

MARTES
LABORALMIÉRCOLES
MEMORIASJUEVES
EMPRESAS Y SOCIEDADVIERNES
PUBLICIDAD & MKTSÁBADO
MI EMPRESA

Las cámaras analógicas que se quedaron en el tiempo

La última fotografía a rollo

Por muchos años las cámaras de rollo fueron las reinas del mercado de la fotografía. Sin embargo, ante el avance de la tecnología, hoy están a punto de convertirse en un recuerdo.

CLAUDIA
PAAN
Periodista

El mercado de la fotografía ha cambiado drásticamente. Ahora hay cámaras cada vez más sofisticadas, que hasta incluyen GPS. También las hay que permiten compartir las imágenes en las redes sociales, editar las fotos, etc. Es más, para capturar un momento ya no es necesario contar con una cámara propiamente dicha, solo basta con tener un smartphone o una tableta.

Pero hubo un tiempo en el que las cosas eran más simples tecnológicamente hablando: cuando usábamos cámaras de rollo. Todos los nacidos antes de los noventa en algún momento hemos tenido que usarlas y vivir, hasta el momento del revelado, con la incertidumbre de si salieron todas las tomas con el encuadre correcto y el temor de que el rollo se haya malogrado o velado.

Pero hubo un tiempo en el que las cosas eran más simples tecnológicamente hablando: cuando usábamos cámaras de rollo. Todos los nacidos antes de los noventa en algún momento hemos tenido que usarlas y vivir, hasta el momento del revelado, con la incertidumbre de si salieron todas las tomas con el encuadre correcto y el temor de que el rollo se haya malogrado o velado.

El momento Kodak

Hablar del rollo y de las cámaras es referirse a la estadounidense Kodak. En 1888, George Eastman fundó la compañía con la idea de masificar el uso de la fotografía. Para ello, ese año lanzó la Kodak 100 vista, la primera cámara comercial que utilizaba un



HISTÓRICO. De mano de su fundador, Kodak dominó por varias décadas el mercado de la fotografía en el mundo.

PASADO La visión de negocio de Eastman llevó a la compañía a convertirse en un monstruo.

novedoso sistema para la época: un rollo de película. Hasta ese momento, no había ninguna máquina que podía obtener en secuencia varias imágenes sin necesidad de cambiar de placas. Esta cámara podía tomar 100 fotografías sin que el fotógrafo de turno tenga la necesidad de conocer sobre la materia o usar productos químicos.

El modelo de negocio inicial consistía en revelar los rollos y cargar la cámara. El cliente solo se dedicaba a tomar las fotos. Toda

esta operación costaba en la época US\$35.

Tres años después, con la aparición de su rollo intercambiable, la firma elimina este sistema.

La visión de negocio de Eastman llevó a la compañía a convertirse en un monstruo del mercado fotográfico a inicios del siglo XX, tanto por sus innovaciones tecnológicas como por la compra de empresas del rubro en Estados Unidos y en Alemania.

Hasta 1940, la empresa llegó a vender más de 25 millones de cámaras de rollo. Cuando lanzaron al mercado la Instamatic—en 1963—consiguieron vender más de 50 millones de unidades en tan solo siete años.

Kodak llega a la cúspide en la década de los 70, cuando logra concentrar el 90% de las ventas de cámaras, película y papel fotográfico en Estados Unidos. Su liderazgo se mantiene hasta finales de los noventa, a pesar de la dura lucha con la japonesa Fujifilm.

Con menos años en el mercado, la firma nipona se había construido un nombre gracias a su tecnología y la expansión de sus operaciones durante la década de los 80. Es en este tiempo en el que lanza productos de mayor calidad a precios más bajos que Kodak. En la lista están la película a color con una velocidad de 400 ASA (sensibilidad a la luz) y la

MERCADO El mayor competidor de Kodak no eran otras compañías, sino la tecnología.

de 1600 ASA. A la marca estadounidense le tomó tiempo poder llegar a esta tecnología.

Pero Fujifilm también abrió un nuevo nicho de mercado para sacarle ventaja a Kodak: la cámara semiprofesional. Así, su estrategia le proporcionó el 20% del mercado estadounidense a fines de los ochenta.

La era digital

Pero el mayor competidor de Kodak no eran otras compañías, sino el avance

de la tecnología y la poca visión de sus ejecutivos. En 1975, la firma había creado una nueva cámara que no necesitaba una película. Esta era la primera cámara digital, pero los ejecutivos de la gigante se mostraron poco convencidos de comercializarla, pues el prototipo tenía un sistema complejo con el que solo se podían ver las fotografías en un televisor. Finalmente decidieron dejar durmiendo el proyecto y continuar con lo que sabían hacer.

Eso les costó caro. Entre fines del siglo XX e inicios de este, los demás jugadores del mercado, como Canon o Sony, comenzaron a apostar por la tecnología digital sacándole amplia ventaja a Kodak, que respondió tardíamente, lo que se reflejó en sus ingresos. Así, mientras que en el 2003 los ingresos de la compañía ascendían a US\$13 mil millones, en el 2011 alcanzaron los US\$6 mil millones. También se redujo el número de colaboradores de la empresa en este período, de 64 mil a 17 mil.

Frente a una deuda de US\$6.750 millones, Kodak decidió declararse a inicios del año pasado en bancarrota y dejar de producir rollos fotográficos. Aunque parece que el futuro económico de la empresa mejorará, no sucede lo mismo con las películas.

Anualmente las ventas de rollos de fotos están cayendo entre un 40% y 50% y pese a que aún hay mercados que todavía demandan estos productos, se estima que en los próximos años estos desaparecerán indefectiblemente.