se sacaron 65 fotos (img19).

En el conjunto, sólo hay 25 fotos de acontecimientos especiales, lo que representa menos del 2%. 2 de ellas hacen referencia a la explosión en calle salta y 1 muestra la consigna ni una menos. (img15)

55 fotografías fueron tomadas después de la avenida Pellegrini (img17), de las restantes casi el 14% fueron tomadas en el interior de edificios o con ubicación incierta (img18). En cambio, casi no tenemos fotos de las veredas inmediatas al cantero central.

Esto nos lleva a replantearnos el concepto de frontera. “Una frontera no es una barrera, sino un paso, ya que señala, al mismo tiempo, la presencia del otro y la posibilidad de reunirse con él. Una gran cantidad de mitos señalan tanto la necesidad como los peligros que se encuentran en este tipo de zonas de paso; muchas culturas han tomado el límite y la encrucijada como símbolos, como lugares concretos en los que decide algo de la aventura humana, cuando uno parte en busca del otro. Hay fronteras naturales (montañas, ríos, estrechos), fronteras lingüísticas y fronteras culturales o políticas, y lo que señalan es, en primer lugar, la necesidad de aprender para comprender.” (Augé, 2007: 21) El fin del Boulevard Oroño, las relaciones entre su interior o exterior deben repensarse a partir de los cambios tecnológicos.

Por otra parte, sólo 27 imágenes están formadas por un collage (img16). La técnica del fotomontaje que permite connotar lo real, variar su significado, a partir de fragmentos de la realidad, no fue utilizada frecuentemente.

Esta técnica altera el plano indicial de la fotografía para poner énfasis en el mensaje connotado. La prensa gráfica y la propaganda política fueron los primeros en utilizarlos, pero también muchas corrientes artísticas comenzaron a experimentar en la intervención de imágenes y se creía que el éxito de Instagram se debía a su posibilidad de alterar las fotografías.

Si bien con los métodos de análisis de imágenes disponibles para el presente trabajo, no es posible identificar cuántos filtros creativos y efectos fueron utilizados en las fotografías, si se puede observar que la yuxtaposición de fotografías no es común en este segmento.

Por otra parte, muchos elementos no son representables, quedan fuera de lo visible-aceptable dentro de nuestra sociedad en esta red social. Teniendo en cuenta que lo visible surge de las posibilidades técnicas y del posible social, resulta interesante analizar quiénes son los grandes ausentes en este conjunto fotográfico.

-Las instituciones como el Museo Castagnino, los colegios, sanatorios ni el parque Independencia.

-La pobreza, no vemos indigentes ni trapitos.

-Los ancianos. Más allá de que el grupo etario de los usuarios típicos de esta red social esté compuesto por jóvenes, la tercera edad no sólo no utiliza esta red social para presentarse y representar al mundo, sino que tampoco aparecen representados en las

fotografías. Los ancianos no forman parte de este grupo significativo, aunque existen al menos tres institutos privados de adultos mayores sobre el boulevard.

-La tragedia y lo triste. El 6 de agosto de 2013 una fuga de gas natural provocó el estallido y posterior derrumbe de un edificio en calle Salta entre Oroño y Balcarce. En total, 22 personas perdieron la vida y 66 resultaron heridas, en lo que se convirtió en una de las peores tragedias de la ciudad.

Sin embargo, aparecen sólo 2 imágenes de esta tragedia en nuestro corpus: una muestra la reconstrucción del lugar de la explosión y la otra, un homenaje a los fallecidos a un año del acontecimiento.

A lo largo de la historia visual de la humanidad, ciertos temas y ángulos han sido privilegiados: la guerra, el trabajo, el territorio, la marginalidad, la violencia, han sido frecuentemente representados, mientras otras cuestiones permanecen en la periferia de los regímenes representativos. En este caso, sucede lo opuesto.

Dentro de Instagram, el recorte de lo visible está dado por la felicidad, la belleza, el encuentro, la juventud, la diversión y el movimiento.

Para representarlo, se han usado los siguientes colores predominantes:

2012



2013



2014



2015

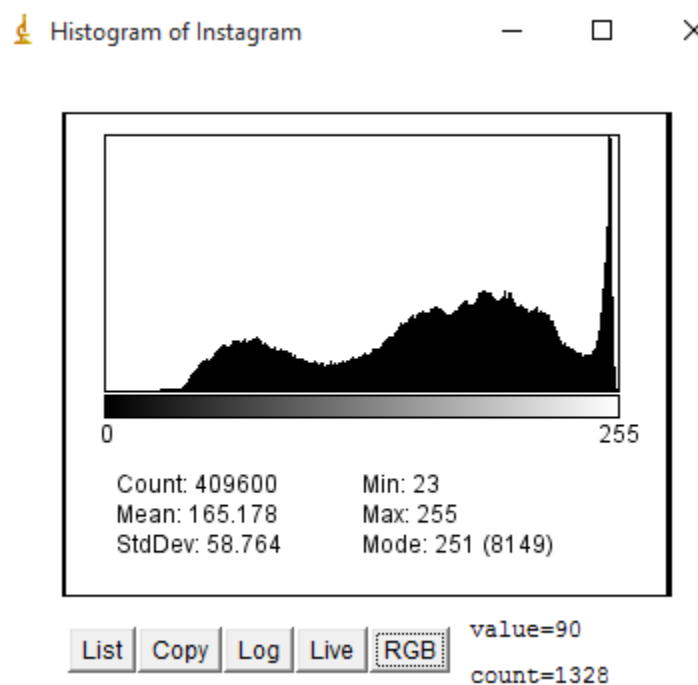


Este avance corresponde a las fotos que predominan en el corpus, del piso y el cielo. Cada vez más los colores se aplanan, el contraste se da entre claros y oscuros, un contraste cualitativo que lleva a la armonía, un estado de equilibrio. Por su profunda oscuridad, el

negro es necesario para que los colores luminosos desplieguen su resplandor en el justo valor. La luminosidad del blanco es necesaria para dar a los colores su fuerza material.

Todas las fotos pueden ser encontradas en el cd anexo.

Además se realizó un análisis completo del histograma de las imágenes. Un histograma es un gráfico de barras, usado para mostrar cuántos pixeles de cada valor hay en una fotografía. Cada pixel en tu foto tiene un valor para cada color, de 0 (que es negro) a 255 (que es blanco).



En este caso se identificaron imágenes con poco contraste, sobreexpuestas, sin sombras o con pocos tonos medios, pero con picos. Se trata de escenas donde determinados tonos con información lumínica distinta al valor predominante cobra relevancia. Es decir, poseen un tono generalizado homogéneo, donde aparece un color resaltado. Así, las fotos guían nuestra atención hacia un objeto o persona.

Todas las imágenes poseen un formato cuadrado, en donde al menos se completa el espacio en una de sus dos dimensiones y el otro, es completado por la aplicación con un espacio en blanco.

El formato, aporta un tono irreal muy subjetivo. Permite realizar composiciones simétricas en equilibrio y realza los motivos abstractos. La posibilidad de componer dentro de un cuadrado puede resultar especialmente efectiva puesto que el punto fuerte se desplaza al centro. Las formas geométricas potencian la composición, crean espacios atractivos y conducen la lectura de la imagen. Generalmente, el cuadro se encuentra lleno y se concentra la información.

Al analizar las fotografías desde el punto de vista de las estrategias discursivas, se aprecia que ilustran formatos bien diferentes.

Verón define las estrategias discursivas como “las variaciones atestiguadas en el interior de un mismo tipo de discurso” (Verón, 2004: 197). En este sentido, la estrategia que lleva adelante cada usuario contribuye a construir su singularidad, y por lo tanto a modelar la manera en que cada uno se vincula con sus destinatarios, en este caso, sus seguidores.

Al fotografiar, al hacer elecciones, el enunciador establece un hacer persuasivo, haciendo al destinatario creer en su discurso y, en su interpretación persuadiéndolo de lo que fue representado. Esas elecciones traspasan también aquello que el enunciador juzgue digno de ser representado, recortes de prácticas sociales de las cuales se considere parte, o de otras que quisiera serlo.

Varias lógicas diferentes aparecieron al analizar las imágenes, que van de la función persuasiva a la testimonial.

Dentro de las condiciones de producción del discurso, no se puede obviar el que la tecnología digital ha multiplicado la presencia social de la fotografía, objeto cotidiano hoy, medio de expresión popular que traspasa las barreras sociales. Lo fundamental sigue siendo qué, cómo y por qué fotografiar. Y por qué luego compartir las fotos en esta red social.

“Querer figurar en la pantalla es, de alguna manera, querer alcanzar el centro; ese centro descentrado y múltiple que puede encontrarse en cada hogar a través de la televisión y las imágenes que presenta a diario, en las que muestra un centro ideal en el que se encuentran los personajes famosos de la sociedad de consumo, ya sean políticos, deportistas o artistas, o estén relacionados con los medios de comunicación.” (Augé, 2007: 46). En este sistema, se busca ser visibles, existir de un modo visible.

A modo de conclusión

Rosario, la ciudad sin fundador, tan prometedora como desconcertante, creó su identidad en rostros distintivos, una literatura con vistas al río, la pintura nucleada alrededor del Grupo Litoral, la trova, el Pasaje Pan y el Boulevard Oroño, los clubes más grandes del interior y la sombra de Buenos Aires, siempre acechante.

La ciudad es una experiencia colectiva definida por sus propios acontecimientos imaginarios. “Desde este punto de vista, la ciudad es a la vez una ilusión y una alusión, de la misma manera que ocurre con la arquitectura, que edifica los monumentos más representativos de la ciudad.” (Augé, 2007: 79)

La construcción fotográfica es parte y artífice de la cultura visual en la que estamos inmersos, en esta familia de ojos extensa, que selecciona qué ver y qué compartir. La cámara, cada vez más pequeña y disimulada, está dispuesta a fijar imágenes e incorporarlas a la vida cotidiana, es un arma obligada para el rosarino.

La fotografía es un medio técnico, una herramienta capaz de generar discursos y movilizar saberes, una fuerza persuasiva innegable. Gracias a los avances en la técnica de las cámaras, smartphones y la infraestructura de socialización que las une, estamos provistos de imágenes y sonidos que acuden a un pequeño toque, casi a un signo.

La difusión de la tecnología es el resultado de los intereses y valores propios del contexto social en que se adopta. Telefonía y fotografía móvil, para una sociedad en movimiento. Con las redes sociales la afirmación de que la imagen ya no estará nunca más sujeta a su tiempo ni espacio es más cierta que nunca.

Circular por las redes es una actividad plena de interpretación de signos con un contrato específico de confianza. Con la fotografía digital, la creencia ya no descansa en la indicialidad de la imagen, su impregnación física con el referente. Lo real es lo que, en cada red, la referencia al otro hace creer. Citando al otro, instituimos lo real.

Es en este cruce entre visualización, complejidad e interpretación, donde la semiótica y las teorías de la comunicación pueden aportar para la comprensión y el desarrollo de la sociedad.

En estas instancias se practica el diseño como producción de diferencias y todo el mundo es obra y su propio autor. Vivimos en un estado de exposición mediática en donde la fotografía es un medio para atrapar lo que soy y lo que me rodea, construir y compartirlo al instante.

Estamos atrapados en una vorágine de signos, en una aceleración que nos sorprende y paraliza, donde atrapar la movilidad en el tiempo y espacio resulta casi liberador.

El fotógrafo no se asegura contra el deterioro del tiempo sino mediante la captura de la imagen, que es sólo la promesa de instantes perdidos al circular. La fotografía es una táctica para adueñarse del Boulevard mientras que Instagram es la extensión del propio ojo como herramienta privilegiada de intelección.

Cada red social tiene un régimen representativo que le es característico. Dentro de Instagram, ciertos temas y ángulos son privilegiados: la felicidad, la belleza, el encuentro, la juventud, la diversión y el movimiento son representados frecuentemente mientras las instituciones de enseñanza y salud, la pobreza, el trabajo, la vejez, la tragedia y lo triste están en la periferia.

Instagram resulta el medio ideal para representar al Boulevard Oroño. En ambos, el tránsito de la información es lento. No se prioriza la velocidad, sino la vista del paisaje a través de las ventanillas. La función argumentativa queda derivada a la imagen. En ambos, lo visual permite definir un estilo de vida, un anhelo estético o idealizaciones.

Dejamos abierta, la posibilidad de crear una aplicación multimedia e interactiva, que funcione como un observatorio de las fotografías que contengan el #Oroño, o el más amplio #Rosario.

La inspiración para este proyecto surge de las instalaciones “On Broadway” de Daniel Goddemeyer, Moritz Stefaner, Dominikus Baur, y Lev Manovich; y “París: ciudad invisible” de Bruno Latour. Su propósito, es que cada espectador sea capaz de construir su propio tejido de significaciones y pueda reencontrarse con porciones de la ciudad. En ella, se podrían realizar nuevos agrupamientos en unidades, para el estudio de sus significados y de sus relaciones en una globalidad mayor.

Bibliografía

- Amar, G. (2011) Homo mobilis. La nueva era de la movilidad, Bs As: La Crujía.
- Augé, M (2007) Por una antropología de la movilidad, Barcelona: Gedisa.
- Barthes, R. (1992) La cámara lúcida, Buenos Aires: Paidós.
- Berman, M. (2011) Todo lo sólido se desvanece en el aire: la experiencia de la modernidad, México: Siglo XXI
- Benjamin, W. (1973) Breve historia de la fotografía en Discursos interrumpidos, Barcelona: Taurus.
- Benjamin, W. (2005) Libro de los Pasajes, Madrid: Akal.
- Benjamin, W. (1982) Discursos Interrumpidos I, Madrid: Taurus.
- Buck-Morss, S. (1995) Dialéctica de la mirada, Madrid: La Balsa de la Medusa.
- Canclini, (1990) Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad, Buenos Aires: Paidós.
- Cartier-Bresson, H. (2003) Fotografiar del natural, Barcelona: Gustavo Gili.
- Castells M. y otros (2007) Comunicación Móvil y Sociedad. Una perspectiva global, Barcelona: Ariel.
- Collingwood-Selby, E. (2009) El filo fotográfico de la historia. Walter Benjamin y el olvido de lo inolvidable, Santiago: Metales pesados.
- De Certeau, M. (1996) La invención de lo cotidiano. Artes de Hacer, México: Universidad Iberoamericana
- Dubois, P. (1986) El acto fotográfico, Barcelona: Paidós Ibérica.
- Frisby, D. (2007) Paisajes urbanos de la modernidad. Exploraciones críticas, Bs As: Colección Las ciudades y las ideas, Universidad Nacional de Quilmes y Prometeo.
- Groys, B. (2014) Volverse público. Las transformaciones del arte en el ágora contemporánea, Buenos Aires: Caja Negra.
- Igarza, R. (2009) Burbujas de ocio. Nuevas formas de consumo cultural, Bs As: La Crujía.
- Jenkins, H. (2008) Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación, Barcelona: Paidós.

Latour, B. (2008) Reensamblar lo social. Una introducción a la teoría del actor-red, Bs As: Manantial.

Lynch, K. (1984) La imagen de la ciudad, México: Gustavo Gili

Martínez de Aguirre, Biselli, Marengo (2001) Introducción a los lenguajes. La fotografía, Rosario: Laborde Editor

Mc Luhan, M. (1969) La comprensión de los medios como extensiones del hombre, México: Diana

Mirzoeff, N. (1999) Una introducción a la cultura visual, Bs. As.: Paidós.

Rodríguez, P. (2012) Historia de la información. Del nacimiento de la estadística y la matemática moderna a los medios masivos y las comunidades virtuales, Bs.As: Capital Intelectual.

Peirce, Ch. S. (1988) "La fijación de la creencia" en El hombre, un signo, Barcelona: Crítica.

Scolari, C. (2013). Homo Videoludens 2.0. De Pacman a la gamification, Barcelona: Col·leccio Transmedia XXI. Laboratori de Mitjans Interactius.

Sorlin, P. (2004) La puesta en imágenes del mundo. En El siglo de la imagen analógica, Buenos Aires: La Marca Editora.

Verón, E. (1987) La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad, Bs. As.: Gedisa.

Verón, E. (2013) La semiosis social 2. Ideas, momentos, interpretantes, Bs As: Paidós.

Valdettaro, S. (2015) Epistemología de la comunicación. Una introducción crítica, Rosario: UNR Editora.

Schorske, Carl E. (2011) La Viena de fin de siglo. Política y cultura, Bs.As.: Siglo Veintiuno Editores.

Web-grafía:

Celebrating a Community of 400 Million (s.f) recuperado el 10/4/2016 de <http://blog.instagram.com/post/129662501137/150922-400million>

Colorado Nates, O. (30/04/2016) Fotografía de calle: dossier especial recuperado el 10/05/2016 de https://oscarenfotos.com/2013/11/30/fotografia-de-calle/#_edn8

Global Web Index (s.f) recuperado el 5/05/2016 de <https://www.globalwebindex.net/blog/topic/instagram>

Kaplan, A.M. y Haenlein, M. (2010) Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media recuperado el 13/05/2016 de <http://michaelhaenlein.eu/Publications/>

Manovich, L. (2010) “What is Visualization?” recuperado el 10/05/2016 de <http://manovich.net/index.php/projects/what-is-visualizationrecuperado>

Mavrakis, N. (04/11/15) La idea de belleza según el dictado de Instagram. Recuperado el 5/05/2016 de http://www.revistaenie.clarin.com/ideas/idea-belleza-dictado-Instagram_0_1459054095.html