

Mesa de trabajo 4

Activación de redes sociales y valoración del objeto fotográfico

Especialista Blanca Espinosa

Creatio

Relatoría: Martha Patricia Montero

De parte del Fotobservatorio, Gabriela González dio la bienvenida e hizo la presentación de la especialista: Blanca Espinosa, comunicóloga por la UNAM, cuenta con más de veinte años de experiencia dirigiendo estrategias de comunicación, relaciones públicas, gestión cultural y producción, tanto en México como en el extranjero. Ha coordinado las áreas de prensa, relaciones públicas y comunicación de instituciones como Conaculta, la Dirección General de Patrimonio, el Museo de la Ciudad de México, el Museo Tamayo de Arte Contemporáneo, Fundación del Centro Histórico, el Museo Universitario del Chopo, la Feria Internacional de Arte Contemporáneo Zona MACO y el Centro de Investigaciones de Diseño Industrial de la Facultad de Arquitectura de la UNAM. La experiencia de comunicación de impacto social la llevó al Instituto Nacional Electoral como subdirectora de campañas institucionales, puesto que desempeñó hasta el 2017 y actualmente dirige Creatio, un despacho de gestión de proyectos creativos.

Después de que Blanca dio la bienvenida y explicó la dinámica comenzó su intervención María Aurelia Hernández Yahuitl del Archivo General Municipal de Puebla (AGMP). Primero presentó el archivo, que conserva 480 años de los acontecimientos de la ciudad y sus vínculos nacionales y con Hispanoamérica desde 1532, series completas en orden cronológico y buen estado de conservación. En 2015 logró el registro de Memoria del Mundo de América Latina y el Caribe y en 2016 Memoria del Mundo México.

El AGMP cuenta con dos sedes, una en el Palacio Municipal (1532–siglo XXI) y desde el 2012 lo que era la antigua cementera. La parte de los silos se adecuó para oficinas, la sala de consulta y un taller de restauración, es además un patrimonio industrial. En carros móviles se resguardan las fotografías y conforme se clasifican se han encontrado fotos sueltas que se han ido separando porque no pertenecían a ningún expediente y ahí se integró un material de alrededor de 20 mil piezas de 1901 a 2014, todas están en guardas de primero, segundo y tercer nivel, ya inventariadas digitalizadas y de temática variada: ceremonias, mercado, comercio, basura, monumentos, etc. La descripción es por unidad documental.

Se trata de fotografías que son evidencia de las actividades de los diferentes gobiernos municipales. El área de prensa y difusión comparte el material en redes sociales. Si bien toda la información es pública, se enfrentan a la problemática de que cuando suben fotos muchas llegan a ser alteradas, por ejemplo, les quitan los sellos de agua o las colorean y les preocupa que esto altere su valor histórico, además de que con ello no queda claro el origen de las imágenes. No siempre se pagan los derechos de uso y eso ocasiona polémicas con los usuarios. ¿Hasta dónde lo histórico puede ser alterado? Aurelia Hernández dio varios ejemplos de esto, tanto de Facebook como de Twitter. Su gran cuestionamiento es cómo diseñar estrategias y políticas para preservar la imagen original, lograr tener un mejor control de la utilización de la imagen. Sugirió llegar a establecer lineamientos de homologación con todos los archivos. Hay una gran diferencia entre los intereses de los usuarios y los reglamentos sobre sus usos. El manejo de las imágenes en las redes sociales es un tema muy complejo y complicado, aún cuando se procuran actividades lúdicas.

Primero organizan antes de digitalizar la imagen. Se requiere de tiempo para restaurar y clasificar usando la Norma Mexicana, pero falta una normativa de divulgación, y podría servir de referencia el Artículo 5 de la Carta de Preservación Digital de la UNESCO de 2003.

Al respecto, Blanca Espinosa comentó que en efecto resulta abrumador el uso de las redes sociales porque significan millones de personas que son difíciles de controlar. Sugirió darle la vuelta al problema. Tener claro primero para qué se difunden las imágenes y cuál es el objetivo de publicarlas en las redes sociales. ¿Para qué le sirve a una institución o a una colección? ¿Qué fin se piensa alcanzar? Los objetivos deben poder ser medibles y con alcances claros. Además, hay que ser conscientes de lo que sí se puede aprovechar.

Añadió que se requiere primero analizar los públicos y buscar capitalizar o generar un retorno de la inversión, traducido en seguidores e interesados en consultar el archivo. Sacrificar la publicación de una imagen si existe ese retorno. Ahora, hay que tener en cuenta que no conviene publicar sólo una fotografía sino pensar en el “copy”, es decir, una frase sobre el valor histórico y datos ya contemplados para acompañarla. Tener claro que lo que sí se puede controlar es la difusión. Y en el caso de la foto coloreada se puede retomar y hacer por ejemplo un comparativo con la original, darle la vuelta en términos de comunicación como una estrategia y medir qué efectos causa en la gente.

A María Aurelia Hernández le pareció interesante la idea de darle la vuelta a estos casos y que así funcione mejor la tarea de la difusión, porque al crear el Facebook y el Twitter del archivo el propósito es la difusión. Una opción que ve al respecto es replantear los reglamentos internos del archivo para determinar qué se sube a redes y qué no.

En este punto Blanca Espinosa que existen archivos con acervos muy grandes, como el de la Fundación Televisa, que sube diario una fotografía en sus redes sociales e incluso sin marcas de agua. Lo comentó a manera de ejemplo. En el caso del Archivo Municipal de Puebla sugiere seleccionar un gran paquete de fotografías representativas del acervo que puedan estar intercalándose en el tiempo en las diferentes redes sociales, con estrategias para generar nuevos públicos. Que sean de interés tanto para los especialistas como para el público “de a pie”, con posteos inteligentes encaminados a generar retorno. No verlo como una afectación, sino como una suma.

Siguió el turno de Carmen Lucía Gómez Sánchez y Sofía Gómez Sánchez, dos hermanas de Guadalajara fundadoras y directoras de la revista digital www.vagabunda.mx. Se trata de un medio de comunicación y de difusión cultural que data de 2016, iniciado por ellas y al que se han integrado otros colegas. Es un medio plural e independiente gestionado de forma autónoma, que aborda temática de cultura, viajes y crónicas, entre otros.

Están conformando un equipo profesional en torno a sus ejes temáticos. En relación con la fotografía, sus objetivos son:

- Acceder a archivos de temática histórica
- Fomentar la difusión, preservación, memoria e identidad propia del país y de cada región.
- Gestar espacios desde la virtualidad.
- Posicionarse como un referente de las fotografías de archivo.

En lo que respecta al área dedicada a historia, mundo, México y Guadalajara como ciudad de origen de la revista han tenido una buena recepción y más con el material procedente de archivos. Dieron varios ejemplos explicando los flujos de audiencia, el tráfico y cómo favorecen la interacción de las redes sociales que manejan de una manera orgánica, de tal modo que a la fecha no han tenido que pagar publicidad para darse a conocer. Están creando una red que mejora el interés de lo histórico en Facebook desde su sitio web. Ejemplificaron con una fotografía de la Decena Trágica que tiene más de 32 mil likes o un álbum fotográfico de criminales con más de 38 mil o la de un río de Guadalajara con más de 18 mil. Aclararon que todo el material visual va acompañado de un artículo que se queda en el repositorio de la revista. Miden el alcance de las fotos por los datos que cruzan y no sólo por los likes o las visitas.

Todo esto resulta muy positivo. La problemática que ven es que aún no son muy conocidas por los repositorios que existen en el país, y que además ya tienen una idea de la cantidad de los mismos gracias al Foro 2021 y al Fotobservatorio.

Saben que las grandes instituciones tienen un aparato de difusión y existe interés en ellas, pero hay restricciones para acceder a sus acervos. Hay otras imágenes que tienen poca información sobre la autoría, lugar, fecha y detalles. Se requiere contacto directo con los acervos para tener acceso a material original, respetando los derechos de autor y el contexto histórico. ¿Cómo paliar esta problemática? Con estrategias orgánicas que faciliten que la difusión de estos materiales resulte más accesible. Ir más allá para tener impacto con mayor número de audiencias. Generar comunidad y provocar procesos colaborativos. Ir por nuevas audiencias que hoy tienen poco conocimiento o poco interés, involucrando por ejemplo a los maestros universitarios.

Tienen la meta de generar un banco propio de archivos que les interesa difundir, gestionando para ello una relación directa con los archivos particulares o institucionales para un acceso personalizado, ofreciendo investigación especial para cada archivo y calendarizando en su sitio la cobertura para generar así publicaciones con profundidad, para darle otro valor a la imagen y que no sea sólo mercancía de las redes sociales.

Blanca Espinosa expresó que es un proyecto muy atinado y en un nido donde hay pocos medios especializados, que es incluyente, fresco y acertado. Aplaudió que exista y que esté bien realizado. Es atesorar y cuidar la promoción de estas piezas, lo que es oro molido. Se trata de un proyecto de sensibilización para trabajar de la mano con los acervos y armar contenidos de mayor valor. Es importante que el retorno que generan de esta manera las diferentes instituciones y acervos lo sepan.

Sofía comentó que son como un eco con un vínculo directo hacia las instituciones. Por eso crean una agenda de programación donde incluyen también videos pensados en las nuevas audiencias.

Blanca aprovechó la pausa para cuestionar a los asistentes sobre cómo sensibilizar al público hacia la importancia de las consultas, el pago de derechos, el reconocimiento de las fotografías como un patrimonio cultural y los archivos, que ahora son desconocidos para la mayoría.

Luego, Blanca comentó el caso de la revista *Time Out* que revolucionó porque hizo un modelo interesante entre los archivos y los patrocinios. Resultó un modelo muy favorable porque una parte era de sensibilización y otra comercial. Fue un gran apoyo por la masificación que genera la comunicación y de vuelta responder con claridad para qué se quiere difundir. Por tanto, algunos contenidos pueden ser patrocinados. Y tomar en cuenta que varios quieren libros de fotografías antiguas y esa puede ser otra salida.

Siguió el turno de Bertha Cristina Ayala de Fotografía Antigua Chihuahua. Sus vertientes de interés son: 1) reconocimiento de los creadores de imagen de los siglos XIX y XX, promoviendo su trabajo para fomentar la cultura visual y la historia fotográfica; esto porque luego se utiliza la imagen como apoyo para ilustrar un texto olvidándose por completo de quién la creó y sus soportes; 2) recopilación de imágenes e invitar a los participantes al rescate de la memoria, contemplando fotos familiares o particulares para aumentar el acervo fotográfico de la ciudad con vínculos intergeneracionales (abuelos-hijos-nietos); y 3) abrir espacios con las imágenes como protagonistas para generar diálogos.

Ven el celular como una herramienta para crear materiales visuales que se difunden en medios electrónicos o digitales; en contraste Fotografía Antigua Chihuahua hace invitaciones en Facebook para que las personas busquen en sus álbumes familiares las fotografías más antiguas y las compartan a fin de ir investigando y coleccionando las historias. Por lo general, las comparten con breve información que permite conocer más de la imagen, el lugar, las personas, etc., que ahí aparecen. Si bien el contacto inicial es digital, luego conocen a los archivos y sus poseedores. Ese trato cálido los anima a participar en la continua construcción de la memoria histórica, lo que ha permitido el registro de varias colecciones, una exposición y un libro, entre otras cosas.

Sin tener conocimientos técnicos, todos tienen una colección privada heredada o actual en sus dispositivos electrónicos. Esto motiva de inicio la investigación genealógica, lo que, en paralelo, ayuda al rescate de personajes, arquitectura de la ciudad y otros temas de la época en cuestión. Esto disminuye la posibilidad de difundir datos erróneos o hacer interpretaciones equivocadas.

Ante este planteamiento, sus cuestionamientos fueron acerca de la dirección que toman las imágenes cuando ya se encuentran digitalizadas y circulan en redes sociales, ya que a veces pasa a segundo plano quién aparece para darle un uso de estética o a efectos de animación, por ejemplo. Si bien hay una comprensión de que al estar en redes están expuestas a todo tipo intervenciones y manipulaciones, ¿qué pasa cuando alguien aplica un filtro, la colorea y además agrega una firma o marca de agua? Hay casos donde se reconoce más a quien manipula la imagen que al fotógrafo que al creó.

La solución, por el momento, ha sido trabajar en la cultura del conocimiento de los creadores de las imágenes, en especial los del siglo XIX, como una manera de contrarrestar las imágenes modificadas que luego se hacen virales, con el sólo fin de ganar likes sin el respaldo de una investigación. Esto ocurre también porque las nuevas generaciones consumen las imágenes y toman la información que a esta a simple vista como cierta. Otro reto es evitar que las fotografías circulen sin el contexto que le da quien la publica de origen, aunque se da el caso de que haya quien las descargue, les ponga otra marca de agua y las haga circular.

Por otro lado, comentó que por lo general hay un interés en la fotografía histórica de parte de quien investiga, restaura y conserva, pero qué pasa con aquellos que buscan y recopilan. Le interesa conocer las experiencias de otros acervos. Recordó una cita del investigador John Mraz, quien dice que los archivos deben de salir de lo general para investigar por regiones, refiriéndose a lo fotoregional, con quien Bertha Ayala concuerda. Por otro lado, ella considera que ahora es un momento perfecto para utilizar las redes sociales para generar una cultura visual y los investigadores tengan un acercamiento a las colecciones particulares de manera, por medio de redes de contacto y canales de comunicación.

Por lo pronto, Fotografía Antigua Chihuahua continúa trabajando para recopilar archivos para cuidar, dar estructura y contexto.

Tras esta intervención, Blanca Espinosa comentó que el ser humano no puede controlar la tecnología 100% y que hay que ver precisamente a las redes sociales como herramientas. Y destacó lo siguiente:

- Las marcas de agua no siempre gustan porque no dan una idea completa de las imágenes.
- Reitero la idea de seleccionar un paquete de imágenes destinado a las actividades de promoción.
- Una imagen puede dar cien diferentes tipos de contenido, mínimo. Por lo que con buena información se puede capitalizar la experiencia.
- Es importante comenzar respondiendo ¿Qué queremos con el uso de las redes sociales? ¿Qué se conozcan los archivos? ¿Qué crezca el número de seguidores? ¿Qué se hable de las imágenes y los procesos? Todas las respuestas salen de cada acervo o de cada imagen. ¿Por qué quiero que la gente se entere de esto? ¿Es para que los medios conozcan los archivos y sus temáticas? ¿Cómo prepararse para lograrlo?

Blanca agregó que cada red social tiene un perfil diferente de uso para cada proyecto, hay que ver si se comunica para toda la gente o sólo para especialistas e interesados. Hay espacios como Instagram donde se pueden compartir mini historias, por ejemplo. Conviene antes, también, preguntarse ¿ya lo tengo catalogado y registrado? Afirmo que si no hay un retorno claro de la inversión sólo se está perdiendo el tiempo. Hay que verlas como oportunidad y saber tener el control.

Bertha Ayala agregó que por su parte buscan el reconocimiento de los fotógrafos y que cada vez se acercan más personas para tener un vínculo con el archivo y a la fecha los resultados han sido muy positivos.

Siguió luego la presentación de Angélica Mercado Anzaldo del Archivo Histórico del estado de Colima, adscrito a la secretaría de cultura estatal. Encuentra gran empatía con el caso de Chihuahua, en el interés de localizar a fotógrafos y darles su reconocimiento. Piensa en varias colaboraciones posibles con todos los acervos presentados por el Fotobservatorio.

Ella trabaja ahí desde el 2017 y tuvo un primer hallazgo como punto de partida, el de un ferrotipo, que no estaba registrado y presentaba un deterioro muy avanzado. Se enfrentó a la tarea de la falta de registro. De igual modo localizó otros procesos que tampoco tenían registro, durante la evaluación inicial que hizo de la fototeca. Después y a la fecha se ha enfocado en el fondo del concurso de fotografía antigua, que fue una iniciativa de Yolanda Orozco, directora de Artes y Humanidades de la Secretaría de Cultura, cuyo propósito es rescatar el archivo fotográfico familiar.

En este fondo fue viendo la diversidad de temáticas y épocas, como la de una imagen de una fábrica de jabones muy representativa de la entidad. Lamentablemente todas las fotografías presentaban la constante del deterioro. Entre lo más valioso están los materiales de los foto estudios, porque en conjunto retratan la historia social de la comunidad, además de presentar vínculos directos con la propia comunidad. De manera muy especial enfatiza al público de la tercera edad y de las comunidades que no tienen acceso a las redes, porque es de donde más han rescatado las imágenes al ir directamente y digitalizar sus fotografías.

Este concurso es anual y se ha ido perfeccionando, antes sólo era de la capital y ahora se incluyen los demás municipios de Colima. Las personas que los habitan no iban a dejar sus fotografías, pero ahora de manera itinerante se les visita con personal de la secretaría para ir a digitalizar los materiales. Esto en colaboraciones con las áreas de cultura de los municipios, que por lo general es gente joven. Es muy positivo porque la fotografía es patrimonio, historia, memoria e identidad.

Al inicio las fotografías se convertían en archivos digitales de muy baja resolución y con pocos datos. A partir de ello, Angélica Mercado inició una campaña de sensibilización para que en cada casa se le diera un valor a estas fotografías antiguas y porque muchas veces desconocen los procesos. Ven una imagen azul y creen que está manchada, no saben que es una cianotipia, por ejemplo. O que es un negativo o positivo en vidrio y es muy valioso.

Todo esto se compartió en infografías en las redes sociales y al tiempo se comenzaron a elaborar fichas técnicas para poder recopilar mayor cantidad de información de cada imagen de las que haya en casa. Rara vez se sabe quién fue el autor de las fotografías y eso le parece muy preocupante.

También tramitaron los documentos para ceder los derechos del uso de las fotografías. Durante los rescates de las fotografías hay muchas sorpresas que superan todas las expectativas. Hay mucha fotografía minutería, es muy apreciada y en sus visitas incluso les preguntaban si iba un fotógrafo. Lo que no podían captar eran todas las anécdotas que les compartían, generalmente por la falta de tiempo.

Le preocupa el deterioro de las imágenes y más por saber que viven en una zona sísmica y de mucha humedad y ante esto no hay una cultura de la conservación. Esta hay que fomentarla para que se haga en casa porque las personas no sueltan sus originales. Además, casi nadie cuenta con negativos porque se han deteriorado, o bien, por el desconocimiento de que es el original y que a partir de ahí se pueden hacer más copias. Es importante fomentarla.

En cada lugar se atesoran cosas distintas. Hay municipios que conservan imágenes que retratan lugares que ya no están y se vuelven testimonios muy valiosos. Siempre digitalizan en alta resolución y además para fines de exhibición e impresión hacen una limpieza superficial, tanto física como digital.

A partir del concurso han ampliado las tareas, eligiendo por ejemplo familias representativas de Colima, construcciones costeras que ya no existen, los desastres naturales que también documentan información interesante, las fiestas representativas, la petatera, personajes célebres... Las fotografías de familia brindan mucha información: épocas, jerarquías sociales, vestimenta, etc. Muchas imágenes provocan que las personas cuenten sus recuerdos, como la de una casona con una fuente al frente, y ahora esa fuente ya no existe. Tienen el compromiso de compartir con las familias que permiten la digitalización compartir los resultados de todo el proceso.

Exploraron luego los acervos de los templos, iniciando con el de la catedral de Colima y eso les dio una veta muy amplia. Hicieron reproducciones y rescataron material muy valioso. Una cosa lleva a la otra. Ella estaba asignada antes al fondo de Gregorio Torres Quintero y en una de las visitas resultó que ahí tenían postales de las que él se escribía con Manuel Altamirano y su abuelo, el General Adolfo Bustos.

A finales de 2018 viene la gran pregunta, ¿qué hacer con todo el material rescatado? Comenzaron a difundirlo, con un videomapping proyectando imágenes antiguas y documentos del archivo en el marco de las fiestas patrias, a fin de generar un sentido de pertenencia. Fue como una invitación para consultar la historia de la entidad. Otro fue la fotografía postmortem que dio pie a la exposición Retratos del sueño eterno, en noviembre de 2020, en el marco del día de muertos, en modo virtual por la pandemia. Y otras exposiciones de fotografía donde la gente de diferentes edades va y se identifica.

Y si bien hay manipulación, a medida que se sensibilice y se procure una cultura de la imagen y sea valioso la gente va a cuidar y atesorar del mismo modo que se hace presencialmente. La gran pregunta es ¿cómo contrarrestar la gente que es ajena a las redes, niños, jóvenes, adultos? Se puede dar un diálogo intergeneracional, pero no tienen acceso, ¿cómo involucrarlos?

Blanca comenta que se nota que es una labor muy ardua y ante la pregunta de cómo involucrar a las redes sociales manifiesta que es más bien al revés. Volverse a preguntar para qué se necesitan las redes sociales. El proyecto ya tiene buena convocatoria cara – cara y funciona muy bien. En dado caso utilizarlas para darlo a conocer hacia las personas que no participan o a los familiares que saben que sus abuelos tienen material fotográfico. También para sensibilizar hacia el cuidado de la foto. Para invitar a las exposiciones:” “Ven y reconóctete en la foto”, por ejemplo.

Insistió en usar las redes para difundir los resultados, pero no para las convocatorias que les han funcionado, así como las hacen. Abrir al público no sólo el proceso, sino todo lo que han hecho y lo que significa. Esto sirve como retorno de inversión a toda la labor que están haciendo.

La mesa cerró con una última frase por cada participante. Bertha Ayala comentó que a raíz de la exposición han recibido donaciones importantes de fotografías de nacionales y extranjeros. María Aurelia se mostró fascinada con los esfuerzos de Chihuahua y Colima, así como del proyecto www.vagabunda.mx y comentó que también hacen una revista electrónica. Las codirectoras de Vagabunda deben procesar toda la información a la que han tenido acceso y tienen intereses en crear redes y comunidad con todos los archivos.

Finalmente, la conclusión es que lo de hoy es lo colaborativo.