

Semiótica e história fotografia e informação

Sandra Ruiz, Angela Grossi, Jefferson Barcellos, Aida Carvajal,
Maria Cristina Gobbi, Osvando de Moraes e Regilene Sarzi (orgs.)



RIA
Editorial

Semiótica e História: Fotografia e Informação

Angela Grossi, Jefferson Barcellos,
Aida Carvajal, Maria Cristina Gobbi,
Osvando de Moraes, Regilene Sarzi e Sandra Ruiz



Ria Editorial - Comité Científico

Abel Suing (UTPL, Equador)
Alfredo Caminos (Universidade Nacional de Cordoba, Argentina)
Andrea Versutti (UnB, Brasil)
Angela Grossi de Carvalho (Universidade Estadual Paulista – Unesp, Brasil)
Angelo Sottovia Aranha (Universidade Estadual Paulista – Unesp, Brasil)
Anton Szomolányi (Pan-European University, Eslováquia)
Antonio Francisco Magnoni (Universidade Estadual Paulista – Unesp, Brasil)
Carlos Arcila (Universidade de Salamanca, Espanha)
Catalina Mier (UTPL, Equador)
Denis Porto Renó (Universidade de Aveiro, Portugal)
Diana Rivera (UTPL, Equador)
Fatima Martínez (Universidade do Rosário, Colômbia)
Fernando Ramos (Universidade de Aveiro, Portugal)
Fernando Gutierrez (ITESM, México)
Fernando Irigaray (Universidade Nacional de Rosario, Argentina)
Gabriela Coronel (UTPL, Equador)
Gerson Martins (Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – UFMS, Brasil)
Hernán Yaguana (UTPL, Equador)
Jenny Yaguache (UTPL, Equador)
Jerónimo Rivera (Universidade La Sabana, Colombia)
Jesús Flores Vivar (Universidade Complutense de Madrid, Espanha)
João Canavilhas (Universidade da Beira Interior, Portugal)
John Pavlik (Rutgers University, Estados Unidos)
Joseph Straubhaar (Universidade do Texas – Austin, Estados Unidos)
Juliana Colussi (Universidade do Rosário, Colômbia)
Koldo Meso (Universidade do País Vasco, Espanha)
Lorenzo Vilches (Universidade Autônoma de Barcelona, Espanha)
Lionel Brossi (Universidade do Chile, Chile)
Maria Cristina Gobbi (Universidade Estadual Paulista – Unesp, Brasil)
Maria Eugenia Porém (Universidade Estadual Paulista – Unesp, Brasil)
Manuela Penafria (Universidade da Beira Interior, Portugal)
Marcelo Martínez (Universidade de Santiago de Compostela, Espanha)
Mauro Ventura (Universidade Estadual Paulista – Unesp, Brasil)
Octavio Islas (Universidade de Los Hemisferios, Equador)
Oksana Tymoshchuk (Universidade de Aveiro, Portugal)
Paul Levinson (Fordham University, Estados Unidos)
Pedro Nunes (Universidade Federal da Paraíba – UFPB, Brasil)
Raquel Longhi (Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC, Brasil)
Ricardo Alexino Ferreira (Universidade de São Paulo – USP, Brasil)
Sergio Gadini (Universidade Estadual de Ponta Grossa – UEPG, Brasil)
Thom Gencarelli (Manhattan College, Estados Unidos)
Vicente Gosciola (Universidade Anhembi Morumbi, Brasil)

Semiótica e História: Fotografia e Informação. Angela Grossi, Jefferson Barcellos, Aida Carvajal, Maria Cristina Gobbi, Osvando de Moraes, Regilene Sarzi e Sandra Ruiz. - 1ª Edição - Aveiro: Ria Editorial, 2018.
220 p.

Livro digital, PDF.

Arquivo Digital: download e online
Modo de acesso: www.riaeditorial.com
ISBN 978-989-54155-9-5

1. Semiótica 2. História 3. Fotografia 4. Informação I. Ruiz, Sandra II. Grossi, Angela. III. Barcellos, Jefferson. IV. Carvajal, Aida. V. Gobbi, Maria Cristina. VI. Moraes, Osvando de. VII. Sarzi, Regilene. VIII. Título.

Ficha catalográfica: 08/10/2018

Copyright das imagens pertencem aos seus respectivos autores.

© Design de Capa: Denis Renó
Paginação: Luciana Renó

© Sandra Ruiz, Angela Grossi, Jefferson Barcellos, Aida Carvajal, Maria Cristina Gobbi, Osvando de Moraes e Regilene Sarzi

© Aida Carvajal García, Alessandra de Falco, Alex Visoto, Anton Szomolányi, Elaine Regiane Damaceno Ribeiro, Francine Micheli Costa de Castilho, Gustavo Russo Estevão, Jefferson Alves De Barcellos, Jorge Alberto Hidalgo Toledo, Jorge Vázquez-Herrero, Laura Olivares Waisman, Luciana Galhardo Batista Simon, Luciane de Fatima Giroto Rosa, Marcelo Narcizo Bueno Junior, Marilena de Moraes Barcellos, Pablo Calvo de Castro, Pablo Oro, Paula Hernández González, Regilene A. Sarzi-Ribeiro, Rosa Julián Gonzales, Sandra Ruiz, Santiago Naliato Garcia, Silvio da Costa Pereira, Vanessa Grazielli Bueno do Amaral, Wellington Cesar Martins Leite, Yenny Paola Bejarano Bejarano



Licença:

: Atribuição-Não Comercial-Sem Obras Derivadas 4.0 Internacional
: Você é livre para:
- copiar, distribuir, exibir, e executar a obra

Baixo as seguintes condições:

- Atribuição. Você deve atribuir a obra na forma especificada pelo autor ou o licenciante.
- Não Comercial. Você não pode usar esta obra com fins comerciais.
- Sem Obras Derivadas. Você não pode alterar, transformar ou criar sobre esta obra.

<https://creativecommons.org/licenses/?lang=pt>

ISBN 978-989-54155-9-5

<http://www.riaeditorial.com>

Índice

Prólogo.....	8
A Fotografia como Protagonista de Histórias: Casos de Reportagens no Marrocos.....	10
A Fotografia de James Nacthwey e suas Imbricações com a Obra Audiovisual de Christian Frei: Intermidialidade e Cinema Lento, Possibilidades de Leitura.....	21
Ágora 4.0. El Documental en el Nuevo Ecosistema de Medios.....	32
As Representações da Saúde Digital em Imagens.....	38
Ecología de los Medios en el Estudio de los Ambientes Socioculturales: el Documental Paciente.....	49
El Cine Documental de Corte Etnográfico en América Latina - Breve Análisis de su Evolución.....	57
<i>Exit Through the Gift Shop</i> : o Documentário- <i>Spray</i>	70
Jornalismo Digital: Quando o <i>Instagram Stories</i> se Transforma em Ferramenta de Comunicação da “Grande Mídia”.....	79
La Economía del Panóptico: la Imagen, las Miradas y las Identidades en la Era Digital.....	91
La Fotografía como Narrativa de Memoria Rural.....	103
La Imagen Mediatizada en el Arte Contemporáneo: Sociología del la Imagen y Globalización.....	113
Lima de Contrastes: un Análisis Narrativo de “Días de Santiago”.....	126
Los Jóvenes y la Fotografía: su Rol dentro del Nuevo Ecosistema de Medios y en la Era de los Prosumidores.....	142

Memes como Ferramenta de Formação da Opinião Pública: uma Análise através dos Processos Jornalísticos Tradicionais	154
O que as Narrativas Fotojornalísticas Podem Perder com os CMS.....	165
Periodismo Transmedia en Tiempos de Convergencia: la Noticia en Imágenes	178
Por uma História da Arte do Vídeo Brasileiro: TVDO	189
Semiotics and Non-Verbal Manipulation in the Audiovisual Language of Journalism.....	198
Velocidade e Memória na Comunicação Fotojornalística da América Latina: o Risco de Esquecimento de sua Produção e de seus Agentes	209

**Semiótica e História:
Fotografia e Informação**

Prólogo

Estamos preparados para produzir conteúdos imagéticos à sociedade da nova ecologia dos meios? O debate é necessário, tanto pela academia como pelo mercado. O cenário oferece algumas transformações não compreendidas. Elas ocorrem naturalmente. Isso nos sugere compreender as ideias de Neil Postman e Marshall McLuhan ao definirem o conceito de ecologia dos meios como o estudo dos meios como ambientes. A preocupação de ambos aconteceu em um momento midiaticamente conturbado, considerando o desenvolvimento da televisão no final dos anos 1960 e a transformação social a partir disso. Marshall McLuhan, ao escrever o livro *Understanding Media*, já manifestava a sua preocupação em reinterpretar a sociedade dos meios ao declarar que os meios interagem entre si. O rádio transformou a forma das notícias tanto como alterou a imagem no cinema sonoro. A televisão causou mudanças drásticas na programação da rádio, etc.

As transformações surgem a partir do surgimento de novas possibilidades de mediação, seja pela tecnologia ou mesmo pelo comportamento humano. Neste sentido, é fundamental reconhecer a inevitável transformação da ecologia dos meios quando as novas possibilidades surgem tanto no campo da tecnologia como no comportamento humano frente a ela. Thom Gencarelli, integrante do grupo de formadores do conceito, explica essas mudanças ao exemplificar que “se deixarmos cair uma gota de tinta, vermelha em um recipiente com água, se dissolve no líquido, colorindo todas as moléculas. Isso é o mesmo que as transformações ecológicas dos meios”.

Dessas preocupações compartilhadas entre Neil Postman e Marshall McLuhan, surgiram os estudos sobre ecologia dos meios como ambientes. Segundo o próprio Postman definiu, em 1979, que a teoria dos meios é o estudo dos ambientes humanos, preocupada por entender como as tecnologias e técnicas de comunicação controlam forma, quantidade, velocidade, distribuição e direção da informação. Além disso, busca responder sobre como as configurações da informação afetam as percepções, valores e atitudes dos cidadãos.

Através de um resgate histórico, Thom Gencarelli nos explica de forma simplificada sobre as intenções de Neil Postman ao promover desenvolvimento do conceito de ecologia dos meios através da criação do Programa de Doutorado em *Media Ecology*, na Universidade de Nova Iorque, especialmente nos primeiros oito anos de funcionamento – entre 1971 e 1979. Gencarelli, que foi aluno de doutoramento neste período, e orientando de Postman, quem definia ecologia dos meios como um estudo dos ambientes: sua estrutura, conteúdo e impacto sobre a sociedade.

Para buscar respostas a essa problemática, organizamos durante todo o mês de outubro o 1º Congresso Internacional *Media Ecology & Imagetic Studies* – Desafios para a Narrativa Imagética. O evento acadêmico reuniu importantes nomes da academia para debater a temática do audiovisual

frente às realidades midiáticas contemporâneas. O congresso possuiu um diferencial importante: foi realizado totalmente na modalidade virtual e está disponível na página www.meistudies.org para acesso grátis, inclusive às videoconferências. A iniciativa foi justificada pela realidade tecnológica vivida pela sociedade atual. Isso permitiu a proximidade e a interação entre autores e público para as videoconferências, além das apresentações de congresso. A virtualidade também ampliou o alcance dos trabalhos apresentados. Algumas das respostas de investigação sobre a temática estão neste livro, que reúne artigos selecionados para o evento, tendo como responsáveis pela avaliação os organizadores da obra. Desejamos uma excelente leitura, e que esse conteúdo, compartilhado gratuitamente em formato digital, possa colaborar com o caminhar das suas investigações.

Denis Renó
Diretor científico

A Fotografia como Protagonista de Histórias: Casos de Reportagens no Marrocos¹

Denis Porto Renó²
Jefferson Barcellos³
Jorge Vázquez-Herrero⁴

A invenção do registro de imagens em processos fotoquímicos alterou a construção de histórias, antes limitadas aos textos e às pinturas. Dessa invenção surgiu o cinema –uma sequência de fotogramas em movimento– e, posteriormente, o vídeo. Entretanto, nos últimos anos observamos o retorno do protagonismo da imagem, especificamente a fotografia, na construção de narrativas. Isso se justifica pela facilidade de registrar momentos, seja por câmeras digitais ou telefones celulares. Também vemos essa realidade se consolidar em narrativas específicas, como o meme, que envolve o humor e a opinião de quem o faz e insere outros recursos de linguagem, como o texto e a iconografia.

Esse status de “contadora de histórias” que a fotografia recuperou nos últimos anos, tem sido reforçado pelos dispositivos móveis, que oferecem qualidade e facilidade no registro de fotografias. Obviamente, a facilidade em se registrar momentos através da imagem fotográfica tem provocado o que Joan Fontcuberta denomina como “a fúria das imagens”, onde a velocidade é mais importante que o instante decisivo e o registro é a base de tudo, independente da qualidade da imagem. Segundo o autor, “*Hay que convenir que más vale una imagen defectuosa tomada por un aficionado que una imagen tal vez magnífica pero inexistente. Saludemos pues al nuevo ciudadano-fotógrafo*” (Fontcuberta, 2016, p. 35). Para alguns teóricos tradicionalistas, isso provoca uma exagerada produção de lixo imagético. Porém, essa prática fez com que a fotografia voltasse ao protagonismo narrativo numa trajetória crescente no sentido do contar histórias.

1 Este trabalho está elaborado no marco do programa de atividades da Rede Internacional de Xestión da Comunicación – XESCOM (Referência: ED341D R2016/019), apoiada pela Consellería de Cultura, Educación e Ordenación Universitaria da Xunta de Galicia.

2 Livre-docente em Ecologia dos Meios e Jornalismo Imagético (Universidade Estadual Paulista – Unesp). Jornalista e Diretor Acadêmico da Cátedra Latino-americana de Narrativas Transmídia. E-mail: denis.porto.reno@gmail.com.

3 Doutorando em Mídia e Tecnologia (Universidade Estadual Paulista – Unesp). Jornalista, é membro do GENEM - Grupo de Estudos sobre a Nova Ecologia dos Meios. E-mail: jeffbarcellos@gmail.com.

4 Doutorando em Comunicação e Informação Contemporânea (Universidade de Santiago de Compostela – USC). É membro do Grupo de Investigación Novos Medios (USC) e membro da Cátedra Latino-americana de Narrativa Transmídia, é beneficiário do *Programa de Formación do Profesorado Universitario* financiado polo Ministerio de Educación, Cultura e Deporte (Gobierno de España). E-mail: jorge.vazquez@usc.es.

Esse artigo apresenta resultados de uma investigação teórico-prática a partir de conceituações sobre a imagem na ecologia dos meios, uma abordagem histórica da fotografia e seu papel na construção de narrativas e, finalmente, o relato de uma reportagem fotojornalística multiplataforma que confirma o poder da fotografia como protagonista no contar história. A filosofia metodológica adotada neste artigo é a investigação quase-experimental, pois resulta de uma observação em que os resultados estão diretamente relacionados com os executores do experimento. No caso deste artigo, a experimentação foi realizada por apenas um autor (Jorge Vázquez), tendo sido suportada teoricamente pelos outros dois autores (Denis Renó e Jefferson Barcellos). Os resultados apresentados neste artigo apontam para uma tendência onde a imagem, mesmo estática, em ambientes navegáveis pode assumir um importante papel na narrativa contemporânea.

A Imagem na Nova Ecologia dos Meios

Criado por Neil Postman e Marshall McLuhan na década de 1970 (Gencarelli, 2015), o conceito da Ecologia dos Meios propôs, inicialmente, duas metáforas para compreender os meios e sua relação com a sociedade: os meios como ambientes, por Postman, e os meios como espécies, tendo McLuhan como responsável. As duas metáforas marcaram a origem da ecologia dos meios e perderam como a base da proposta.

Porém, nos últimos anos, os investigadores envolvidos na ecologia dos meios demonstraram um particular interesse nas multiplataformas interativas de comunicação. Em 1995, durante uma conferência, Postman problematizou sobre a “infoxicação” sofrida pela sociedade naquele momento –os primeiros anos da internet comercial–. Para o autor, as pessoas não sabiam o que fazer com tanta informação. Não havia um princípio lógico de organização e seleção. De certa maneira, isso é vivido pela sociedade até os dias de hoje, e com mais intensidade.

A partir das propostas apresentadas por Postman naquela conferência, podemos localizar uma nova metáfora da ecologia dos meios: a que observa “os meios depois do software”. Essa preocupação manifestada por Manovich (2005) na obra *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación: la imagen en la era digital*, originalmente publicada pelo autor em 2001, em inglês, trazia como uma preocupação o estudo da cultura do software, justificado pelo surgimento de novos meios. Para Lev Manovich (2005, p. 95), os novos meios exigiam uma nova etapa no estudo sobre a teoria dos meios, cujas origens eram suportadas nas pesquisas de Innis, Postman e McLuhan, desenvolvidas nos anos 1960.

Nesse mesmo cenário, discípulos de Postman e McLuhan dedicaram seus estudos para compreender a sociedade e os meios. Levinson (2012) propôs a existência não de novos meios, mas de “novos novos” meios, de tão novos e transformadores que são. Peterson (2012) observou a sociedade e os meios em um espaço comportamental. Para a autora, o mundo vive uma nova relação entre sexo e comunicação, transformando a essencial relação íntima humana em algo totalmente diferente do que foi vivido na história da humanidade, mesmo quando essa já era midiaticizada.

Também resultante dessa nova metáfora que envolve “ecologia” e “meios”, em 2013, Manovich, que é matemático e artista digital, publicou um novo estudo, resultante de diversos trabalhos

no campo da investigação aplicada em ecologia dos meios: *Software Takes Command*, no livro que discute a importância do software nos processos midiáticos. Não mais os softwares de automação, mas aqueles direcionados ao cotidiano da sociedade contemporânea, que fazem parte da nossa rotina e, de certa maneira, provocam uma dependência digital.

Nessa nova ecologia dos meios, diversas empresas, como Google e Facebook, transformaram a relação entre a sociedade e os meios –a ecologia dos meios–, oferecendo aplicações aparentemente grátis e que nunca foram oficialmente concluídas. Somos, para Manovich (2013, p. 4), cobaias de empresas de software que lançam seus produtos, oferecidos em versões Beta.

O olhar do autor em sua obra nos leva a observar uma dependência do software pela sociedade, especialmente no ecossistema midiático contemporâneo. Com a Internet das Coisas, essa dependência será ainda mais expressiva. Entretanto, autores engajados nos estudos sobre tecnologia, como Landow (2009) e Jenkins (2008), ou preocupados com a sociedade, como Castells (2013), nos trazem opiniões contrárias a Manovich, o que pode indicar a necessária criação de uma quarta metáfora: o cidadão criador. O próprio Manovich (2013, p. 4) aponta para isso na obra:

Dez anos depois, a maioria dos meios se transformaram em novos meios. Os desenvolvimentos dos anos 90 se disseminaram a centenas de milhões de pessoas que estão escrevendo em blogs, publicando fotos e vídeos em sites sociais e usando de forma livre (ou quase) ferramentas de software de produção e de edição que há alguns anos custavam dezenas de milhares de dólares. (Manovich, 2013, p. 4)

Obviamente, trata-se de uma criação compartilhada. Podemos definir esse cenário como um contrato, em que o cidadão define as suas necessidades e os meios contemporâneos, agora também produtores de software, as desenvolvem. A partir das versões Beta, os cidadãos validam aqueles produtos, devolvidos à sociedade em versões mais sofisticadas, algumas com valores sendo cobrados. Entretanto, a remuneração a essas empresas não está na compra do software, senão na utilização dos mesmos e a produção de dados pelos usuários.

Para compreender essa lógica, pensemos na informática. Ela é quem pode nos apoiar na consolidação dessa nova metáfora através de algoritmos planejados para obter resultados na nova ecologia dos meios. Nos transferimos da teoria dos meios para a teoria do software por trás dos meios. Para tanto, chegamos à interface e às bases de dados.

Nos encontramos, então, a quinta metáfora nessa ecologia dos meios: a ecologia dos meios aplicativos. Podemos elencar vários desses produtos oferecidos através de aplicativos desenvolvidos em formatos Beta e disponibilizados à sociedade gratuitamente, como proposto por Manovich (2013). Porém, esses mesmos produtos são novamente oferecidos com incrementos tecnológicos que podem acompanhar a cultura iTunes, com valores de até cinco dólares, ou com preços mais altos, ainda que acessíveis.

E, para observar, nada melhor que a imagem como objeto. Em sua recente obra, *Instagram and the contemporary image*, Manovich (2017) apresenta o aplicativo como espaço de reorganização de uma sociedade que estabelece relações através de imagens. Isso acontece nas mãos de cidadãos que resgatam a importância da imagem nos processos de histórias pessoais. Para o autor, surgem perguntas sobre o aplicativo: “O que é o Instagram? Isso pode ser usado para investigações dos meios

visuais contemporâneos ou somente uma simples plataforma? Que vantagens, se existe alguma, ele oferece para a pesquisa em cultura visual?” (Manovich, 2017, p. 11).

Essas indagações de Manovich ao apresentar o Instagram como espaço ecologicamente midiático me fazem pensar em uma sexta metáfora: a da narrativa imagética. Obviamente, essa é uma metáfora que está surgindo, mas que compartilhamos em nossas pesquisas. O autor está mais preocupado com o software por trás da relação social, enquanto eu me preocupo com a linguagem midiática construída a partir das imagens. Podemos pensar, então, que, se regressarmos quatro décadas no tempo, Manovich seria discípulo de McLuhan, valorizando a tecnologia (nesse caso, o software) como espécie, enquanto eu seguiria os passos de Postman, mais preocupado com o ambiente e sua relação com a sociedade.

A Construção de Narrativas pela Fotografia Estática

Observar uma imagem e o poder de transmissão de informação que essa ferramenta possui no âmbito das ciências humanas, é um grande desafio no universo das pesquisas comunicacionais e sobretudo no escopo dos estudos imagéticos. A fotografia desde o século XIX se propõem a seguir um caminho quase que sempre indivisível da informação, portanto, das narrativas. Ainda que o campo das narrativas seja tradicionalmente ligado ao universo da escrita, já vem de longe uma tradição em associar imagem e construções narrativas.

Ao pensar a imagem no seu sentido estático, tratamos em um primeiro momento de imagens que não possuíam em um primeiro momento capacidade de reprodução, pois primeiro se faz necessário nos atermos aos experimentos seminais dessa linguagem. Podemos com isso nos remeter as passagens históricas envolvendo a fotografia: da pedra na experimentação de Niepce, as decorrentes experiências propostas por Daguerre com a imagem gravada no metal despolido, bem como em um pequeno intervalo de tempo a experiência de reprodutibilidade proposta por Fox Talbot que vão dar origem ao que hoje se entende por imagem fotográfica (Freund, 1995).

Em cada nova experimentação a fotografia esteve unida a ideia de construção de narrativas, pois se observarmos o experimento inicial de uma imagem única proposta e atingida por Niepce e logo em seguida colocada em prática com maior eficiência técnica por Daguerre já é possível encontrar claros indícios de narrativas de cunho imagético. A título de exemplificação, vamos observar aquela que historicamente é considerada a primeira imagem com a representação da figura humana na história da linguagem fotográfica, e nessa observação encontrar já os primeiros indícios da narrativa em seu estado primário.

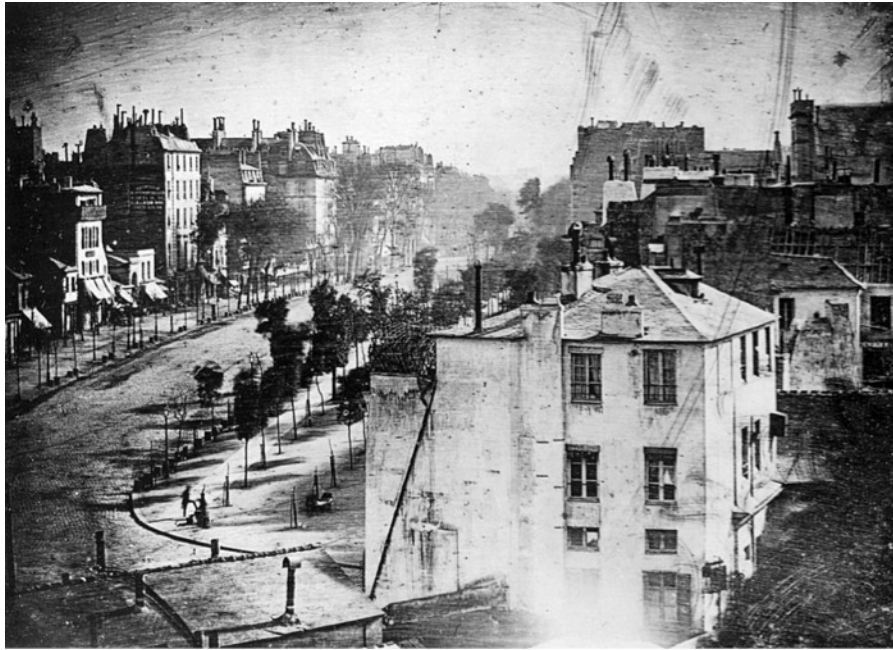


Figura 1. Boulevard du Temple, de Louis Daguerre, em 04 de abril de 1838
Fonte: Recuperado de https://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Boulevard_du_Temple_by_Daguerre.jpg

A imagem anterior é sempre fruto de uma série de análises que envolvem desde sua construção técnica, um longo tempo de exposição e o uso de objetivas (lentes) ainda em fase de desenvolvimento, por isso seu caráter levemente desfocado (Trigo, 2001) até um pouco a leitura feita por Walter Benjamin em seu livro póstumo *As Passagens*, em que identifica a figura do *Flâneur* e sua *flanerie*. A imagem em questão é anterior à leitura de Walter Benjamin e já indica que na trajetória do parisiense há uma narrativa que envolve a cidade e o envolvimento entre humanos e aspectos arquitetônicos. Ou mesmo, a cidade e os não lugares, como bem pontua Marc Augé em seu livro *Não lugares: introdução a uma antropologia da modernidade*. Na imagem observamos uma pessoa estática enquanto seus sapatos estão sendo engraxados. Identifica-se uma série de figuras urbanas que compuseram essa cena, mas não foram “fixadas” em função das limitações técnicas do equipamento utilizado neste período de tempo. Porém impregnam a imagem, em forma de residual, não estão ali, mas o lugar é carregado de sua presença.

A representação do *Boulevard* e a possibilidade de transpor para os dias atuais nos apontam para a observação de uma praça, ou mesmo uma passagem entre ruas em um centro comercial de uma grande ou pequena cidade e, portanto, identificável através dessas tramas imagéticas por isso, a fotografia vai dessa maneira se estabelecendo como uma ferramenta de linguagem na construção de simples ou complexas narrativas ainda em sua fase embrionária.

Sobre a importância da imagem, Manovich (2017) aponta que as construções narrativas seguem para um novo modo de se relacionar com a fotografia, e sobretudo, de criar histórias e disponibilizá-las de uma maneira simples ou intrincada, em uma nova ecologia midiática. Na sua leitura, admitindo que já se encontram resolvidos os vários problemas técnicos que a fotografia possuía em seus primeiros anos de existência, abre-se espaço para novas experimentações e temos um novo campo sendo explorado e ressignificado.

Não é mais necessário para o fotógrafo, profissional ou amador, buscar os antigos suportes físicos para construir uma narrativa. No presente momento em que temos o ciberespaço mais do que consolidado, em especial a *gadgets mobiles*, tem-se em mãos uma poderosa ferramenta, que dotada de comandos simples é possível carrega-se uma infinidade de possibilidades no bolso e nas mãos.

As we can see, if we zoom into Instagram medium and start examining closely the camera details and presence of professional and commercial accounts who do not follow Instagram's suggested way to use the app, the purity of the medium is no longer there. But if we zoom out and consider it in the context of 170 years of photography or other modern media, Instagram looks remarkably consistent. In fact, the boundaries of a single platform media such as Instagram appear to be crystal sharp in comparison to the media we had before (Manovich, 2017, p. 13).

Portanto, é notável que as transformações ocorridas no desenvolvimento de novas narrativas fotográficas encontrar-se em ampla ressignificação no que tange às novas possibilidades dos novos meios, pois existem novos suportes, bem como novas possibilidades de acesso. A ideia de Manovich aponta para uma fotografia novamente como uma maneira moderna e democrática para a construção de novas tramas e, com isso, uma farta abrangência na linguagem imagética e nos estudos comunicacionais.

Reportagens no Marrocos

Viajar com a intenção de retratar o destino é uma forma de perpetuar a viagem no tempo. É possível que isto seja demasiado escasso, tanto para capturar como para editar, lembrar, compartilhar e conhecer o imenso repositório fotográfico que hoje se está a conformar na rede (Fontcuberta, 2016). Ainda assim, a fotografia se compromete a contar a outros sobre o novo destino, além de uma observação turística, ampliando-se à cultura e à vivência da localidade.

Neste artigo, abordamos a produção de uma série de reportagens produzidas em Marrocos no mês de março de 2018 por um dos autores deste artigo (Jorge Vázquez). O equipamento empregado foi uma câmera DSLR Nikon, modelo D800, além de lentes 16-35 mm f/4 e 50 mm f/1.8. A primeira decisão sobre as reportagens foi, precisamente, escolher o material, de fácil transporte. Essa escolha foi justificada pela escolha de uma lente grande angular para a paisagem e uma objetiva clássica de ampla abertura para os retratos e a cidade.

As reportagens tomam como ponto de partida o desafio de enfrentar uma nova cultura e o compromisso de ser o mais justo possível na sua elaboração e comunicação pública. Há por trás um enfoque que sustenta todo o processo de produção. Conhecer o que surgir, entender a cultura, os costumes, a história e outros tantos condicionantes para poder aproximar-se através da câmera é uma realidade.

Para a reportagem, é fundamental dedicar um período para observar. As primeiras horas em Marrakesh foram para caminhar e olhar com atenção, entender as características, a originalidade, o ir e vir das pessoas. A medina desta cidade marroquina é uma viagem no tempo; o *zoco* e a praça Jemaa El-Fna têm uma vida própria que há que reconhecer e respeitar antes de retratar. Na fase inicial da

reportagem, quando dedicamo-nos a levantar documentos e dados sobre o local, nos aproximarmos das pessoas para falar sobre a cidade, a religião e o seu modo de vida ajuda a seguir construindo o nosso olhar.

Na hora de começar a “disparar”, a captura é um cálculo rápido e ponderado de parâmetros fotográficos, conceituais, culturais e éticos. Temos apenas uns segundos para avaliar a situação com toda a informação contextual recolhida, mas, por estarmos em um processo digital, contamos com outras oportunidades de revisar rapidamente o que foi levantado.



Figura 2. Fotografia tomada no Palais El Badi de Marrakech em março de 2018
Fonte: Jorge Vázquez Herrero

Chegou posteriormente o processo de edição. Neste caso, definiram-se primeiro as reportagens a desenhar, depois selecionaram-se as fotografias que as conformariam. Os critérios poderiam ser vários: raridade, contraste, detalhe, panorâmica, geometria, equilíbrio, ou seja, características que fazem da fotografia algo ímpar. Um valor destacado é o peso relativo de cada fotografia: desde o momento da captura somos conscientes de que há determinados lugares, personagens ou detalhes que brilham sobre o resto.

Continuou o trabalho, com olhar para o conjunto, seguindo rotinas e mantendo o valor ético: tratar-se de transmitir o que no momento de captura sentia o fotógrafo. Permanece latente um conceito em evolução: as reportagens devem dar sentido a uma série de fotografias individuais. Finalmente, a pós-produção deveria estar definida pela coerência das reportagens. Neste caso, aplicou-se um ajuste de enquadres, sempre com honestidade e garantia de uma representação do olhar próprio do fotógrafo.

Foram publicadas quatro reportagens. A primeira delas, *Desierto de Zagora*⁵, relata o início

do dia num acampamento *bereber*⁶ do deserto marroquino, perto da fronteira com a Argélia. A luz do sol nascente, a aridez do terreno, os dromedários e os genuínos *bereber* são os protagonistas. A outra fotorreportagem, *Journey through the Atlas*⁷, ocupa-se da viagem entre Marrakesh e o deserto, passando por lugares como Ksar Ait Ben Haddou, Ouarzazate e Tizi'n-Tiniffit. As paisagens e os contrastes definem esta reportagem. A terceira obra, intitulada *Essaouira*⁸ é um percorrido pela cidade atlântica e o predomínio de imagens relacionadas com o mar. A última fotorreportagem publicada foi *Marrakech*⁹, que oferece uma viagem no tempo através de diferentes espaços da cidade: o *zoco*, a *mellah*, os palácios e a praça central.



Figura 3. Fotografia tomada no deserto de Zagora em março de 2018
Fonte: Jorge Vázquez Herrero

A narração em um relato visual está muito relacionada com o contexto que se aporta. A chave da reportagem está na proposta, que deve ter algum critério de respaldo que a justifique. Na experiência que estamos descrevendo, aplicou-se uma estruturação espacial em *Journey through the Atlas*, com a finalidade de destacar a viagem através de paisagens muito diferentes, da cidade ao deserto, passando pela montanha, e também por *Essaouira*. As reportagens *Marrakech* e *Desierto de Zagora* apresentam uma ordem cronológica para reforçar a passagem do tempo. Estes detalhes que sustentam as reportagens podem ser explícitos –visíveis e reconhecíveis pelo usuário– ou implícitos –não ma-

6 Os bereberes são as pessoas pertencentes a um conjunto de etnias autóctones que habitam o norte da África, denominado Tamazgha.

7 Recuperado de <https://www.behance.net/gallery/64467169/Atlas>.

8 Recuperado de <https://www.behance.net/gallery/64890813/Essaouira>.

9 Recuperado de <https://www.behance.net/gallery/65553121/Marrakech>.

nifestados externamente—.

No que se refere à apresentação, o relato vem marcado por critérios de enquadramento, buscando uma diversidade na combinação dos mesmos, dinamismo e heterogeneidade; por unidade narrativa, temporal ou geográfica, ou por certo carácter artístico que pretende reforçar aspectos mais emocionais. Empregou-se como plataforma principal a *Behance* e como complementares os meios sociais *Instagram*, *Facebook* e *Twitter*.

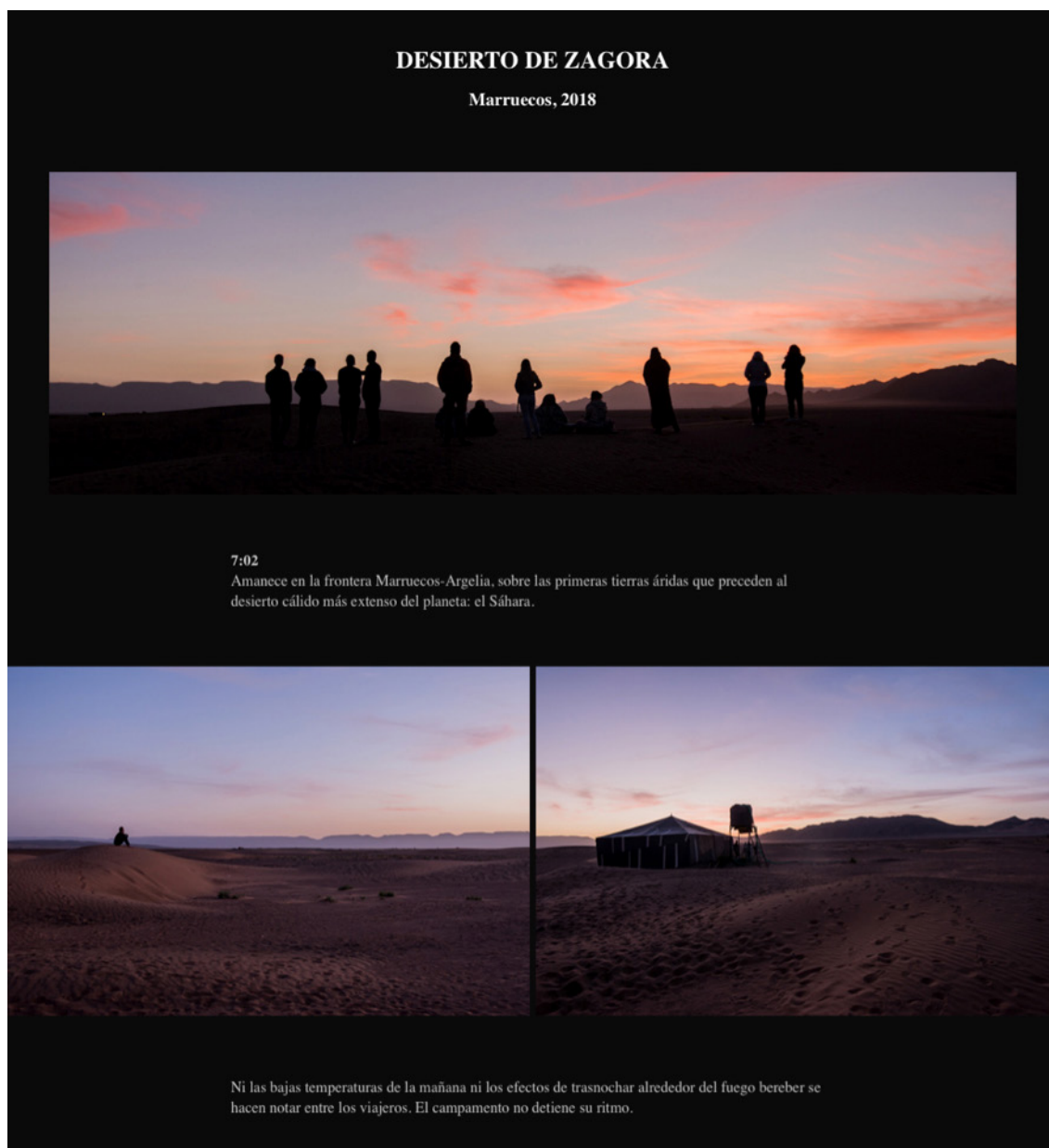


Figura 4. Captura da reportagem Desierto de Zagora
Fonte: Jorge Vázquez Herrero

Após a publicação das reportagens, o que fica é memória, reflexão e projeção. Deixam marcas de uma viagem, de uns momentos que caracterizam aquelas terras, convidam à reflexão sobre a cultura e os modos de vida em um país tão próximo da Europa e projetando-se como pontos de potencial acesso e aproximação a esse lugar através da rede. Nada é objetivo, mas pode ser verdadeiro.



Figura 5. Captura da reportagem Marrakech
Fonte: Jorge Vázquez Herrero

Conclusões

Com essa experimentação narrativa, observamos características fundamentais na produção de histórias jornalísticas a partir de fotografias em ambientes digitais. Os resultados obtidos nas fotorreportagens por Marrocos apontam para uma sociedade viavelmente imagética, facilitada cada vez mais pelos dispositivos móveis, mesmo que tenhamos uma volumosa produção de fotografias, com ou sem critérios artísticos e/ou narrativos.

Fontcuberta (2016) propõe conceitos que, por um lado, dialogam com os conceitos da ecologia dos meios, pois observa as alterações relacionadas entre a sociedade e os meios. Por outro lado, o que oferece Fontcuberta a partir de suas ideias ao considerar o excesso de produção contemporânea como “lixo eletrônico” não é compatível com as ideias de Postman e McLuhan. A sociedade é dinâmica, assim como a sua linguagem e os critérios de qualidade. Portanto, trata-se, basicamente, de características peculiares do ecossistema contemporâneo.

Concluimos, com esse texto, que, assim como a ecologia orgânica, a ecologia dos meios não cessa. Pelo contrário, está em constante movimento. Essa movimentação resultará em novas alterações, num processo cíclico de desenvolvimento, em alguns momentos positivos, outros negativos. Mas, sem dúvida alguma, inevitáveis.

Referências Bibliográficas

- Augé, M. (1994). *Não-lugares: introdução a uma antropologia da modernidade*. Lisboa: Bertrand Editora.
- Benjamin, W. (1993). *Magia e técnica, arte e política*. São Paulo: Brasiliense.
- Castells, M. (2013). *Redes de indignación y esperanza. Los movimientos sociales en la era digital*. Madri: Alianza Editorial.
- Fontcuberta, J. (2016). *La furia de las imágenes: notas sobre la postfotografía*. Barcelona: Galaxia Gutenberg.
- Freund, G. (1995). *Fotografia e sociedade*. Lisboa: Veja.
- Jenkins, H. (2009). *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph.
- Landow, G. (2009). *Hipertexto 3.0*. Madri: Paidós.
- Levinson, P. (2012). *New new media*. Nova Iorque: Pinguim.
- Manovich, L. (2017). *Instagram and the contemporary image*. Nova Iorque: CUNY.
- Manovich, L. (2013). *Software Takes Command*. Nova Iorque/Londres: Bloomsbury.
- Manovich, L. (2005). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación: la imagen en la era digital*. Barcelona: Gedisa.
- Peterson, V. (2012). *Sex and communication*. Grand Rapids: LuluPress.
- Trigo, T. (2001). *Equipamento Fotográfico*. São Paulo: Senac.

A Fotografia de James Nachtwey e suas Imbricações com a Obra Audiovisual de Christian Frei: Intermidialidade e Cinema Lento, Possibilidades de Leitura

Jefferson Alves de Barcellos¹
Denis Porto Renó²
Marilena de Moraes Barcellos³

Um dos pontos importantes para o desenvolvimento da fotografia estática como uma ferramenta de trabalho e também como linguagem se dá através da cobertura histórica dos conflitos bélicos envolvendo nações. Em uma sequência cronológica é possível apontar as Guerras da Criméia e também a da Secessão no Estados Unidos da América do Norte como seminais tanto para o desenvolvimento técnico de câmeras como também no que tange as primeiras imagens gravadas em movimento (Smither, 2015).

Partiremos do entendimento de que fotografia estática é a realizada por um aparelho que capta uma imagem de cada vez, impressa em uma superfície de vidro ou em um polímero (plástico) ou nos dias atuais em um sensor com fotodiodos que possibilita a captura digital, destacam-se os fotógrafos Roger Fenton e Mathewns Brandy como fundamentais no desenvolvimento dessa categoria de fotografias (Freund, 2015; Sougez, 1994). Sobre fotografia estática e sua relação com fotografia em movimento também é possível observar o que pontua a obra “O cinema e a invenção da vida moderna:

Embora a inovação técnica das imagens em movimento tenha introduzido a possibilidade literal de retratar velocidade e movimento, o lugar do cinema em uma nova lógica de circulação havia sido antecipado pela comercialização das fotografias fixas, em especial o cartão postal e o estereoscópio. (Charney & Schartz, 2004, p.35)

1 Doutorando em Mídia e Tecnologia (Universidade Estadual Paulista – Unesp).
Jornalista, é membro do GENEM - Grupo de Estudos sobre a Nova Ecologia dos Meios.
E-mail: jeffbarcellos@gmail.com.

2 Livre-docente em Ecologia dos Meios e Jornalismo Imagético (Universidade Estadual Paulista – Unesp).
Jornalista, e Diretor Acadêmico da Cátedra Latino-americana de Narrativas Transmídia.
E-mail: denis.porto.reno@gmail.com.

3 Mestranda em Mídia e Tecnologia (Universidade Estadual Paulista).
Publicitária, é membro do GENEM - Grupo de Estudos sobre a Nova Ecologia dos Meios.
E-mail: marimor@uol.com.br.

A consolidação de um tipo de comércio que antecede a indústria do cinema propriamente dita encontra em coberturas de conflitos bélicos uma forte visibilidade dessas imagens. Além disso, como nossas possibilidades estéticas e tecnológicas é possível encontrar a presença desse tipo de acontecimento e seu residual nos produtos audiovisuais que se estabeleceriam algumas décadas posteriores.



Figura 1. Cena capturada por Mathew Brady na guerra civil estadunidense em 1863
Fonte: Recuperado de <http://www.mpritchard.com/photohistory/history/brady.htm>.



Figura 2. Imagem realizada por Roger Fenton durante conflitos na Crimeia
Fonte: Recuperado de <https://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/europe/ukraine/10675182/In-pictures-Roger-Fentons-historic-Crimean-War-photographs.html?frame=2841393&page=-124>.

Mas o que é imagem em movimento? Nos primórdios do cinema, podemos considerar que era uma sequência de fotografias animadas. Essa é, aliás, a concepção de Cartier-Bresson (2014), que considerava o documentário como um gênero audiovisual que nada mais era que uma reportagem

fotojornalística em movimento. O fotógrafo e artista francês, que também atuou em produções cinematográficas, pode ter exagerado na simplicidade da ideia. Todavia, pode haver algo de razão nessa concepção. Isso é o que nos remete à obra sobre Nachtwey.

Quem é Nachtwey

James Nachtwey formou-se em História da Arte e Ciências Políticas no fim da década de 1970 e ao servir a Marinha Estadunidense como motorista, aprende a fotografar e revelar filmes no departamento de documentação de imagens da mesma, bem como os processos de edição manuais do período.

A partir da década de 1980, Nachtwey começa a trabalhar em Nova Iorque, onde se especializa em coberturas de conflitos e passa a ser correspondente em diversos guerras existentes nos mais diversos países para uma série de agências de imagens e notícias tais como Reuters, AFP, dentre outras. Nesse momento, associa-se a uma das mais prestigiosas delas, a agência Magnum, fundada por Cartier-Bresson nos anos de 1940 em sociedade com Robert Capa, entre outros, onde ainda atua como associado. Suas reportagens, sempre em branco e preto, seguiam a tradição dos fotógrafos iniciais e imprimiam uma característica ainda mais dramática ao que ele registra. Autor vastamente premiado, esteve em cartaz com uma exposição no Maison da Fotografia Europeia, em Paris, no mês de junho de 2018.



Figura 4. Imagem que faz parte do livro *Inferno*, coletânea com uma boa parte do trabalho do fotógrafo James Nachtwey

Fonte: Recuperado de <http://politicstheoryphotography.blogspot.com/2008/10/nachtwey.html>.



Figura 5. Imagem realizada na Albânia, por volta de 1999 também publicada no livro *Inferno*
Fonte: Recuperado de <https://simoesasg2.wordpress.com/james-nachtwey/>

A frieza de Nachtwey permite a ele uma maior aproximação dos personagens. Mas não se trata de uma frieza sobre sentimentos, um distanciamento sobre o sofrimento humano, senão um respeito ao outro. Ao contrário do que diversos teóricos defendem – de que o jornalista deve distanciar-se do objeto, da notícia, Nachtwey preserva o humanismo dentro de si. Por essa razão, em diversas ocasiões foi capaz de largar a câmera para ajudar a uma vítima. Uma passagem clássica foi durante um tiroteio na África do Sul, quando um dos fotógrafos é ferido e James Nachtwey para o que faz e se arrisca para salvar o colega. Essa frieza se aproxima do silêncio, da complacência, naturalmente aproximando-o das vítimas. O fotógrafo foi ferido em Bagdá em 2003, dois anos após o lançamento do documentário aqui analisado.

War Photographer e a Intermidialidade

Para identificar intermedialidade, nessa obra do diretor Christian Frei foram trabalhados conceitos que apontam a leituras possíveis para a aplicação da teoria sugerida pelos teóricos da Intermidialidade. Pensando nas questões propostas por Rajewsky (2012), citado por Paiva (2015), é possível realizar a leitura sobre a perspectiva fílmica, das seguintes maneiras: “Podemos sublinhar que Rajewsky propõe a investigação sobre a intermedialidade a partir de três grupos de fenômenos, a saber, (1) a transposição ou transformação de mídias, (2) a combinação de mídias e (3) as referências intermidiáticas (Paiva, 2016, p. 115)”.

Partindo dessa premissa, trataremos como hipótese que o filme em questão é todo realizado referenciando as questões pertinentes a fotografia estática, porém a intermedialidade se dá em função de recursos técnicos relativos ao feitiço da obra que vão resultar em possibilidades impactantes na obra tanto em seus aspectos técnicos bem como em suas nuances estéticas. Tomo como referência estética

aqui as possibilidades empregadas tecnicamente pela fotografia em seu sentido lato que é transposta para a experiência fílmica.

Para que exista uma compreensão sobre tais aspectos e suas imbricações com o vídeo, analisaremos alguns detalhes capturados através do visionamento da obra. Seguimos a perspectiva de que a intermedialidade acontece entre uma mídia e outra (Wolf, 1999; Rajewsky, 2012), sendo possível reconhecer tal situação, tratemos da primeira sequência de imagens analisadas.



Figura 6. Captura de tela no visionamento da obra



Figura 7. Captura de tela no visionamento da obra



Figura 8. Captura de tela no visionamento da obra

É possível observar na sequência colocada acima um claro tensionamento entre a fotografia estática (Charney & Schwartz, 2004) e sua correspondente captura em vídeo que será transposto para o cinema. Em tal sequência, uma das hipóteses a serem levantadas e problematizadas é da transposição da captura clássica com todos seus aspectos técnicos de diafragmação e obturação (Trigo, 2002) e a intermedialidade exposta depois na sequência filmica, onde é possível contemplar de forma pungente os detalhes da imagem em preto e branco e as características que ela carrega para o filme em cor. É possível observar um respeito à fotografia estática nas nuances de cores esmaecidas encontradas no filme, referendando de maneira direta a obra fotográfica do autor, James Nachtwey. Para entender a utilização de tal proposta citamos novamente a pesquisadora Irina Rajewsky em seu livro *Intermedialidades e estudos Interartes - Desafios da arte Contemporânea*:

Assim como um texto pode imitar ou evocar elementos de estrutura específicas do cinema, da música, do teatro, também os filmes, performances teatrais ou produtos de outras mídias podem se constituir de maneiras variadas de complexas em relação a outra mídia. (Rajewsky, 2012, p. 29)

Procurando responder a problematização proposta, a cena se dá na perspectiva de uma exposição do fotógrafo, que se desloca para a imagem impressa em papel apresentada na sequência filmica. A cena novamente se desloca para o momento onde a captura se dá, contemplando três estágios específicos e dialogando de maneira clara com os aspectos dados pela intermedialidade.

Aspecto técnico Puro e Impuro

Para a obra cinematográfica analisada em questão, foi desenvolvida uma micro-câmera que acoplada ao equipamento fotográfico de Nachtwey. Isso promove a ideia de compartilhamento de uma experiência imagética na prática, inserindo-se na perspectiva do protagonista do documentário, bem como também em suas práxis comportamental e fotográfica, tentando com isso um *aproach* com o espectador. Em sucessivos momentos, tomamos através dos movimentos de Nachtwey a ideia

de um protagonismo, lembrando inclusive, movimentos de gamificação⁴. Trata-se de um resgate ao conceito de Kinok (Cinema olho), proposto por Dziga Vertov (1973). A vida nos remete aos jogos em primeira pessoa, onde é possível assumir a perspectiva e tomar decisões como se estivéssemos no front, acompanhando a cobertura de algum conflito ou mesmo observando os enquadramentos do fotógrafo e seu modo de operar a câmera.

Uma outra problematização acerca da obra estudada poderia ser uma discussão a cerca de pureza e impureza, levando em consideração o que propõe André Bazin em sua clássica obra *O Cinema* (1991). O autor realiza uma defesa do cinema impuro, onde a adaptação literária é um ponto de bastante importância na construção de uma obra cinematográfica. Esse pressuposto também pode ser colocado nesse questionamento se pensarmos que a obra analisada em dado momento, remete à ideia de retorno a imagem estática. Ou seja, toma a fotografia como uma referência e a partir dela constrói a história da obra cinematográfica analisada. Entende-se a ideia de que a fotografia no caso estaria livre de adaptações, e o vídeo, a ferramenta utilizada para a construção do documentário, seria já uma adaptação técnica e também de linguagem da origem do filme *War Photographer*.

Uma outra forte referência e possível de problematização com base na defesa da adaptação de Bazin, no caso técnica, seria o fato do autor das fotos trabalhar durante a maior parte da sua carreira com películas em preto e branco. Essa prática remete também a origem não apenas da fotografia, bem como ao cinema, em função dos desenvolvimentos do suporte. Isso é novamente sustentado em uma ideia de adaptação, pois o filme busca dialogar em toda sua duração com essa dicotomia entre imagens em cor e imagens em branco e preto. Vale ressaltar que as imagens em branco e preto são ampliações típicas obtidas através das técnicas laboratoriais já em comparação ao vídeo temos todo o tratamento da obra, bem como sua respectiva finalização mediadas por programas de computadores. Apresentamos a seguir uma cena explicitando a problematização sugerida:

4 Uma ideia dos conceitos de gamificação expostos aqui podem ser conferidos através da leitura de *Remediation: Understanding a New Media* de Jay David Bolter e Richard Grusin no capítulo quarto da obra, a partir da página 88.

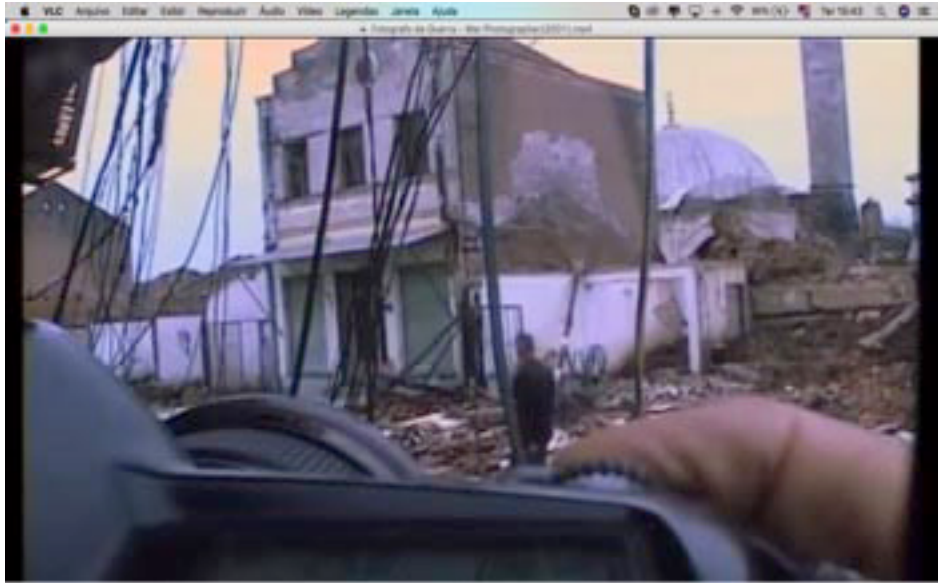


Figura 9. Captura de tela no visionamento da obra



Figura10. Captura de tela no visionamento da obra

As imagens acima apontam um diálogo entre dois suportes distintos, a captura remediando a algo histórico do ponto de vista das técnicas audiovisuais realizada em película monocromática e posteriormente a mesma sequência imagética sendo transposta para um suporte físico (papel) em uma posterior análise. Tudo é mediado por softwares gráficos através de computadores, transitando entre várias mídias e não suplantando nem tão pouco tornando-a não visível.

Cinema Lento e War Photographer

Uma outra problematização pertinente à obra de Christian Frei se dá no tensionamento da montagem da obra em questão. No visionamento do documentário e em decorrência da questão técnica discorrida nos parágrafos acima é possível notar que existe um espaçamento de tempo de grande

monta.

As sequências que acompanham o fotógrafo tendem a apresentar um tempo grande, se levarmos em consideração a perspectiva fílmica usual onde a dinâmica das cenas acompanham um ritmo de tempo maior. Na obra em questão se privilegia a ideia de tempos maiores, para que a experimentação proposta pelo diretor de maneira mais profunda. Acompanhando para tanto o personagem protagonista do documentário em suas coberturas no tempo em que a ação se dá. Na imagem abaixo uma das sequências fílmicas onde se dá um intervalo longo nesse acompanhamento que perpassa por volta de 4 minutos em que Nacthwey se dedica a registrar trabalhadores em minas de enxofre na Indonésia.



Figura11. Captura de tela no visionamento da obra

A problematização e a defesa desse tema se encontram nas palavras da pesquisadora Lúcia Nagib, uma defesa correta dessa opção por montagem cinematográfica e uma justificativa para usar dessa terminologia crítica neste artigo que versa por intermedialidade, conceitos de pureza e impureza e encerra com a questão do cinema lento (*slow movie*).

The idea of 'slow cinema' carries within it a politics. It suggests the existence of a 'fast cinema' against which it posits itself as an advantageous alternative. At a time when commodification of speed is ruthlessly obliterating the fruition of our most basic pleasures, from eating to enjoying a beautiful landscape, it seems indeed sensible to advocate slowness as an antidote to mindless consumerism. (Nagib, 2016, p. 26)

O cinema lento nos remete a uma das essências da fotografia. A arte de desenhar com a luz é algo que se deve viver com o tempo. Somente assim podemos encontrar o instante decisivo, como defendido por Cartier-Bresson (2014). Deve-se saborear a fotografia, como se faz com a montagem cinematográfica apresentada em *War Photographer*.

Conclusões

Ao observar *War Photographer*, podemos perceber uma relação da narrativa com o próprio

James Nacthwey. A simplicidade da obra está presente tanto nas fotografias de Nacthwey como em sua maneira de ser. Além disso, trata-se de uma narrativa que deve ser degustada com calma, assim como as suas fotografias. O mesmo pode ser observado na estética das imagens do documentário, que não chega a ser um branco e preto, mas possui pouca vibratibilidade de cores em todas as suas cenas.

Outra característica que nos aponta a obra de Cristian Frei é uma relação direta com os conceitos defendidos por Cartier-Bresson (2014) sobre a aproximação. Isso nos remete à intermedialidade, além de aproximar o conceito à intertextualidade, proposta por Bakhtin (1986), já que a fotografia dialoga no documentário de maneira harmônica com as imagens em movimento, a música, a luz, o silêncio e as falas dos personagens. Essa proposta é um tanto contemporânea, especialmente na capacidade de construir conexões entre narrativas tão distintas, ainda que próximas.

Porém, devemos ressaltar uma característica da obra que pouco facilita a sua interpretação. Trata-se de um documentário essencialmente construído por narrativas de realidade. Essa proposta contradiz o que o francês Roger Odin (1984) propõe ao defender a exploração de uma narrativa documental que se situa próxima da fronteira com a ficção. Para o autor, somente assim uma obra documental consegue alcançar o seu público de maneira eficaz e agradável, pois os cidadãos preferem transportar-se ao mundo da fantasia, deixando a dor da realidade para a vida normal. Na obra, nos aproximamos para realidades duras, algo indesejado por expressiva parcela da sociedade. Ainda assim, trata-se de uma obra exitosa no sentido de construir um registro histórico que nos leva à convivência com as ideias artísticas e testemunhas oculares de James Nacthwey.

Referências Bibliográficas

- Bakhtin, M. (1986). *Marxismo e filosofia da linguagem*. (3a ed.). São Paulo: Editora Hucitec, (original russo de 1929).
- Bazin, A. (1991). *O cinema*. São Paulo: Editora Brasiliense.
- Charney, L. & Schwartz, V. (2007). *O cinema e a invenção da vida moderna*. São Paulo: Cosac & Naify.
- Cartier-Bresson, H. (2014). *Ver é um todo – entrevistas e conversas, 1951-1998*. São Paulo: Gustavo Gili.
- Freund, G. (1995). *Fotografia e sociedade*. Lisboa: Veja.
- Odin, R. (1984). *Film documentaire, lecture documentarissante : cinémas et réalités*. Paris: CIEREC - Université de Saint-Étienne.
- Nagib, L. (2016). The Politics of Slowness and the Traps of Modernity. In T. de Luca & N. B. Jorge, *Slow Cinema*. UK: Edinburg University Press.

Paiva, S. (2016). Um aspecto da Tropicália: A intermedialidade como resposta ao exílio. *Rumores*, 10(19). São Paulo: USP.

Rajewsky, I. O. (2002). *Intermedialität*. Stuttgart: UTB.

Smither, R. Film/Cinema [Blog]. Recuperado de <https://encyclopedia.1914-1918-online.net/article/filmcinema>.

Sougez, M. L. (1994). *Historia de la Fotografía*. Madri: Ediciones Cátedra.

Wolf, W. (1999). *The Musicalization Of Fiction. A Study in the theory and history of Intermediality*. Amsterdam, Atlanta GA: Rodopi.

Vertov, D. (1973). *El cine ojo*. Madri: Editorial Fundamentos

Ágora¹ 4.0. El Documental en el Nuevo Ecosistema de Medios

Laura Olivares Waisman²

En el contexto mundial actual, la expansión y utilización de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) ha desempeñado un rol central a la hora de modificar, de muy diversas maneras, las formas de vida e interacción de los sujetos y las comunidades. En un contexto en el que los medios son percibidos cada vez más como parte constitutiva de la subjetividad de los usuarios, la pregunta por los modos de percibir, conocer e interactuar con la información (incluso generar contenido) se torna necesaria.

El catedrático Henry Jenkins, en un artículo publicado en *Technology Review* en el año 2003, sostenía que “hemos entrado en una nueva era de convergencia de medios que vuelve inevitable el flujo de contenidos a través de múltiples canales” (Jenkins como citado en Scolari, 2013). Es así que, frente a una nueva forma de circulación de la información, se produce un giro fundamental en el rol de los destinatarios (tradicionalmente conceptuados como meros consumidores) quienes abandonan su status pasivo en pos de una participación activa que los convertirá, en palabras del teórico norteamericano, en *prosumidores*; es decir, en sujetos que, inmersos en la cultura de la era digital, cambian su categoría de espectadores para constituirse en verdaderos *protagonistas* (responsables de la co-construcción e implicancias de sus propios recorridos). Esta premisa de participación activa del sujeto deriva del hecho de que el usuario del recurso tecnológico se ubica en el centro del circuito comunicativo, debiendo operar con la misma lógica con la que hace uso de las tecnologías en forma cotidiana; es decir, sirviéndose y colaborando con el ecosistema mediático en calidad de *cazador*, *recolector* y generador de información.

En consecuencia, esta nueva etapa hace posible la aparición de formas novedosas y múltiples de narrar una historia a través del uso de los distintos lenguajes que nos proponen hoy los medios de comunicación. Así, la *convergencia* se constituye en un nuevo paradigma que revoluciona los modos de relación entre las audiencias y los contenidos mediáticos, situación que incluye todas las manifestaciones artísticas así como aquellas provenientes de la industria del entretenimiento. Este es el caso

1 Proviene del idioma griego (ἀγορά, “asamblea”, de ἀγείρω, “reunir”). En las ciudades griegas (polis), se denominaba *ágora* a las plazas públicas y a las asambleas que se celebraban en ella. Con el tiempo, el término se extendió hasta hacer referencia a otros lugares de reunión o discusión.

2 Alumna de la Maestría en Comunicación Digital Interactiva (Universidad Nacional de Rosario).
E-mail: lauraolivaresw@gmail.com.

que abordaremos aquí: la situación actual del séptimo arte y, más precisamente, del cine documental en la era de la convergencia.

Surgida de las profundas transformaciones experimentadas por el ecosistema de medios, la lógica de la convergencia propone contemplar los nuevos modos de acercamiento e interacción de los usuarios (*prosumidores*) con los contenidos de la cultura. Estas nuevas formas de generación, circulación y distribución de los contenidos afectan de forma directa a toda la industria y producciones culturales y, muy especialmente, al rubro cinematográfico.

Con el fin de reflexionar sobre el impacto de estas nuevas modalidades de relación e intercambio entre el contenido y las audiencias (y en consecuencia, entre los llamados realizadores y sus espectadores), se vuelve necesario, en primer lugar, retornar a los orígenes del género cinematográfico y, en particular, a los del cine documental.

Tomaremos como punto de partida la definición que propone Nichols (1997) respecto del documental tradicional en tanto este tiene como principal propósito dar cuenta “de la experiencia de una investigación ya realizada sobre una realidad, respecto a la cual solamente se podían abrir preguntas o reflexiones” (Ruiz, p. 169). El cine documental es definido por Jhon Grierson como el “tratamiento creativo de la actualidad”. Sumado a esto, durante las corrientes de los años 20 y 30 se produce un cambio sustancial en la concepción de este tipo de cine pues pasa a privilegiarse la mirada personal del autor, una cierta puesta en escena en tanto construcción poética de un relato, de un modo particular de mirar (y por ende, construir) la realidad. Frente a esta conceptualización sobre la naturaleza del documental, surgen hoy propuestas en las que la interactividad y la participación de las audiencias resulta no solo un aspecto deseable sino un componente esencial que caracteriza a este tipo de iniciativas cinematográficas y las distingue de sus antecesoras en el género.

Si bien el género ha experimentado muchas transformaciones a lo largo de su devenir, desde el *cine ojo* de Dziga Vertov pasando por las *sinfonías urbanas* de la vanguardia hasta llegar al *direct cinema* norteamericano, la situación en la que nos encontramos hoy resulta inédita. Insertos en un ecosistema mediático en el que el contacto e intercambio constante entre –y con– las pantallas resulta cotidiano y es percibido como natural (hasta extremos en ocasiones alarmantes), somos testigos y a la vez –y aquí reside la novedad– partícipes fundamentales en la construcción, desarrollo y continuidad de las miradas de mundo que nos proponen. Así, el cine documental va abriéndose paso e incorporando nuevas estrategias que ponen en jaque la estructura tradicional de la relación autor-obra-espectador con el objetivo de interpelarnos y movilizarnos a comprometernos activamente con la mirada del mundo que cada proyecto nos propone.

Un ejemplo claro del avance de la interrelación e influencia de las audiencias en las producciones cinematográficas (ya sea de no ficción o incluso ficción) lo constituye el concepto emergente de *cocreatividad*. La *cocreatividad* o *intercreatividad* se constituye como una serie de instancias o momentos de colaboración en los que, desde los proyectos transmediales, se propone que los usuarios participen en las narrativas propuestas a través del aporte de datos (imágenes, videos, narraciones, etc.) y/o de la realización –y generalmente de la difusión– de los recorridos contemplados (y de aquellos que no han podido preverse) en las narraciones presentadas.

Atendiendo a que gran parte del éxito de estas narraciones recae sobre el nivel de compromiso (engagement) que las mismas puedan generar en la audiencia, en el caso de los proyectos documen-

tales se pretende que las motivaciones que lleven a los espectadores a comprometerse y participar de la narrativa propuesta sean de tipo *intrínseco* (*Intrinsic motivations*). Es por esto que planteamos que la audiencia debe ser capaz de: recorrer las *tramas* y *subtramas* presentadas en forma autónoma, conocer y conectarse entre sí y con los *personajes* propuestos, tener la oportunidad de obtener sensaciones de logro, satisfacción y conciencia crítica respecto de los temas presentados, sentirse única e importante en cuanto a la centralidad de su rol en la construcción y defensa de los puntos de vista presentados en el proyecto, etc.

En esta línea, proponemos que los proyectos documentales transmedia deben apuntar a satisfacer *necesidades básicas* de la audiencia tales como: la *variedad* (en la que se incluye la sorpresa de descubrir la gran cantidad y diversidad de temas relacionados –e insospechados-), la *conexión* (en tanto habilita lazos afectivos y de compromiso tanto entre los participantes como entre la audiencia y los personajes principales y secundarios) y la *visibilidad* en lo relativo al alcance local y global del proyecto.

Es así que, como respuesta a las nuevas experiencias derivadas de la convergencia de distintos medios de comunicación, surge el concepto de *transmedia storytelling*³ (narrativa transmedia) para designar “un tipo de relato donde la historia se despliega a través de múltiples medios y plataformas de comunicación, y en el cual una parte de los consumidores asume un rol activo en ese proceso de expansión” (Scolari, 2013). Así, “las NT (narrativas transmedia) son una particular forma narrativa que se expande a través de diferentes sistemas de significación (verbal, icónico, audiovisual, interactivo, etc.) y medios (cine, comic, televisión, videojuegos, teatro, etc.)” (Scolari, 2013). Sin embargo, debemos tener presente que las NT no son simplemente la “adaptación de un lenguaje a otro (por ejemplo del libro al cine) sino una estrategia que va mucho más allá y desarrolla un mundo narrativo que abarca diferentes medios y lenguajes” (Scolari, 2013). De este modo, los relatos se expanden (*enhanced storytelling* -narrativa aumentada-) ya que:

aparecen nuevos personajes o situaciones que traspasan las fronteras del universo de ficción. Esta dispersión textual que encuentra en lo narrativo su hilo conductor (...) es una de las más importantes fuentes de complejidad de la cultura de masas contemporánea (Scolari).

Es debido a su enorme potencialidad a la hora de expandir (y difundir) un universo narrativo que asistimos hoy a una suerte de proliferación de iniciativas transmedia, tanto en el área de la ficción (narrativas ficcionales como la que la cadena televisiva HBO creó en torno a la serie *True Blood*) como en el de la no ficción (como es el caso del periodismo transmedia, por ejemplo: *The Marshall Project*). También encontramos casos en los que las agencias de publicidad y merchandising hacen uso de las estrategias y alcances que la puesta en funcionamiento de una NT pone a su alcance (en

3 Sobre las denominaciones existentes, es importante destacar que “el concepto de NT no está solo: conceptos como cross-media, plataformas múltiples (multiple platforms), medios híbridos (hybrid media), mercancía intertextual (intertextual commodity), mundos transmediales (transmedial worlds), interacciones transmediales (transmedial interactions), multimodalidad (multimodality) o intermedios (intermedia) forman parte de la misma galaxia semántica. Cada uno de estos conceptos ilumina alguna dimensión de las NT (...) Grosso modo, *cada uno de estos conceptos trata de nombrar una misma experiencia: una práctica de producción de sentido e interpretativa basada en historias que se expresan a través de una combinación de lenguajes, medios y plataformas*” (Scolari, 2013). La cursiva es nuestra.

EEUU, la campaña publicitaria *Decode* organizada en torno al libro del rapero Jay-Z; y en Argentina, la pareja que representa al Banco Galicia) y, en un tono similar, hallamos algunas propuestas educativas –en su mayoría, aisladas– que tienen como objetivo generar interés y aumentar la participación de los estudiantes de los distintos niveles (es el caso de algunas iniciativas de los canales de televisión del estado argentino –*PAKA PAKA*– y de algunos proyectos de investigación aplicada⁴).

Ya sea en el ámbito de la ficción o de la no ficción, el objetivo primordial es generar una propuesta que le permita al usuario interactuar con el universo de un relato o contenido a través del recorrido y la experimentación con sus elementos constitutivos, disgregados (fragmentados) en distintas plataformas de lenguaje (tanto físicas como digitales, online u offline). De esta manera, esta nueva *lógica de la convergencia* hace posible la aparición de formas novedosas de interacción entre los usuarios a partir de la colaboración en la cocreación de tramas narrativas complementarias. Así, hoy se abre para los usuarios de los medios la posibilidad de colaborar activamente en el acto de construcción y difusión de un universo narrativo a través del uso de distintos soportes y medios de comunicación.

A propósito de la estructura y funcionamiento de estos escenarios transmediales emergentes, el teórico argentino Igarza (2016) sostiene que:

La transmediatización, producto de una narración en diferentes plataformas (multisoporte), enriquecida (hipermedialidad) y transformada en un espacio compartido (participación), representa mucho más que un proceso de adaptación del original a múltiples escenarios o ventanas, de la transposición de un libro en un video, de un cuento en un videojuego (adaptatividad). (...) mediante intervenciones cruzadas, los usuarios expanden (cocreatividad diferida) el contenido con nuevos personajes, subtramas y escenas, construyendo un sistema estético, narrativo y tecnológico personalizado (individuación) que puede poner en contacto, además de las parcialidades de una misma obra, varias obras diferentes (multisistémica).

En consecuencia, si a partir de los nuevos formatos digitales el documental tradicional fue mutando hacia el documental interactivo multimedial y ampliando sus horizontes en la búsqueda de formas más dialógicas e interactivas, el documental transmedia tiene como objetivo final superar la dicotomía productor-consumidor y habilitar una gama ilimitada de experiencias de interacción y navegación de los contenidos a partir de la generación del compromiso e involucramiento (*engagement*) de los usuarios en las narrativas propuestas. Así, el logro del involucramiento por parte de los usuarios en la(s) historia(s) recae completamente en la capacidad de la propuesta transmedia de generar distintos niveles de compromiso con la narrativa. De este modo:

La narrativa transmediática consiste en recrear la relación de la trama con las subtramas a priori ocultas (latentes) mediante una combinación dinámica de articulaciones y bifurcaciones de escenas y biografías, utilizando estéticas y tecnologías diversas, que multiplican las remisiones internas y externas a la obra y facilitan la pluralidad de representaciones desde perspectivas diferentes, incluso mediante diversos géneros y formatos, cuyo resultado surge de una secuencia imprevisible de experiencias (intervenciones) individuales y colectivas que corrompen la genética de los contenidos produciendo transformaciones en las condiciones de acceso, recepción y participación, más allá incluso de lo previsto por los autores (Irigaray,

4 Es el caso de *El enigma Baltimore*, una experiencia transmedia realizada en el marco de una beca de investigación de la FFHA de la UNSJ.

2017).

De ahí que podamos considerar a algunas propuestas documentales actuales como transmediales en tanto resultan de la “composición de mensajes distintos, en diferentes plataformas de lenguajes, y que en conjunto construyen un nuevo mensaje” (Reno). En consecuencia, esta diversificación de contenidos en una multiplicidad de soportes no comporta quiebres dentro de la historia ni genera contradicciones sustanciales que dificulten el acceso (y disfrute) de los participantes a la trama narrativa nuclear; al contrario, habilita más espacios de colaboración y cocreación del universo narrativo propuesto.

De este modo, podemos observar que las perspectivas actuales del documental se relacionan de manera constitutiva y orgánica con el ecosistema de medios en el que estamos inmersos, ya que sus rasgos básicos y definitorios no solo derivan de él sino que entablan un constante diálogo con el ambiente. Esta relación tan estrecha y fundamentalmente constitutiva entre los proyectos documentales y el ecosistema de medios es lo que da lugar a propuestas artísticas que interpelan, cada vez más y de forma más efectiva, a las audiencias y contribuyen a erosionar los límites tajantes antaño propuestos entre el autor, la obra artística (ya sea de ficción o no) y el espectador (hoy partícipe clave en la puesta en marcha de cualquier proyecto cinematográfico).

Finalmente, el universo narrativo que se plantea desde cada proyecto cinematográfico documental responde, aún si su aspiración no es contarse –todavía- entre la liga de las iniciativas transmediales, a nuevas lógicas propias de la convergencia del ecosistema mediático. Esto en la medida en que se propone a la web y sus espacios como una suerte de *ágora 4.0* que proporciona a los usuarios (hoy verdaderos *prosumidores*) infinitas posibilidades de participación, cocreación y circulación de los contenidos.

Referencias Bibliográficas

Campalans, C., Renó, D., & Gosciola, V. (Orgs). (2012). *Narrativas transmedia. Entre teorías y prácticas*. (1a ed.). Bogotá: Editorial Universidad del Rosario.

Irigaray, F., Lovato, A. & Moreno, G. (2017). *Documento base del módulo 1.4.1*. Laboratorio I: I+DOC - Webdocs y Documentales Transmedia. UNR.

Igarza, R. (2016). Escenas transmediales. In F. Irigaray & D. Renó (Comps.), *Transmediaciones. Creatividad, innovación y estrategias en nuevas narrativas*. (1a ed.). Ciudad Autónoma de Buenos Aires: La Crujía.

Jenkins, H. (2009a). *Convergence culture: la cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós Ibérica.

Jenkins, H. (2009b). *Fans, bloggers y videojuegos. La cultura de la colaboración*. Barcelona: Paidós Ibérica.

Scolari, C. (2013). *Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto.

As Representações da Saúde Digital em Imagens

Alessandra de Falco¹

A publicação *Saúde Digital News*² divulga notícias sobre o assunto, com o foco em informações institucionais, oriundas de empresas da área ou organizações governamentais, desde novembro de 2015. Em imagens vinculadas às notícias publicadas no mês de março de 2018, foram realizadas análises das textualidades que representam a convergência das revoluções genética e tecnológica aplicadas à saúde e ainda, daquelas que aproximam o homem da máquina, fazendo referência ao pós-humanismo.

Hira (2012, p. 23) denomina de Saúde Digital (*Digital Health* ou *e-health*) o uso do “[...] arcabouço tecnológico voltado à melhoria da atenção à saúde”. Ele ainda destaca exemplos dos benefícios como: para pacientes, a melhora no atendimento; para médicos, a capacitação e educação à distância; e para gestores públicos, gestão e qualidade dos serviços de saúde (Hira, 2012), o que pôde ser visto representado nas imagens estudadas neste artigo.

As aplicações tecnológicas para a melhoria da saúde têm ganhado cada vez mais espaço com a popularização de recursos de alta tecnologia, o que têm sido observado nos noticiários. Ao olhar especificamente para o veículo especializado *Saúde Digital News* foi possível observar que, apesar de todos os textos da amostra serem acompanhados de imagens, muitas eram meramente ilustrativas, o que é retratado no resumo informativo a seguir.

O exemplo 1 do *corpus*³ apresenta uma mão segurando um celular com o *Uber* na tela, sendo que a matéria aborda um *app* de transporte que conecta os pacientes aos médicos mais próximos. O exemplo 2 mostra uma imagem panorâmica do hospital citado na matéria. No exemplo 4 há uma ilustração para representar a tecnologia 5G, uma foto da entrevistada para a matéria e um *slide* apresentado no evento. Os exemplos 5, 15, 19, 23 e 24 mostram as fotos dos autores dos textos opinativos. O 7 dos entrevistados.

Nos exemplos 9, 18, 21 e 24 estão disponíveis as logomarcas de empresas citadas ou filme. A ilustração 10 representa dois participantes disputando um dispositivo tecnológico - fazendo referên-

1 Doutora em Educação.
Professora de Jornalismo na Universidade Federal de São João del Rei (UFSJ).
Pesquisadora de pós-doutorado no Núcleo de Pesquisas em Conexões Intermediáticas (UFMG).
E-mail: alessandrafalco@ufsj.edu.br.

2 Recuperado de <http://forumsaudedigital.com.br/saude-digital-news>

3 Recuperado de https://docs.google.com/document/d/1haeHWAVcVx_b6JPuf5JBDPoQhbSJ2Q6RsU1nOZYqr-To/edit.

cia à competição para criação de *apps* na área de saúde. Já o 14 utiliza apenas a imagem de um rosto para ilustrar o texto sobre Prontuário Eletrônico do Paciente (PEP), este que possibilita ao médico ou à clínica, ao invés de utilizar o papel para anotar os dados do paciente e armazenar exames em gavetas, usar um sistema no computador.

O exemplo 15 também apresenta a foto do autor do texto e duas ilustrações, sendo uma de visualização de dados, para referenciar a passagem de informações de consulta do papel para o computador, com destaque para a dúvida sobre a segurança destas informações ao migrarem para o digital (*cyber security*). No exemplo 22 (Figura 1), a imagem apresenta um homem em uma cadeira de roda, porém não é possível entender apenas pela visualização da mesma - é necessária a leitura do texto - de que se trata de uma tecnologia capaz de controlar o deslocamento da cadeira comandada pelo movimento ocular.

Ademés dos casos apresentados acima, os exemplos a seguir demonstram que “[...] as imagens potencialmente nos indicam os traços culturais do ambiente em que elas são produzidas e circulam, complementando as possibilidades de análise da midiatização por meio das textualidades” (Carvalho, 2017, p. 38). Isto considerando ainda o fato da pesquisa científica não se reduzir à análise textual para amparar, por exemplo neste caso, as proximidades de representação do pós-humanismo na divulgação jornalística sobre saúde digital.



Figura 1. Exemplo 22

Desenvolvimento

De acordo com Abril (2012, p. 23) “[...] vemos através dos olhos da nossa cultura, dos sistemas simbólicos, conhecimentos, valores e estereótipos adquiridos através da enculturação. E através

de nossa experiência mais ou menos particular de leitores de textos, incluindo os visuais”⁴, o que justifica a apresentação da mesma ilustração nos exemplos 3 e 13 (Figura 2) de um celular conectado com um estetoscópio, representando como se o aparelho fosse o médico.

A primeira matéria aborda o uso de aplicativos para chamar os médicos em casa, sendo que a imagem ilustra como se um *smartphone* fosse o médico, portanto representa a máquina exercendo o papel do homem, de consultar e diagnosticar. “Eu argumentaria que a distinção entre humanos e máquinas está se tornando menos clara e ao mesmo tempo se torna mais difícil imaginar como nós sobreviveríamos agora sem ajuda mecânica”⁵ (Pepperell, 2013, p. 2). O segundo texto também trata de um *app* que armazena os dados do usuário e também pode ser utilizado para agendamento de consultas.



Figura 2. Exemplos 3 e 13



Figura 3. Exemplo 9

Em conformidade com a primeira imagem acima (Figura 2) está o exemplo 9 (Figura 3) que é um retrato do que afirma Abril (2012, p. 31), “[...] as imagens nunca vêm sozinhas, nem são reconhecidas fora de coleções e redes imaginárias virtuais. As imagens sempre aderem algum imaginário social [...]”⁶, uma vez que os doodles, versões modificadas do logotipo do Google utilizadas principalmente em datas relevantes ou relacionadas às pesquisas específicas (como o Google Acadêmico), já são usualmente visualizadas pelos internautas que utilizam o mecanismo de busca e, neste caso, possui elementos específicos que fazem referência à saúde, como o símbolo relacionado à cardiologia no coração e o estetoscópio.

Este último elemento também é empregado na ilustração a seguir, no exemplo 16 (Figura 4), em matéria que aborda ataques cibernéticos em empresas de saúde e em dados de seus usuários, como se o vilão virtual saísse do computador levando em sua maleta as informações confidenciais.

[...] um texto visual está conectado de modo amplo ao social, ao temporal, ao cultural.

4 Texto original: “[...] vemos a través de los ojos de nuestra cultura, de los sistemas simbólicos, conocimientos, valores y estereótipos adquiridos a través de la enculturación. Y a través de nuestra experiencia más o menos particular de lectores de textos, incluidos los texto visuales”.

5 Texto original: “I will argue that the distinction between humans and machines is becoming less clear at the same time as it becomes increasingly hard to imagine how we would now survive without mechanical aids”.

6 Texto original: “[...] las imágenes nunca vienen solas, ni se las reconoce fuera de colecciones y redes imaginarias virtuales. Las imágenes siempre adhieren algún imaginario social[...]”.

[...] a produção de referências passa a ser um processo de comunicação constituído por uma série de negociações e contraturalidades que envolvem e articulam indivíduos (como interlocutores), grupos sociais, dinâmicas culturais e históricas. Nessa perspectiva comunicacional, o esforço de representar “algo” implica necessariamente uma ação criativa, que responde, de variadas formas, aos desafios de viver num mundo aberto, múltiplo e em transformação. (Mendonça & Leal, 2017, p. 106)



Figura 4. Exemplo 16

Outro elemento da cultura da saúde é o eletrocardiograma, o monitoramento cardíaco, e sua representação que pode ser observada no exemplo 17 (Figura 5) que mostra imagens de aplicativos de monitoramento humano voltados para a saúde, que mapeiam dados do usuário, como batimento cardíaco por exemplo, captando sinais vitais e enviando automaticamente para um prontuário.



Figura 5. Exemplo 17

Já nos exemplos 6 (Figura 6) e 15 (Figura 7) há a ilustração de homens e ondas de transmissão, sugerindo que o cérebro ou a voz estão enviando informações, inclusive para uma máquina/computador, que pode compreender esses dados, sendo o tema da primeira publicação a Interface Máquina Cérebro e o da segunda, Inteligência Artificial, ambas tecnologias que conferem uma certa

independência à máquina para a compreensão do homem. Pepperell (2003, p. 08), ao aproximar com ponderação o limite entre o homem e a máquina, afirma que:

As redes neurais de hoje têm severas limitações para serem vistas como modelos do cérebro humano (eles geralmente são digitais em vez de análogos paralelos, como o cérebro é), mas mostram como as máquinas têm a capacidade de se adaptar e aprender; qualidades que são fundamentais para a natureza humana.⁷



Figura 6. Exemplo 6



Figura 7. Exemplo 15

No exemplo 11 (Figura 8), apesar da imagem não ter uma relação direta com o texto, que fala sobre Prontuário Eletrônico do Paciente (PEP), é demonstrado “[...] um sistema que procura naturalizar a existência do indivíduo pós-humano na sociedade contemporânea” (Damiati, 2017, p. 2), uma vez que na cultura atual o aperto de mão é um pacto entre as pessoas, e como demonstra a imagem, pode ser uma parceria entre máquina - ciborgue. E homem, apresentada pela naturalização da imagem.

Afinal onde termina o homem e onde começa a máquina? O paradigma do ciborgue designa, então, uma relação simbiótica entre o corpo orgânico e as tecnologias que podem acoplar a ele diversos modos (como próteses estéticas, corretoras, ou aperfeiçoadas do organismo, substâncias químicas, e também aparelhos de comunicação, como celulares e computadores), mas indica também uma atitude que vê como algo a ser constantemente aperfeiçoado. (Viviani como citado em Marcondes Filho, 2009, p. 56)

Además, braços e pernas mecânicos se tornaram símbolo do pós-humano, fazendo referência ao ciborgue que é “[...] um organismo híbrido, ou seja, um organismo constituído de algumas partes orgânicas e outras cibernéticas, normalmente com o objetivo de aumentar as capacidades por meio da tecnologia artificial” (Regina, 2013, p. 73) e como “[...] não participa do processo de evolução natural, portanto é desprovido de finalidade ou telos, ele seria constatação de que a humanidade encontra-se no estágio do pós-humanismo, que marca o fim do corpo como locus do sujeito, racional e irradiador do mundo” (Viviani como citado em Marcondes Filho, 2009, pp. 56-57).

⁷ Texto original: “Neural networks of today do have severe limitations if they are to be seen as models of the human brain (they are usually digital serial rather than analogue parallel, as the brain is) but they do show how machines can have the ability to adapt and learn; qualities that are so fundamental to human nature”.



Figura 8. Exemplo 11

Fazendo mais uma aproximação com o pós-humanismo, já observando as imagens a seguir do exemplo 22, de robôs cirúrgicos (Figuras 9 e 10), é possível concordar com Haraway (2009, p. 1) que afirma que “A medicina moderna também está cheia de ciborgues, de junções entre organismo e máquina, cada qual concebido como um dispositivo codificado”. Os robôs mecânicos apresentados nas imagens auxiliam os médicos e vice-versa - o que pode não ser deduzido apenas observando as imagens por um pesquisador que desconhece essa relação contemporânea entre saúde e tecnologias. “Atualizações mais recentes no paradigma do ciborgue também passaram a compreender o homem como um conjunto de informações e mensagens, do mesmo modo que máquinas programáveis” (Viviani como citado em Marcondes Filho, 2009, p. 57).

[...] o objetivo da maioria das pesquisas atuais em robótica é alcançar autonomia para a máquina, libertá-la de fontes estáticas de poder e intervenção humana. [...] A maioria dos robôs em uso hoje é pré-programada cegamente para realizar tarefas repetitivas, mas a pesquisa em visão de máquina, sensoramento de som e sensibilidade ao toque lhes permitirá sentir seu ambiente e tomar decisões em tempo real sobre sua operação. (Pepperell, 2013, p. 3)⁸

8 Texto original: “[...] the aim of much current robotic research is to achieve autonomy for the machine, to free it from static sources of power and human intervention. [...] Most robots in use today are blindly pre-programmed to do repetitive tasks, but research into machine vision, sound sensing and touch sensitivity will allow them to sense their environment and take ‘real-time’ decisions about their operation”.



Figura 9. Exemplo 22



Figura 10. Exemplo 22

Já as imagens dos exemplos 12 (Figuras 11, 12, 13 e 14), 15 (Figura 15) e 19 (Figura 16) representam casos da aplicação da Realidade Aumentada, quando elementos do mundo virtual são visíveis no mundo real, propiciando uma experiência de sentido e de presença, para que, por exemplo, estudantes de medicina observem, e até simulem, como seria uma cirurgia a partir do uso de um corpo virtual, que é projetado graças aos recursos tecnológicos utilizados (Figura 12).

“As materialidades, portanto, se realizam na medida em que colocam em tensão tanto atributos do pensamento quanto qualidades dos sentidos corporais (som, vista, tato, cheiro, paladar)” (Antunes, Mafra, & Jáuregui, 2018, pp. 45-46). Apesar de as imagens não serem reais, dão suporte para os pesquisadores experimentarem, por exemplo, como seria o procedimento para o nascimento de uma criança (Figura 13) ou visualizarem um DNA aumentado (Figura 11) ou observarem a parte afetada de um coração que pode precisar de uma cirurgia (Figura 15).



Figura 11. Exemplo 12



Figura 12. Exemplo 12



Figura 13. Exemplo 12



Figura 14. Exemplo 12



FiguraS 15. Exemplos 15



Figura 16. Exemplo 19

Em um dos capítulos da série *Pure Genius* - veiculada no canal Universal em 2017 e que foi o estímulo para esta pesquisa - um médico imprime um coração em 3D para treinar uma cirurgia que deveria ser assertiva. Em outro, há a apresentação virtual dos dados do paciente na sala, como na Figura 14, o que revela um momento cultural atual quando se aproximam o que é ficção científica e o que é realidade. A última figura dessa série de exemplos também simula o acesso a dados da saúde em Realidade Aumentada.

A Realidade Virtual (RV), quando o homem é inserido em um ambiente diferente daquele real, onde está no momento, também foi representada no exemplo 24 (Figuras 17, 18, 19, 20, 21 e 22) como uma alternativa para reduzir a dor de pacientes. Por exemplo, enquanto a enfermeira injeta a medicação, o doente imerge em um ambiente completamente diferente da sala do hospital, a partir do uso de um *smartphone* e do óculos de RV acoplados em seu corpo (Figura 19).

A Figura 17 mostra uma cena do filme *Jogador n. 1*, cujo início apresenta o mundo em caos e as pessoas encontrando conforto na Realidade Virtual. “Como um acontecimento, a representação, em sua dimensão performativa, atua sobre a realidade social, sendo simultaneamente resultado de uma “imaginação criadora” e oferecendo-se como elemento a partir do qual outras criações se darão” (Mendonça & Leal, 2017, p. 107).

A intenção do autor do texto, ao escolher as imagens, foi, possivelmente, da aproximação da ficção científica com a realidade, para mostrar como as pessoas podem buscar uma fuga na RV para ter uma boa experiência emocional, sendo uma esperança o uso das tecnologias aplicadas à saúde. Mas, também é possível questionar até que ponto elas podem ser positivas, como no caso dos crimes cibernéticos citado acima, ou mesmo relacionando com o filme, no qual ao final os usuários desco-

brem que estavam presos numa disputa na Realidade Virtual, ou ainda observando nas imagens os contrastes de expressões de alegria (Figura 18), mas também de dor (Figuras 20 e 22).



Figura 17. Exemplo 24

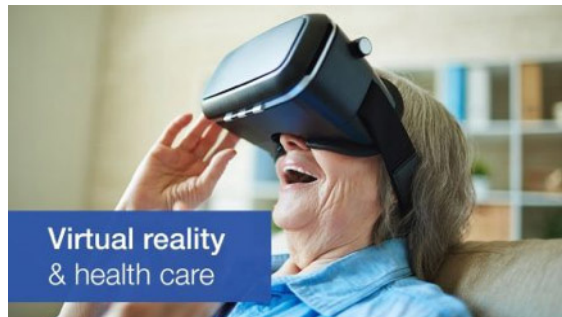


Figura 18. Exemplo 24



Figura 19. Exemplo 24



Figura 20. Exemplo 24



Figura 21. Exemplo 24



Figura 22. Exemplo 24

Considerações Finais

Ao estudar a textualidade das imagens, ou seja, a leitura do texto visual articulada com a cultura contemporânea, percebe-se que em alguns momentos há a necessidade do texto para contextualizar as imagens em relação às temáticas específicas, como no caso da cadeira de rodas, uma imagem comum, da qual não se pode concluir que se trata de uma tecnologia movida pelos movimentos dos olhos apenas analisando a imagem. Mas no total de 41 imagens, em 21 foi possível analisar as representações relacionadas à tecnologia aplicada à saúde.

Estas imagens estudadas representam o momento atual da medicina, cuja influência dos avanços tecnológicos reflete na profissionalização e nas ofertas aos pacientes, necessitando inclusive conhecimentos específicos de tecnologia por ambos. Elementos das áreas de saúde (estetoscópio, eletrocardiograma, maleta médica etc) e de tecnologia (*smartphone*, Google, computador etc) se misturam nas representações. Demonstram a influência das tecnologias na saúde e o conseqüente impacto para a existência humana e até um equilíbrio quando se trata da relação entre homem e máquina.

Isto posto quando estudamos então as imagens a partir de proximidades com o pós-humanismo, o que pôde ser observado de forma enfática no aperto de uma mão ciborgue com uma mão humana. Apesar de não ter sido o foco desta pesquisa específica, apareceram também nas representações traços e até tensões da convergência entre realidade e ficção científica, cenários à princípio futuristas, mas que já fazem parte do cotidiano.

Referências Bibliográficas

Abril, G. (2012). *Cultura visual: de la semiótica a la política*. Madrid: Plaza y Valdés.

Antunes, E., Mafra, R., & Jáuregui, C. (2018). Mídia em trânsito, mídia em transe: textualização, epifania e distanciação. In: B. Leal, C. A. Carvalho, & G. Alzamora (Orgs.), *Textualidades midiáticas* (pp. 35-57). Belo Horizonte: PPGCom/UFMG. Recuperado de <http://www.seloppgcom.fafich.ufmg.br/index.php/seloppgcom/catalog/view/1/1/2-1>.

Carvalho, C. A. de (2017). *Midiatização: investigações brasileiras e europeias e o midiacentrismo*. In C. A. Carvalho (Org.), *Midiatização e textualidades: dimensões teóricas e aplicações empíricas* (pp. 19-40) Belo Horizonte: PPGCOM UFMG.

Damiati, D. (2017). *A invenção do indivíduo pós-humano: imaginação, competência e a expectativa de ser outro nas capas das revistas Superinteressante e Galileu* [Tese de doutorado]. Faculdade de Ciências e Letras, Universidade Estadual Paulista, Araraquara, SP, Brasil. Recuperado de https://repositorio.unesp.br/bitstream/handle/11449/152024/damiati_d_dr_arafcl.pdf?sequence=3&isAllowed=y.

Haraway, D. J. (2009). Manifesto Ciborgue: ciência, tecnologia e feminismo-socialista no final do século XX. *Infodesign 1: Imagem e Complexidade* – Profa. Oriana Duarte. Texto 01.

Hira, A. Y. (2012). *Saúde digital: novo paradigma da convergência de tecnologias de informação para a atenção da saúde* (Tese de Doutorado). Universidade de São Paulo (USP), São Paulo. Recuperado de http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/3/3142/tde-15072013.../Adilson_Yuji_Hira.pdf.

Marcondes Filho, C. (2009). *Dicionário da comunicação*. São Paulo: Paulus.

Mendonça, C. C. & Leal, B. S. (2017). Ver a elas: mulheres trans e as dimensões políticas da cultura visual. In C. A. de Carvalho (Org.), *Midiatização e textualidades: dimensões teóricas e aplicações empíricas* (pp. 103-112). Belo Horizonte: PPGCOM UFMG.

Pepperell, R. (2003). *The Posthuman Condition - Consciousness beyond the brain*. Bristol, UK: intellect.

Regina, F. A. (2013). *Imaginário midiático na ficção científica: pós-humano no seriado televisivo Star Trek – New Generation* (Dissertação de Mestrado). Universidade Paulista, São Paulo. Recuperado de http://200.196.224.129/presencial/ensino/pos_graduacao/strictosensu/comunicacao/download/comunic_franciscoalexandreregina.pdf.

Ecología de los Medios en el Estudio de los Ambientes Socioculturales: el Documental Paciente

Yenny Paola Bejarano Bejarano¹

Marshall McLuhan, uno de los teóricos de la comunicación, fue el precursor del concepto ‘Ecología de los Medios’ (1967). Insistía en su teoría: “los medios forman un ambiente o entorno sensorial en el que nos movemos como pez en el agua, aunque no se den cuenta de su existencia hasta que, por algún motivo, se vuelven visibles. Su ecología está totalmente volcada hacia las percepciones de los sujetos: los humanos modelamos los instrumentos de comunicación, pero, al mismo tiempo, ellos nos remodelan sin que seamos conscientes de ello” (Scolari, 2015, p. 21)

Quizás otro de los teóricos que se unió a este concepto fue Neil Postman en su libro ‘El humanismo de la ecología de los medios’ (1968) en el que se refiere “al medio como una tecnología dentro de la cual crece una cultura, se moldea la política de esa cultura, su organización social y sus formas de pensar habituales” (Islas, 2009, p. 26)

La ecología de los medios hace referencia al análisis de cómo los medios de comunicación afectan la opinión humana, la comprensión, y como esa interacción con estos medios facilita nuestras posibilidades de supervivencia. La ecología entonces implicará el estudio de ambientes, y estos ambientes se definen como un complejo sistema de mensajes que impone en el ser humano formas de pensar, de sentir y actuar (Postman).

Por otro lado, en cuanto a los estudios de ambientes mediáticos que hace referencia, se define como el análisis de medios de comunicación que obliga a entender cuál es el rol que desempeñan los medios en la sociedad, cómo los medios estructuran lo que estamos viviendo y su influencia en lo que hace sentir y actuar de la manera en que lo hacemos

La unión de las palabras ‘medios’ y ‘ecología’ da relación no sólo al estudio de los medios, sino las formas de interacción entre los medios y los seres humanos que le dan a una cultura su carácter y que, podría decirse, la ayudan a preservar un equilibrio simbólico.

Postman (1970) también indicó en su libro que el ser humano vive en dos tipos de ambientes el primero es el ambiente natural que está compuesto por el aire, los ríos, los árboles etc. Y el otro

¹ Estudiante y candidata a magister (Universidad Nacional de Rosario).
Profesional en Comunicación Social y Periodismo (Fundación Universitaria de Los Libertadores)
E-mail: yennypao15@gmail.com.

es el entorno de los medios que se compone de lenguaje, números, imágenes, hologramas y demás símbolos. (Boschma & Groen, 2018)

Scolari sintetiza el concepto de Ecología de los Medios en una idea básica como son las tecnologías, (2015) “las tecnologías de la comunicación, desde la escritura hasta los medios digitales, generan ambientes que afectan a los sujetos que las utilizan”. Por otro lado, McLuhan sostiene que los efectos de la tecnología no se producen a nivel de las opiniones o conceptos sino que alteran los sentidos y los patrones de percepción de manera constante y sin ningún tipo de resistencia (Scolari, 2015, p. 33).

Él mismo quien dio a conocer el famoso aforismo de ‘el medio es mensaje’ en el que se refería a que el medio, más que el contenido que se dirige a la audiencia, es el efecto que consigue en la audiencia moldeando a los usuarios a nivel físico, cambiando facilidades, rutinas, modos de percepción entre otros casos. El teórico canadiense ponía en consideración el tema de cómo la audiencia adquiere información y cómo esa información afecta al usuario. McLuhan se refirió también al impacto de la televisión en los niños en el que decía “el impacto de la televisión en los niños no se debe tanto a su contenido como a la forma en que lo transmite a los puntos de luz proyectada hacia el televidente, carencia de detalle, a su movimiento y sonido, que crean una atmósfera envolvente y una experiencia táctil además de visual” (Scolari, 2015, p. 38).

Postman también señaló que “el cambio tecnológico no es un aditivo sino ecológico, en cuanto el tema ecológico el teórico indica que la llegada de un medio no se limita a agregar algo nuevo sino lo cambia todo. En el año 1500 después de la invención de la imprenta ayudó a que Europa luciera diferente, después con la llegada de la televisión en los hogares de los estadounidenses le dio un nuevo color a cada campaña política, hogar, escuela, industria entre otros campos (Scolari, p. 38).

Una Sociedad Sumergida en la Tecnología

Luego de una revolución tecnológica en la sociedad, y tener en la actualidad una generación de personas están consumiendo contenidos audiovisuales en YouTube, Netflix, vimeo, redes sociales entre otras plataformas de información que demandan gran cantidad de tiempo.

La generación Einstein (nacidos desde 1988- actualidad) ha pasado toda su vida rodeada de computadoras, videojuegos, teléfonos celulares entre otros dispositivos como dice el mexicano Octavio Islas en su artículo ‘La convergencia cultural a través de la ecología de medios’ publicado en la revista científica Educomunicar, quien indica que esta generación se desenvuelve en una nueva ecología cultural en el que las comunicaciones digitales tienen un rol protagónico en la formación de la percepción y la comprensión de la realidad. (Islas, 2009, p. 27).

Según Islas los jóvenes de 15 a 18 años actualmente hacen un intenso uso de las redes sociales, correo electrónico, el empleo de móviles como disco duro para almacenar y trasladar información, intercambiando ficheros entre móviles a través de Bluetooth (Islas, 2009, p. 33). Islas señala que el desarrollo de la generación Einstein incide en el rumbo de la llamada ‘economía de la atención’ en el que el valor será conferido a todo aquello que resulte susceptible de despertar el interés de esta generación en los consumidores y ciudadanos que están mucho más informado a través de las redes

sociales o plataformas de interactivas. Por otro lado, Islas se manifiesta sobre la educación móvil en donde indica: “La educación móvil a través de teléfonos celulares responde a la necesidad de adecuar el imaginario educativo a las exigencias de aprendizaje que impone la ecología cultural en la cual se desenvuelve la Generación Einstein” (Islas, 2009, p. 33).

En el libro ‘TVMorfosis 5’, la creatividad en la era digital’ de Guillermo Orozco (2016) manifiesta que en la ecología de los medios enfocados en el tema de la nueva televisión escribió que ahora es importante pensar en la lógica del ‘broadcasting’ y su inclusión en las redes digitales. Sin embargo, es importante indicar que los contenidos por imagen en movimiento son los que han tenido más impacto en la redes y en el mundo digital en el tráfico de datos globales y se convierte en uno de los consumos principales de los usuarios, por encima de páginas web, email, videojuegos en línea y el email.

Según Orozco (2016) desde una perspectiva ecológico- evolutiva comenta que la televisión está luchando por adaptarse a las nuevas condiciones de la ecología mediática, para sobrevivir debe adoptar rasgos de los nuevos medios, simular formas narrativas y expresivas propios de los entornos interactivos.

En cuanto a la televisión la introducción del control remoto alteró la relación con la ecología cultural, del zapping a través de los canales del televisor, que a principio era un juego, sin embargo, este tipo de actividad hizo que progresivamente los receptores de los medios de comunicación llegaran a una emancipación en vías de transitar a la condición prosumidores. (Islas, 2009, p. 35)

La Sociedad de Consumo

Debido a la llegada del internet se incrementó una revolución en el tema de consumo, ahora los usuarios pueden acceder a compras online y recibir su pedido a domicilio a la hora que quiera obteniendo un vestido, un reloj, hasta un celular desde cualquier parte del mundo. El uso generalizado de internet ha hecho que el mercado del comercio electrónico aumente, en varios países de Europa el aumento de las ventas en internet ha ido en aumento por ejemplo, en 2016, el 55% de los europeos compran por internet, frente al 30% en 2007, en EE.UU las ventas por internet aumentaron cerca del 9% (Ferrer, 2017).

La digitalización del consumo ha hecho que se transformen las fases de compra tradicional, actualmente cada persona que compre online puede tener de cerca la información y todos los detalles de los objetos a comprar, y además la variedad de oferta que pueden encontrar en el mercado, asimismo conocer los comentarios de otros consumidores para darse una idea del pedido que quiere adquirir, así puedan tener un mayor poder decisión. Por otro lado, las personas que adquieren un pedido pueden cambiarlo si encuentran algún desperfecto a través de la página que adquirió la compra (Ferrer, 2017)

De igual manera la tecnología ha alterado el comportamiento y la conducta del ser humano, con el aumento de las ventas de celulares, hoy en día, no solo se puede llamar, sino que podemos sacar fotos, hacer videoconferencias, mandar mensajes de voz, acceder a redes sociales, comentar, informarse y pagar servicios, hacer transacciones, en vez de hacer fila en una entidad bancaria.

En el tema de entretenimiento ahora es posible ver series, telenovelas, y televisión en vivo a través de un dispositivo móvil, una de las ventajas que tiene ahora la tecnología que simplificó la manera de hacer las cosas accediendo a través de un móvil.

Hoy en día con la proliferación de las redes sociales se hizo más fácil acceder a la vida privada de personajes de la vida nacional, famosos o celebridades, con ello, actualmente cualquier persona puede opinar de la vida privada de algún famoso y no se tiene algún respeto por la vida de este tipo de personajes. Aunque la tecnología hizo que se formaran comunidades de fanes o seguidores de artistas eso hizo que el uso de móviles se proliferara con el fin de estar y sentirse conectado, poder comentar, refutar, promocionar su empresa y por qué no, hacer amigos a través de las redes.

El Documental Paciente

La salud en Colombia cada día pasa de un tono más claro a uno más oscuro. Las cosas no están en un buen momento. Los políticos colombianos, con las leyes y reformas a la salud, han hecho que los procesos colapsen, se estancuen y miles de personas tengan que pedir una cita prioritaria para que se las den en dos o tres meses. La situación no es justa con los colombianos. El cáncer, el sida, los problemas respiratorios, renales, psiquiátricos, cardiovasculares, entre otros que cada día más aquejan a nuestra sociedad. En un gobierno donde la corrupción hace de las suyas en el país, los estratos menos favorecidos del país pagan las consecuencias. En realidad, es un tema en el que, como colombianos debemos exigir nuestros derechos por una salud pública digna.



Figura 1.

Un grupo de investigadores quisieron saber cómo se ve la muerte desde una perspectiva institucional, es decir desde los hospitales y los institutos, de qué manera ellos cuidan y protegen a los pacientes en condición terminal, y cómo podrían ellos, de alguna u otra manera, visualizar ese tipo de casos. Crearon un documental llamado ‘Paciente’, que cuenta la historia de Nubia, una mujer cabeza

de hogar que al enterarse de la enfermedad terminal de su hija Lady, se entrega al cuidado de ella, enfrentando las dificultades propias del sistema de salud de nuestro país. La pieza muestra la entereza de una madre soltera que está dispuesta a animar a su hija con una sonrisa y sin desfallecer.

El documental se estrenó en el país el 21 de abril del año pasado. A la semana de haberse proyectado, Lady la hija de Nubia, perdió la batalla contra la enfermedad. Nubia fue escogida entre muchos personajes que entrevistaron. Aceptó ser grabada por el equipo de audiovisuales encabezado por la guionista Carol Ann Figueroa, quien se puso en la tarea de investigar las clínicas y hospitales que trabajarán con pacientes que requerían cuidados paliativos. La tarea fue difícil porque en los centros de atención no brindaron apoyo para desarrollar este documental porque no querían que se visibilizaran esa clase de casos.

“El gran reto fue convencerlos que el cine documental es diferente a lo que hace un reportaje televisivo. Nuestra intención jamás fue ser amarillista o tener algún fin lucrativo”, comentó Carol para Cine Capsula. Además dijo que fueron cerca de cuatro años de investigación sacando adelante el proyecto con su equipo.

El Hospital Méderi les cerró las puertas al documental mientras el Instituto Nacional de Cancerología se las abrió, y fue el lugar donde se rodó completamente. El recorrido de los 70 minutos muestra todo lo que tiene que hacer una madre de hospital en hospital para que atiendan a su hija y puedan tratarla con los mejores equipos.



Figura 2.

Foto: Captura de pantalla- YouTube

Se llamó “Paciente” porque define los momentos en que debemos seguir indicaciones médicas o tenemos que mantener la calma mientras esperamos en el pasillo de una clínica. “Paciente no es solo para quien padece la enfermedad y espera superarla; también es para quien se encarga del cuidar al enfermo y luchar diariamente contra el sistema de salud del país”, dice la sinopsis del documental.

Meses más tarde el equipo realizó una serie de trabajos transmedia con el fin de darle continuidad al documental, como un ejemplo de acercar a la audiencia con este tipo de temas coyunturales del país. El director de cine Jorge Caballero (2016), quien junto a Carol realizaron esta asombrosa muestra de cine documental, decidieron crear un material transmedia. Tuvieron tanto al final que quisieron darle un mejor uso: por un lado de las cerca de 60 entrevistas que realizaron escogieron nueve, y se las entregaron a documentalistas colombianos para que realizaran con ellas algún tipo de cortometraje de tres minutos. La única condición era que respetaran el audio y el sonido. Los cortos fueron mostrados en videoinstalaciones en Bogotá, Cali y Medellín.

Por otro lado el equipo estuvo interesado en realizar un video juego interactivo llamado ‘Impaciente’, en el que se inspiraron en el sistema de salud actual colombiano. “Accedes en la página web del documental y lo que hace el juego es ponerte a prueba en el tema de salud; se te asigna un doctor, la tramitología de una cita y la idea es que alcances la meta antes de morirte”, comentó Figueroa para el diario El Colombiano en Medellín.

La guionista e investigadora del documental Carol Ann Figueroa realizó su último aporte con un libro titulado ‘Casting para una muerte’, que es un intento de la autora por exorcizar una experiencia intensa con la enfermedad y la muerte. Eso es un homenaje a esas personas que le abrieron su corazón al contarle su historia para que fueran parte del relato del documental. El libro colgado en la web tiene cuatro crónicas que ella se encontró en la investigación.

El documental es desgarrador y fuerte. Realmente nunca nos imaginamos lo que un persona puede hacer por amor a sus hijos y todo el sufrimiento que esto conlleva por una enfermedad, así que este tipo de piezas gráficas pueden hacer entender y concientizar a todas los políticos y burocráticos del país a darle una mirada más profunda a la salud. El caso de Nubia es uno de los tantos que ocurren en Colombia.



Figura 3.

Si hablamos del material transmedia del documental, tanto el director como la guionista se interesaron por compartir las escenas que quedaron sin salir. Puede haber documentalistas colombianos que hacen cortos o largometrajes, no para el público sino para ellos, y en los que solo existe el ego de los productores. Es muy gratificante saber que no existe ningún tipo de egoísmos para compartir información valiosa.

Aunque suene absurdo decir que en un videojuego se debe pasar varias pruebas para no morir, es un tema real que sucede hoy en día en el país. Las interminables filas, las salas de espera, las camillas en los pasillos son prueba de ello. Se debe poner la lupa sobre el sistema al cual le estamos aportando dinero.

Es injusto saber que una persona pensionada, anciana y sin posibilidad de moverse tenga que ir a la EPS a rogar por un medicamento. Eso no es condición de vida ni para ella ni para nadie. Por otro lado, el libro pudo haber sido la catarsis de Figueroa por desahogarse de todo lo que escuchó y vio en la realización del documental. En esa medida, Valdrá la pena hacer un material transmedia para su continuación. Ojalá que este tipo de productos se reproduzcan y cambiara la manera de pensar y ver cómo en los pasillos de un hospital se muere la gente sin contemplación y sin que nadie haga nada.

Conclusiones

La generación del consumo, una sociedad invadida por el consumo de celulares, en la que los jóvenes de esta generación están inmersos en la tecnología, cada día vemos cómo los celulares invaden la vida de las personas, ya sea en el trabajo, en el carro, en el transporte público, en la casa y hasta en la mesa para comer.

Cuando hace unos años era la televisión la que era el eje central de la cena o el almuerzo en familia, ahora es el celular el que interviene cuando estamos cenando o al ver el programa de televisión favorito. Está inmerso en nuestra vida y en las decisiones que tomemos, es el instrumento más importante a la hora de salir de casa y el que más infarto ha generado por no saber dónde está.

Por ende, el celular se convierte en uno de los instrumentos que para la ecología de los medios es uno de los dispositivos que interviene en el ambiente sociocultural que se vive actualmente. Hay que entender la siguiente frase de Carlos Scolari quien define “Las tecnologías de la comunicación, desde la escritura hasta los medios digitales, generan ambientes que afectan a los sujetos que las utilizan”.

Esto quiere decir que, aunque sea solo un dispositivo, para ver imágenes o iniciar conversaciones en redes sociales también se ha convertido en un dispositivo que ha cambiado el modo de informarse de una sociedad.

Por otro lado, mientras las personas se encuentran sumergidas en lo nuevo que trae la tecnología está también las historias de vida de una mujer que lucha porque su hija tenga un tratamiento de salud por la enfermedad que padece, cáncer. Todo parece indicar que la salud en Colombia es una mentira, y que cada vez hay más personas que se mueren en los pasillos de los hospitales sin ser atendidos.

Mientras muchos siguen consumiendo tecnología a través de sus celulares, a veces hay histo-

rias sociales más graves que suceden con solo pasar la calle, con solo apagar el celular.

Referencias Bibliográficas

- Boschma, J. & Groen, I. (2018). *Generación Einstein: más listos, más rápidos y más sociales. Comunicarse con los jóvenes del siglo XXI*. Online: Keesie. Recuperado de https://anele.org/jornadas_tecnicas/generatie_einsteinspaans_jeroen.pdf.
- Ferrer, R. (octubre de 2017). El consumo en la era digital. Obtenido de caixabank. Recuperado de http://www.caixabankresearch.com/sites/default/files/documents/im_1710_36-37_d3.pdf.
- Islas, O. (2009). La convergencia cultural a través de la ecología de medios. *Revista Científica Educomunicación*, 25-33.
- Orozco, G. (2015). *Tvmorfis*. México: Paidós.
- Scolari, C. (2015). *Ecología de los medios: entornos, evoluciones e interpretaciones*. Barcelona: Ediciones Gedisa D.A.
- Scolari, C. (2015). *Los ecos de McLuhan: ecología de los medios, semiótica e interfaces*. Barcelona: Palabra Clave .
- Caballero, J. (Director). (2016). *Paciente* [DVD]. Barcelona: GusanoFilms. Recuperado de <http://pacientedoc.com/>.

El Cine Documental de Corte Etnográfico en América Latina - Breve Análisis de su Evolución¹

Pablo Calvo de Castro²

A partir de la década de los sesenta del s. XX la oleada de dictaduras que se produce en muchos de los países de la región, unida a los populismos, el fervor anticomunista, la crisis de la deuda y la irrupción de los modelos neoliberales de la Escuela de Chicago, perpetúa un clima de inestabilidad social que no contribuye en absoluto a generar un contexto en el que se pueda introducir en las agendas de los gobiernos la cuestión indígena. No será hasta la década de los noventa cuando surjan movimientos sociales que visibilicen un problema que ya se venía madurando desde hacía varias décadas.

Como apunta Fabiola Escárzaga (2004, p. 102), los movimientos proletarios y de clase media de la primera mitad del s. XX son sustituidos, con la llegada del neoliberalismo, por movimientos de lucha por la emancipación de la mujer, de los jóvenes o los indígenas entre otros. Estos últimos buscan la reacción social ante las políticas de exterminio de poblaciones en toda la región. Sirva como ejemplo el caso de Brasil, donde se calcula que en el s. XX han sido exterminadas noventa tribus en la selva amazónica (Halperin Donghi, 2004, p. 713).

En la década de los noventa el fenómeno trasciende a las esferas sociopolítica y cultural y al ámbito internacional. Bengoa (2009, p. 6) señala al respecto el término *Emergencia Indígena* definido como “la presencia de nuevas identidades y expresiones étnicas, demandas y reclamos de las poblaciones indígenas”, hecho que va a variar la agenda de muchos estados y va a visibilizar el problema en la esfera internacional. El mismo Bengoa (1992, p. 163) concluye que

después de 1992, las poblaciones no indígenas de América Latina tienen una conciencia diferente a lo ocurrido con los indígenas, y los indígenas, por su lado, han sido capaces de desarrollar con fuerza el discurso victimario, [...] que no solo se refiere a sus propios problemas, sino que aborda los asuntos más profundos de las sociedades latinoamericanas: su identidad, su historia y su futuro.

1 El presente artículo ha sido publicado originalmente en la Revista Cine Documental en enero de 2018 bajo el título: “La evolución del cine etnográfico en el documental latinoamericano.”

2 Doctor en cine documental (Universidad de Salamanca).
Profesor PhD a Tiempo completo (Facultad de Comunicación de la Universidad de Medellín).
E-mail: pcalvo@udem.edu.co.

En este sentido, el cine documental se ha configurado como una herramienta de gran utilidad en apoyo de la consecución de los objetivos mencionados en este breve repaso histórico.

Si el punto de partida de este recorrido es el cine documental, teniendo en cuenta que nace como cine etnográfico a finales del s. XIX, habrá que esperar hasta las primeras décadas del s. XX para observar el desarrollo de una narrativa que permita al documental ser una herramienta relevante para “dotar a los sucesos de la importancia de los acontecimientos históricos [además de] introducir la perspectiva moralizadora o las creencias sociales de un autor” Nichols (2001, p. 77). Son la narrativa y el punto de vista los aspectos que van a diferenciar el cine documental de la mera representación de la realidad, también en el cine de corte etnográfico.

En paralelo, este tipo de cine se ve influido por la incorporación de técnicas visuales de registro en los trabajos científicos y antropológicos, donde investigadores europeos “vieron en este nuevo medio una herramienta inigualable para explorar, captar y coleccionar las peculiaridades del mundo” (Canals, 2011, p. 67). Los primeros trabajos de Margaret Mead y Gregory Bateson en Bali tenían un estilo observacional no invasivo, con el fin de mantener la objetividad en el registro a partir de la no intervención. Pero antropólogos y documentalistas se dan cuenta de que la cámara no es solo una “máquina para registrar datos, sino también [...] un instrumento que revolucionaría la propia práctica etnográfica y la elaboración teórica” (Ardèvol, 2008, p. 41). Paulatinamente se va matizando la manera en la que tanto cineastas como antropólogos se acercan al concepto de objetividad para asumir otros métodos de legitimación que introducen nuevos modelos para el cine etnográfico y para la antropología visual (MacDougall, 1995, p. 129).

Esta convivencia entre el medio cinematográfico o audiovisual como herramienta para el antropólogo y el cine de corte etnográfico impulsado por realizadores –de formación antropológica o no- genera un debate que pretende clarificar las diferencias entre filme etnográfico y documento cinematográfico antropológico. Sol Worth (1995, p. 206) establece que “un filme etnográfico es un conjunto de signos cuya función es el estudio del comportamiento de una comunidad” pero también apunta que “cualquier película puede ser o no etnográfica dependiendo de la forma en la que se utiliza” (Worth, 1995, p. 217). Esta idea va de la mano de la expresada por el propio MacDougall (1969-1970, p. 18) cuando afirma que cualquier película que muestra una sociedad a otra puede ser considerada etnográfica.

Sin ser este debate objeto del trabajo, parece necesario partir de esta doble ruta establecida por la antropología y el cine para llegar al cine etnográfico. Desde Robert Flaherty y esas primeras narrativas incorporadas a películas de marcada sensibilidad etnográfica (De Brigard, 1995, p. 20) se pasa a un cine de comunicación etnográfica, de fuerte influencia griersoniana, con la popularización de los dispositivos sincrónicos de registro y mucho más livianos (De Brigard, 1995, p. 22) lo que permite diversificar la manera en la que la cámara se acerca a la realidad. Surgen así nuevas corrientes cinematográficas como el *Cinema Verité* en Francia o el *Direct Cinema* en Estados Unidos que modelan las estrategias narrativas del documental de corte etnográfico y que culminan en un cine reflexivo y un cine evocativo (Casetti & di Chio, 1991, pp. 122-123) en tanto el primero tiene la necesidad de referenciar la metodología de elaboración del film en el montaje del mismo, mientras el segundo pretende llevar a cabo un proceso de deconstrucción de la realidad para así mejor dar a conocer otras realidades al público de las películas. En todo caso, este es un breve esbozo de las tendencias que a nivel mundial

afectan a la evolución del cine de corte etnográfico y es a continuación cuando se analiza de manera pormenorizada el caso latinoamericano.

Etapas en la Evolución del Cine Etnográfico en América Latina

El recorrido planteado define cuatro grandes momentos en la evolución del documental de corte etnográfico en Latinoamérica. Así, se identifica un primer periodo en el que se observa un cine de exploración y colonización, en las décadas de los veinte y los treinta; un segundo periodo, en la década de los cincuenta, en el que se observa una clara deriva social en la manera de documentar la realidad; un tercer periodo en el que este cine se desarrolla inserto o en paralelo a las distintas corrientes vinculadas al Nuevo Cine Latinoamericano, en los años sesenta, setenta y ochenta; y un cuarto periodo, desde la década de los noventa hasta la actualidad, en el que se ha redefinido la manera de afrontar la temática indígena, en consonancia con los cambios en el panorama general respecto al tratamiento social de esta problemática.

El cine de exploración y colonización

En los albores del cine documental en América Latina se identifica ya un marcado sesgo etnográfico en varias producciones cinematográficas. Se pueden observar en México ejemplos de cine documental que derivan hacia el mundo indígena y la defensa de sus valores culturales en trabajos como *Costumbres mayas* (Carlos Martínez de Arreondo, 1915), *Las Ruinas de Uxmal* (Carlos Martínez de Arreondo, 1919), *Fiestas de Chalma* (Manuel Gamio, 1922), *El sur de México* (Manuel Covarrubias, 1926) o *Pátzcuaro* (Manuel Covarrubias, 1926).

En varias regiones de América Latina se extiende el uso del cine como instrumento de propaganda en un contexto histórico en el se quiere afianzar un mensaje de progreso y desarrollo, impulsado por la oligarquía comercial y por los gobiernos, y dirigido a la población nacional pero también a migrantes europeos a los que se pretendía persuadir del potencial de una región exótica y con muchos territorios por descubrir. Ejemplos de este argumento son *No Paiz das Amazonas* (Silvino Santos y Agesilau de Araújo, 1921) y *Ao redor do Brasil: Aspectos do interior e das fronteiras brasileiras* (Thomaz Reis, 1932), donde las exploraciones ensalzan el tremendo potencial económico de las tierras vírgenes de Brasil pero también encuentran y documentan multitud de comunidades indígenas poco o nada contactadas. Santos y Araújo entrelazan la documentación de la explotación de las distintas materias primas en la región con el contacto con diversas poblaciones indígenas, la fauna y la flora del exuberante paisaje que encuentran en su viaje. Silvino Santos, de origen portugués, radicado en el área amazónica desde muy joven y uno de los pioneros del cine documental brasileño, encuentra similitudes con Robert Flaherty en sus primeras incursiones en el norte de Canadá. Un joven Santos se interesa enseguida por el registro de la sociedad que le rodea, en especial por el mundo indígena, lo que le conecta con el empresario del caucho peruano Julio César Arana, que le contrata para pro-

ducir material sobre los indios putumayos³ (Chirif, 2011, p. 32; Uribe Mosquera, 2013, p. 38) y tras dos meses de rodaje pierde todo el negativo en el naufragio del buque que iba camino de Europa para revelarlo, algo que a la postre, al igual que ocurre en el caso de Flaherty, supondría una redefinición de su trabajo, formado por más de ochenta títulos hasta su retiro en la década de los sesenta. La película de Reis, impulsada desde la administración militar brasileña, observa y analiza con ímpetu científico y un fuerte deseo clasificador a las poblaciones indígenas contactadas durante la expedición. Esta actitud puede parecer irrespetuosa a través de los ojos del observador actual y desde de este trabajo es ampliamente criticable por su rol aculturador de las comunidades visitadas, a las que se observa con curiosidad, pero de las que se obvia su idiosincrasia. Sin embargo, si se tiene en cuenta el momento histórico y sobre todo la postura respecto de estas poblaciones en el pasado, la historia debería agradecer a Thomaz Reis su actitud, que posiblemente contribuyó a generar una conciencia de preservación de la identidad y la autonomía de los pueblos indígenas -más allá del control que se ejercía sobre ellos con el Servicio de Protección del Indio- que hoy tutela la FUNAI en Brasil y que sirve de ejemplo para el resto de países de la región amazónica, donde los intereses económicos por la extracción de recursos amenaza la vida de estas personas en comunidades que no han mostrado, hasta la fecha, el más mínimo interés por relacionarse con el hombre blanco y beneficiarse de su desarrollo.

En la misma línea que en Brasil, en Ecuador, el sacerdote Carlos Crespi realizó *Los invencibles shuaras del Alto Amazonas* (1927), primer documental etnográfico del país y uno de los primeros de América Latina (Gumucio Dagron, 2014, p. 23). Es un largometraje documental que “parte de las iniciativas de los años veinte en que la sociedad civil y el Estado promovían la colonización del Oriente ecuatoriano y la incorporación de los aún inaccesibles grupos indígenas amazónicos” (Larrea, 2014, p. 2).

En Bolivia los pioneros del cine documental de los años veinte son Arturo Posnansky, Luís Castillo, Pedro Sambarino y José María Velasco Maidana (Gumucio Dagron, 2003, p. 141). Llevan a cabo producciones que transitan entre la exaltación patriótica y la generación de una conciencia andina muy vinculada al movimiento indígena y que será el germen de toda una corriente cinematográfica de corte etnográfico en las décadas siguientes. Pedro Sambarino funda en 1923 la Sociedad Cinematográfica Boliviana y produce, con financiación gubernamental, gran número de documentales en la década de los veinte con un marcado sesgo de exaltación patriótica como se aprecia en *En el país de los incas* (1923), *En el corazón de Sud América* (1923), *Los trabajos del ferrocarril Potosí-Sucre* (1923) o *Maniobras militares* (1923), todos cortometrajes documentales. En 1924 funda la Empresa Pedro Sambarino, con la que produce *Corazón Aymara* (1924) y con la que inicia un interesante proceso de distribución transnacional que lleva a *En el país de los incas* (1923) a las salas de Perú.

El desarrollo de la vertiente social del cine etnográfico en la década de los cincuenta

Durante la década de los cincuenta el cine documental se alejará de la exaltación patriótica para introducir la vertiente social también en el cine de corte etnográfico, influido además por avances

3 Este material luego formaría parte de su defensa en la acusación, ante los tribunales ingleses - ya que su empresa de explotación de caucho tenía capital británico -, de la esclavización y el exterminio de comunidades de indios putumayos.

formales y estéticos que contribuirán a su consolidación como género tras la Segunda Guerra Mundial (De Brigard, 1995, p. 20)

Aún con estos cambios significativos es necesario destacar de nuevo el caso de Bolivia por su particular idiosincrasia. En un país de marcada mayoría indígena, la Revolución Nacional y el periodo de gobierno del Movimiento Nacionalista Revolucionario⁴ producen un cine, al frente del que se sitúa Jorge Ruiz, formado por numerosas películas documentales y de ficción destinadas a ensalzar las capacidades revolucionarias construyendo a través de ellas “los perfiles de una identidad nacional integrada como pieza definitoria al mundo indígena” (Ortega & Morán, 2003, p. 37). Jorge Sanjinés tomará el relevo de Ruiz y continuará aplicando los postulados establecidos por éste a través del Instituto de Cine Boliviano. Se genera así un proceso evolutivo que Ortega y Morán (2003, p. 37) califican de paradigmático y paradójico, ya que, en la amplia obra de Jorge Sanjinés se dibuja un panorama de progreso con ciertas contradicciones intrínsecas en un país que sostiene una postura revolucionaria nacionalista y anti-imperialista marcada por la identidad indígena a la vez que recurre a la ayuda económica de Estados Unidos.

Pero no solo serán Sanjinés y Ruiz los exponentes de una cinematografía nacional tan particular. También películas como *El surco propio* (Waldo Cerruto, 1954), sobre la asignación de tierras producto de la reforma agraria de 1953, muestran “la integración indígena en la vía del progreso en la que se inscribe la nación después de siglos de sometimiento a unos y otros” (Ortega & Morán, 2003, p. 38) utilizando la mecanización como metáfora del desarrollo. En contraposición, pero también en paralelo –de ahí la paradoja manifestada por Ortega y Morán (2003, p. 40) “en la que el discurso desarrollista es rehén de las políticas de cooperación del Norte”- está la película de Jorge Ruiz *Un poquito de diversificación económica* (1955), financiada por los Estados Unidos con una finalidad propagandística exógena a fin de demostrar los resultados de sus planes de desarrollo. Pero dentro de la producción revolucionaria también hay espacio para la representación del pueblo boliviano como apoderado de su propio desarrollo, como en *Las montañas nunca cambian* (Jorge Ruiz, 1962), película producida en conmemoración de los diez años del surgimiento de la revolución en Bolivia.

En el contexto latinoamericano pronto surge la desconfianza hacia estas propuestas de desarrollo e industrialización y su cine documental se orienta hacia la reivindicación social. Tiene gran influencia el festival cinematográfico organizado en Montevideo en 1958 por la Organización de Arte Sodre, en el que se sientan algunas de las bases del Nuevo Cine Latinoamericano y que va a influir en el cine de corte etnográfico en cuanto las películas que allí confluyen atesoran un fuerte sesgo social como *Tire Die* (Fernando Birri, 1958-1960), *Río, zona norte* (Nélson Pereira dos Santos, 1957) o *Vuelve Sebastiana (Los Chipayas)* (Ruiz & Roca, 1953). Además, se produce una conexión internacional de ida y vuelta que aún la influencia del neorrealismo italiano que el Centro Sperimentale di Roma tuvo en numerosos realizadores latinoamericanos y la presencia de John Grierson en Montevideo como invitado de honor (King, 1994, p. 145). El británico descubre el trabajo de realizadores como Fernando Birri, Manuel Chambi o Jorge Ruíz –con el que recorrió Bolivia- y “no se limita a transmitir una experiencia, sino que buscan eventuales posibilidades de inserción” (Paranaguá, 2003,

4 La Revolución boliviana se produce en 1952 y el periodo de gobierno del Movimiento Nacionalista Revolucionario comprende desde 1952 hasta 1964, momento en el que es derrocado por un golpe de estado.

p. 39) de sus modelos cinematográficos en el contexto latinoamericano.

De los títulos producidos en este periodo destaca *Araya* (Margot Benacerraf, 1959). La cinta, dotada de una gran trascendencia estética, desarrolla, mediante el enfoque etnográfico con una fuerte carga social, el trabajo centenario de los salineros amenazado por la mecanización de los procesos productivos. Películas como *El Mégano* (Julio García Espinosa, 1955), *¡Torero!* (Carlos Velo, 1956), *Mimbre* (Sergio Bravo, 1957) y sobre todo las mencionadas *Tire Die* (Fernando Birri, 1958-1960) *Araya* (Margot Benacerraf, 1959) y *Vuelve Sebastiana (Los Chipayas)* (Jorge Ruiz y Augusto Roca, 1953) introducen temáticas y técnicas narrativas que en la década posterior van a formar parte de las inquietudes creativas de la mayoría de los documentalistas latinoamericanos. Del mismo modo que ocurre en películas como *Le sel de la terre* (1950) o *Lourdes et des Miracles* (1954-55) en las que el cineasta francés Georges Rouquier incorpora un equipo pequeño y portátil, la cámara al hombro y el sonido directo o de ambiente, consiguiendo capturar la realidad con estrategias técnicas y narrativas distintas a las que se venían poniendo en práctica en el periodo anterior, en *Vuelve Sebastiana (Los Chipayas)* (1953) Jorge Ruiz y Augusto Roca introducen un cambio en la relación entre documentalista y sujeto filmado. Si bien a nivel formal la película mantiene el estilo descriptivo característico de la narrativa propia de la puesta en escena del primer cine etnográfico, como hiciera *Nanook of the north* (Robert Flaherty, 1922), se introducen personajes que actúan de manera activa y están presentes en la voz en off, que combina un narrador omnisciente con la personificación de la voz de los sujetos documentados y el doblaje de las breves conversaciones entre ellos. *Vuelve Sebastiana (Los Chipayas)* (Jorge Ruiz y Augusto Roca, 1953) supone, en Bolivia, el punto de partida para una original forma de hacer cine que desarrolla y perfecciona Jorge Sanjinés en la época siguiente en su *cine junto al pueblo*, modificando el paradigma narrativo occidental a partir de un nuevo lenguaje en el que, además de rodar en la lengua nativa y emplear actores no profesionales, cambia la construcción de la película en la sala de montaje atendiendo a la decodificación del mensaje que hacen las poblaciones indígenas, público de sus propias obras, alejándose así de la concepción cinematográfica clásica y siguiendo un camino propio dentro del cine documental en América Latina. Gumucio Dagron (2003, p. 144) añade al respecto que

esta manera de hacer cine sin marcar los límites de una manera tajante [...] es uno de los grandes aportes de Jorge Ruíz al cine documental, y sin duda su influencia es más tarde importante en todo el cine de Jorge Sanjinés; [...] de Ruíz dijo John Grierson en 1958: es uno de los seis documentalistas más importantes del mundo.

El Nuevo Cine Latinoamericano y el cine etnográfico

Durante los años sesenta, setenta y ochenta, tercer periodo de los establecidos para llevar a cabo el análisis, el cine etnográfico se desarrolla muy influido por la figura de Jean Rouch. Prolífico y controvertido cineasta y antropólogo, quizá sea el más importante realizador de corte etnográfico que ha dado la historia del cine. Si Vigo y Rouquier pueden considerarse los padres del cine documental etnográfico en Francia (Colombes, 1985, p. 17), Rouch será el hijo aventajado que, con su talento y

trabajo⁵, llega tan lejos como se propone. Su manera de rodar combina la movilidad de cámara de Vertov con la metodología participativa de Flaherty y con su cine pretende generar una realidad cinematográfica: la verdad de la ficción. La subjetividad en la narración es el hilo conductor que acompaña a las imágenes y proporciona al espectador una interpretación personal. Como apunta Canals (2011, p. 76) “para Rouch la objetividad no se debe entender como una adecuación del filme a una supuesta verdad inherente al mundo, sino, sobre todo como una consecuencia de la reflexividad”, es decir, poner en evidencia los mecanismos utilizados para la filmación así como el carácter interpretativo de todo film etnográfico.

Breschand (2004, p. 32) también reconoce la valía de Rouch como teórico y casi profeta cuando habla de un cine etnográfico directo, intervencionista y participativo, pero también de un estilo que introduce elementos tan utilizados en la actualidad como la voz en off.

Pero no solo Jean Rouch supone una influencia en el cine documental de corte etnográfico en América Latina de este periodo, el enfoque social del neorrealismo italiano que ya aparece en el periodo anterior, la constante relación con las estrategias narrativas de la ficción y sobre todo la capacidad para la innovación formal, van a introducir nuevos lenguajes apoyados por la influencia de personajes como Grierson –tal como se ha comentado en el análisis del periodo anterior- que generan un punto de ruptura en este tipo de cine.

El documental social de corte antropológico se redefine de nuevo en *Kukuli*⁶ (César Villanueva, Eulogio Nishiyama y Luís Figueroa, 1961) mediante el original tratamiento etnográfico de la cultura inca y la idiosincrasia indígena de Perú siendo la primera película rodada en lengua quechua. Es uno de los mayores ejemplos de la renovación del cine peruano de los sesenta surgido de la confluencia de ideas en el Cineclub de Cuzco y de realizadores como Manuel Chambi, Víctor Chambi, César Villanueva, Eulogio Nishiyama o Luís Figueroa. Realizan un cine donde la referencialidad indígena copa todos los argumentarios introduciendo la crítica social combinada con el registro etnográfico que pone en valor al sector mayoritario en la zona andina de Perú –al igual que ocurre en Bolivia- pero que históricamente ha permanecido relegado a la infrarrepresentación.

Volviendo al caso boliviano, Jorge Sanjinés recoge el testigo de Jorge Ruiz para convertirse en este periodo en el mayor exponente del Nuevo Cine Latinoamericano en su país. En su cine, motivado por las cuestiones identitarias, “se aleja del indígena glorioso del pasado pre-hispánico para volcar su mirada a su descendiente contemporáneo, el indio, y a los problemas que enfrenta en la Bolivia post-revolucionaria” (Córdova, 2007, p. 139). Fuerte heredero de un estilo que mezcla ficción y documental desarrollado por Jorge Ruiz, Jorge Sanjinés, junto al grupo de cineastas Ukamau, se decanta en la década de los sesenta por producir películas argumentales ya que “consideraban que la presencia de un relato ficcional no entorpecía los planes de divulgación de las problemáticas testificadas en los films, sino que, por el contrario, permitía establecer cierta empatía entre el destinatario y las situaciones narradas” (Flores, 2013, p. 151). La primera de ellas es *Ukamau* (1966), también la

5 Hasta su muerte en un accidente de automóvil en Níger en 2004, produce más de cien películas que son una aportación incommensurable al cine etnográfico, al documental y a la ficción.

6 Es necesario aclarar que *Kikuli* () ha sido considerado en ocasiones como un film argumental aunque desde este trabajo se considera como una película documental que incorpora estrategias narrativas propias de la ficción.

primera película argumental de Sanjinés, que antes había producido los cortometrajes documentales *Sueños y realidades* (1961) y *Revolución* (1963). Mediante una cuidada fotografía y un montaje muy atrevido Sanjinés introduce nuevos planos estéticos en sintonía con el Nuevo Cine Latinoamericano y además pone sobre la mesa cuestiones éticas derivadas de las relaciones entre mestizos e indios, de la manera en que José María Velasco Maidana lo hace entre blancos e indios en *Wara Wara* (1929).

Con su siguiente película, *Yawar Mallku - Sangre del cóndor* (1969), Jorge Sanjinés da un salto cualitativo en su filmografía. Pasa “de un cine sobre temática indígena, a un cine hecho desde el punto de vista y la estética indígenas” (Córdova, 2007, p. 140). Para ello el grupo de cineastas Ukamau decide crear canales efectivos de distribución en “sindicatos, escuelas, juntas vecinales, centros mineros [...] y exhibiciones ambulantes de sus películas para las comunidades campesinas” (Córdova, 2007, p. 141).

También tuvieron que hacer frente a un problema que trascendía el logístico, el cambio de código narrativo en el lenguaje cinematográfico, construido bajo un modelo asimilable para el receptor occidental, pero al que los indígenas bolivianos no se habían expuesto. Es lo que Bordwell (1985, p. 35) define como la “abstracción de la estructura narrativa que abarca las expectativas típicas sobre cómo clasificar los acontecimientos y relacionar las partes con el todo”. Todos estos cambios de orientación en la creación y distribución se recogen en las obras de Sanjinés *Teoría y práctica de un cine junto al pueblo* de 1979 y *El plano secuencia integral* de 1989 y se aplican en el film *La nación clandestina* (Jorge Sanjinés, 1989), donde el director se aparta de un cine didáctico que genere una cierta alfabetización en los indígenas, para que así pudieran descifrar el código. En el plano estético, “pone a prueba con gran maestría su teoría del plano secuencia integral como una gramática cinematográfica adecuada a la estructura mental, los ritmos internos y la cosmovisión de los pueblos andinos” (Córdova, 2007, p. 142). En el plano narrativo, utiliza el personaje individual sin contraponerlo a la posibilidad de contar la historia de la colectividad, eje central de la vida indígena.

Con toda su filmografía, que se extiende hasta bien entrado el s. XXI, Sanjinés ha situado a un país que se encuentra entre los más pobres del mundo en el plano internacional con una cinematografía singular que pone en valor a la población indígena como pocos lo han hecho, aportando en lo formal un original formato de hibridación entre lo argumental y lo documental, y en lo narrativo un fuerte sentimiento de denuncia social y un cambio de código adaptado a las poblaciones indígenas de Bolivia.

En México, *Etnocidio: Notas sobre el Mezquital* (Paul Leduc, 1976) innova esta vez en los aspectos formales, estructurando el relato de manera cíclica y asumiendo un claro posicionamiento de denuncia desde las primeras secuencias en las que a partir de la constatación documental de los datos aportados por el estudio que sustenta la película, ésta va asumiendo un tono crítico respecto de la situación indígena.

En Venezuela, *Yo hablo a Caracas* (Carlos Azpurúa, 1978) continúa en esta línea desarrollando un cine etnográfico con un claro posicionamiento en defensa de los derechos indígenas que utiliza las técnicas del Cine Directo y asume un fuerte compromiso social con los problemas de su país creando una línea de documental de denuncia que ha derivado hoy en toda una generación de realizadores venezolanos que utilizan el cine documental como herramienta para el cambio social y la defensa de los derechos de multitud de comunidades.

Otra de las novedades formales del cine etnográfico introducidas en este periodo es la individualización de distintas realidades, como ocurre en *Hermógenes Cayo (Imaginero)* (Prelorán, 1969) y *María Sabina, mujer espíritu* (Echevarría, 1979). La primera, dirigida por uno de los documentalistas de corte etnográfico más importantes de América Latina, utiliza la técnica subjetiva del relato en off introduciendo una dimensión más humana y generando un estilo etnobiográfico que supera al narrador omnisciente y permite a la imagen registrar la realidad de manera independiente del sonido directo, construyendo así un diálogo en el que ambos elementos narrativos se sitúan en un mismo nivel de referencialidad. En *María Sabina, mujer espíritu* (1979) Nicolás Echevarría desarrolla un estilo etnográfico a la manera de *Nanook of the north* (Flaherty, 1922) o *Man of Aran* (Flaherty, 1934) en el que María Sabina no interpreta un personaje de sí misma sino que es ella misma en sus labores de chamán y curandera. Se aleja del ensayo cinematográfico para utilizar técnicas más relacionadas con el Cine Directo mediante las que logra captar la poética que hay en el personaje.

Todas las propuestas analizadas en el periodo del Nuevo Cine Latinoamericano se desarrollan, como apunta Schroeder Rodríguez (2011, p. 16),

en dos fases sucesivas aunque no excluyentes [...]. La primera fue una fase militante cuya estética documentalista predomina en los años sesenta, cuando muchos cineastas vieron su trabajo como parte integral de un proyecto de liberación política social y cultural. La segunda fase, neobarroca, predomina en los setenta y ochenta.

En este segundo periodo muchos de los cineastas participantes en la primera etapa, y también muchos de los que recogen el testigo en la nueva década, se proponen transformar esta militancia en un discurso pluralista identificado con la sociedad civil frente a los regímenes autoritarios que proliferan en la región.

Una nueva redefinición del tratamiento del tema indígena en el cine documental

A partir de la década de los noventa se intensifica la representación del problema indígena a través de un fuerte enfoque social y a partir de

las formas en las que el documental latinoamericano visibiliza a estos ciudadanos doblemente excluidos (por su pobreza y por su raza) [con] el surgimiento de determinadas prácticas etnográficas que apuestan por la autorrepresentación –ligada a la autogestión indígena– cediendo la cámara al otro (Ortega, 2010, p. 80),

como en la película brasileña *O prisioneiro da grande de ferro* (Paulo Sacramento, 2004) o en la argentina *Los nadies* (Pérez & García, 2005).

El desarrollo de los medios digitales de registro y montaje, que abaratan en gran medida los costes de producción y permiten el acceso al cine como herramienta de expresión a colectivos a los que hasta el momento esta opción les estaba vetada, unido a la proliferación de festivales que enrique-

cen en este periodo⁷ un circuito de difusión ya consolidado⁸, contribuyen al desarrollo de la producción y de la discusión teórica sobre el cine documental en un momento en el que el enfoque social y de defensa de los derechos de las comunidades cobra de nuevo una gran relevancia.

Películas como *Chircales* (1972) lo hicieron en la etapa del Nuevo Cine Latinoamericano y ahora toman el relevo propuestas en las que “la reflexividad metodológica con la cámara en manos de los indígenas se abre camino” (González Alcantud, 1999, p. 185), como *A arca dos Zo'é* (Carelli & Gallois, 1993), donde son los propios integrantes de una comunidad los que, dotándose de herramientas audiovisuales provistas por la iniciativa Video nas Aldeias, documentan el encuentro y la interacción con otra comunidad indígena en Brasil. Los aspectos estéticos quedan relegados aquí a un segundo plano y será la redefinición narrativa derivada de la relación establecida entre las dos poblaciones indígenas en contacto a través de las imágenes, la que aporte mayor originalidad.

En un periodo en el que la producción general de cine documental en la región aumenta de forma exponencial, en el ámbito del cine documental de corte etnográfico aparecen títulos como *Trópico de cáncer* (Polgovsky, 2004), *Los herederos* (Polgovsky, 2008), *La canción del pulque* (González, 2003) o *Voces de la guerrero* (Arce, Rivera Kohn & Zirion, 2004) que de nuevo rediseñan la siempre ambigua relación entre cine documental y etnografía mediante los patrones cinematográficos más vanguardistas, “con rasgos de identidad propios, casi siempre alejados de la antropología académica” (Pérez, 2015, p. 66). Si bien en los títulos referenciados prima la mirada del realizador y en este caso no se puede hablar de un enfoque indigenista que nace desde las propias comunidades, ambas corrientes convergen en lo que desde este artículo se ha querido denominar “el caso venezolano” como confluencia de las distintas trayectorias que a lo largo de la historia ha mantenido el cine documental de corte etnográfico en América Latina. Películas como *Kata Outta* (Ortega, 2007), *Shawantama'ana (Lugar de espera)* (Yanilú Ojeda, 2012) o *Wachikua, Nuestra Historia* (Aranaga Epieyu, 2014), representan el interés del cine documental de este país por el tema indígena, su reconocimiento dentro de la realidad social y cultural del país y las relaciones de los nativos con el resto de la población nacional, ya que “no sólo se pretende hacer consciente a la audiencia de estas relaciones, sino también de la necesidad de ese reconocimiento” (Ruby, 1995, p. 168). El caso de Aranaga Epieyu destaca además por ser un actor y director de cine documental y de ficción perteneciente a la etnia wayúu que trabaja en la defensa de los derechos de su comunidad mediante el cine, siendo un claro ejemplo de la evolución de la propuesta que comenzara Video nas Aldeias dos décadas atrás en Brasil y que ahora permite la integración de los propios indígenas en labores de creación y producción de forma totalmente independiente.

Conclusiones

7 A finales del s. XX y comienzos del s. XXI aparecen festivales y encuentros cinematográficos que se dedican por completo al cine etnográfico como el DOCSDF de México (desde 2006), el Ethnocinema celebrado en Viena (desde 2013) el FIFER de Recife (Brasil, desde 2009) o el Viscult FF finés (desde 2001) por citar solo algunos de los numerosos encuentros que se producen a nivel internacional.

8 Si bien el cine documental y de ficción tiene encuentros internacionales consolidados en los que se ofrece un espacio concreto para el cine etnográfico, eventos como el Festival Jean Rouch en Francia (desde 1982) o el SIEFF en Italia (desde 1984).

Tras este breve repaso por la evolución del cine etnográfico producido en América Latina a través de algunos ejemplos se puede concluir que, si bien el género documental ha sufrido una evolución fuertemente influida por los cambios que en los diferentes periodos lo han modelado en la región, también cabe señalar el uso de herramientas formales y estrategias narrativas concretas dentro del tratamiento de la cuestión indígena. En un primer momento, el acercamiento del cine documental a la temática tratada en este trabajo se produce mediante películas de exploración en las que las poblaciones indígenas son representadas al mismo nivel que la flora o la fauna, obviando su idiosincrasia y sin tener en cuenta cuestiones como el respeto por la identidad cultural.

A partir de la década de los cincuenta, con la influencia del neorrealismo italiano en el cine documental latinoamericano y la presencia de realizadores extranjeros como John Grierson, el cine documental se introduce en una vertiente más social, también en las películas de corte etnográfico, que comienzan a considerar la identidad de las comunidades documentadas y se acercan a las mismas a través de motivaciones vinculadas con el respeto por los derechos sociales y la puesta en valor de estas poblaciones.

Este será el germen que eclosiona con la llegada del Nuevo Cine Latinoamericano a partir de la década de los sesenta, que consolida esta vertiente y aporta una serie de novedades técnicas y narrativas que reformulan la manera de contar y permiten acercarse a esta temática desde perspectivas diferentes. Se amplía aquí el rango temático del cine de corte etnográfico, documentando parcelas más concretas de la realidad a través de las que transmitir ideas transversales que contribuyen a generar un cambio de paradigma respecto de la temática indígena.

Además, como ocurre en el cine documental a nivel general, la línea que separa las técnicas de ficción y de no ficción se torna cada vez más tenue lo que contribuye a incorporar al cine etnográfico estrategias que generan una auténtica narrativa indígena –como en el caso de la cinematografía andina- que permiten, en el siguiente periodo, la consolidación de un cine en el que son las propias comunidades las que toman la palabra. Los miembros de dichas comunidades, teniendo en cuenta el avance general del género documental en la región, serán capaces, en el s. XXI, de asumir este empoderamiento desde las escuelas de cine y las facultades de comunicación latinoamericanas para producir películas desde un rol profesionalizado plasmando la realidad de sus propias sociedades.

Con todo lo dicho, solo cabe añadir que el uso de las herramientas audiovisuales y del cine documental como mecanismo para empoderar y visibilizar a un sector de la población latinoamericana tradicionalmente postergado a la marginalidad, es muy positivo para dichas comunidades y en la actualidad forma parte esencial de las estrategias para lograr la justicia social más elemental.

Referencias Bibliográficas

- Ardèvol, E. (2008). Cine etnográfico: relato, discurso y teoría. In A. Vila Guevara (Coord.), *El medio audiovisual como herramienta de control social* (pp. 31-50). Barcelona: CIDOB.
- Bengoa, J. (1992). Violencia y emergencia indígena en América. In L. Reina y F. Lartigue, D. Dechouve, & C. Gross (Eds.), *Identidades en juego, identidades en guerra* (pp. 125-168). México DF: CIESAS.

- Bengoa, J. (2009). ¿Una segunda etapa en la Emergencia Indígena en América Latina? *Cuadernos de Antropología Social*, 29, 7-22. Recuperado de <https://goo.gl/nhW8vb>.
- Bordwell, D. (1985). *La narración en el cine de ficción*. Barcelona: Paidós.
- Breschand, J. (2004). *El documental, la otra cara del cine*. Barcelona: Paidós.
- Canals, R. (2011). Jean Rouch: un antropólogo de las fronteras. *Revista Digital Imagens da Cultura / Cultura das imagens*, 1, 63-82.
- Casetti, F. & Di Chio, F. (1991). *Cómo analizar un film*. Barcelona: Paidós.
- Chirif, A. (2011). El auge del caucho o el juego de las apariencias. In R. Casement (Ed.), *Libro Azul Británico: Informes de Roger Casement y otras cartas sobre las atrocidades en el Putumayo*. Lima: IWGIA- CAAAP.
- Colombres, A. (1985). *Cine, antropología y colonialismo*. Buenos Aires: CLASCO/Ediciones del sol.
- Córdova, V. (2007). Cine Boliviano: del indigenismo a la globalización. *Revista Nuestra América*, 3(146), 129-145. Recuperado de <https://goo.gl/kFLi5E>.
- De Brigard, E. (1995). The History of Ethnographic Film. In P. Hockings (Ed.), *Principles of Visual Anthropology* (pp. 13-43). Nueva York: De Gruyter.
- Escárzaga, F. (2004). La emergencia indígena contra el neoliberalismo. *Política y Cultura*, 22, 101-121. Recuperado de <https://goo.gl/YYWcnb>.
- Flores, S. (2013). *El Nuevo Cine Latinoamericano y su dimensión continental. Regionalismo e integración cinematográfica*. Buenos Aires: Imago Mundi.
- González Alcantud, J. (1999). América, el exotismo y la cultura audiovisual. Hipótesis para una fenomenología de la reflexividad imaginaria. In A. Espina Barrio (Ed), *Antropología en Castilla y León e Iberoamérica II: Antropología visual* (pp. 179-187). Salamanca: Instituto de Investigaciones Antropológicas de Castilla y León.
- Gumucio Dagron, A. (2003). Jorge Ruiz. In P. A. Paranaguá (Ed.), *Cine documental en América Latina* (pp. 141-149). Madrid: Cátedra. Recuperado de <https://cinedocumentalyetnologia.files.wordpress.com/2013/09/cine-documental-en-amc3a9rica-latina.pdf>.
- Gumucio Dagron, A. (2014). *El cine comunitario en América Latina y el Caribe*. Bogotá: Fundación Friedrich Ebert. Recuperado de <https://goo.gl/js77sD>.

- Halperin Donghi, T. (2004). *Historia Contemporánea de América Latina*. Madrid: Alianza Editorial.
- King, J. (1994). *El carrito Mágico. Una historia del cine latinoamericano*. Bogotá: Tercer Mundo.
- Larrea, J. (2014). *De Carlos Crespi a Eriberto Gualinga. Breve historia del cine documental en la amazonia ecuatoriana*. Quito: Ecuador Cine.
- MacDougall, D. (1969-1970). Prospects of the Ethnographic Film. *Film Quarterly*, 23(2) 16-30.
- MacDougall, D. (1995). Beyond observational cinema. In P. Hockings (Ed.), *Principles of visual anthropology* (pp. 115-132) Berlín: Mouton.
- Nichols, B. (2001). Los documentales y el modernismo: 1919-1939. *Comunicación y Sociedad*, 14(2), 71-91. Recuperado de <https://goo.gl/RhcpL7>.
- Ortega, M. L. (2010). Nuevos tropos en el documental latinoamericano: subjetividad, memoria y representación. In Weinrichter (Ed.), *El documentalismo en el SXXI* (pp. 77-99). San Sebastián: Festival de cine de San Sebastián. Recuperado de <https://goo.gl/UrDgMR>.
- Ortega, M. L. & Morán, A. (2003). Imaginarios del desarrollo: un cruce de miradas entre las teorías del cambio social y el cine documental en América Latina. *Secuencias. Revista de historia del cine*, 18, 33-48. Recuperado de <https://goo.gl/UMm3cZ>.
- Paranaguá, P. A. (2003). *Cine documental en América Latina*. Madrid: Cátedra.
- Ruby, J. (1995). Revelarse a sí mismo: reflexividad, antropología y cine. In E. Adérvol y L. Pérez-Tolón (Eds.), *Imagen y cultura. Perspectivas del cine etnográfico* (pp. 161-202). Granada: Diputación.
- Schroeder Rodríguez, P. A. (2011). La fase neobarroca del Nuevo cine Latinoamericano. *Revista de crítica Literaria*, (73), 15-36. Recuperado de <https://goo.gl/HBjjH8>.
- Uribe Mosquera, T. (2013). Caucho, explotación y guerra: configuración de las fronteras nacionales y expropiación indígena en Amazonía. *Memoria y sociedad*, 17(34), 34-48. Recuperado de <https://goo.gl/Y7yQkZ>.
- Worth, S. (1995). Hacia una semiótica del cine etnográfico. In E. Adérvol y L. Pérez-Tolón (Eds.), *Imagen y cultura. Perspectivas del cine etnográfico* (pp. 203-219). Granada: Diputación.
- Zirión Pérez, A. (2015). Miradas cómplices: cine etnográfico, estrategias colaborativas y antropología visual aplicada. *Iztapalapa, Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 78(36), 45-70. Recuperado de <https://goo.gl/MkbfEX>.

Exit Through the Gift Shop: o Documentário-Spray

Gustavo Russo Estevão¹

O filme começa. Ao invés da *Ben Lomond Mountain* e das vinte e quatro estrelas que a rodeiam na logomarca do estúdio *Paramount*², vê-se um cume estilizado crivado de balas ao redor, e o nome *Paranoid Pictures*. O *lettering* apresenta o que virá: “*A Banksy film*”.



Figura 1. Representação da marca *Paranoid Pictures*

Fonte: Recuperado de https://c1.staticflickr.com/5/4028/4394877934_1aa45a9879_b.jpg

Desde o início da recepção da obra fica claro o tom de paródia e crítica do que virá a seguir. Um clipe musical faz as vezes de prólogo da narrativa, mostrando imagens de artistas de rua em atividades ilegais, pintando o mobiliário urbano, intervindo em propagandas ‘regulamentadas’ e por fim fugindo da polícia; tudo ao som de uma letra que convida “*tonight the streets are ours*”³, aproximando e criando empatia com o espectador. Após o título do filme, aparece pela primeira vez aquele que é o diretor e principal ‘depoente’ da obra e ouve-se em *voz-over* alguém perguntar: - “Então, começo pelo filme. Sobre o que é?”

1 Professor (Universidade Paulista).
Roteirista, produtor e diretor de séries independentes.
E-mail: jonr@terra.com.br.

2 Fonte: <http://www.myfilmviews.com/2012/01/12/the-story-behind/>

3 Tradução do autor: Hoje as ruas são nossas. Autoria da canção: Richard Hawley

Banksy, devidamente encapuzado e com distorção na voz, explica: “trata da história do que aconteceu ao cara que tentou fazer um documentário sobre mim. Mas agora ele tem muito mais interesse do que eu. Portanto, o filme será sobre ele”. Sabe-se que aconteceu uma inversão entre os papéis de documentarista e do assunto-tema do documentário. O espelhamento entre diretor e objeto gera uma qualidade de comentário, como se Banksy estivesse dialogando com seu próprio filme. A estrutura na qual os filmes falam de si mesmos rompe com a convenção clássica de documentários, coloca em xeque a autenticidade do que se está contando e afere uma visão contemporânea sobre a produção audiovisual. Segundo Bill Nichols:

Durante muito tempo, achava-se natural que os documentários falassem de tudo, menos de si mesmos. Estratégias reflexivas que questionam o ato de representação abalam a suposição de que o documentário se funda na capacidade do filme de capturar a realidade. Lembrar os espectadores da construção da realidade a que assistimos, do elemento criativo presente na famosa definição de John Grierson do documentário como “o tratamento criativo da realidade”, destrói a própria pretensão à verdade e à autenticidade da qual o documentário depende. Se não podemos considerar suas imagens o testemunho visível da natureza de uma parte específica do mundo histórico, podemos considerá-las testemunhos do quê?. (Nichols, 2005, p. 51).

Banksy convida o espectador a conhecer a história como um personagem, da perspectiva de quem participou dela, não como um narrador distante, onisciente. O movimento de se colocar como um depoente em primeira pessoa cria um elo invisível entre o diretor-Banksy e o espectador, aumentando ainda mais a reflexividade da obra. Nas palavras de Bill Nichols:

Falar na primeira pessoa aproxima o documentário do diário, do ensaio e de aspectos do filme e do vídeo experimental ou de vanguarda. A ênfase pode se transferir da tentativa de persuadir o público de um determinado ponto de vista ou enfoque sobre um problema para a representação de uma opinião pessoal, claramente subjetiva. Da persuasão a ênfase desloca-se para a expressão. (Nichols, 2005, p. 41).

A ‘primeira voz-over’, do interlocutor que estava com Banksy, intervém mais uma vez: “E quem é esse cara?”. Nesse momento o artista encapuzado e com a voz distorcida sai de cena. A pergunta é respondida por uma ‘segunda voz-over’, enquanto a imagem mostra pela primeira vez o rosto de Thierry, apontando a câmera pra si mesmo. Essa ‘segunda voz-over’ ao que tudo indica é a detentora da ‘verdade’ dos fatos e principal debatedora com os depoimentos apresentados. Sobre a utilização da voz-over em documentários:

O cineasta assume uma *persona* individual, diretamente ou usando um substituto. Um substituto típico é o narrador com voz de Deus, que ouvimos em voz-over, mas a quem não vemos. (...). A voz de Deus e a correspondente voz da autoridade – alguém que vemos e ouvimos, que fala em nome do filme – persistem como característica dominante do documentário (e também dos noticiários televisivos). (Nichols, 2005, pp. 40-41).

Em menos de quatro minutos de exibição, emerge uma profusão de vozes narrativas que demonstram o tom anárquico da exposição que se seguirá. Documentários podem assumir diferentes pontos de vista em uma exposição (sob influência de fatores históricos, culturais e estéticos), como

teorizou Bill Nichols através dos modos de representação⁴, mas o que se percebe aqui é a paródia do próprio fazer documental. E essa paródia está tão bem revestida de aspectos documentarizantes que acaba-se por ler o filme como um.

A paródia é um dos mecanismos caros ao processo de criação plástica de Banksy e assume um significado fundamental para a leitura do filme. Arrisca-se afirmar que Banksy parodia as convenções do documentário, como se estivesse a criticar e propor reflexões: até que ponto pode-se confiar ou aceitar estas convenções? A estrutura ‘documental’, ou o conceito de mimesis, não é uma grande farsa?

Antes de prosseguir, cabe sintetizar o filme ao leitor.

Thierry Guetta é um imigrante francês que chegou à *Los Angeles* na década de 1980. Dono de uma loja “descolada” de roupas e acessórios, na qual vende artigos customizados: “Eu costumava pegar coisas que pagava U\$ 50, atribuía a um *designer* e punha o preço de U\$ 400”. A característica mais marcante da personalidade de Thierry é que ele “nunca ía a lugar nenhum sem sua câmera de vídeo”. Nas suas palavras, a câmera era “pior do que qualquer droga, uma obsessão”.

Munido de sua câmera, Thierry desembarcou na França nas férias de 1999. Lá reencontra seu primo, que se auto-denomina *Space Invader* e faz parte de uma “nova geração de artistas que trabalham com grafite, adesivos, *stencils*, pôsteres e esculturas, e fazem de tudo para deixar suas marcas na cidade, custe o que custasse”. O movimento *street art* teve uma grande expansão a curto prazo, as obras temporárias eram compartilhadas por milhões de pessoas através da *web*. Nas palavras do próprio Banksy, “a *street art* (...) precisava ser documentada. Precisávamos de alguém que tivesse uma câmera”. A partir do momento que Thierry passa a acompanhar o primo, registra tudo com a câmera: os trabalhos de *Space Invader*, artistas franceses, americanos, ingleses. Sua postura evoca *O homem com a câmera* (1929), filme do diretor russo Dziga Vertov; mas diferente de Vertov que “defendia uma atitude de reconstrução poética dos registros do que a câmera viu”. (Nichols, 2005, p. 131) Thierry apenas captava sem se preocupar em montar o material: “Quando termino de filmar, para mim acabou. (...) Não era importante saber como foi feito, mas o que era. Era a captura.”

Thierry filma os artistas grafiteiros até só faltar um: Banksy. Quando Banksy chega a Los Angeles para preparar sua mostra na cidade, precisa de um assistente faz-tudo. Por meio de Shephard Fairey – um artista de rua amigo de Banksy, que já tinha se deixado filmar por Thierry – Banksy conhece Thierry, os dois se tornam amigos.

Na época em que Banksy conhece Thierry Guetta, ele o convida a ir para Londres, iniciar os trabalhos de gravação: “Tínhamos de fazê-lo pois o que estávamos produzindo desaparecia no dia seguinte. (...) Acho que o Thierry foi uma libertação para mim. Passei anos tentando manter tudo às escondidas. Talvez precisasse confiar em alguém...”.

A relação entre Thierry e Banksy é baseada na confiança e acaba se configurando como uma libertação mútua. Após uma exposição de Banksy nos Estados Unidos, o interesse por obras do movimento eclodiu e todas as galerias de arte estavam vendendo arte urbana. “De repente parecia ser

4 “A identificação de um filme com um certo modo não precisa ser total. (...) As características de um dado modo funcionam como *dominantes* num dado filme mas não ditam ou determinam todos os aspectos de sua organização”. (Nichols, 2005, p. 136)

apenas pelo dinheiro. Mas nunca foi pelo dinheiro. Portanto eu (Banksy) disse ao Thierry: - Você tem as filmagens, pode contar a verdadeira história sobre o que isso realmente é. (...) A hora é agora, precisa fazer o seu filme”.

Seis meses se passaram desde essa conversa. Nesse tempo, Thierry se trancafiou com as centenas de caixas de fitas que havia captado e tentou organizar o que seria seu documentário sobre o movimento *street art*. A obra se intitulava *Life Remote Control (Controle Remoto da Vida)* e é uma colagem alucinada de milhares de fragmentos, nos quais Thierry nunca aparecia. A seleção de fragmentos e a edição realizadas por Thierry denunciam um processo de anulação de sua participação no que estava contando, ou como se quisesse se distanciar do assunto que tinha a função de expor e colocar-se como observador. O distanciamento mostra o grau de inconsciência que permeia os registros e atuações de Thierry no movimento de *street art*. A edição de Thierry explicita a sua fantasia, traz à tona suas memórias, o substrato de seu inconsciente grafado em milhares de sinais elétricos das fitas magnéticas. Não é à obra do cineasta que assiste-se, mas a forma desconexa que ele apreende a realidade ao seu redor. Em *Exit Through the Gift Shop* Banksy resume o que sentiu assistindo ao filme: “Foi naquele momento que percebi que Thierry não era um realizador mas alguém com problemas mentais que por acaso tinha uma câmera”.

Este episódio marca o momento em que as personalidades dos dois serão confrontadas, como se estivessem frente a um espelho, que os trespassasse, que os duplicasse:

O homem é espelho para o homem. Quanto ao espelho, ele é o instrumento de uma universal magia que transforma as coisas em espetáculos, os espetáculos em coisas, eu em outrem e outrem em mim. (Merleau-Ponty, 2013, p. 27. Grifo nosso)

Banksy percebe que o filme é impossível de assistir e propõe a Thierry ‘montar uma pequena mostra, convidar algumas pessoas, servir algumas garrafas de vinho’ e que deixasse o material gravado com ele, para que organizasse um documentário sobre a arte de rua.

Guetta, agora conhecido como *Mr. Brainwash* (Sr. Lavagem Cerebral) transforma sua pequena mostra em uma megaexposição intitulada *Life is Beautiful (A vida é bela)*. A exibição de cinco dias foi prorrogada para durar dois meses, as vendas atingiram valores surpreendentes, e Guetta passou instantaneamente (nas palavras do biógrafo não-autorizado de Banksy) “de zé-ninguém a herói das artes”. (Ellsworth-Jones, 2013, p. 269).

As obras de *Mr. Brainwash* como artista de rua alcançaram cifras notáveis e “foram vendidas numa época em que alguns colecionadores acreditavam realmente que o *Sr. Brainwash* poderia de alguma forma ser Banksy disfarçado”. (Ellsworth-Jones, 2013, p. 267).

É fundamental abrir um parênteses e trazer à tona a proposta do teórico Roger Odin, para quem

a diferença entre a narrativa ficcional e a documental se dá na recepção⁵, no momento de apreensão do filme por parte do público (leitor). Apoiado em uma concepção pertencente à linguística textual, Odin trata o filme como um texto e a leitura desse texto depende da maneira pela qual o leitor perceberá o autor do mesmo. Através de um sistema de oposição entre leitura fictivizante e leitura documentarizante⁶, é possível analisar “quem” enuncia o texto. No caso de *Exit Through the Gift Shop* tem-se o “Enunciador pressuposto real” na figura de Banksy. Mas esse enunciador, visto em profundidade, está diluído, como tinta, nas várias vozes do documentário, nos vários duplos de Banksy. Ele constrói seu discurso em diferentes instâncias: a voz-over detentora da verdade dos fatos, que dialoga com o artista de rua Banksy, corroborando seus pontos-de-vista; os depoimentos dados para Banksy sobre Thierry, caso dos artistas Shepard Fairey e *Space Invader*, e do promotor de eventos Roger Gastman; as imagens e os depoimentos dos artistas de rua captados por Thierry e utilizados por Banksy: *Space Invader*, Boff, Monsieur André, Zeus, e novamente Shepard Fairey e, em última instância, o próprio Thierry na qualidade de duplo *sinistro* de Banksy e mais uma voz enunciativa.

Em *Exit Through the Gift Shop* os componentes de sua sintaxe, que Nichols trata como as “convenções do gênero documentário” (voz-over; depoimentos, uso de distorção na voz, utilização de *letterings* pontuando datas, locais e personagens), preparam o espectador (leitor para Odin) a uma leitura documentarizante. E, ao mesmo tempo em que enredam o leitor naquela ‘teia factual’, riem de quem caiu na sua armadilha. Muitas das sequências do filme, principalmente as que registram a exposição *Life is Beautiful* são questionáveis no que tange à verdade das situações. Quando Thierry se acidenta caindo da escada, havia uma câmera registrando o incidente. Em realidade, a narrativa dos eventos protagonizados por Thierry passam a ideia de que a câmera sempre esteve presente, mas não se pode esquecer que ele mesmo era o obcecado por captações. Então, a pergunta vem à tona: quem estava captando esses eventos? Ou eram encenações dirigidas por Banksy?

Quando se tem acesso à biografia não autorizada de Banksy, escrita pelo jornalista Will Ellsworth-Jones, descobre-se que no momento em que Thierry troca de papéis com Banksy, ou seja, se transforma no artista de rua *Mr. Brainwash*, Banksy coloca uma equipe de filmagem para captar todos os movimentos de Thierry. Desde o início Banksy teve o intuito de se apropriar daquele personagem como fio condutor do que criaria a seguir. Na reveladora entrevista por *email* para A. J. Schnack (criador do site *All Those Wonderful Things*, especializado em documentários), Banksy disse:

5 Importante ressaltar a opinião da crítica sobre o filme: Um ano depois da estreia, o jornal *Los Angeles Times* ainda destacava: “A pergunta incômoda persiste: é verdadeiro?” Antony Lane da revista *New Yorker*, foi um dos poucos críticos que não gostou do filme, qualificando-o como “esticado demais”, e sugerindo que “aproximasse perigosamente da promoção de um culto – quase, ousar-se-ia dizer, de uma marca”. David Gritten no jornal *Daily Telegraph*, considerou-o um “divertido e curioso documentário”. No entanto, admitiu que saiu da sessão “sem saber exatamente o que pensar... Quem realmente fez o filme? O que é verdade? O que não é? Seria um golpe de Banksy, satirizando o mundo da arte?” No *Evening Standard*, Nick Curtis procurou se garantir: “Se o primeiro filme do brincação das artes Banksy é uma farsa, como simplesmente poderia ser, essa é uma questão extremamente complexa e inteligente”. O *New York Times* comparou o filme aos melhores trabalhos de Banksy: “um *tromp l’oeil* (truque óptico): um filme que parece um documentário, mas provoca a sensação de ser uma pegadinha monumental; e na revista *Vanity Fair*, Julian Sancton escreveu: “De fato, faria menos sentido se ele lançasse um filme sério, e não estivesse de alguma forma puxando o tapete sob os pés da audiência”. (Ellsworth-Jones, 2013, p. 270).

6 O sistema de oposição entre leitura fictivizante e leitura documentarizante será então formulada da seguinte maneira: Na leitura fictivizante o leitor recusa a construção de um “eu-origem”; na leitura documentarizante o leitor constrói um *Enunciador pressuposto real*. (...). O que estabelece a leitura documentarizante é a realidade pressuposta do Enunciador, e não a realidade do representado. (Odin, 2012, p. 18).

“Eu precisava que o filme fosse protagonizado por uma personalidade com a qual o público pudesse se envolver. O produtor Robert Evans disse que ‘vulnerabilidade’ é a qualidade mais importante de uma estrela de cinema, e isso é uma coisa difícil de retratar quando todos os seus entrevistados usam máscaras para falar... O potencial de entretenimento de Thierry não era difícil de notar – ele realmente tenta passar por portas fechadas, ele cai das escadas. Era como assistir um Groucho Marx, só que com pelos faciais mais engraçados”. (Ellsworth-Jones, 2013, p. 277).

Na época em que o filme foi indicado ao Oscar de melhor documentário - atestado por parte da indústria cinematográfica americana que a obra deveria ser recebida como um – o jornal *Los Angeles Times* decidiu investigar o personagem Thierry Guetta. Descobriu-se que ele não era um simples dono de loja de vestuário mas que possuía um empreendimento (em sociedade com dois irmãos) que era ao mesmo tempo uma empresa de roupas e uma imobiliária. De acordo com o artista de rua Ron English:

Thierry veio de uma rica família francesa que comprou imóveis em *Los Angeles*, para apoiar os filhos em seu esforço de obter residência permanente nos Estados Unidos. Parte da atração que Thierry exerceu sobre os artistas de rua veio do fato de ele lhes providenciar paredes “legalizadas” para grafitarem – pois ele ou sua família eram realmente os donos dos imóveis. (Ellsworth-Jones, 2013, p. 272).

Recorre-se novamente à Roger Odin a fim de desmistificar as noções de “verdade e sinceridade”. Para Odin, é certo que um filme permanece como um documentário mesmo quando se coloca sobre ele um julgamento negativo no que concerne à verdade do representado e à sinceridade de seu autor, “mesmo quando aquilo que ele diz é falso ou mentiroso”. (Odin, 2012, p. 17) Na leitura documentarizante existe uma diferença entre o autor e o Enunciador no filme. Esta diferença auxilia a compreender os duplos de Banksy:

(...) o filme pode ser lido como um “documento” sem que o leitor pressuponha a equivalência entre Enunciador e “autor”; é o caso, por exemplo, de quando o leitor decide ler um filme como um reflexo da sociedade na qual ele foi produzido. Não é necessário então reduzir o Enunciador de um filme a seu “autor” (admitindo-se que se possa atribuir um conteúdo preciso à noção de “autor” no cinema). (Odin, 2012, p. 17).

A teoria da leitura documentarizante de Odin, baseada na recepção do texto, foi diretamente influenciada pelas tentativas de Austin e Searle, de fundamentar uma teoria do discurso literário na pragmática dos atos linguísticos. Para Searle, o critério que permite reconhecer se um texto é ou não uma obra de ficção “deve necessariamente residir nas intenções ilocutórias do autor” (Odin, 2012, p. 17). A teoria da enunciação indireta de Searle, apresentada em 1979, assenta no princípio de que quando o locutor pronuncia uma determinada frase, num contexto específico, executa implícita ou explicitamente, atos como afirmar, avisar, ordenar, entre outros.

Umberto Eco retoma a problematização da recepção dos textos artísticos em sua obra *Limites da interpretação*. O autor cita as proposições de Austin e Searle, mas defende o seu ponto de vista, formulado anteriormente (entre 1950 e 1962), de que a relação entre intérprete e obra de arte se dá *autoritariamente*, de forma livre e imprevisível. Importante ressaltar que Eco não se restringe apenas à análise de textos verbais, mas também plásticos, cinematográficos e televisivos (enquanto estruturas narrativas). Por esse motivo utiliza-se suas ideias em relação ao filme *Exit Through the Gift Shop*. Nas

palavras de Eco, o problema da interpretação consiste:

(...) em determinar como a obra, ao prever um sistema de expectativas psicológicas, culturais e históricas por parte do receptor (hoje diríamos um “horizonte de expectativas”), procura instituir o que Joyce chamava, em *Finnegans Wake*, de “*Ideal Reader*”. (Eco, 2015, p. 5).

No filme *Exit Through the Gift Shop* a relação entre a “forma e conteúdo” (Burch) é direta, evocando uma ideia de reflexibilidade e duplicidade - que retoma questões intrínsecas ao fazer documental: a relação entre realidade e ficção, verdade e mentira; e, por extensão, as discussões sobre o universo artístico contemporâneo – questão da autoria e reproduzibilidade, valor estético *versus* valor mercadológico. Em última análise, a própria figura de Banksy encerra estas contradições: quem é esse “artista”? Aquele que está de capuz em frente à câmera é ele mesmo? Thierry Guetta é uma paródia de Banksy? A figura que vemos é a de Banksy? O filme é mais uma de suas obras provocadoras?



Figura 2. Banksy como depoente em *Exit Through the Gift Shop*

Fonte: <http://mirror1.betootaadocate.com/wp-content/uploads/2014/10/banksy.jpg>



Figura 3. Thierry Guetta como depoente em *Exit Through the Gift Shop*

Fonte: <https://didyouseehatone.files.wordpress.com/2011/12/exit-through-the-gift-shop-4.jpg>

A relação especular que a obra de Banksy provoca retoma, em chave satírica, um tema caro à literatura e à psicanálise, o do duplo. Freud, quando analisa a obra *Os elixires do diabo* de E.T.A

Hoffman, aborda o tema do duplo como uma fonte do *sinistro*⁷. Na transcrição das palavras de Freud, Pinchon-Rivière elucidada:

Deparamos aqui, antes de mais nada, com o tema do *duplo*, em todas as suas variações e desenvolvimentos: a existência de pessoas que, por causa de seu aspecto igual, devem ser consideradas idênticas; a exaltação dessas relações mediante a transmissão dos processos psíquicos de uma pessoa a seu duplo (telepatia), de modo que um participa do que o outro sabe, pensa e experimenta; a identificação de uma pessoa com outra, de maneira que ela perde o domínio sobre seu próprio eu, colocando o eu alheio no lugar do seu próprio; ou seja, desdobramento do eu, cisão do eu, restituição do eu. (Pinchon-Rivière, 1999, pp. 43-44. Grifo do autor).

O filme *Exit Through the Gift Shop* dialoga com outras obras audiovisuais⁸, como *F for Fake* (1973), de Orson Welles, na qual o diretor investiga o universo das falsificações no mercado de arte pictórica e, ato-contínuo, encena uma sequência ficcional trazendo à tona Picasso como personagem. Em determinado momento, Orson Welles cita uma frase atribuída a Picasso para corroborar sua própria tese: “A arte é uma mentira que nos aproxima da verdade”⁹.

A arte de rua é marcada pela transgressão, pela apropriação de espaços públicos para exposições não ‘encomendadas’. Banksy constrói o documentário partindo da ideia de apropriação, desde as fitas de vídeo de Thierry até sua própria *persona*, que serve de fio condutor para narrar a gênese do movimento de arte de rua. Os movimentos de transposição entre o fazer do artista urbano, ressignificados na composição do filme, são a chave para a compreensão do *modus operandi* de Banksy. O conceito de documentário enquanto produto audiovisual detentor da verdade dos fatos é reconstruído por uma perspectiva farsesca, em paráfrase de Picasso e apontando que, talvez, a realidade seja muito mais falsa do que se imagina. Ou como diria Banksy no final do filme: “Não sei que significado tem o sucesso do Thierry no mundo da arte. Talvez o Thierry seja mesmo um gênio. Ou talvez teve sorte. Ou talvez signifique que a arte é um pouco uma piada”.

7 Segundo Freud, o *sinistro* seria aquela qualidade de *espantoso* que é própria das coisas conhecidas e familiares há muito tempo e que, de repente, parecem-nos estranhas. (...) Outra observação geral é que o *sinistro* ocorre cada vez que *se desvanecem os limites entre o fantástico e o real*, quando o que tínhamos considerado fantástico aparece ante nossos olhos como realidade, quando um símbolo adquire o lugar e a importância daquilo que havia simbolizado. É devido a essas situações que as práticas da magia adquirem o caráter do *sinistro*. (Pinchon-Rivière, 1999, pp. 41-42. Grifos do autor).

8 Em 2014 o diretor Tim Burton lançou o filme *Big Eyes (Grandes Olhos)* baseado na vida do casal Walter e Margaret Keane. Walter Keane foi um plagiador norte-americano que se tornou famoso na década de 1950 como o pintor de uma série de quadros amplamente reproduzidos retratando criaturas e crianças vulneráveis com olhos enormes. As pinturas eram de fato pintadas pela sua esposa Margaret Keane. Quando ela expôs o caso a público, Walter Keane retaliou com um artigo no *USA Today* reivindicando os trabalhos como sendo seus. Em 1986, Margaret Keane processou Walter e o *USA Today*. No subsequente processo de difamação, o juiz exigiu que os litigantes pintassem um quadro na sala de audiências, mas Walter recusou, citando uma dor no ombro. Em seguida, Margaret produziu um quadro em 53 minutos. O júri atribuiu uma indenização a Margaret de 4 milhões de dólares. No filme é retratado o momento em que Walter Keane percebe o potencial econômico de se comercializar reproduções das obras ao invés dos quadros originais. Em *Exit Through the Gift Shop*, Thierry Guetta, devidamente duplicado em *Mr. Brainwash*, realiza uma operação semelhante, ele produz e vende ‘originais’, partindo de reproduções, acrescidas de pequenas intervenções de seu gênio criativo.

9 “*El arte es una mentira que nos acerca a la verdad*” (In W. Kluba, *Where Does Art Come From? How to Find Inspiration and Ideas*. New York: Skyhorse Publishing, 2013).

Referências Bibliográficas

Burch, N. (2011). *Práxis do cinema*. São Paulo: Perspectiva.

D’Cruz, J., Gay-Rees, J., & Cushing, H. (Produtores) & Banksy (Diretor). (2010). *Exit Through The Gift Shop* [DVD]. United Kingdom: Paranoid Pictures.

Dominique, A. (Produtor) & Orson, W. (Diretores). (1973). *Verdades e Mentiras*. [DVD]. França, Irã, Alemanha.

Ellsworth-Jones, W. (2013). *Banksy: por trás das paredes*. Curitiba: Editora Nossa Cultura.

Kluba, W. (2013). *Where Does Art Come From?: How to Find Inspiration and Ideas*. New York: Skyhorse Publishing.

Merleau-Ponty, M. (2013). *O olho e o espírito*. São Paulo: Cosac & Naify.

Nichols, B. (2005). *Introdução ao documentário*. Campinas: Papyrus.

Nostra (2012, janeiro 12). The Story Behind... [Blog]. Recuperado de <http://www.myfilmviews.com/2012/01/12/the-story-behind>.

Odin, R. (2012). Filme documentário, leitura documentarizante. *Significação*, 39(37), 10-30. Recuperado de http://www.usp.br/significacao/pdf/37_odin.pdf.

Paiva, S. (2011). Gênese do gênero road movie. *Significação*, 38(36), 36-53. Recuperado de <http://www.revistas.usp.br/significacao/article/view/70902>.

Pichon-Rivière, E. (1999). *O processo de criação*. São Paulo: Martins Fontes.

Jornalismo Digital: Quando o *Instagram Stories* se Transforma em Ferramenta de Comunicação da “Grande Mídia”

Elaine Regiane Damaceno Ribeiro¹
Luciana Galhardo Batista Simon²
Luciane de Fatima Giroto Rosa³
Marcelo Narcizo Bueno Junior⁴
Vanessa Grazielli Bueno do Amaral⁵
Wellington Cesar Martins Leite⁶

Tiragem, pontos de audiência, pesquisas do Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (Ibope) eram, até pouco tempo, a principal preocupação de jornalistas e gestores dos conglomerados midiáticos como retorno dos seus trabalhos. É fato que a audiência ainda é o principal ponto considerado, contudo com a chegada das redes sociais digitais no jornalismo a atenção é dividida em números de curtidas, comentários, compartilhamentos, *reposts* ou seguidores, assim como cliques que direcionam ao site do veículo de comunicação e tempo de permanência do leitor na página da matéria.

O digital introduziu transformações profundas no fazer jornalístico, como marco decisivo e não conclusivo, que não se restringem aos aspectos sobre a divulgação da informação, mas estão impregnadas no formato, cada vez mais pautado pelo uso das imagens enquanto narrativa, em um discurso com capacidade de impulsionar a construção de novos sentidos. Não somente pela multimi-

1 Mestranda no Programa de Mídia e Tecnologia (Unesp).
Assessora no Banco do Brasil (Bauru).
E-mail: elainedamaceno@gmail.com.

2 Mestranda no Programa de Mídia e Tecnologia (Unesp).
Gerente de comunicação na USC.
E-mail: luciana.galhardo.usc@gmail.com.

3 Mestranda no Programa de Mídia e Tecnologia (Unesp).
Docente Corporativo Correios (Bauru).
E-mail: lucianegiroto@hotmail.com.

4 Especialista em Gestão de Conteúdo em Comunicação (Universidade Metodista/SP).
Diretor de atendimento da Agência VNew e Curador/Organizador do Blogando.
E-mail: marcelobuenoj@gmail.com.

5 Doutoranda no Programa de Comunicação Midiática (Unesp).
Professora da Universidade do Sagrado Coração (USC/Bauru).
E-mail: nessazielli@gmail.com.

6 Doutorando em Mídia e Tecnologia (Unesp).
Professor da FIB (Faculdades Integradas de Bauru).
E-mail: wellingtoncmleite@gmail.com.

dialidade a mudança se justifica, uma vez que a mobilidade fez emergir anseios das audiências que refletem diretamente no trabalho dos veículos de comunicação. Fez nascer um contexto cada vez mais envolto em tecnologias, redes, aplicativos e dispositivos digitais que exercem cada vez mais influência sobre as sociedades, com substanciais reflexos sobre as coletividades humanas.

Sobre o atual ecossistema midiático, Canavilhas (2013) aponta sua evolução devido ao surgimento dos novos *media*. Porém o autor destaca que isso resulta no convívio com os elementos já existentes. O autor afirma que não se pode falar da extinção ou aparecimento de meios radicalmente novos, mas de um processo no qual os meios tradicionais e recentes integram características uns dos outros e redefinem sua relação (Canavilhas, 2013).

Com tal perspectiva é objetivo deste artigo discutir a ferramenta *Stories* da mídia social digital Instagram como estratégia de jornalismo digital utilizado tanto por portais on-line de notícias quanto por meios tradicionais (impresso e televisivo). Para tanto, a metodologia utilizada foi a revisão bibliográfica e análise de postagens feitas em três perfis de veículos de notícias (portal de notícias UOL, jornal impresso Folha de S. Paulo e jornal televisivo Jornal da Record) na cobertura sobre a greve dos caminhoneiros no dia 04 de junho de 2018, por meio de capturas de tela às 21h.

A Informação Imagética

Registrar momentos, expressar a cultura e contar uma história são funções inerentes às imagens desde as primeiras pinturas rupestres nas cavernas e muito antes do surgimento da escrita, que nasceu pictórica. Na perspectiva de Santaella (1998, p. 15), o universo das imagens pode ser dividido em dois domínios interligados, não existindo separadamente: representações visuais (signos que representam o meio ambiente visual, como desenhos, gravuras, pinturas, fotografias, infografias) e o domínio imaterial (representação mental das imagens, como visões, fantasias, imaginações, esquemas e modelos).

Para a pesquisadora, “não há imagem como representações visuais que não tenham surgido de imagem na mente daqueles que as produzem, do mesmo modo que não há imagens mentais que não tenham alguma origem no mundo concreto dos objetos visuais”, (Santaella, 1998, p. 15). Tal conceito é questionado por pesquisadores, por considerarem possível a representação imagética no domínio imaterial ainda que não seja possível a representação visual material. Um exemplo seriam as pessoas que nascem sem a visão.

Entre as principais características da imagem está o fato de ser polissêmica. Sua interpretação inclui a observação do que é visível, a interpretação dos sentidos e significados envolvidos na cena, a intenção do produtor da imagem, os interesses e associações construídos a partir da bagagem intelectual de cada pessoa. Shatford (1984, como citado em Gonçalves, Oliveira & Neves, 2016, p. 123) apresenta uma proposta de análise, cuja concepção inclui o denotativo e o conotativo.

Isso ocorre por meio de uma leitura genérica e específica, DE QUE é a imagem e SOBRE o que é a imagem, além das proposições **quem, o que, onde, como e quando**, perguntas gerais relativas ao **referente** que foram trazidas das categorias textuais adaptado por Bléry (1976). Sendo a imagem específica e genérica, deverá ser representada nos níveis pré-iconográfico e

iconográfico, o que é diferente do significado iconológico (símbolo), que equivale ao significado expressivo. (Grifos nossos).

Para Smit (1997, como citado em Gonçalves et al., 2016, p. 123), ao examinar uma informação imagética é preciso considerar: o conteúdo informacional (o referente), a forma como o referente foi registrado (expressão fotográfica) e onde o referente é mostrado, o artefato (o documento fotográfico enquanto objeto físico). Referente aqui é entendido como ícones identificáveis na imagem, objetos retratados. Quanto ao referente fotográfico, Barthes (1984) conceitua como “não a coisa facultativamente real a que remete uma imagem ou um signo, mas a coisa necessariamente real que foi colocada diante da objetiva, sem a qual não haveria fotografia” (Barthes, 1984, pp. 114-115).

Em relação à expressão da imagem, Lacerda (1993, p. 47) acrescenta:

Essa expressão seria a forma como uma imagem é mostrada, estando ligada a uma linguagem que lhe é própria e que envolve a técnica específica empregada, a angulação, o enquadramento, a luminosidade, o tempo de exposição, entre outros. Essas três dimensões do registro fotográfico – conteúdo, expressão e forma – é que constroem, em última instância, **a mensagem que informa**. (Grifo nosso).

Assim, compreende-se que informação imagética resulta da análise conjunta do referente da imagem, dos elementos situacionais que dizem respeito ao que é representado e de nossa capacidade interpretativa a partir de repertórios próprios.

A Imagem na Comunicação Digital

As imagens sempre tiveram papel relevante, mas adquiriram novos significados na civilização atual. Se já desempenhavam papel sedutor no período pré-internet, agora fundamentam a criação de redes sociais digitais, como o Instagram, mas também influenciam a atualização e o existir das demais como Facebook, LinkedIn, Snapchat e Twitter.

Levy (1998) considera que os processos técnicos que levam à digitalização da imagem permitem amplos manuseio e interferências, de modo semelhante ao que já se praticava com o processamento de textos. A imagem digital pode ser trabalhada de tal modo que características podem sofrer as alterações necessárias para que se transmita a informação desejada, permitindo, inclusive, o acréscimo ou retirada de elementos originais, ou seja, com alteração do próprio referente. Esse cenário encontra respaldo nas facilidades técnicas e na popularização dos meios físicos (computadores e *smartphones*, principalmente) que propiciam novas formas de produção de conteúdo, inclusive por parte dos usuários.

Com isso, o fazer jornalístico mudou, uma vez que as formas de comunicação são impactadas por adaptações constantes. Amplia-se a confusão entre o que é jornalismo, publicidade, propaganda, *merchandising*, *fake news* ou mera exposição de acontecimentos. “Jogos on-line, sons, músicas, cinema, produtos e serviços diversos se confundem numa mesma plataforma de informação, exibição e comercialização” (Costa, 2009, p. 242).

O reflexo das mudanças sobre a profissão de jornalista ocorre de forma direta, principalmen-

te no momento atual que sugere uma adaptação das estruturas do jornalismo ao formato das bases de dados, da internet como modelo de gestão, da valorização da imagem e da interatividade. Nesse contexto contemporâneo em que predomina a cultura do computador, o desempenho da produção de conteúdo jornalístico encontra-se dentro de um processo constante de lançamentos de diferentes *softwares*, plataformas e recursos digitais, dotados de aparatos que estimulam a divulgação, a recepção, o processamento e a armazenagem de informação, assim como as relações interpessoais entre o jornalista e a audiência, da mesma forma a influência por parte do espectador participativo na construção da mensagem.

Para tratar deste aspecto, Levinson (2012) diz que o período atual é tão novo que apresenta novos meios e linguagens, dispositivos, atores e, então, desafios. Segundo o autor, cresce o *status* e a importância da narrativa imagética, já que cada vez mais a sociedade fala por imagens e, assim, se acentua como icônica. Com a mobilidade, as pessoas tornam-se ainda mais poderosas, então criativas, inovadoras e coprodutoras, por ser esta a essência da sociedade contemporânea, ao passo que a imagem encontra o espaço ideal para se estabelecer sobretudo pela própria estrutura comunicativa que a atualidade digital sugere.

O Jornalismo Digital em um Contexto de Inovação

Canavilhas (2013) destaca o novo ecossistema midiático e os conceitos da ecologia biológica (fatores bióticos e abióticos) para o campo dos *media*, propondo três fatores: intermediáticos, tecnoambientais e contextuais.

Os fatores intermediáticos dizem respeito ao convívio dos meios tradicionais e novos, em um processo de remediação no qual os meios se influenciam. Segundo Canavilhas (2013) a forma mais visível deste fenômeno é a migração dos meios tradicionais para a Web. Outra faceta é a incorporação de particularidades da Web nos meios anteriores, como a utilização de realidade aumentada pela imprensa. Salaverría, García Avilés e Masip (2010, p. 59 como citado em Barbosa, pp. 35-36) definem a convergência jornalística como sendo:

[...] um processo multidimensional que, facilitado pela implantação generalizada das tecnologias digitais de telecomunicação, afeta o âmbito tecnológico, empresarial, profissional e editorial dos meios de comunicação, propiciando uma integração de ferramentas, espaços, métodos de trabalho e linguagens anteriormente separadas, permitindo que os jornalistas elaborem conteúdos para serem distribuídos através de múltiplas plataformas, mediante as linguagens próprias de cada uma.

Os fatores tecnoambientais estão relacionados a alteração no papel das audiências, que são mais ativas, bem como o surgimento de novas interfaces. O público passa a produzir e distribuir informação utilizando as novas aplicações centradas no receptor como blogues e redes sociais digitais (Canavilhas, 2013). Bauman (2000 como citado em Canavilhas, 2013) também destaca a mobilidade e individualização do consumo midiático como características da sociedade líquida em que nos encontramos. “Na web, os visitantes controlam praticamente tudo. Como internauta, cada leitor pode até se transformar em narrador. As histórias não começam e terminam simplesmente. Elas começam

onde o usuário quer começar e acabam onde ele termina de ler” (Jerry Lanson no site On-line Journalism Review [Ferrari, 2010, p. 77]).

Nos fatores contextuais, Canavilhas (2013) explora a hora e local onde se recebe a informação como condicionante do interesse no conteúdo e forma como o receptor a entende, já que espaço, tempo e forma de consumo, se tornam componentes variáveis da informação, especialmente diante da mobilidade e preferência dos utilizadores de dispositivos móveis. Nos fatores contextuais também se destaca a mudança da oferta noticiosa para um fluxo contínuo de informação, com relevância para o momento do acontecimento.

Ferrari (2010) então enfatiza os desafios do jornalismo no ambiente digital, relacionados à necessidade de preparar as redações, em especial os jornalistas. É preciso que estes conheçam e saibam lidar com as transformações sociais. “Além da necessidade de trabalhar com vários tipos de mídia, o jornalismo multimídia precisa desenvolver no repórter uma visão multidisciplinar, com noções comerciais e de marketing” (Ferrari, 2010, p. 40). Por isso surgiram disciplinas de jornalismo digital nas grades das universidades e alguns veículos têm aparelhado seus profissionais de forma a captarem e produzirem a informação de forma móvel, a partir, por exemplo de aparelhos celulares (Ferrari, 2010).

Palacios (2003) elenca cinco características do jornalismo na web, sendo elas: a multimídia (convergência dos formatos das mídias tradicionais), a interatividade, a hipertextualidade (possibilita a interconexão dos textos através de *links* ou hiperligações, dando ao leitor autonomia na forma como consome a informação), a customização de conteúdo ou personalização e a instantaneidade (atualização contínua, demonstradas pela rapidez de acesso, facilidade de produção e disponibilização de informação).

Além das transformações sociais, pode-se salientar o poder de transformação ocasionado pelo uso das redes sociais digitais. Conforme Ferrari (2010, p. 79) “qualquer análise de mídias digitais, por sua própria natureza, não pode estar dissociada dos aspectos de estratégia, gestão e de comportamento humano”.

A Pesquisa de Mídia 2016 - Hábitos de Consumo de Mídia pela População Brasileira (PBM 16), publicada pela Secretaria Especial de Comunicação da Presidência da República (2018), apresenta a internet como importante recurso para se obter informação na atualidade, uma vez que quase metade (49%) dos entrevistados mencionou utilizar a rede para se informar sobre o que acontece no país. Quanto ao tempo de permanência conectado, é maior do que investe nas mídias convencionais, assim como por dispositivos que garantem a mobilidade, estando o celular com 91% das menções. A pesquisa revela que, além da mobilidade, as redes sociais digitais exercem fator determinante sobre as notícias acessadas pela população, uma vez que independente de atividade, escolaridade, estado civil, cor ou raça, mais de 50%, em alguns casos perto de 70% das pessoas, confiam nas notícias que circulam pelas redes nos diferentes meios de comunicação.

Os dados do PBM 16 evidenciam ser importante, enquanto estratégia de negócio, para os grupos ou empresas que mantém TV, rádio, jornal e revista, possuírem nas redes sociais digitais espaços para circulação dos seus conteúdos, fazendo com que sejam representativos e presentes na interação com os usuários dessas redes. Essa presença da imprensa tradicional representa um emergente e competitivo mercado, que exige inovação e investimentos em tecnologia e produção de conteúdo de

maneira que estejam em consonância com as propostas de usabilidades dos aplicativos, atualizados constantemente e com muita rapidez.

O Instagram

O Instagram (www.instagram.com) é a maior rede social de compartilhamento de fotos e vídeos, dos seus usuários, do mundo. Segundo o próprio site da rede social digital, tem mais de 800 milhões de usuários, com 500 mil acessando o aplicativo diariamente e 300 mil histórias contadas todos os dias, incorporando em seu negócio outros aplicativos como o Boomerang⁷, o Layout⁸ e o Hyperlapse⁹. Foi fundado em 2010 e lançado no mercado da internet em 2011 apenas para celulares Apple. Em 2012 o serviço se estendeu para celulares com sistema operacional Android e foi adquirido pelo Facebook por cerca de um bilhão de dólares. Atualmente é distribuído pela APP Store, Google Play e Windows Phone Store e conta com uma versão para computadores pessoais com sistema operacional Windows.

Como diferencial do compartilhamento de fotos e vídeos de qualquer proporção entre os usuários, integra a aplicação de filtros, *emojis*, *gifs*, *hashtags*, mensagens, edição, permite o compartilhamento em outras redes sociais digitais, assim como a interação entre os usuários por mensagens particulares. Permite, também, criar e assistir transmissões ao vivo dos seguidores, bem como a busca por perfis, fotos e histórias por temas de interesse. Na proposta de criação de vídeos, eles podem ter até 60 segundos, com o objetivo de atribuir o senso de fluidez às mensagens da rede. As duas interações mais evidentes do aplicativo são curtir e comentar as postagens. A rede, que aceita a criação de páginas para pessoas e empresas, possui como um dos seus modelos de monetização, o Instagram Ads para todos os usuários, com permissões para a criação de anúncios.

O Brasil tem participação importante no sucesso do Instagram. Em 2017 o país representava a segunda maior base de usuários da rede no mundo, totalizando 50 milhões de ativos mensais, representando 6,25% da participação mundial. O envolvimento dos brasileiros, segundo entrevista de Vishal Shah, Diretor de Negócios Global da plataforma na Folha de S. Paulo, é sobretudo para a ferramenta *Stories*, em que o usuário posta vídeos ou fotos que ficam disponíveis por apenas 24 horas, desaparecendo após esse período e não voltando a aparecer na seção principal do perfil. Com muita semelhança à identidade do Snapchat, sua fundamental característica é a personalização dos conteúdos com desenhos e textos, permitindo que os usuários compartilhem posts informais sobre as atividades diárias. A ideia é que a vida dos usuários, o dia a dia, também seja postada e não somente aquilo que é interessante manter por longo tempo no perfil.

Com a proposta de fomentar a visibilidade dos indivíduos, percebe-se que a rede atende e fo-

7 Aplicativo para produção de mini vídeos através de até 10 fotos sequenciais e em loop infinito com duração de um segundo.

8 Aplicativo para montagem de várias fotos em um mesmo quadro.

9 Aplicativo para montagem de vídeos com efeito de aceleração com reduzida oscilação e instabilidade das filmagens caseiras, assim como correção de ângulo.

menta modelos lançados com a evolução das tecnologias digitais, em que há uma reorganização das práticas sociais e de consumo. Isso porque o Instagram propõe formas inovadoras de pensar e estruturar os negócios e as profissões a partir das narrativas visuais, como acontece no jornalismo brasileiro, em que veículos tradicionais de comunicação adaptam suas linguagens à lógica da mídia conciliada aos interesses e gostos da audiência.

Veículos de Mídia e suas Presenças no Instagram *Stories*

Para análise foram selecionados três veículos da grande mídia que tenham presença on-line no Instagram e postem *Stories* frequentemente. Os perfis escolhidos representam três vertentes diferentes de mídia: televisiva (Jornal da Record), digital (Portal UOL) e impressa (Folha de São Paulo). O assunto de interesse que norteou o filtro foi a cobertura da greve dos caminhoneiros que teve grande impacto no Brasil inteiro nos meses de maio e junho de 2018. Os *Stories* analisados foram capturados na noite do dia 04 de Junho de 2018. Lembrando que esta funcionalidade expira e deixa de existir após 24 horas de exibição.



Figura 1. *Stories* Jornal da Record
Fonte: Instagram @JornaldaRecord

O Jornal da Record utiliza a ferramenta de vídeo do Instagram *Stories* com apresentação prévia das notícias, assim como os recursos de edição do vídeo com a inclusão de caracteres. Adriana Araújo dá as boas-vindas à redação do jornal da Record (JR) e afirma que serão abordados os destaques da semana, sendo que na segunda-feira o diesel deveria estar mais barato nos postos de combustível, mas não está. Luiz Fara Monteiro destaca a reclamação dos caminhoneiros e o disque denúncia criado pelo governo. Volta Adriana Araújo dizendo que o JR fez o teste com repórteres rodando o Brasil para verificar os preços e mostra a ilha de edição.

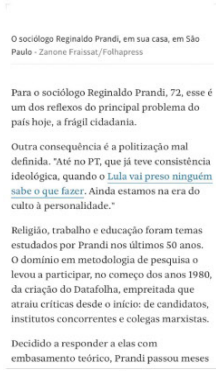
Este perfil usa recurso semelhante a uma escalada. A repórter segura o aparelho celular captando as imagens de si própria e da redação num formato *selfie*. Todas as imagens são feitas no formato vertical, próprio da exibição do *Stories*. Essa estratégia permite uma aproximação com o seguidor. O segundo repórter utiliza do mesmo recurso. Além disso, é mostrada a ilha de edição e o que está sendo desenvolvido para a matéria que será transmitida na televisão posteriormente. É utilizada a imagem e credibilidade do repórter para identificação com o público, bem como a exibição dos bastidores como forma de horizontalizar a produção do jornal. O GC é feito na parte inferior do vídeo

com recurso de destaque no fundo, com cor, semelhante a ferramenta de texto da funcionalidade de *Stories*. Não são utilizados outros recursos disponíveis no *Stories* como a mescla de imagens, localização, data ou *emojis*.



Figura 2. *Stories* Portal UOL
Fonte: Instagram @UOLOficial

O portal de notícias UOL apresenta uma fotografia e o título da matéria. Utiliza o recurso de hiperlink para redirecionar o leitor ao site. Faz uso de uma imagem vertical de um homem caminhando entre caminhões. O título da matéria também está na parte inferior da imagem com fundo preto e letras brancas. A chamada tem um formato descontraído começando com uma pergunta, instigando o leitor a conhecer as informações disponíveis até o momento sobre o assunto. Após o título há um link para o conteúdo completo da matéria. Existem links para conteúdos complementares e um vídeo no final do texto, que está disponível no Facebook do portal. O texto é intercalado por espaços de anúncio publicitário.



estudando a formação da opinião pública nos EUA. Numa época pré-informática, enchei as malas com cópias xerox dos textos que embasariam sua tese. A bagagem, no entanto, se perdeu na volta ao Brasil.

Docente da Universidade de São Paulo desde 1976, o sociólogo será nesta terça-feira (5) o 12º de seu departamento a se tornar professor emérito, homenagem já feita a Fernando de Azevedo, Florestan Fernandes, Azis Simão, Fernando Henrique Cardoso e Chico de Oliveira, entre outros.

O que seus predecessores indicam sobre as questões que têm ocupado os sociólogos?

O primeiro homenageado, Fernando de Azevedo, era envolvido com a transformação da sociedade a partir da educação. Já os seis seguintes estudaram a questão racial. Todos passaram por como a

escrivão contribuiu na formação nacional economicamente, populacionalmente e culturalmente.

Depois, sob uma ótica marxista, apareceram estudos sobre o operariado e a classe empresarial.

Dentre os eméritos, o Azis Simão é muito especial. Formou-se em 1930 em farmácia, porque queria ser professor de ciência. Mas teve um descolamento de retina, que lhe tirou a visão.

Formado em farmácia e cego, como virou professor da USP?

Azis era amigo de Mário e Oswald de Andrade e da intelectualidade socialista e anarquista. Frequentava palestras de professores estrangeiros, promovidas pela Faculdade de Filosofia e foi incentivado a se matricular por Fernando de Azevedo.

Ele já não enxergava mais, mas sua irmã o

ajudava lendo os livros em voz alta, e ele fez cursos de braile.

Quando se formou, Azevedo o convidou para assistente. Passou em todas as provas, mas seria barrado no exame médico, e foi preciso passar uma lei na Assembleia Legislativa para que ele pudesse ser efetivado.

Como professor e militante, ele fez o primeiro trabalho sobre o voto operário no Brasil.

A gente chama o Azis de "precursor do Datafolha", porque, mesmo cego, trabalhava com tabelas e números.

São dois pontos em comum com o sr.: formação em biológicas e ligação com pesquisas eleitorais.

Há um terceiro. Assim que me formei, veio a cassação dos professores, e alguns fundaram o Cebrap [Centro Brasileiro de Análise e

Planejamento], onde trabalhei de 1971 a 1976, enquanto fazia pós-graduação na USP. Em 1976, também entrei para o corpo docente da USP, mas meu contrato foi barrado.

Não no exame médico?

Não. Pelo terceiro estágio, uma instituição ligada ao SNI [Serviço Nacional de Informações], que examinava toda contratação. Dependendo do que achavam, o processo nunca chegava à mão do reitor.

Passava um ano, dois, três, até que a pessoa desistia.

Trabalhei mais de um ano de graça, e começaram a falar "Ah, você caiu no terceiro estágio, pode desistir". O Azis, que era coordenador da sociologia e muito destemido, resolveu verificar pessoalmente, e o contrato saiu.

Como surgiu sua ligação com pesquisas

eleitorais?

Fui trabalhar com o professor Oracy Nogueira, nas matérias de metodologia de pesquisa. Tinha boa formação em estatística e computação, que nessa época estava apenas engatinhando.

Do estudo de veterinária?

Na veterinária, tive um professor maravilhoso, o Pimentel, que sabia tudo sobre modelos experimentais e desenho de amostragem. Na USP, estudei dinâmica populacional e fui orientado por grandes metodólogos.

Ai veio a redemocratização, fundaram-se novos partidos, e fui para o PT. Lula era candidato a governador em 1982, e o PT não tinha nem um tostão para contratar pesquisa eleitoral, e não confiava nas que havia. Bolei um modelo de amostragem que pudesse ser mais fácil, mais rápido e mais

barato.

Por que não deu certo no PT?

Quando a gente mostrava os resultados, ninguém acreditava: "Como vamos ficar em quarto lugar? Impossível. Em toda parte a que a gente vai falar que vão votar no Lula!" [O PT terminou mesmo em 4º lugar, com 11% dos votos].

Acharam melhor gastar forças em conquistar votos em vez de levantar intenções, e deram por encerrado.

O seu Fria [Octavio Frias de Oliveira 1912-2007], publisher da **Folha** ficou sabendo dessa história e me chamou [leia texto abaixo]. Houve oposição dentro da universidade.

Qual era a crítica?

Que a gente influenciava a opinião pública. Colegas ligados ao departamento de filosofia

eram contra a própria ideia de pesquisa, que "reduziria a classe social à massa".

Passei a achar que tinha obrigação de dar respostas teóricas à altura, e resolvi fazer minha tese de livre docência sobre a formação da opinião pública.

Fui fazer um pós-doc nos EUA, levantei muita informação. Naquela época não tinha internet, tudo era preciso xerocar. A gente ia para Paris só para tirar xerox. E nos EUA não era só deixar o livro e vir buscar depois: você mesmo punha as moedas e tirava as cópias, folha por folha.

Vim embora pronto para fazer minha tese. Mas minha bagagem foi perdida pela Varig. As malas, com toda a pesquisa dentro, não chegaram.

Perdeu toda a pesquisa?

Eu tinha duas saídas: mudar de assunto ou fazer tudo de novo. Meus professores me

aconselharam a retomar o tema do mestrado, e resolvi estudar os cambalhões de São Paulo. Consegui financiamento, contratei gente. Quando estava tudo pronto chegaram as malas [risos].

Uns seis, sete meses depois.

Tinham sido achadas num depósito de malas perdidas no aeroporto de Tóquio. Nessa altura já havia escolas de marketing e comunicação, que passaram a tratar desse assunto.

E a própria pesquisa eleitoral foi se legitimando sozinho, independentemente do que achavam alguns colegas meus.

Mas há ainda tentativas de desqualificação, e na reforma política tentaram proibir a publicação na véspera do voto.

Isso desde sempre. A pesquisa é sempre usada politicamente. Há muita gente que se opõe, mas nunca é por razões científicas, e

hoje ninguém mais passa sem elas.

Houve um ano em que foi proibido publicar uma semana antes. A **Folha** soltava notas na coluna Painel dizendo "A temperatura em São Paulo está mais para Mário Covas. Vai chegar a 34 graus nesta tarde" [risos].

Sempre houve em algum lugar da sociedade ou do governo ou do parlamento alguém interessado em castrar esse tipo de informação. O monopólio da informação sempre foi desejo de empresários, políticos, líderes e dirigentes.

Que questões são fundamentais hoje para a sociologia no Brasil?

Temos um problema muito sério, um velho problema. O Brasil evoluiu muito em termos tecnológicos em vários campos, mas falta muito ainda na formação humana.

Somos muito atrasados em questões de cidadania, de tolerância, de aceitação das

cidadania, de tolerância, de aceitação das diferenças. Nossa escola formadora é muito ruim.

Não há investimento, nenhuma preocupação em formação de gente.

Há uns malucos querendo a ditadura. Eles não sabem o que querem. Nunca viram, não têm ideia do que foi a intervenção militar no país, porque não tem formação. Não sabem isso e também não sabem mais nada.

A falta de formação é o maior problema do Brasil. Não há respeito às tradições e, muito pior, nem às pessoas.

Não há nem sequer uma formação ideológica consistente. As pessoas chutam para um lado hoje e amanhã chutam para o outro, como se fosse absolutamente normal.

Esses movimentos de rua, nada garante que amanhã eles não sejam completamente diferentes, sem consistência, sem

continuidade, sem fundamentação ideológica ou científica.

Somos um país que lê pouquíssimo. Nossa cidadania é muito frágil.

Falta politização?

Exatamente por isso: a frágil cidadania leva a uma politização também fragilizada, mal definida, inconsistente. Até no PT, que já foi um partido com consistência ideológica maior, quando o Lula vai preso ninguém sabe o que fazer, porque o PT não existe sem o Lula.

Isso mostra que ainda estamos na era do culto à personalidade. Se você não tem um personagem para assumir uma liderança e resolver todos os problemas do país, ninguém sabe o que fazer.

Enxerga algum foco de mudança?

Sempre sou otimista, porque, quando você

menos espera, há um avanço social. Um exemplo claro nesses dias é a Irlanda, que aprovou o aborto. Quando ninguém acreditava, aprovaram o divórcio, depois o casamento gay e agora o aborto.

Existe movimento.

Mas ele vem com muitos custos, é muito atrasado.

Há um problema sério de reconhecimento dos direitos da mulher, dos direitos dos negros. O fato de um negro ganhar a metade do que ganha um branco na mesma atividade e mesmo período é muito, muito sério no país.

Mas, apesar de tudo, sempre há forças sociais que vão para a frente.

O que vai para a frente no caso do Brasil?

Veja, tudo isso surgiu no curso da minha vida, o movimento feminista, o movimento

negro. Quando entrei no Cebrap, não existia nem movimento social ainda, e isso faz menos de 50 anos.

Apesar de tudo, isso se constituiu e ganhou força.

É possível.

Plagiando Galileu Galilei e depois o Chico de Oliveira, "Eppur si muove" ["no entanto, se move", frase que Galileu teria murmurado depois de negar diante da Inquisição sua convicção de que a Terra gira em torno do Sol].

Claro que Galileu pensava nos astros, e Chico, na sociedade e na economia, mas eles têm razão. Elas se movem. Mas como? E com que velocidade?

NO FIM DA DITADURA, SOCIÓLOGO AJUDOU A CRIAR O DATAFOLHA

Em 1982, ainda sob o governo militar no país, houve eleição direta para governadores. O PT, do qual Prandi fazia parte, não tinha dinheiro para pesquisas eleitorais. Especialista em desenho de amostras, o sociólogo esboçou um método mais barato para levantar a preferência dos eleitores: ouvi-los em pontos de fluxo, em vez de em suas residências.

A nova metodologia interessou o publisher da **Folha**, Octavio Frias de Oliveira, que nos anos 1970 já testara enquetes para levantar a opinião do público. Prandi foi apresentado ao empresário por um amigo em comum, o sociólogo Vilmar Faria.

Ele relata a conversa: "Seu Fria me chamou: 'Vamos fazer aqui na **Folha**, Prandi! Você tem todo o meu apoio!'. Perguntei 'Tenho carta branca para gastar dinheiro também?'..

"Não, isso não! Só estou te convidando porque o Vilmar me disse que seu método é muito mais barato." [risos]

RAIO X

Reginaldo Prandi, 72
Formado em sociologia na Fundação Santo André, fez mestrado e doutorado na FFLCH-USP, onde se tornou livre-docente. Aposentado em 2005, continua no departamento como orientador de pós-graduação. É autor de 37 livros, entre obras científicas, ficção policial e literatura infantojuvenil

O QUE LER

Mitologia dos Oribás
Companhia das Letras, 2001, 24ª reimpressão, 591 pgs.
A coleção de mitos iorubás, que começou como subproduto de sua pesquisa sobre

Figura 3. Stories da Folha de São Paulo
Fonte: Instagram @FolhadeSPaulo

A Folha de S. Paulo também apresenta uma fotografia e o título da matéria. Utiliza o recurso de hiperlink para redirecionar o leitor ao site. Na imagem existe o cabeçalho próprio da empresa e a fotografia na vertical é do sociólogo entrevistado. O título está na parte inferior da imagem sobre um degradê azul. O único recurso visual é a mesma foto utilizada na chamada, agora no formato horizontal, sem o recorte necessário para enquadramento na vertical demandado pela funcionalidade de *Stories*. O texto é extenso, com intertítulos e poucos links, sem quaisquer outros recursos audiovisuais.

Com poucas adaptações, cada veículo mantém características próprias de sua mídia original no Instagram *Stories*. O Jornal da Record utiliza-se dos vídeos pois é um jornal televisivo e se apropria da credibilidade daquele que transmite a informação. São mantidas as participações de vários repórteres, uso de *off* e de captação de imagens externas. No caso do Portal UOL, por ser próprio da internet, percebe-se variação no uso de recursos multimídia como hiperlinks, imagem e vídeo, além da exibição dos anúncios publicitários. Da mesma forma, a Folha de São Paulo mantém o estilo de imagem que usaria no jornal impresso, sendo este o único recurso visual da matéria, sem nem mesmo variar entre aquela da capa e do conteúdo. O texto é extenso e com poucos hiperlinks.

Em todos os casos nota-se que os recursos da ferramenta *Stories* estão sendo subutilizados. Nenhum dos veículos aplica recursos da ferramenta de intervenção na imagem, data, localização, *emojis* ou interatividade. O *Stories* serve somente para conotação de instantaneidade e presença para os veículos, atendendo ao consumo quando e onde o leitor estiver. O uso da imagem em dois casos serve para transmitir credibilidade. O Jornal da Record utiliza seus repórteres, e a Folha de São Paulo uma autoridade entrevistada para abordar o assunto apresentado. Essa estratégia pode ser entendida como forma de se diferenciar como veículo confiável no ambiente digital, onde existe uma proliferação de perfis nem sempre críveis. O Portal Uol utiliza uma imagem representativa da realidade vivenciada pelos caminhoneiros, utilizando os conceitos produzidos no imaginário do internauta.

De forma geral, único a explorar mais recursos multimídia no conteúdo é o portal UOL, que já é on-line, o que facilitaria sua inserção no ambiente digital e de novas ferramentas conforme Ferrari (2010). O conceito empregado foi o de multimídia, compreendendo a aplicação simultânea de conteúdos de diferentes naturezas como foto, texto e vídeo (Canavilhas, 2013). Já a Folha de São Paulo parece usar o que Canavilhas (2013) chama de crossmídia, ou seja, a transposição de um mesmo conteúdo em diferentes plataformas. O que mais se aproxima de uma narrativa transmídia é o Jornal da Record, entendida neste trabalho como a narrativa na qual cada mídia oferece seu melhor aspecto para compor uma mensagem. O conteúdo não é o mesmo nas diferentes mídias e ainda que o indivíduo acompanhe as mídias de forma isolada, pode ter compreensão do seu conteúdo, sendo que a junção dessas fontes de informação ampliam a possibilidade de compreensão do todo. Segundo Canavilhas (2013) os conteúdos diferenciados são distribuídos pelos meios convergindo para um mesmo fim.

Considerações Finais

No fundo, é preciso ser visto. Esta é a lógica que faz com o jornalismo viva em constantes adaptações. Nos diferentes meios em que está, a busca é pela audiência. Agora, traduzida em curtidas, comentários, compartilhamentos, visualizações e *reposts*. O desejo, em primeira instância, é pela

sustentabilidade. Ao cabo deste trabalho, acredita-se que esta tenha sido uma das principais questões considerada pelos Portais de Notícias, aqui analisados, ao optarem pela utilização da ferramenta *Stories* no Instagram.

Em inúmeras pesquisas de mercado, amplamente divulgadas nos meios de comunicação, verifica-se que o Instagram é a principal rede social digital utilizada pelos jovens. De tal modo, utilizar essa plataforma parece ter sido algo quase como “obrigatório” para se ter a atenção desse público, em um entendimento de que “não daria para ficar de fora”.

Para melhor ilustrar, comparemos o atual momento ao de quando os jornais impressos passaram a ter suas versões on-line. Num primeiro instante, esses veículos praticamente copiavam a versão impressa e a disponibilizavam para acesso via Internet. Utilizavam-se os mesmos textos e as mesmas imagens. Alguns, inclusive, disponibilizavam um *pdf* para leitura. Ao longo do tempo, as possibilidades dos novos meios ganharam a criatividade das empresas jornalísticas e muitas novas funções foram incorporadas para os, agora, Portais de Notícias: múltiplos *links* para outros textos e vídeos complementares à notícia, históricos, gráficos que se movem, comparativos, enfim, possibilidades infinitas sobre as quais não nos aprofundaremos, aqui, na análise. O intuito é comparar com a entrada, desta vez, dos Portais de Notícias no Instagram por meio das já mencionadas ferramentas de *Stories*.

De um modo geral, os Portais apenas entraram, no sentido literal, no Instagram. Ainda não utilizam as funcionalidades e potencialidades da ferramenta, como pode acontecer com a evolução natural da exploração da função jornalismo ao meio Instagram. Não se vê, ainda, algo como a construção de uma narrativa noticiosa. O que se observa nas análises, é que essa “entrada” no Instagram se resume a chamar o público que está presente ali para visitar as notícias nos Portais, hospedados num meio já “dominado”.

Considerando as características da plataforma Instagram, no que tange ser calcada em imagens, e as intrínsecas às imagens propriamente ditas, analisadas ao longo deste trabalho, vislumbra-se amplo espaço para exploração e implementações. O fato da imagem ser polissêmica, gerar múltiplos significados, pode ser utilizado no jornalismo via Instagram, por exemplo, para instigar curiosidades, discussões de diferentes pontos de vistas pelos usuários.

O *Stories* pode ser utilizado para criar narrativas no momento em que os fatos estão acontecendo, *in loco* e *on-line*. Criar-se-ia, deste modo, a informação de fato imagética e não uma remissão a ela, como percebe-se estar ocorrendo. Seria algo parecido com os que os próprios usuários das plataformas já fazem quando estão em algum evento e vão compartilhando os seus momentos durante sua realização. A técnica, de modo mais profissional, tem potencial para ser explorada pelo jornalismo, de forma diferente à de uma transmissão ao vivo pela TV, é claro.

Assim, acredita-se conhecer o meio, entender suas peculiaridades, potencialidades e possibilidades é algo que trará ao jornalismo no Instagram um novo jeito de produzir notícias. De todo modo, só o fato de estar presente nesta plataforma, já representa uma mudança de modelo, uma busca por se reinventar.

Referências Bibliográficas

- Barbosa, S. (2013). Jornalismo convergente e continuum multimídia na quinta geração do jornalismo nas redes digitais. In J. Canavilhas (Org), *Notícias e mobilidade: jornalismo na era dos dispositivos móveis*, Covilhã: Livros Labcom.
- Canavilhas, J. (2013). Jornalismo Transmídia: um desafio ao velho ecossistema midiático. In D. Renó, C. Campalans, S. Ruiz e V. Gosciola (Orgs.), *Periodismo Transmedia: miradas múltiples*, pp. 53-68, Bogotá: Editorial Universidad del Rosario.
- Costa, C. T. (2009). *Ética, jornalismo e nova mídia: uma moral provisória*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed.
- Ferrari, P. (2010). *Jornalismo digital*. (4a ed.). São Paulo: Contexto.
- Gonçalves, E. F, Oliveira, R. A. de, & Neves, D. A. de B. (2016). Análise da informação imagética: uma abordagem sob a perspectiva cognitiva. *Revista Em Questão*, 22(3), 110-135. Recuperado de <http://seer.ufrgs.br/index.php/EmQuestao/article/view/59905/38342>.
- Levinson, P. (2012). *New New Media*. Nova Iorque: Pinguem.
- Levy, P. (1993). *As tecnologias da inteligência: o futuro do pensamento na era da informática*. Rio de Janeiro: Ed. 34.
- Martino, L. M. S. (2014). *Teorias das Mídias Digitais: Linguagens, ambientes e redes*. Petrópolis: Vozes.
- Palacios, M. (2003). Ruptura, Continuidade e Potencialização no Jornalismo Online: o Lugar da Memória. In E. Machado e M. Palacios(Orgs), *Modelos do Jornalismo Digital*. Salvador: Editora Calandra.
- Secretaria Especial de Comunicação Social (2016, dezembro 30). *Relatório Final Pesquisa Brasileira de Mídia - PBM 2016*. Brasília: Autor. Recuperado de <http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2016.pdf/view>.
- Sanchez, M. J. (2017, outubro 28). Com 50 milhões de usuários, Brasil é o segundo no ranking do Instagram [Blog]. Recuperado de <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2017/10/1931057-com-50-milhoes-de-usuarios-brasil-e-segundo-no-ranking-do-instagram.shtml>.

La Economía del Panóptico: la Imagen, las Miradas y las Identidades en la Era Digital

Jorge Alberto Hidalgo Toledo¹

La mirada, es ese fenómeno ancestral, trivial y primitivo que pone en contacto a los sujetos, que condiciona la vida social y que nos coloca ante el *otro* impulsando, cooperación, coerción, oposición, conflicto, amor, odio y jerarquía. La mirada es el contacto no buscado; es el impulso espontáneo; es el placer que produce el encuentro del *yo* y el *otro*. Es el puente hacia el *nosotros*. La mirada es relación e intercambio; es lo que dota de densidad, diversificación y límites al sujeto y la cultura.

La mirada es la expresión provocadora de confianza; la experiencia fundamental de la *alteridad*. La mirada nos convence de la presencia del *otro*, y como dice Scheler, nos hace sentir la virtualidad de los lazos y al *otro* que nos mira (2005).

La mirada en el continente digital es la unidad puente que da sentido al consumo simbólico: racionalidad central de la Era de la Información y la Participación. En esas *comunidades de significación* (que son las redes socio digitales y las comunidades virtuales) donde las personas comparten la vida entera; el *yo físico* se ha tornado en una expresión metalingüística incorpórea; el *yo virtual* es un banco de *bits* y *meta data* cosificada. El *yo* y el *otro* se reducen a *para-objetos* que se descubren y aprehenden en la visualización-atención-interacción. Es a través de la mirada que los sujetos se poseen, se esclavizan, y como decía Sartre (2013), se vuelven *objeto* para el *otro*². Es la mirada del *otro* la que escudriña, enjuicia, retiene, valida, testifica o libera. Pero, por otro lado, como también afirma Mounier, llama, invoca, ofrece y suscita (2013).

La mirada revela relaciones; por la mirada el *yo* aprehende al *prójimo* como un recurso (Maisonrouve, 1991), como un instante de la inmediatez. La experiencia del *otro*, en el entorno digital, es el consumo de su *time line*; la actualización de su *estado*; la vivencia de sus datos; el flujo de sus interacciones; el sentir detrás de los mensajes compartidos. El contacto con el *otro* se da entre avatares; entre un *yo* que observa, y un *otro* que se sabe observado. Las redes de interacción socio digital como Facebook o Youtube, son los territorios porosos donde se contagia hoy la curiosidad, donde los sujetos buscan empatía, complicidad y simpatía. Donde el sujeto encerrado en sí mismo, de manera progresiva y paralela se refiere a sí en una narración que se va descubriendo ante el *otro* como lapsos y

1 Doctor en Comunicación Aplicada (Universidad Anáhuac).
Coordinador Académico de Posgrados (Universidad Anáhuac).
E-mail: jhidalgo@anahuac.mx.

2 Esta acción es enunciada por Sartre como la *vergüenza metafísica*.

nodos comunicantes con una imagen, un texto, un video o un emoticón. Conforme establecen sinapsis e interacciones comunicantes, logran un capital de vinculación con los *otros*, que en muchos casos se tornan en gratificaciones adictivas y dependencias afectivas. La *participación afectiva* en las redes, no es otra cosa que la emergencia de la *identidad hipermedial* propia y del *otro*. Esa *simbiosis afectiva* es al fin y al cabo un consumo recíproco y solidario. Esa participación casi mística-afectiva es la que genera *comuni3n* entre los sufrientes y morbo entre los espectadores.

Ver y consumir al *otro* como una entidad simb3lica es una condici3n global, masiva, adictiva y corporativa en esta hipermodernidad. Es la racionalidad que rige este mundo cada vez m3s abierto y conectado como pretende Mark Zuckerberg con Facebook (Van Dijck, 2013). Abrir y compartir el mundo, es una forma de expandir por un lado la empatía, pero tambi3n de conectar todas las miradas. Objetos y sujetos cobran en la red un mismo valor: el ser nodos detonadores para la conectividad. Los sujetos se implican con el mundo en funci3n de su capacidad de *conectar* y *estar bien conectados*; de enjuiciar y valorar lo visto. Por ello, entre m3s se muestren, m3s probabilidad tienen de formar parte de esa comunidad en la que quieren ser aceptados y reconocidos. La vida en *streaming* es el coraz3n de esta sociedad que exige que te muestres, que te vean, que compartas y que te dejes compartir. La red es el lugar para ver y ser visto como afirma Danah Boyd (2007); es el sitio de las vidas narradas, las emociones convertidas en datos y momentos para la memoria que no es otra cosa que algoritmos y patrones a modelizar. Entre m3s podamos ver en el mundo en lnea, m3s textura tendr3 el mundo digital.

De la Estructuraci3n de Bases de Datos a la Estructuraci3n de Narrativas

Nuestra experiencia de navegaci3n e inmersi3n diaria y permanente a trav3s de m3ltiples medios, se ha vuelto m3s compleja e invasiva. La interlocuci3n de los hipermedios con nuestra vida, poco a poco ha logrado escribir, grabar, almacenar, acceder, controlar, coleccionar y potenciar nuestra existencia. El hombre se ha tornado en un *Homo Digital Signum* que puede llevar un diario electr3nico de su vida, transmitir, compartir, guardar y publicar sus experiencias en tiempo real. Hoy los hombres se han vuelto: curadores de su propia existencia; maquinarias y algoritmos generadores de informaci3n; escaparates de su propia soledad. La vida mediada nos ha vuelto vulnerables, mercancía digna de consumo, de contemplaci3n. *Ser visto* pareciera ser m3s importante que *ser*. La conexi3n social es un acto de comunicaci3n, una vía de sentirse parte de algo, de pertenecer a una comunidad, de poseer el mismo o mejor *capital social* que los pares.

Vivir en los hipermedios implica sobreestimar el poder de las acciones, los juicios y las proyecciones de nosotros mismos. Esta conexi3n y desconexi3n indolora nos lleva a vivir en la superficie, en la representaci3n figurativa de nuestros vnculos con los otros; en la fotografía y montaje de nuestras negociaciones. Simulaci3n, sustituci3n y representaci3n se remezclan en la vida mediada (Gubern, 2006). La identidad hipermedial no es otra cosa que esa grabaci3n de nuestros datos almacenados en la red que hoy se organizan como una narrativa secuencial en un *Timeline*. Somos entonces esa comunicaci3n continua de informaci3n que describe atm3sferas, estados de ánimo, habilidades y actitudes (Baym, 2010). Como dispositivos de maravilla nuestra identidad fluye entre la acci3n, la

grabación y la memoria.

En la Sociedad de la Información y la Participación no existe vida fuera del dato, de los flujos, de la acumulación y la circulación de performatividades textuales, icónicas, sonoras, y audiovisuales (Cohen, 2012). La dimensión líquida de nuestra vida subyace en los terrenos del código, en la materialidad simbólica del lenguaje encarnado.

Medium y fantasma ocupan un mismo cuerpo; materialidad e inmaterialidad están asociados al mismo signo; creación y auto creación son condiciones de nuestra naturaleza. Entre más proyectamos, más mimetizamos. Expectativas, actitudes y comportamientos son características ontológicas que han buscado su par digital. El hombre a imagen y semejanza de la tecnología y la tecnología a imagen y semejanza del hombre es parte de esta refracción del *yo* y las múltiples versiones de sí mismo.

La flexible materialidad del *Homo Digital Signum* radica en los niveles simbólicos y biológicos de los flujos. Simbólicamente introducen, amplifican, extienden, moldean la vida entera; en tono biológico los hipermedios producen y reproducen nuestra inmaterialidad. En ellos se procesan, códigos, protocolos, convencionalismos, escritos y programas de nosotros en cualquier lugar, condición, con quien sea y de modo instantáneo. Nuestra intimidad entera está sujeta a contemplación e interpretación. La vida depende de esta sofisticada captura mediática. Movimiento, monitoreo y conexión son parte fundamental del sistema remoto y permanente de comunicación mediada que tiene hoy nuestra especie, la vida en el panóptico se vive como si fuera un *reality show* (Deuze, 2014). En la red y la pantalla, la ilusión del *yo* es tan real como en el ámbito físico; de igual forma lo son las emociones y los conocimientos adquiridos.

Los hipermedios hicieron tangible lo intangible, hicieron presentes a los ausentes; permitieron extender la vida, la memoria, la palabra y el aprendizaje; atraparon el pensamiento, se sincronizaron con el ojo e hicieron más comprensible el mundo y a los *otros*. Los hipermedios hicieron presente al mundo, le dieron un nuevo nombre, lo fijaron, avivaron el sentimiento y encarnaron los significados. Como interfaz que canaliza nuestros flujos sentimentales, resignificó la existencia orgánica. En los hipermedios se estableció una compleja red de interacciones simbólicas que son las que le dan sentido y significado al mundo. Los hipermedios se convirtieron en la interfaz, en el eje de la producción simbólica, en la nueva forma de captar el mundo, interpretarlo y semantizarlo. La vida mediada es vivir permanentemente en la condición del médium. Los medios son el *meta-código*, la superficie significativa que hace que algo se vuelva fenómeno y susceptible de interpretación. Los hipermedios son territorio, prótesis y comunicación.

Timeline: Las Historias de tu Vida

La revolución digital generó cambios en todos los órdenes y uno de ellos fue en las formas de ser joven. Los jóvenes están configurando nuevas culturas digitales provocando confluencias, choques y convergencias entre las estructuras tradicionales y las nuevas expresiones (Jenkins, 2006). Incluso, existe la noción de la vida en red como parte de la vida misma. No hay fronteras, distinciones ni discontinuidades de habla, experienciales o existenciales. La vida virtual es la vida misma.

Un nuevo diálogo entre los conectados y los desconectados se está dando en la interacción con los hipermediatizados. Nuevas experiencias de vida, información y socialización se están gestando, abriendo brechas, conexiones y gratificaciones. Este espacio de sociabilidad contiene en sí mismo diversos espacios de socialidad juvenil que registran culturas, subculturas y prácticas juveniles diversas. Ahí se agregan por intereses, gustos y motivaciones. En esos mundos subculturales expresan sus relaciones con los medios, la cultura y las otras culturas juveniles. Los espacios y territorios se interconectan en los hipermedios. Los jóvenes participan, se involucran, se implican, intervienen y se posicionan. El campo juvenil se ha reconfigurado y lo digital nos permite ver su transformación. Ciudades, edificios, muebles, electrodomésticos, accesorios, objetos, dispositivos inteligentes... El mundo entero se reorganizó por el *software* (Kirkpatrick, 2010). Una nueva mitología se está construyendo en los encuentros, entre el flujo de data de un hipermedio a otro, de un sujeto a otro.

La vida cotidiana, las interacciones sociales, las expresiones artísticas, las vidas de las personas han sido tocadas por completo por los hipermedios.

El proceso histórico se mueve de la mano del desarrollo tecnológico; nunca como ahora esa simbiosis había derivado en una fusión condicional, en que la complejidad es derivación directa de la ligazón, la articulación, hibridación y mestizaje producto de la interacción hombre-máquina/hipermedio-identidad.

El mundo es hoy un panóptico que se transforma día con día por la evolución misma de las herramientas con que observa su misma condición. El hombre mismo se ha transformado de modo acelerado por la fuerza que ejercen los contextos en constante movimiento. En ese mundo, en constante y acelerada transformación, la interpretación de la realidad y la naturaleza de la existencia también ha condicionado sus respuestas a la incidencia de los hipermedios y la tecnología en todos los aspectos de la vida (Hjarvard, 2013). Conocernos y reconocernos en el mundo actual nos obliga a situarnos en un contexto donde los medios se han vuelto un eje fundamental en la mediación de las identidades. En este momento en que las grandes instituciones de la era industrial se contraen o colapsan, resuena nuevamente la pregunta por el hombre, por su capacidad de encontrarle sentido al mundo, a su relación con los demás y a sí mismo.

Las identidades nacionales, culturales, étnicas, de clase, de género y generacionales se ponen en el corazón de esta crisis de sentido.

¿Cómo redefinirnos en ese ajetreado escenario de interacciones físicas, mediáticas, virtuales y simbólicas en un contexto global, multicultural y de inmersión, adaptación y convivencia intercultural? Quizá la respuesta que han encontrado algunos es como una narración, como lo que se cuenta de nosotros, como lo que decimos de nosotros.

Hoy se pueden entender a las identidades de los hombres como narraciones, como relatos, como propuestas discursivas que apelan, redundan y transforman los macro relatos que circulan en los espacios culturales y son difundidas a través de múltiples recursos de mediación. En ese vértice entre identidades e hipermedios es donde nace la *Identidad hipermedial*, esta narración biográfica portadora de sentido para *uno* y para el *otro*, mediada, difundida, amplificadora y fragmentada por dispositivos hipermediáticos.

Los hipermedios como vías de transmisión, como canales, recursos y soportes comunicacionales, son la estructura que moldea y proyecta los discursos, incluyendo nuestro relato, en la sociedad.

La naturaleza supranacional de los hipermedios coloca todos los discursos, los contextos y los actores en igualdad de representación.

Así los medios se han convertido en un espacio relacional, en un lugar fronterizo, en que todos los referentes se mezclan y se sitúan suspendidos entre sí (Castells, 1997).

La identidad es pues, también un territorio relacional, en constante movimiento y adecuación con las interacciones sostenidas. El *ego discurso* y el *discurso de alteridad* fluyen por los mismos canales. Las identidades están mediatizadas; se construyen, difunden y reproducen por los medios e hipermedios. Todo con el fin de ser vistas.

La sociedad red y su racionalidad tecnológica colocó al sujeto entre los productos, objetos y datos que se producen, distribuyen y consumen como flujos de información. Hoy se hace necesario comprender el sistema identitario a la luz de los nuevos contextos *tecno antropológicos*, en escenarios globales, complejos y conflictivos. Es importante comprender la vinculación entre la transformación tecnológica, la formación histórica de la identidad y la construcción social para identificar los impactos en las relaciones sociales y el entendimiento de la propia vida. ¿Qué significa ser uno mismo en la era digital? Responder a esta interrogante obliga a tener en cuenta la evolución social, comprender los contextos y discursos históricos, analizar los momentos políticos, económicos y culturales que rodean al sujeto que circula en medio de la volatilidad de narrativas. Es importante conocer las comunidades de significación donde confluyen las interacciones de los individuos, los espacios y repositorios donde resguardan los sentidos compartidos, los recursos materiales y simbólicos que emplean para construir su propia narración.

Like: la Utopía de la Aceptación Digital

Una nueva brecha se abre, la de las motivaciones, la que se implica con los accesos reales y el conocimiento existencial más allá de la interacción digital. Los hipermedios buscan convertirse en la industria de la experiencia, ahí se vive una doble historia: la de la apariencia y la simulación y un meta discurso: “ésta es la realidad”. La centralidad la tiene el signo. El movimiento general de virtualización del sujeto (Levy, 1999), explicita y exhibe, multidimensiona, nos vuelve a todos telespectadores y protagonistas.

Bienvenidos a una nueva era en la que quien cruza la línea digital se vuelve protagonista de su propio *storytelling*. El *sujeto y los otros* se volvieron su propio bien de consumo; cada mensaje vertido en los hipermedios es un desdoblamiento; una posibilidad de rehacer la vida una y otra vez; es una puesta en escena.

Hoy los hipermedios permiten vivir una doble vida; una en un universo que en ocasiones se adelanta al real. Las pantallas son un oxímoron que une los opuestos, lo falso y lo verdadero, lo ficticio y lo auténtico. Los hipermedios aumentaron la notoriedad de las personas, actualizaron la imagen, vincularon afectivamente a los consumidores, les permitieron proyectarse, compartir al mundo una imagen de sí mismos, ser “estrellas” de un segundo mundo, cinematografiaron al individuo y su relación con el mundo. Este espacio lúdico es el de los espectadores y las expectativas (Manovich, 2012).

La dimensión interactiva de este nuevo relato está doblemente mediatizada. El *otro significa-*

tivo es guión y código, es densidad narrativa. Es historia por interpretar. El espacio mediático es el de las nuevas negociaciones; es el territorio de la representación y como toda representación, debe ser interpretado. El habla está situada.

Con los nuevos medios las condiciones estructurales y estructurantes se han agravado. El *capitalismo hip* (Martel, 2014) está predando la biografía; existe un pronunciamiento excesivo del *yo mismo*. El panóptico está generando su propia economía. La preocupación excesiva por la visibilidad está, paradójicamente, invisibilizando a muchos. El hipermercado de la nueva Babel se volvió un safari de las identidades. Los individuos crean y recrean sus identidades y los *coolhunters* las mediatizan; las vuelven lúdicas, públicas... una tendencia. En estos tiempos hiperbólicos las personas viven en la diáspora, exiliados de la propia existencia, en busca siempre de la propia identidad. Los vagabundos del pixel, los naufragos digitales hicieron del *tweet* su llamado de auxilio; su posibilidad del encuentro; del tornar a su tierra prometida.

Los grupos de pares, las subculturas juveniles, las culturas de nicho o micronichos y nano audiencias gestadas entre lo físico y lo digital, entre lo local y lo global nos llevan a pensar en la interculturalidad que ahí cohabita. La economía del panóptico pretende rastrear las nuevas relaciones, mediaciones, instrumentalizaciones, usos, decodificaciones y recodificaciones de los significados sociales que establecen los jóvenes y las múltiples generaciones que convergen en el ámbito digital.

Hay un nuevo territorio para las adscripciones identitarias, para explorar las interacciones sociales entre *los otros*. En el territorio digital se están dando nuevos puntos de encuentro y desencuentro. Aquí se dan nuevas tensiones y expresiones culturales; nuevas formas de consumo cultural; nuevas vías de identificación y diferenciación social.

Si la identidad es una categoría de carácter relacional (Reguillo, 2012) (identificación-diferenciación), ¿cómo instauran hoy su alteridad las personas? ¿En qué medida se han diluido las fronteras y los muros entre las diversas generaciones? ¿Cuáles son las nuevas rutas narrativas?

Del Yo Icónico al Yo Hipermedial

La vida en red y expresada en condición hipermediatizada es una forma de sensibilidad intensificada, diversificada y empoderada desde las tecnologías de información y comunicación. Las personas han tejido una serie de redes y constelaciones de medios a través de las cuales no sólo expresan y extienden sus consumos. También a través de ellas han establecido un mecanismo de inmersión que les permite participar, interactuar, descubrir, intercambiar, vivir e incluso popularizar su *yo*, y su subjetividad, como si fuera un objeto más, un texto más, un código más.

El *yo hipermedial* se mueve ahora entre la esfera pública, la esfera comunicacional electrónica, la esfera mental, expandiendo e incrementando con ello el capital cultural, social, vinculante, de mercancía y simbólico de cada sujeto a la luz del panóptico y su modelo económico. Nos hemos vuelto máquinas proveedoras de información personal. Estamos a la caza de hipermedios que buscan, ordenan, catalogan, archivan, analizan e interpretan datos que al final se terminan interpretando como estilos de vida, prácticas de consumo, comunidades de significación y nichos de mercado. Nos hemos convertido en sofisticados sistemas que incluso permiten *premediar* (Grusin, 2010), predecir o redu-

cir la incertidumbre en cualquier tipo de elección.

La cultura contemporánea incluso es soportada por esta racionalidad que se alimenta de la explotación de los comportamientos emocionales, las expectativas y las motivaciones de las personas. Una racionalidad que vive del procesamiento de las narraciones que todas las personas hacen de sus estilos de vida mediatizados.

Narrar la propia vida, percibir y consumir las otras formas de existencia, como los casos narrados al inicio, alimenta este complejo sistema de existencias que se cruzan y atraviesan permanentemente (Latour, 2013). La vida en red es la vida permanentemente pública; nos pone en permanente disposición, hace que nuestras constelaciones mediáticas se vuelvan nodos proyectores de nuestra existencia, hacen del mundo un complejo *reality show* en el que subjetividad e intersubjetividad caracterizan personajes que actúan e interactúan en escenarios matriciales donde no hay más pausa que la que el *selfie* permite captar. La vida en red, es un *continuum* con la vida física; la vida digital se ha vuelto imparable e imposible de dividir. Las fronteras se diluyeron, afectando con ello la esfera pública, la privada, la económica, la cultural, la social, la religiosa y por supuesto, alterando toda práctica de interacción con los otros, los amigos, los familiares e incluso con uno mismo. En ese nuevo escenario, la vida es contemplada, monitoreada, retroalimentada en un ambiente tan familiar que termina por envolver la existencia misma (Moran, 2002). Por tanto, el nuevo ADN de esa vida hipermediatizada no es otro que identidades documentadas, información y estadísticas biométricas, enlaces y referencias cruzadas que alimentan y subsidian a gobiernos, compañías y corporaciones.

El contexto tecnológico está en constante movimiento infiltrándose en todas las instituciones sociales, procesos, prácticas y formas de empoderamiento.

La Economía del Panóptico: la Nueva Narrativa

Al narrar el individuo su existencia *en y con* los medios, entra en la esfera pública, se vuelve observable; coloca su vida ante los demás, y se vuelve parte de toda esa información viviente que circula en el ciberespacio. La Economía del Panóptico, es la de los datos personales *mediatizados* que hacemos visibles en cada *click*, en cada *zapping*, en cada llamada, en cada retiro de dinero en el cajero electrónico, en cada compra en el súper mercado. Los medios e hipermedios se han vuelto cazadores de toda información; registran, almacenan, procesan, discriminan, segmentan e intercambian data con más dispositivos dispuestos para extender nuestros “gustos”, “preferencias”, “decisiones” y recuerdos y así crearnos un mundo tan familiar como para quererlo hacer nuestro. Los hipermedios se han vuelto sofisticados y poderosos repositorios de la vida mediatizada (Mayer-Schönberger & Cukier, 2013).

La incorporación de ellos en nuestro día a día y la intensidad de nuestra inmersión es lo que está creando de cada experiencia narrativa y comportamientos en línea, estilos de vida, sistemas culturales automatizados, naturalezas signícas colaborativas, ecosistemas perceptivos que aprenden de cada uno de nuestros movimientos, pensamientos e imágenes. Toda esa data que circula con nuestro nombre y apellido nos convirtió en disciplinados mecanismos, sofisticados sistemas de información. Los hipermedios, soporte estructural del acelerado sistema económico mundial, amplificaron los mer-

cados, las audiencias, la geopolítica de la información.

Hoy la hiperconexión de la que son sujetas las bases de datos, permiten que registren todos nuestros movimientos y deseos. El régimen discursivo de nuestras identidades hipermediales *hipermediatizadas* y nuestra manía por la interactividad, hizo del mundo un espectáculo, un escenario en el que la vida se hace palpable, un acto participativo monitoreado por los otros y por nosotros mismos. La vida digital son interconexiones amigables, hipervínculos a los recuerdos, amistades, compras y aficiones. La convergencia universal de todas las tecnologías y aspectos de la vida diaria en toda clase de pantallas, accesorios o artefactos, volvió a las personas en datos omnipresentes, códigos que subsidian todo catálogo comercial.

Nos volvieron el ADN de los sistemas integrados, de las bases de datos relacionales. Ahora somos nodos, enlaces, referencia cruzada, hipervínculos que alimentan a los sistemas comunicaciones de última generación. Sistemas inteligentes, objetos inteligentes, hogares inteligentes, accesorios inteligentes, corporaciones inteligentes se articulan en el mismo ecosistema, un ambiente en el que la información tienen tanta vida como sus actantes (Greengard, 2015). Subjetividad e intersubjetividad en esos sistemas integrados, conectados, hipermediatizados requieren repensarse para ubicar nuestro lugar en un mundo donde la existencia adquiere significado en cada proceso de decodificación.

El Yo Digital en el Hiperespacio

En el *hiperespacio* existen múltiples prácticas performativas de las identidades hipermediales. Dichas prácticas se mezclan y remezclan; no hay una identidad estática y única. Los sujetos hibridan los roles, las ideas, las personalidades y las identidades. Los sujetos operan como *nodonautas*, es decir puertas de entrada a múltiples formas identitarias, a múltiples formas culturales, a múltiples formas de ser y estar en el hiperespacio. Cada sujeto es un enlace, un hipervínculo a otras formas narrativas, discursivas e identidades. Las personas son en sí mismas el punto de convergencia y corazón de las narrativas transmediáticas.

Contenido-interface-sentidos-sujeto están implicados a través del capital digital-emocional. La existencia en el *hiperespacio* fluye en modo relacional, participativo y matricial. El *yo hipermediatizado* se sabe observado, localizable, parte del mismo ecosistema. La esfera privada se encoge y todos se vuelven ciudadanos vigilantes, en pausa, en espera de poder actuar.

La hipermediatización de la vida está modificando los procesos sensoriales, perceptivos, cognitivos y memorísticos. La relación con objetos, sujetos, dispositivos, interfaces y contextos se ha modificado por la posibilidad que existe de que todo se conecte con todo, de que todo intercambie información entre sí, de que todo se comunique con todos. La vida se está modificando, reconfigurando, vinculando, desterritorializando. El hábitat y el *habitus* mismo se han transformado. En este *ecosistema hipermedial* todos somos nodos, puntos de acceso a secuencias sonoras, documentos, gráficos, palabras, imágenes, iconos, infografías, *tags*, puntos geolocalizados. Somos vértices multimediales, navegables, fragmentados, una interfaz más de interactividad. La noción de infancia, adolescencia, juventud y adultez se redefinen en esta interacción con los hipermedios. En los hipermedios están interconectando inteligencias, experiencias, actitudes y relaciones físicas y simbólicas. En ese *lugar*

retórico e icónico están intimando, refiriendo e incluyendo tanto semántica como vinculatoriamente con *otros*. La arqui-naturaleza de los hipermedios posibilita las manifestaciones públicas de identidad, autoexpresión, el intercambio de afectos, compartir intereses, ganar legitimidad, renegociar definiciones, manipular la cultura, integrarse o interoperar socialmente; experimentar reciprocidad, liderazgo y reconocimiento. El *yo hipermedial* deriva del lenguaje, del proceso comunicativo compartido y artificial; de la negociación de ideas, actitudes sónicas y conductas paralingüísticas e interactivas. La *identidad hipermedial* se comparte en entornos cognitivos mutuos. El sujeto en comunidad está permanentemente accesible en la red; es fácil de procesar y decodificar si se cuentan con las competencias digitales conversacionales necesarias.

La Ecología Hipermedial

La *ecología hipermedial* permite el encuentro mediado, la práctica compartida y expande las relaciones cara a cara. Sin embargo, ante la falta de corporeidad las personas recurren a información contextual corpórea de orden paralingüístico que es percibida en la imagen, ilustración o fotografía que emplean los sujetos como representación o avatar. Los vínculos de confianza, cooperación, legitimidad y lealtad estarán vinculados a estas formas de expresividad gráfica. La forma en que se presentan los sujetos gráfica y discursivamente son indicadores de la dirección identitaria que están tomando. Cada sujeto tiene estrategias de presentación; formas de entrar y salir de su propio discurso; de la propia biografía auto narrada. La interacción conversacional a través de meta representaciones mantiene tres modalidades en el entorno hipermedial: es decir entre el *yo físico* sentado frente a la computadora o ante un dispositivo, el *meta-yo* que nos representan en el entorno virtual y el *yo-metaficcional conversacional* que se decodificará en el entorno mental (Yus, 2004). Por tanto, el *yo hipermedial*, como continuidad del habla seduce al espíritu y al intelecto. Seguir al *otro* en línea implica rastrear y participar simbólicamente de su vida social y cultural. La adicción a estas formas expresivas está en la capacidad de circular los significados de un texto a otro, de un discurso a otro, de una representación a otra, de un acontecimiento a otro. La adicción se intensifica en la medida en que los usuarios se acostumbran a la respuesta (gratificación) dada por los otros a través de un “Me gusta” o un comentario. En los hipermedios, el texto es el cuerpo, el texto es la mediación, la conciencia, la existencia. Es ojo, vínculo y memoria. La conexión es sentido. La dimensión figurativa es una nueva dimensión existencial. La vida hipermediatizada es la vida hiperconectada, exhibida. Es un escenario en el que todo lo que ocurre se vuelve tan real como lo real, dado que el mundo que se vive, es parte de ese mundo que se construye tanto en el escenario físico como en el virtual.

La Hiper Estetización de la Vida y la Cultura

La hipermediatización se da en un marco narrativo que ha derivado en la estilización de la vida, haciendo una exaltación estética de la cultura y las prácticas sociales. Estas generaciones se han vuelto *fashionistas* y a través de los hipermedios enfatizan cómo luce o les gustaría que luciera

su vida, su hogar, lugar de trabajo u ocio. Su afán de *trendsetters* los lleva manifestar un gusto por lo exótico, lo fuera de lo tradicional; quieren que sus consumos se vuelvan inspiracionales para los *otros* (Lipovetsky & Serroy, 2016). Viven *tagueando* todas sus acciones. Cada *tag* es una forma de congelar el momento, de poner pausa y compartir, de detener el aquí y ahora y convertirlo en memorable. Los hipermedios han hecho visible las biografías auto narradas; las han puesto en conexión. Las *expresiones digitales del yo* se construyen en la interacción digital y física; entre lo que somos y lo que queremos ser; entre lo físico y lo virtual; entre lo real y lo imaginario.

El nuevo escenario social es una apretada red de relaciones hombres-medios. Personas, lugares, espacios y emociones se interconectan a través de los nuevos flujos comunicativos. El espacio mediático pareciera ser cada vez más el espacio del mundo y la vida un acto comunicativo. Sociedad y cultura se están adaptando a los actos en red. La misma fragilidad humana se ha expuesto y se está abriendo al mundo como un archivo. En esa nueva condición de vida nos estamos volviendo contenido, mensaje... un medio más. Estamos ante una nueva generación de usuarios cuya vida fluye a través de dispositivos. Toda su vida está alimentando el *big data* y, por tanto, se encuentra expuesta, rastreada, observada, vigilada, en seguimiento. Su vida convertida en información hipermediatizada se ha convertido en un bien de consumo, en una mercancía, en un valor simbólico de intercambio. En esa vida mediada los sujetos se consumen como artículos, como extensiones tecnológicas e información.

El *yo* y el *otro* son medio y contenido, parte de la constelación de medios que emplean para expresar su identidad, para distinguirse de los demás, para ubicar quiénes son y cuál es su lugar en el mundo. Las personas están más conectadas y comunicadas que nunca. Nos encontramos ante una generación de usuarios cuya experiencia de vida es una experiencia colectiva en entornos aislados e inmersivos. Donde lo emocional es parte de las experiencias buscadas; sin embargo, dicha experiencia corre todo el tiempo el riesgo de diluirse en la infoxicación en la que está inmersa. La vida mediatizada es una constante búsqueda entre el equilibrio y la resistencia; entre la reflexividad y la inconsciencia; entre la estructuración y la reestructuración; entre el escapar del mundo y sentirse parte de él; entre el ser diferente y el sentirse parte de un grupo que comparte gustos, intereses, motivaciones y preferencias; entre aislarse y agruparse; entre estar solo y participar; entre intimar y exponerse a la vida pública.

La Vida Hipermediada

La vida mediada es la consecuencia directa de la hipermediatización del mundo; de la interconexión, el deseo de experimentar la simultaneidad, de vivir la tele presencia; de la socialización de contenidos; del estar permanentemente en contacto con el *otro*; de acompañar la soledad; de portar el mundo en la palma de la mano; de manipular tecnológicamente el mundo; de implicarse en diversas esferas, de expandir el mundo físico. Los hipermedios expandieron la vida, diluyeron el tiempo y el espacio; amplificaron la complejidad y nos permitieron experimentar distintas versiones de nosotros mismos, de poseer identidades múltiples. La identidad hipermedial, multifacética, hiperconectada, incorpórea, fluida, negociada, hipervinculada, en constante cambio. Sujetos, medios y vida, es una

triada expansiva, imparable, interdependiente e interconectada. Esta vida hipermediatizada nos coloca ante un escenario tecnonatural; en un sistema que está colocando a los medios y la tecnología en el centro de la interacción del individuo con la dimensión económica, política, social, cultural y religiosa. Hoy la vida se ha mediatizado... pero también la muerte. Esa nueva racionalidad, intencionalidad y esencialidad, donde los medios saturan el mundo, coloca al hombre en una nueva posición y está produciendo cambios estructurales más allá de lo social. Queda una nueva agenda pendiente para explorar las implicaciones biofísicas, psicológicas, genéticas y evolutivas que de ello derivaran. Sin duda, estamos en un punto crucial en la historia del hombre, donde queda mucho por ver producto de esta interacción hombre-máquina, más allá del mundo físico, virtual y mental.

Referencias Bibliográficas

Baym, N. (2010). *Personal Connections in the Digital Age*. Cambridge: Polity Press.

Boyd, D. (2007). None of this is real: Identity and participation in Friendster. In J. Karaganis (Org.), *Structures of Participation in Digital Culture* (pp. 132-157). New York: Social Science Research Council.

Castells, M. (1997). *The Power of Identity. Vol. 2 of The Information Age: Economy, Society and Culture*. Oxford: Blackwell.

Cohen, J. (2012). *Configuring the Networked Self: Law, Code and the Play of Everyday Practice*. New Haven: Yale University Press.

Deuze, M. (2014). *Media Life*. New York: John Wiley & Sons.

Greengard, S. (2015). *The internet of things*. Cambridge: MIT Press.

Grusin, R. (2010). *Premediation: affect an mediality after 9/11*. New York: Palgrave Macmillan.

Gubern, R. (2006). *El eros electrónico*. México: Taurus.

Hjarvard, S. (2013). *The mediatization of culture and society*. Gran Bretaña: Routledge.

Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. Cambridge: MIT Press.

Kirkpatrick, D. (2010). *The Facebook Effect: The Inside Story of the Company That Is Connecting the World*. New York: Simon and Schuster.

- Latour, B. (2013). *An inquiry into modes of existence: an anthropology of the moderns*. Londres: Harvard University Press.
- Levy, P. (1999). *¿Qué es lo virtual?* Buenos Aires, Argentina: Paidós.
- Lipovetsky, G., & Serroy, J. (2016). *La estetización del mundo: vivir en la época del capitalismo artístico*. Madrid: Anagrama.
- Maisonneuve, J. (1991). *Psicología social*. México: Paidós.
- Malraux, A. (2003). *Los Conquistadores*. Barcelona, España: RBA.
- Manovich, L. (2012). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación: la imagen en la era digital*. Barcelona: Paidós.
- Martel, F. (2014). *Cultura “mainstream”: cómo nacen los fenómenos de masas*. Buenos Aires: Taurus.
- Mayer-Schönberger, V., & Cukier, K. (2013). *Big Data: A Revolution that Will Transform how We Live, Work, and Think*. New York: Prince Frederick, MD: Recorded Books.
- Moran, J. (2002). *There Is No Place Like Home Video*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Mounier, E. (2013). *Introducción a los existencialismos*. México: Ediciones Coyoacán.
- Reguillo, R. (2012). *Culturas juveniles: Formas políticas del desencanto*. Buenos Aires, Argentina: Siglo XXI.
- Sartre, J.-P. (2013). *El ser y la nada: ensayo de ontología y fenomenología*. Buenos Aires: Losada.
- Scheler, M. (2005). *Ética y Formas de la simpatía*. Salamanca: Sígueme.
- Turkle, S. (2017). *Alone together: why we expect more from technology and less from each other*. New York: Basic Books.
- Van Dijck, J. (2013). *The Culture of Connecectivity: A Critical History of Social Media*. New York: Oxford University Press.
- Yus, F. (2004). *Ciberpragmática*. Madrid: Ariel.

La Fotografía como Narrativa de Memoria Rural

Sandra Lucía Ruiz Moreno¹

Muchos de los trabajos de investigación sobre construcción de memoria desde la fotografía, parten del análisis de materiales preexistentes ya sea de tipo periodístico, publicitario o archivos personales, como lo advierte Banks en su libro *Los datos visuales en la investigación cualitativa*, cuando habla de los principales enfoques analíticos y metodológicos, como los estudios culturales o los análisis formalistas o estructurados. (Banks, 2010) En este tipo de investigaciones la fotografía se constituye en una evidencia que actúa como un testigo del pasado, con una serie de vestigios de lo que fue y por lo tanto, puede recordar hechos y momentos, no solo como reconstrucciones históricas de datos, sino como construcciones sociales de costumbres, tendencias y realidades que constituyen la memoria histórica.

No obstante, cuando hablamos de la construcción de memoria colectiva, desde el resultado de la interacción entre los miembros de una comunidad que recuerda y revive sus tradiciones, como lo definió claramente Halbwach en su libro *La Memoria Colectiva* “Efectivamente si nuestra impresión puede basarse, no sólo en nuestro recuerdo sino también en los de los demás, nuestra confianza en la exactitud de nuestro recuerdo será mayor como si reiniciase una misma experiencia no solo la misma persona sino varias” (Halbwach, 1968, p.26) En este caso, la fotografía va más allá de ser el vestigio del pasado, para también funcionar como la manifestación de ese recuerdo, un dispositivo de la memoria que actualiza el pasado en una vivencia actual, que interactúa con las vivencias de los demás y por lo tanto, se constituye en una construcción de la memoria colectiva en el presente.

Tal es el caso de la experiencia de reconstrucción en memoria rural que se expone en el presente capítulo, donde se busca desarrollar un proceso que permita compartir la propia realidad a través de la fotografía y dar visibilidad a historias que se han ido olvidando (Singhal, 2007). Por lo tanto requiere una metodología de trabajo de campo dirigida a la creación de fotografías por parte de la misma comunidad, donde lo más importante del análisis no son las huellas que pueda revelar cada fotografía, sino las historias o narrativas que ellas revelen como narraciones del pasado que la comunidad recuerda a partir de esa producción fotográfica.

¹ Master en dirección de la Empresa Audiovisual (Universidad Carlos III).
Directora del Programa de Comunicación social (Fundación Universitaria Panamericana).
E-mail: slruizm@unipanamericana.edu.co.

Desde este punto de vista, la fotografía adquiere necesariamente una dimensión narrativa de comunicación y expresión de las comunidades, ya que actúa como mecanismo para que los recuerdos se rehagan y revivan al exteriorizarse y por lo tanto, se comparta lo que es común al grupo. Así lo exponen Grade-Hansen en su libro *Media and Memory*, al retomar el concepto de memoria colectiva de Halbwach y su relación con los medios “Halbwach defined memory from the perspective of the group as only possible inside frameworks and as manipulated and touched up out of social necessity (1992, pp. 40-51) Collective memory is very localized “common to a group” with whom we have relation at this moment.” (Garde-Hansen, 2011, p.37)



Figura 1. Fotografía de Andrés Sandoval

La experiencia de construcción de memoria colectiva desde la fotografía, en zonas rurales de Colombia, se genera a partir de la realidad de muchas comunidades que han venido perdiendo sus tradiciones y saberes ancestrales, ya que las nuevas generaciones solo esperan cumplir la mayoría de edad para aventurarse a las grandes ciudades, olvidando las prácticas del campo, la gastronomía, los lugares, las costumbres e historias de sus pueblos, incluso perdiendo la comunicación con sus familias; mientras quienes permanecen en su territorio sienten la urgente necesidad de dar a conocer sus cultivos, la belleza del entorno, sus costumbres, sus historias y mantener viva la memoria de su pueblo, para las nuevas generaciones y para un país que los tiene olvidados.

Buscando Salir del Olvido

Parte de la problemática de invisibilidad y olvido de estas poblaciones está dada por sus condiciones de aislamiento, causado tanto por la ausencia de vías, como también, por la falta de acceso a los medios de comunicación, incluso a una buena señal de operador móvil. Con relación a esta situación, aunque los últimos gobiernos nacionales han generado desde el Ministerio de TIC una estrategia para llevar internet a todo el territorio nacional, esta se ha quedado en la conexión técnica a través de

puntos digitales, que sus habitantes no saben cómo usar y muchas veces ni conocen.

Se buscó entonces, trabajar en dos comunidades rurales con características de aislamiento y una alta migración, en las cuales el uso de nuevas tecnologías mediáticas estuviera limitado por cuestiones de acceso, tanto a los recursos técnicos como a los conocimientos necesarios para su manejo. A partir de estos criterios se llegó a la elección de dos comunidades localizadas en sobre la Cordillera Oriental, de amplia tradición agrícola por la fertilidad de sus suelos, pero afectadas por una fuerte crisis económica, que ha desembocado en una migración masiva. Santa Sofía en el departamento de Boyacá y Peña Blanca, una vereda del municipio de Puente Nacional, en el departamento de Santander.



Figura 2. Fotografía de Álvaro Avendaño

El municipio de Santa Sofía, Boyacá, se encuentra en la provincia de Ricaurte, fundado en 1810 con el nombre de Guatoque, cambió de nombre a principios del siglo XX por decisión del entonces Presidente de la República Rafael Reyes. Está localizado al occidente de la cordillera oriental con una geografía que le permite tener casi todos los pisos térmicos y una economía basada en la agricultura, además de hermosos paisajes que se convierten en frecuentes destinos de turismo ecológico. En los últimos 20 años sus índices de población se han reducido en cerca de un 18%. Los datos de población que constan en los registros del Departamento Administrativo Nacional de Estadística, Dane, indican que la población de Santa Sofía se redujo en dos décadas de 3.711 habitantes en 1985 a los 3.121 en 2005.

Durante las primeras visitas de exploración la comunidad de Santa Sofía se mostró muy interesada en generar actividades que les permitiera dar visibilidad a su historia y tradiciones, evidenciando una gran preocupación por los jóvenes de la escuela totalmente desinteresados en los temas del municipio y la gran cantidad de coterraneos que se fueron a vivir a Bogotá.

Partiendo de estas inquietudes se convocó a una reunión con la comunidad, en la cual se generó la actividad de diagnóstico, con más de 30 asistentes de la comunidad, quienes a partir de fotografías actuales del Municipio de Santa Sofía, empezaron a recordar y contar historias de su infancia, sus familiares y abuelos y las historias que ellos les habían contado.

Estas narraciones, fueron llevando a la reflexión acerca de la necesidad de construir memoria contando entre todos las costumbres y tradiciones de su pueblo, para lo cual se programaron con ellos talleres de video, radio, producción digital y fotografía.



Figura 3. Fotografía de Sandra Ruiz

Peña Blanca es una pequeña vereda localizada también en la Cordillera oriental, a 2.800 metros sobre el nivel del mar, prácticamente dentro de los límites del ecosistema de páramo, húmedo, temperaturas bajo cero y una vegetación particular de frailejones y pajonales aptos para el nacimiento de fuentes de agua, pero no para la producción agrícola en gran parte de su territorio. Al igual que en Santa Sofía se destaca su impresionante paisaje con cuevas y elevadas montañas como La cresta del Gallo sobre los 3400 metros, desde donde se puede ver casi toda la región. Dada su geografía, es de muy difícil acceso, solo por estrechas carreteras destapadas a 45 minutos de la siguiente población y a una hora de su casco municipal Puente Nacional. Sus habitantes no cuentan más de 400 personas dedicadas a la agricultura y ganadería de bajo escala, que comercializan en las plazas de mercado cercanas.

Luego de subir varias veces a la vereda y tener encuentros con los líderes de la comunidad se convocó a una reunión en la capilla central frente al colegio, para realizar la actividad de diagnóstico con fotografías de la vereda como se hizo en Santa Sofía. Esta dinámica dio como resultado la necesidad de plantear talleres ligados a la cotidianidad y las actividades del diario vivir que ellos consideraron más importantes: Sus prácticas agrícolas con la visita a los cultivos, su gastronomía con la producción de almojábanas y quesillos y sus atractivos turísticos naturales, con la subida a la montaña “Cresta del gallo”. El desarrollo de los talleres fue un conocimiento de doble vía porque mientras los habitantes de Peña Blanca nos mostraban sus cultivos y nos explicaban sus técnicas agrícolas nosotros les enseñábamos sobre encuadre, planos y ángulos. Mientras ellos nos enseñaban las recetas de los ancestros para hacer quesillos y la difícil técnica del corte de la cuajada, nosotros les enseñábamos sobre el trabajo con la luz, el movimiento y el concepto de continuidad.

La Fotografía Protagonista de las Historias

A pesar de realizarse talleres sobre diferentes prácticas comunicativas en ambas comunidades, fue la fotografía la forma de expresión que más apropiación generó por parte de las dos comunidades, las cuales generaron un gran material fotográfico a partir del cual se generó un análisis formal

buscando principalmente, y siguiendo los estudios de Marcus Banks (2010) sobre los datos visuales, aprovechar el material visual y generar una exploración más allá del significado, para evaluar los modos de contar en cada comunidad, partiendo del análisis narrativo y las categorías propias de estos estudios: los sujetos, de qué o quiénes se habla; las acciones, lo que se cuenta de esos sujetos; el espacio y el tiempo o secuencialidad; es decir, cómo se cuentan las historias, cuál es la construcción espaciotemporal de sus historias.



Figura 4. Fotografías de Oscar y Cristian Fonseca (comunidad Santa Sofía)

Los sujetos principales de las fotografías realizadas en los talleres del municipio de Santa Sofía fueron las mismas personas de la comunidad. Las primeras se caracterizaron por ser de pose, en primer plano y centradas, pero a medida que fueron realizando más material, empezaron a mostrar un poco el entorno donde se encontraban y hacer planos de grupos, ya no solo como retratos, sino también como parte de una actividad. Por ejemplo, en la plaza de mercado, en el parque principal, en la iglesia, durante un cumpleaños en el ancianato. Un segundo sujeto protagonista fueron los productos de la tierra, cultivos, las plantas medicinales y en menor proporción, el ganado; muchas veces acompañados también de personas, pero donde se evidencia que el objeto principal de la fotografía es mostrar los productos. Finalmente, también es importante el paisaje tanto urbano, centrado en el parque principal, como el natural con las montañas, los lugares naturales, los atardeceres.



Figura 5. Fotografías de Nubia Amelia Ortiz (Comunidad Santa Sofia)

En cuanto al espacio, de las fotografías de Santa Sofia, se concentraron en cuatro lugares de la cabecera municipal, el parque central, la plaza de mercado, el ancianato y la Iglesia de Santa Rosa de Lima; usando encuadres de plano general y medio en el parque central y la iglesia, para centrar la atención en los lugares y las acciones, mientras que se usaron primeros planos y medios en la plaza de mercado y el ancianato, centrandó la atención en los personajes y productos. Se trata de una construcción de espacio natural y de contexto sin secuencialidad.

Finalmente las fotografías contaron historias principalmente de los símbolos del pueblo de Santa Sofia, su parque principal con la Iglesia colonial, el león de piedra y el obelisco, pero especialmente su Iglesia de la Parroquia Santa Rosa de Lima, construida durante 40 años, por varias generaciones de sus habitantes y orgullo del pueblo. Los otros temas presentados a través de la fotografía fueron sus productos agrícolas, la actividad de la plaza de mercado y los lugares de belleza natural.



Figura 6. Fotografía Esteba Torres (Comunidad de Peña Blanca)

La comunidad de Peña Blanca generó un nutrido proceso de construcción de memoria desde la fotografía, teniendo como sujetos principales a las personas de la comunidad, de la misma manera que en Santa Sofía. Fueron muchas las fotografías que realizaron de sus amigos y familiares, así como de las personas que veían pasar a lo largo de los trayectos de viaje en los cuales se realizaron los talleres, empezando con fotos de pose para luego integrar contexto y actividades cotidianas y de cultivo. De la misma manera, fueron protagonistas los animales mascotas y de granja, y el paisaje natural; este último, integrando generalmente a las personas.

La construcción de espacio en las fotografías de Peña Blanca muestra a los protagonistas en su entorno, así se usen planos medios los personajes, generalmente, están dentro de un contexto o lugar determinado realizando una acción. Los lugares son casi todos exteriores y relacionados con el campo y sus cultivos, a excepción de las fotografías relacionadas con la cocina y las recetas típicas de la región que se realizan en interiores; igualmente, en planos medios y generales. La mayoría de estas fotos tienen una secuencia que evidencia el proceso de las recetas o de la acción de arriar el ganado o la fumigación de cultivos, de hecho, durante los talleres los participantes mostraban a los investigadores cómo eran sus actividades cotidianas y allí se sacaban las fotos; por lo tanto, si evidencian una construcción temporal de secuencia lineal fotográfica.



Figura 7. Fotografía Esteba Torres (Comunidad de Peña Blanca)

Finalmente la comunidad de Peña Blanca muestra en sus fotografías temáticas e historias de costumbres relacionadas con la forma de cultivar, de preparar sus comidas típicas como la cuajada, el quesillo o las almojábanas, de relacionarse con sus mascotas y animales de granja, de visitar sus lugares de belleza natural como las cuevas, el páramo y la Cresta del Gallo. Ello se evidencia porque en sus fotografías, los personajes se relacionan todo el tiempo con estas acciones, caminando, montando a caballo o mula, jalando los becerros, sacando fotos, regando los cultivos, recogiendo frutos y jugando con los animales, entre otras actividades. Igualmente, aprovecharon en varias ocasiones la posibilidad de la cámara para sacar ráfagas de fotografías.

Consideraciones

A pesar de ser dos comunidades rurales cercanas, sus diferencias en la localización geográfica con una diferencia de seiscientos metros de altura y su organización política, una cabecera municipal del departamento de Boyacá y otra vereda del departamento de Santander, determinaron desde el mismo taller de diagnóstico la decisión de consolidar una misma metodología, pero con análisis diferenciados que permitirán al final tener claras tanto las particularidades culturales y de tradición de cada lugar, como sus puntos en común.

El primer punto importante de destacar es que ambas comunidades se identificaron principalmente con la fotografía como forma de expresión para contar sus historias y mostrar lo que ellos consideran forma parte de sus costumbres y tradiciones; de allí que desde el primer momento se replanteó la pregunta de la investigación original sobre la apropiación de nuevas narrativas digitales y ampliarla a narrativas comunicativas donde la fotografía es protagonista.

El segundo punto en común fue el reconocimiento de la gente como el centro de su memoria y su papel fundamental en la construcción colectiva de esta; al colocarse siempre como los protagonistas

tas y contadores de todas las historias relacionadas con sus costumbres y tradiciones, más allá de las informaciones oficiales, fueron sus relatos y vivencias los que alimentaron toda la producción de los talleres, que aparecen resumidas y compiladas en el portal *Construcción de memoria en comunidades rurales*. Al finalizar los talleres, varios dieron testimonio de la importancia de replicar la experiencia con la comunidad y se consideran responsables de seguir contando y difundiendo las costumbres y tradiciones de sus comunidades.

Pese a su diferencia geográfica, el cuidado de la tierra y su producción agrícola es parte de su cotidianidad e identidad y ha generado diferentes formas de relacionarse con la tierra y producirla como parte de las tradiciones, especialmente en relación con la agricultura, pero también con el cuidado y producción de los animales. En Santa Sofía más ligado con la producción y los productos y en Peña Blanca con el cuidado en sí de la tierra, de manera más artesanal y en circunstancias más difíciles, dada su localización limítrofe con el ecosistema de páramo.

Finalmente, la belleza natural que sobresale en toda esta región del país, que presenta un relieve quebrado y con curiosas formaciones, es un punto común que forma parte de la riqueza cultural y patrimonial a conservar como memoria colectiva en las dos comunidades; en las dos se presenta el mismo fenómeno de ser muy conscientes de estas riquezas, pero no disfrutarlas del todo y no saber muy bien cómo aprovecharlas desde el ámbito turístico. En este punto, se planteó en ambas comunidades una problemática importante para trabajar como resultado futuro del proceso comunitario que implicó la presente investigación.

En cuanto a las diferencias, la comunidad de Santa Sofía a pesar de tener muchos datos perdidos de su historia es más consciente, por lo menos de la importancia de la reconstrucción de su historia, por lo cual valora muchos elementos representativos de su pasado y origen, como la tradición religiosa representada en las iglesias o los símbolos del pueblo. En cambio, la historia en Peña Blanca se diluye en los afanes de la cotidianidad y las labores diarias del campo; son pocos los datos que reconstruyen de su historia propia, tienen muy presente la historia del departamento de Santander al que pertenecen, pero sus datos históricos propios se remontan apenas a sus recuerdos del colegio, las costumbres de los abuelos y la construcción de la carretera.

De cualquier forma, en ambas comunidades queda un camino importante a futuro en torno a la investigación y construcción de su pasado histórico. Sin embargo, el trabajo realizado por ellas durante los talleres, evidenciado en los eventos y el portal *Construcción de memoria en comunidades rurales* se constituye en un importante trabajo en la construcción de memoria colectiva, como un insumo importante en esta reconstrucción histórica.

Referencias Bibliográficas

Banks, M. (2010). *Los datos visuales en la investigación cualitativa*. Madrid: Ediciones Morata

Fals Borda, O. (1981). *Investigación participativa y praxis rural*. Lima: Mosca Azul.

Garde-Hansen, J. (2011). *Media and memory*. Edinburgh: Edinburgh University Press

- Garde-Hansen J., Hoskins, A., & Reading, A. (2009). *Save As, Digital memories* London: Palgrave MacMillan.
- Lewin, K.. (1992). *La investigación acción participativa: inicios y desarrollos*. Bogotá: Magisterio
- Manovich, L. (2005). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Singhal, A. (2007). Participatory photography as theory method and praxis: analyzing an entertainment-education Project in India. *Journal Critical Arts*. Volumen 21.
- Ruiz, S. & Renó, D. (2012). Reflexiones sobre periodismo ciudadano y narrativa transmedia. In C. Campalans, S. Ruiz, D. Renó, y V. Gosciola (Eds), *Narrativas transmedia entre teorías y prácticas*. Bogotá: Editorial Universidad del Rosario..
- Ruiz, S. (2014). Las características de las narrativas transmedia naturalmente apropiadas a las necesidades comunicativas de las comunidades. In F. Irigaray e A. Lovato (Eds.), *Hacia una comunicación transmedia*. Rosario: Editorial de la Universidad nacional de Rosario.

La Imagen Mediatizada en el Arte Contemporáneo: Sociología del la Imagen y Globalización

Aida Carvajal García¹

Como ya apuntó Levitt (1986) en uno de sus estudios sobre mercadotecnia internacional, cada vez tendemos a parecernos más. Aquellas fronteras que dividían territorios, etnias, culturas, religiones y lenguas fueron diluyéndose en función de una globalización más rápida y salvaje (Friedman, 2006). Una economía-mundo que parece consumir esa utopía en la que lo nacional y lo mundial transitan a pasos agigantados hacia un sistema de hiperconexiones planetarias. En la actualidad estamos inmersos en un proceso de aceleración en el que fluimos soliviantados por la inercia. Paradójicamente, del mismo modo que se fomenta la cultura de la hibridación y el mestizaje, surgen microgrupos que reaccionan ante este modelo de identificación único, reivindicando el culto a la heterogeneidad, la segmentación y fragmentación identitarias, así como una vuelta a las raíces. La cultura, al convertirse en industria -como señala Theodor Adorno en la *Dialéctica de la Ilustración* (2001)- al igual que sucedió con el mercado y los medios de comunicación, comenzó a desbordarse desmesuradamente hacia las grandes masas, rebasando los estándares elitistas y consolidándose en el mercado global. De este modo, este nuevo universo hipercultural, pasó a ser una mercancía más, distribuida por numerosas partes del planeta con los mismos procesos de producción, industrialización, masificación y comercialización que el resto de sectores de la economía de mercado. Podemos hablar entonces de una cultura-mundo en el que arte mercantilizado, mediático y seriado que comenzó en los años 60, con artistas tales como Andy Warhol, alcanzó con el impulso de la corporativización y la comunicación, su nivel más alto de producción y reproductibilidad. En un panorama artístico mediatizado hasta el extremo y cuyas fronteras con todo tipo de géneros se van disolviendo en función de la rentabilidad, que éstas les pueden otorgar, podemos afirmar entonces que “hoy es el mercado el que hace al artista” (Lipovetsky & Juvin, 2011, p. 29) y son algunos los privilegiados que transitan por circuitos monitorizados por sistemas de subastas, curadores, galeristas, altos empresarios y banqueros los que promoverán a éstos por ferias internacionales con el fin de convertir al artista en un producto cuyo valor de marca se incrementa con los años y se consolida en el mercado hasta convertirse en la cultura

¹ Doctoranda en Arte y Patrimonio (Universidad de Sevilla).
Profesora de Artes Visuales y Diseño (Universidad Anáhuac México).
Ganadora de la Beca de Creación Artística por el Gobierno de México.
E-mail: aidacarvajalgarcia@gmail.com.

mainstream (Martel, 2012).

Siempre Fuimos Globales

En la historia contemporánea esto se traduce en sistemas coloniales, imperialistas, geoeconómicos y geopolíticos. Nuevos medios que fueron propagándose de forma rauda y virulenta por todo el planeta. Siempre fuimos globales y el hombre en sus formas expresivas y narrativas ha dejado constancia de ello. El artista, como decía Marshall McLuhan representa las antenas del mundo. Su obra, es el vehículo que transmite el momento que le ha tocado vivir. Se anticipa, en ocasiones, a una época. El arte predice, describe, denuncia, sentencia, condena. El artista, es profeta, portavoz, predicador, propagandista, artífice. El artista construye y deconstruye el mundo: del plano espiritual, onírico, simbólico al terrenal; de las fronteras expresivas a las territoriales. Arte, realidad y expresión se conjugan con el mismo verbo y desde la misma lógica: Cultura-mundo (Lipovetsky & Juvin, 2011).

¿De qué hablamos cuando hablamos de Globalización?

La globalización, con todos sus matices, pretende imponer significados y controles sociales compartidos en los terrenos financieros, políticos, económicos, mercantiles, comunicacionales, artísticos y culturales. Hoy lo hace en el mundo de la moda y la belleza. Las fuerzas, las jerarquías, las libertades, los poderes, las conexiones y las decisiones han disuelto las fronteras geográficas y por ello, nos adentramos en una era signocrática supranacional plagada de asimetrías y desplazamientos. La grave afectación que esto tiene sobre la condición humana, ha generado nuevas resistencias y confrontaciones en relación a la otredad, la alteridad y la propia identidad. Nuevas pandemias como lo son la ansiedad, el estrés laboral, la depresión, el agotamiento crónico y el insomnio. El desafío globalizador es el desafío meta comunicacional; es el que pone en tela de juicio las unidades territoriales, identitarias, temporales y sociales. El efecto globalizador como una extensión del capitalismo salvaje, sus modos de producción y su racionalidad, ha transformado la noción de colonialismo, imperialismo, dependencia e interdependencia, así como la idea misma del Estado-Nación. Las nuevas tecnologías, los nuevos métodos de producción, la división internacional del trabajo, la universalización de los mercados, la reconfiguración supranacional de los hiperconglomerados, la idea del supermercado mundial, la reproducción en moldes de marcas, creencias e ideologías, la desterritorialización de cosas, personas, ideas a partir de las telecomunicaciones, la reorganización de la geopolítica de la información, la tecnificación del trabajo y la descentralización de los poderes, ha generado nuevos antagonismos entre lo nacional, lo regional y lo global; lo de arriba y lo de abajo; lo del norte y lo del sur; lo del este y el oeste (Ianni, 1996). Los signos de la globalización son los del capitalismo, los del mercado y el espacio controlado y disponible, los de la mercancía, la tecnología, el marketing, el lobbying y la industrialización (Ianni, 2004).

Consecuencias Humanas de la Globalización

Los medios de comunicación nos abordan y desbordan. Asistimos a una continua desacralización de los cánones establecidos en función de nuevas modas transitorias: lo bello, lo feo, lo kitsch, lo andrógino, lo étnico, lo híbrido. La moda surgió como consecuencia de que “lo bello” de alguna forma cayó en desgracia haciendo realidad el deseo de una sociedad de iguales; pero lo que parecía convertirse en un potencial liberador terminó proyectándose nuevamente como un mecanismo de exclusión, especialmente para aquellas grandes masas detenidas, paralizadas, obstruidas. “El capitalismo puede destruir el trabajo. El paro ya no es un destino marginal: nos afecta potencialmente a todos, y también a la propia democracia como forma de vida. Pero el capitalismo global, al declararse exento de toda responsabilidad respecto al empleo y la democracia, está socavando en el fondo su propia legitimidad”. (Beck, 1998, pp. 92-93). Así como Ulrich Beck menciona el desempleo como una de las principales consecuencias negativas generadas por el efecto globalizador, la acumulación de residuos es otra de las cuestiones que cada vez preocupa más a la sociedad, entre las cuales también se encuentran aspectos como la superpoblación, la hambruna, el desempleo o el terrorismo, donde los residuos ya no son objetuales, sino peor aún: son humanos. Como ya se apuntó, el rechazo del mundo tal y como lo conocemos es el principal rasgo de la forma de ser moderna y se manifiesta con una obsesiva y compulsiva necesidad de cambiarlo todo. Continuamente se generan nuevas pautas de comportamiento y creación de objetos de consumo que de forma efervescente resultan caducos y obsoletos: en el primer caso, cuestiones culturales como tradiciones, hábitos y costumbres quedan relegados al subconsciente colectivo o en algunos casos directamente al olvido; en el segundo, la gran cantidad de objetos probados, rechazados, desdeñados y abandonados, generan como consecuencia un alto índice de contaminación además de la necesidad de una mayor extensión para acondicionar vertederos. Podría decirse que la modernidad es un continuo cruce de camiones cuyos destinos serían el almacén y el vertedero. Desde un punto de vista sociológico, no sólo se aplica el término “residual” a estos objetos “inservibles” y en desuso, sino a todo aquello que no ofrezca beneficio a la sociedad que es categorizado como residuo. En el caso de una persona, si le acuñamos dicho término obtendríamos el de humano residual (Bauman, 2013).

Arte y Globalización

El arte, como condición expresiva meta comunicacional también participa de esta situación. Mientras que en algunos casos, se ha desorientado, perdiendo lucidez, corporeidad, fortaleza comunicativa, convirtiéndose en piezas acrílicas, maquiladas en serie para ocupar un espacio comercial en el supermercado del arte; en otros ha adquirido un carácter perturbador, comprometido, crítico, confrontador e inquisitivo, cuestionando la nueva organización social, tornándose en metáforas orgánicas del enfrentamiento cuerpo a cuerpo entre el capitalismo, la modernidad inconclusa y la naturaleza humana y social. El arte, se ha vuelto parte esencial de las mercancías que suele mover la economía capitalista. La globalización convirtió al signo en parte de la oferta y la demanda. Las

obras artísticas se parcelizaron en lógica del consumo, adentrándose en la mecánica de la producción de mercancías, diferenciadas, renovadas y revestidas del glamour mercadológico, haciendo del artista una marca que incrementa el beneficio, la satisfacción y la gratificación. La nueva geopolítica de la información, las redes telemáticas, los hipermedios, los medios supranacionales, las industrias culturales han plagado el mundo de bienes idénticos, expandiendo el sector cultural con la misma lógica del económico, en términos de rentabilidad, mercadeo, comercialización y distribución de mercancías. El sujeto se ha descentrado y en el arte busca multiplicarse, tematizarse, espectacularizarse, convertirse en objeto de interés para tratar de encontrar sentido a su existencia. A continuación, se presentan los principales indicadores de la globalización y los artistas que los representan.

Indicadores Económicos

Marginalidad y pobreza

Krzysztof Wodiczko (Varsovia, 1943).

Krzysztof Wodiczko es un artista visual que ha basado gran parte de su obra en amplificar la visibilidad de los estratos sociales más desfavorecidos así como su imposibilidad de ser escuchados. La producción de Wodiczko, consta de sendas proyecciones de diapositivas y vídeos en gran formato sobre fachadas de edificios y monumentos emblemáticos, rompiendo con ello el concepto de espacio público/privado destinado sistemáticamente a este tipo de trabajos. Homeless Projection habla de historias, vivencias, inseguridades, miedos, prejuicios y deseos expresados en primera persona por individuos sin hogar, inmigrantes, víctimas de la violencia doméstica y veteranos de la guerra: un colectivo formado por ciudadanos marginados en una sociedad de desiguales producto del entrecruce entre globalización y capitalismo salvaje. Cada personaje aparece situado en un lugar determinado de los distintos niveles del edificio. A lo largo de los 20 minutos de duración de la proyección, surgen soliloquios, conversaciones simultáneas, corales dialécticas: una obra teatral cuyos actores desarrollan un guion real vivido en un espacio para la reflexión y el diálogo entre semejantes que se diferencian de una inmensa mayoría: los que los observan. Sin lugar a dudas, Homeless Projection, pone en evidencia una problemática global que se legitima y desenmascara en lo local. Su obra pretende confrontar, evidenciar, teatralizar y representar icónicamente las tensiones derivadas de una sociedad de consumo para resemantizar en lo particular, las crisis contemporáneas.

Desechos y reciclaje

Pablo Casacuevas (Ciudad de México, 1979).

La obra de este joven fotógrafo mexicano, abarca desde la captura de escenas callejeras, arquitectónicas, fotografía documental y foto-reportaje hasta sutiles instantáneas de la naturaleza más fortuita. No obstante algunas de sus series fotográficas más notorias se han centrado en enfatizar problemáticas del impacto medioambiental derivado del hiperconsumo humano. Casacuevas, en sus obras más comprometidas, juega entre dos realidades, vistas con el humor y la estética mexicana, como es el caso de su serie más reciente Tu Basura es Mi Fortuna. En esta serie fotográfica que consta de 64 fotografías ubicadas en diversos vertederos de la ciudad de Tamaulipas, México, aparecen un

grupo de “pepenadores” en su labor diaria de recoger y separar desperdicios y materiales. Casacuevas retrata estos basureros, en los que viven como lo que son: “micro-ciudades con estructura socio-económicas autónomas, donde cada sujeto gana según sus aptitudes” (Casacuevas, s.f.). Burlándose de la cultura del úsese y tírese, retrata a los pepenadores como si fuesen descubridores de “tesoros desechados” por una sociedad hiperconsumista. Paradójicamente, estos recipientes humanos, reciclando y revendiendo residuos, re enfatizan la idea instaurada por el capitalismo: la vida como ciclos de acumulación y consumo.

Hiperconsumo

Andreas Gursky (Leipzig, 1955).

Andreas Gursky es un afamado fotógrafo alemán que realiza imágenes a gran formato, manipuladas digitalmente en las que figuran arquitecturas de edificios familiares, parlamentos, industrias, mercados globales o aeropuertos, así como el género del paisaje. Su obra se ha expuesto a nivel internacional participando en bienales como la de Shanghái, Brasilia o lugares como los Ángeles y Hong Kong. Algunas de sus fotografías, además de alcanzar los precios más altos en subastas, representan de una forma más que evidente, dentro del panorama artístico contemporáneo los efectos de la globalización derivados del capitalismo visceral. 99 cent es un buen ejemplo de ello. En la fotografía aparece un supermercado completamente abastecido de todo un vasto imaginario de pequeños artículos de consumo cotidiano, acumulados, perfectamente ordenados a modo de archivo que se prolonga de forma infinita, diferenciándolos y haciéndolos aún más notorios mediante la saturación tonal de los mismos. Y todo por el asequible precio de 99 céntimos. Gursky utiliza el recurso del gran formato para amplificar la naturaleza salvaje del capitalismo imperante en una sociedad superflua que hace del consumo compulsivo y constante una forma de vida. Además de hacer patente a través de la contraposición del valor de los productos que aparecen (99 céntimos de euro) y el que se obtuvo por la obra (2 millones de euros), el desigual abanico de productos de consumo y consumidores.

Indicadores Políticos

Poder

Cildo Meireles (Río de Janeiro, 1948).

Comenzó su trayectoria artística a finales de los años 60. Se consagró como uno de los artistas conceptuales incipientes en el Brasil de mitad del siglo XX: un Brasil que atravesaba una dictadura militar y que generó un estado de opresión que afectaba principalmente a los medios de comunicación. En *Insertions into the Ideological Circuits: Coca-Cola Project*, Meireles extrajo del mercado botellas de la conocida marca, modificando su continente adhiriendo mensajes políticos, entre los cuales hace alusión al imperialismo norteamericano con la frase: “YANKEES GO HOME”, o las instrucciones de cómo hacer un cóctel molotov con la propia botella. Apropiándose de la idea subyacente de los “Ready-made” de Marcel Duchamp, Cildo Meireles descontextualiza estos objetos de uso cotidiano, las botellas de Coca-Cola, otorgándoles una nueva significación; en este caso,

de orden propagandístico una vez reinsertadas a la circulación. De esta manera, Meireles codifica, descodifica y recodifica la narrativa del capitalismo a la luz de la teología de la liberación. Desde entonces Meireles asumió, como muchos teóricos, intelectuales y actores sociales latinoamericanos, una posición crítica en contra de la monocultura, combatiendo, desde el arte todo tipo de imperialismo y dominación hegemónica.

Territorio

Dionisio González (Gijón, España, 1965).

Artista multidisciplinar fundamentalmente visual cuya producción abarca fotografías procesadas digitalmente, vídeos e instalaciones. Comercial Santo Amaro pertenece a la Serie Favelas (Cartografías para a Remoção -2004/2007). Este trabajo fue la consecuencia tanto de la observación y cuestionamiento realizados por Dionisio González sobre las condiciones de marginalidad y precariedad existentes en las favelas brasileñas, como por el conocimiento de la aprobación de un proyecto por parte de la municipalidad de São Paulo denominado proyecto Singapur que consistía en “convertir las favelas en edificios verticales que se construyen llevando a una parte de la población a campamentos transitorios. Retornan luego a edificios que cuentan con mayor capacidad habitacional integrándose así al resto de la favela”. (Secretaría de Comisiones de la Sede Permanente, 1996). El resultado de este proyecto en palabras del artista fue “Una babelia deconstructiva en la que la propia favela verticalizada quedaba como una isla en medio de una favela que se extendía otra vez” (LABORAL Centro de Arte y Creación Industrial, 2010). La Serie Favelas tiene varios cometidos: por un lado la de otorgar a estas “no arquitecturas” efectuadas por sus moradores: “no arquitectos”, de rasgos distintivos propios, ya que este tipo de edificaciones chabolistas carecen de un estilo o carácter identitario concreto. Por otro lado, redefine la noción territorial donde los lugares y los no lugares se reproducen como fractales. Según Fernando Castro Flórez: “Lo que hace Dionisio González, lejos de la mirada pseudo-antropológica o moralizante, es oponerse a la demolición de la favela, fijarla en sus imágenes como algo que deconstruye el imaginario arquitectónico contemporáneo, esencialmente cínico.” (Castro Florez).

Colonización y descolonización

Guillermo Gómez Peña (México, D. F., 1955).

Guillermo Gómez Peña, ensayista, poeta, radialista, videoartista, intérprete cultural y artista de la performance multimedia de renombre internacional. Es un artista multifacético cuya principal herramienta discursiva es la parodia, la ironía, la burla y la transgresión. *New World (B) order* (1996), es un compendio de crónicas, poesía, textos periodísticos, manifiestos y performances que posteriormente fueron editados en formato libro con el cual ganó el American Book Award en 1997. En este performance particularmente se imagina un nuevo continente americano convertido en territorio fronterizo donde el Estado Nación se diluye dejando a los sujetos en la orfandad. Gómez Peña construye personajes híbridos que interactúan dialógicamente hablando sobre el triunfo de la gringostroika y los neonacionalismos. Los actores, disfrazados como ciborgs transculturales mezclan

ropajes multiétnicos, de apariencia *heavy metal*, futuristas, *lowriders* y chicanos. El lenguaje está lleno de spanglish, *franglé*, *portuñol*, caló y fronterismos tomados de la jerga cotidiana, mediática y corporativa. El tono apocalíptico es acentuado por la crítica política al fascismo pseudo democrático de Belse-Bush y Ma-Margaret Thatcher. La performance está cargada de nostalgia, búsqueda de identidades, neopaganismos y sectarismos expuestos en una estética que raya en lo kitsch con la intención de legitimar el pluralismo y la hibridez del continente fronteamericano.

De lo Global a lo Glocal

Betsabeé Romero (México D.F., 1963).

Betsabeé Romero es una de las artistas mexicanas más importantes e interesantes en el panorama artístico contemporáneo. Con una formación multidisciplinar (historia, arte y música). Para Ayate Car, Betsabeé Romero utilizó un Ford Victoria 55. El vehículo está recubierto de tela y ornamentado a mano con la técnica del óleo en toda la carrocería. El estampado contiene motivos florales habituales en representaciones marianas. El interior albergaba 10.000 rosas secas (Rivera, 2014), relacionadas con la aparición de la Virgen de Guadalupe. El automóvil está situado en la frontera de Tijuana y Estados Unidos. Lo que Betsabeé invoca es una manifestación mágico-religiosa: un milagro que solucione la problemática fronteriza entre ambos estados. Mediante elementos iconográficos locales del México profundo, que con el paso del tiempo se han popularizado de tal forma que podrían identificarse mediante una rápida lectura. Elementos locales transformados en globales (glocales), antes de México, ahora del mundo. El automóvil, en este caso, hace referencia al mundo globalizado, ya que, aunque el modelo utilizado para la instalación pertenece al diseño más antiguo de esta serie, el Ford Victoria ha sido utilizado en años posteriores por la policía y los taxistas en Estados Unidos, Canadá y México. Betsabeé Romero como artista que critica y se sirve de la globalización ha logrado apropiarse de elementos simbólicos regionales para construir una estética transcultural.

Indicadores Psicológicos e Identitarios

Género y sexualidad

Guerrilla Girls (New York, 1985).

Guerrilla Girls es un colectivo de mujeres artistas de carácter activista, distinguidas a través de máscaras de gorilas que utilizan para mantener el anonimato además de usar como seudónimos nombres de artistas ya fallecidas. A través de la ironía, el sarcasmo y sobre todo el humor, reivindicando problemáticas como la discriminación racial y de género, en ámbitos principalmente culturales, políticos y sociales. Do Women Have To Be Naked To Get Into the Met. Museum? fue uno de los primeros carteles publicitarios en crear controversia en los medios y supuso la respuesta a unas estadísticas realizadas en una exposición que tuvo lugar en 1984, en el Museo Metropolitano de Arte de Nueva York. En la muestra participaban un total de 196 artistas, de los cuales, menos del 10% eran mujeres. Este dato contrastaba con el hecho de que la inmensa mayoría de los desnudos que albergaba la colección del mismo museo eran femeninos (Manchester, 2005). El cartel se realizó en 1989, mediante la técnica de la serigrafía a color. En él aparece La Gran Odalisca, obra de Ingres, cuya

cabeza fue sustituida por la de un gorila: su marca de identidad. En el mensaje tipográfico a modo de eslogan, en negrita y a gran tamaño, se podía leer: “¿Tienen que estar desnudas las mujeres para entrar en el Museo Metropolitano?” Debajo, en una tipografía menor figuraba lo siguiente: “Menos del 5% de los artistas expuestos en las secciones de arte moderno son mujeres, pero el 85% de los desnudos son femeninos”. Una de las grandes aportaciones de las Guerrilla Girls fue la de diluir aún más las fronteras narrativas entre la publicidad, la comunicación masiva y el arte, usando como hilo conductor, el activismo político y de género derivado de la revolución industrial y enfatizado con la globalización.

Identidad e Hibridación

Lyle Ashton Harris (Nueva York, 1965).

Reconocido fotógrafo nacido en el Bronx que ha destacado notablemente en varias disciplinas como la performance y la instalación. La exploración de identidades múltiples entre las que oscilan los arquetipos raciales, sexuales y queers, que forman parte del tejido sociocultural estadounidense suponen una constante en su trayectoria, especialmente en sus inicios. De todas las fotografías de este período inicial, destaca, por su mayor complejidad compositiva e interpretativa, el tríptico [Miss Girl; Kym, Lyle & Crinoline; Miss America]. En la primera imagen “Miss Girl”, parece evocar al movimiento conocido como Voguing que se expandió en Nueva York en los sectores underground en la década de los 80.. En la segunda imagen “Kym, Lyle & Crinoline”, reproduce una estampa seductora en la que desafía el constructo del hombre macho negro al emplear disfraces femeninos criticando la noción de masculinidad, sexualidad, raza y género. En la última escena Miss América, enfatiza su crítica histórica a la objetivación estética de la figura de los negros en la cultura occidental, primordialmente en Estados Unidos. Racismo homofobia y pobreza, son contrastados a lo largo de la obra de Lyle Ashton Harris, con los conceptos de fuerza, orgullo y valor en un mundo dominado por la imagen de ricos, blancos, heterosexuales y bellos.

Racismo

Alexander Kargaltsev (Moscú, 1985).

Alexander Kargaltsev es un artista ruso multidisciplinar que ha destacado en los últimos años como fotógrafo, escritor y director. En *White Man Chair* mantiene la carga política y reivindicativa de sus obras anteriores incorporando la crítica a la xenofobia. Esta fotografía es una respuesta directa a la imagen publicada por la revista rusa *Büro 24/7* en la que aparece la editora de la revista *Garage Magazine*, Dasha Zhukova (Sieczkowski, 2014), posando sentada sobre una silla, conformada por una mujer de raza negra, con las piernas hacia arriba, ataviada con prendas sadomasoquistas, emulando las famosas esculturas *Chair* (1969) de Allen Jones. Kargaltsev contestó a través de una fotografía en la que aparece un hombre blanco desnudo en una posición similar a la de la escultura, y sobre él, un hombre negro desnudo sentado. Con ello, el artista pretendía manifestar el racismo y la superficialidad imperante en las altas esferas y la cultura de la sociedad rusa. Alexander Kargaltsev deja en evidencia que los valores propios de la modernidad (igualdad, libertad y fraternidad), quedan reducidos a expresiones culturales homófobas y xenófobas propias de aldeas feudales, excluyentes e

intolerantes.

Religión y fundamentalismos

Shirin Neshat (Qazvín, Irán, 1957).

Artista iraní que ha destacado por sus videoocreaciones, cortometrajes, largometrajes y por sus impactantes fotografías sobre el rol de la mujer en los conflictos del mundo musulmán. *Rebellious Silence* es una de las fotografías quizás más enigmáticas de su serie “*Women of Allah*”. En ella aparece la propia artista ataviada con un velo, el rostro cubierto por fragmentos de texto farsi y el cañón de un rifle dividiendo una melancólica mirada casi de forma simétrica. La división del rostro marcada por el rifle es una clara alusión a la contradictoria visión que se tiene de la mujer en oriente y en occidente. Por un lado la identidad religiosa así como la imagen sumisa y tradicionalista que representa la mujer islámica para el mundo occidental queda representada por el velo de tela negra. No obstante, el rostro queda oculto a excepción de los ojos, a modo de burka por la escritura persa que describe fragmentos de poemas de poetisas iraníes, que hablan sobre los martirios y el rol desempeñado por la mujer en la revolución islámica. Neshat utiliza sus manifestaciones artísticas como un vehículo de reflexión y crítica a la tradición, la religión, los fundamentalismos, los roles de género, y la exclusión y marginalidad social a la que se ha relegado a la mujer islámica.

Indicadores Mediáticos

Mediatización, Hiperconexión y Sociedad Red

Sarah Minter (Puebla, México, 1953).

Videoartista mexicana que inició sus trabajos en la década de los ochenta desde la producción cinematográfica experimental, periodo en el que dicha disciplina estaba dominada por artistas masculinos. Minter emplea el vídeo, la instalación y la vídeo proyección sobre objetos cotidianos con el afán de enfatizar la condición hipermediatizada de la vida cotidiana. Las interacciones humanas mediadas por dispositivos tecnológicos, narradas y representadas a través de múltiples pantallas y proyectores recrean espacios de hiperficción donde los humanos quedan atrapados, en condición casi claustrofóbica, en el interior de una pantalla. Tal es el caso de *Háblame de amor* (2010-2015) vídeo instalación en la que recrea un comedor en el que dialogan seis personas a través de los monitores televisivos. Minter proyecta sobre la mesa una cena, así como la interacción de seis invitados que hablan sobre el erotismo, el dolor, el amor y la ilusión. Sus voces, preocupaciones y lamentos van de una pantalla a otra. El relato proyectado simula la vida como un reality show en el que los espectadores contemplan la interacción humana como si fuese un continuo de imágenes, donde la afectividad es una transmisión televisiva. Sarah Minter retrata con su obra la vida como espectáculo; la interacción ojo/cámara/ cotidianeidad se extiende en un metraje en el que la intimidad es expuesta como una pulsión escópica.

Sociedad de la información

George Legrady (Budapest, Hungría 1950).

Artista húngaro que tras la invasión soviética migra con su familia a Montreal, Canadá. Su trabajo artístico oscila entre la fotografía social, documental, experimental, las instalaciones, los medios interactivos, las imágenes generadas y alteradas por computadoras. Cell Tango (2006-2010), proyecto que fue premiado por la International Society of Electronic Arts (ISEA2006) y presentado bajo el título de Global Collaborative Visual Mapping Archive, comprendía una colección dinámica y envolvente de fotografías tomadas con teléfonos móviles. Estas imágenes habían sido donadas por el público. Todas eran proyectadas a gran escala en cuatro megapantallas de dimensiones variables que agrupaban y presentaban las fotos en diferentes modalidades de animación. Las imágenes eran acompañadas por una descripción y una etiqueta de categoría, conforme se presentaba la instalación, la base de datos se seguía alimentando con las imágenes del público. El algoritmo que estaba detrás de la base de datos creada por Legrady permitía la búsqueda de imágenes en la red social Flickr usando las mismas categorías creadas por los usuarios para que de forma aleatoria se proyectaran junto con las del público en general (George Legrady Studio, 2015). Legrady ha logrado combinar la etnografía virtual con el arte y las nuevas tecnologías generando con ello un patrón visual que emula la narrativa audiovisual casi futurista de la sociedad de la información.

Posthumanismo, Virtualización y remezcla

Stelios Arcadiou, Stelarc (Limassol, Chipre, 1946).

Artista performance y multimedia nacido en Chipre y criado en Melbourne, Australia que ha llevado la premisa McLuhaniana: “los medios como extensión del hombre” al extremo ya que en su obra ha pretendido desde la robótica y el uso de nuevas tecnologías de la información, amplificar todas las destrezas del cuerpo humano. Internet Ear (2010-2011) es una instalación interactiva que consistía en una réplica de poliuretano del brazo de Stelarc en el que el oído implantado en 2007 recibía a través de micrófonos conectados a un sistema de reconocimiento de voz, los mensajes que los visitantes a la exposición decían al oído. El sistema captaba los mensajes del público, los transcribía y repetía en voz alta (a través de un sistema de bocinas colocadas en todas las galerías de la exposición). De esta forma se percibía un desfase entre lo que se decía, lo que captaba el sistema, lo que transcribía, lo que mandaba a la red, lo que repetía y volvía a codificar/decodificar. En paralelo, las voces captadas y sus mensajes se transcribían en un chat vía internet. Las personas que interactuaban en línea con la instalación escribían mensajes que posteriormente eran visualizados en una proyección e interpretados por el sistema, sonorizados en la sala. Con estas voces se alimentaba el sistema generando con ello una cacofonía en la que circulaban, sonorizaban y se visualizaban con modulación y retroalimentación en la exposición. Stelarc, da un salto radical de los procesos de hipermediatización a la virtualización y el posthumanismo. Su poética apunta a transgredir lo corpóreo deshumanizando el arte involucrando a las máquinas y los dispositivos tecnológicos. Una nueva biotecnología se percibe en su obra cargada de teoría informática y procesos telecomunicacionales que pretenden romper los paradigmas del arte contemporáneo.

Conclusiones

Entre los principales hallazgos que esta investigación podemos enunciar los siguientes: La globalización también supone para el arte un agente que unifica y diversifica: tiene una doble naturaleza centrífuga y centrípeta. Por un lado, los posicionamientos e intereses de los artistas ante tal fenómeno y la obra que los contiene, los separa en temática, contexto y modos de formalización, pero a su vez observamos como artistas de todos los rincones del mundo, de diferentes edades, ámbitos y estatus, ponen su creatividad al servicio de comunicar su visión personal acerca de los efectos del fenómeno globalizador. Podemos diferenciar tres tipos de artistas en función de la finalidad e intencionalidad expresa en la crítica directa/indirecta realizada en su obra. En esta tipología los primeros son aquellos artistas que se adhieren voluntariamente a la racionalidad del mercado y las grandes corporaciones haciendo de su obra una mercancía de consumo más (Jeff Koons). El segundo caso corresponde a los que hacen alusión expresa a los efectos negativos y terminan convirtiéndose de forma intencionada o no, en un objeto de consumo o una celebridad similar a la que están cuestionando (Andreas Gursky). Y por último, tenemos aquellos que usan su obra como vehículo de denuncia y reivindicación de algún derecho humano o la incidencia negativa en el medio ambiente vulnerado por la globalización (Guerrilla Girls), paradójicamente la lógica mediatizadora y espectacularizadora de la globalización termina convirtiendo a muchos de ellos en celebridades, objetos de consumo y mercancías. Desde la década de los 60 aproximadamente, no ha dejado de estar presente en la narrativa artística la crítica social y medioambiental; la denuncia sigue estando de moda. Los artistas a la vez que denuncian se sirven de las estructuras generadas por la globalización para reivindicar posiciones ideológicas personales. Por tanto, podríamos afirmar que la globalización pudiera carecer de una categoría moral.

Referencias Bibliográficas

Casacuevas, P. (s.f.). *Casacuevas (web oficial)*. Recuperado el 27 de julio de 2015, de <http://casacuevas.blogspot.mx/>

Castro Florez, F. (s.f.). *El post-voyeurismo en la época de la favelización inevitable*. (Unas consideraciones sobre el imaginario fotográfico de Dionisio González). Recuperado el 22 de julio de 2015, de http://www.dionisiogonzalez.es/txt/texto_folkwang_fcas.pdf

Levitt, T. (1986). *The marketing imagination*. New York: Free Press.

Lipovetsky, G., & Juvin, H. (2011). *El Occidente globalizado: Un debate sobre la cultura planetaria*. Barcelona, España: Anagrama.

Lipovetsky, G., & Serroy, J. (2015). *La estetización del mundo: Vivir en la época del capitalismo artístico*. Barcelona, España: Anagrama.

- LABoral Centro de Arte y Creación Industrial. (2010). *Lugares/Interdictory Spaces - Dionisio González*. Recuperado el 19 de agosto de 2015, de <https://www.youtube.com/watch?v=gazmkdluZak>
- Secretaría de Comisiones de la Sede Permanente. (1996). Acta No.4 IV Reunión Comisión Servicios Públicos. Punta del Este Uruguay: Secretaría de Comisiones de la Sede Permanente.
- Bauman, Z. (2013). *Vidas desperdiciadas: La modernidad y sus parias*. Barcelona: Paidós.
- Beck, U. (1998). *¿Qué es la globalización?: Falacias del globalismo, respuestas a la globalización*. Barcelona: Paidós.
- Friedman, T. (2006). *La tierra es plana: breve historia del mundo globalizado del siglo XXI*. Madrid: MR Ediciones.
- Fukuyama, F. (1992). *El fin de la historia y el último hombre*. Barcelona: Planeta.
- George Legrady Studio. (2015). *George Legrady Studio*. Recuperado el 2 de Septiembre de 2015, de <http://www.georgelegrady.com/>
- Horkheimer, M., & Adorno, T. W. (2001). *Dialéctica de la Ilustración: Fragmentos de Filosofía*. Madrid: Trotta.
- Huntington, S. (1997). *El choque de civilizaciones y la reconfiguración del orden mundial*. Barcelona: Paidós.
- Ianni, O. (1996). *Teorías de la Globalización*. DF, México: Siglo XXI Editores.
- Ianni, O. (2004). *La era del globalismo*. México, México: Siglo Veintiuno Editores S.A. de C.V.
- Manchester, E. (febrero de 2005). *Tate*. Recuperado el 1 de septiembre de 2015, de <http://www.tate.org.uk/art/artworks/guerrilla-girls-do-women-have-to-be-naked-to-get-into-the-met-museum-p78793/text-summary>
- Martel, F. (2012). *Cultura Mainstream: cómo nacen los fenómenos de masas*. Madrid: Punto de Lectura.
- Rivera, L. (11 de Noviembre de 2014). *Artes e Historia México*. Recuperado el 21 de Agosto de 2015, de http://www.arts-history.mx/pieza_mes/index.php?id_pieza=28042010112124
- Sieczkowski, C. (2014). *Gay Russian Artist Responds To Garage Magazine's Racist 'Black Woman' Chair With NSFW Image*. Recuperado el 3 de septiembre de 2015, de <http://www.huffingtonpost.com>

com/2014/01/24/gay-russian-artist-black-woman-chair_n_4659014.html

Lima de Contrastes: un Análisis Narrativo de “Días de Santiago”

Rosa Julián Gonzales¹

*E*s imposible que una película desarrolle sólo una temática dentro de su guion debido a que este se basa en la realidad, la cual es más compleja aún. Lima, la capital en donde todo el Perú se centraliza, se convierte en un ambiente importante dentro de las narraciones de los nuevos directores del país. Profunda, matizada y compleja; es representada desde los extremos, como un gran lugar de caos o como uno de esperanza y progreso.

Filmes como *Ciudad de M* (2000), *Ojos que no ven* (2003), *Chicha tu madre* (2006), *Octubre* (2010), *El evangelio de la carne* (2013), *El mudo* (2014) etc.; se desarrollan dentro de una Lima de caos social y político e inmersa en problemas, injusticias y necesidades que influyen de manera importante en el perfil y destino de sus personajes principales y secundarios. Por otro lado, también es representada como un espacio lleno de hilarante cultura popular, particularidades, tendencias, modas y fusiones culturales que reflejan claramente un aspecto más relajado de los limeños. Por ejemplo: *El destino no tiene favoritos* (2003), *¡Asu mare!* (2013), entre otros. Asimismo, es también el escenario de historias más personales e introvertidas; siendo el caso las entregas independientes de Eduardo Quispe: *1* (2008), *2* (2009), *3* (2010), *4* (2011) y *5* (2014).

El siguiente artículo se enfocará en la ópera prima de Josué Méndez, *Días de Santiago* (2004), film que comunica una variedad de problemáticas que presentan a la ciudad de Lima como un ambiente y personaje que merece la pena analizar.

Argumento

Santiago Román Arce es un joven militar de la Marina en retiro que luego de haber participado en la Guerra del Cenepa, la lucha contra el terrorismo y el narcotráfico, decide retirarse para darle un nuevo rumbo a su vida. Establecido en Lima con Mari, su esposa, regresa a casa de sus padres luego de que la maltrata físicamente. Inicia así la búsqueda de institutos en donde pueda estudiar algo rápido que lo ayude a conseguir un trabajo promedio y superar sus problemas; pero las carreras son muy largas y los costos elevados para su condición, peor aún, no brindan ningún beneficio por ser héroe

¹ Maestranda en Comunicación Digital Interactiva e investigadora (Universidad de San Martín de Porres).
E-mail: rosajuliang@gmail.com.

nacional.

La atmósfera de la capital le afecta al protagonista, el caos y las malas costumbres mantienen vigente su paranoia, nacida en su carrera militar. Asimismo, su familia también vive en ese mismo estado, el padre que hace trabajar a su hija menor en una tienda propia, el machismo de este último con su madre y el de su hermano hacia su joven mujer, entre otros.

Santiago visita a *Rata*, un amigo de la Marina que ha quedado lisiado durante la guerra, vive sumido en la soledad y la pobreza. Manejando el viejo carro de este último, ambos personajes van al encuentro de otros amigos de promoción. A todos les sorprende que Santiago no encuentre trabajo y le recomiendan que haga taxi, pero se niega, aspira a más; uno de ellos le pide su número telefónico para coordinar una reunión y sea parte de algunas *chambitas* que siempre consigue.

Aún sin encontrar el camino y pasar por alto los coqueteos de su cuñada, Santiago se reúne con sus amigos para conseguir trabajo, ellos deciden asaltar un conocido banco en La Molina, a lo cual no se une argumentando que desea librarse de los malos recuerdos del Ejército. Pero su intento será frustrado por los problemas: sus padres le avisan que ya no puede vivir con ellos y, sobre todo, encuentra a su amigo *Rata* colgado del techo de su casa. Este suicidio sólo aumenta su paranoia y lo empuja a revivir sus experiencias en la guerra, mas no cambian sus deseos por una nueva vida.

El auto viejo de *Rata* pasa a ser de Santiago ahora, quien finalmente decide trabajar como taxista. Las carreras diarias, además de hacerlo testigo de situaciones peculiares a cargo de sus pasajeros, le permiten tener ingresos suficientes para matricularse en la carrera de Computación. Es el inicio de una nueva etapa.

Santiago regresa con su esposa Mari, tiene la idea de comunicarle una rutina diaria establecida con ciertos requisitos machistas que ambos deberán cumplir de ahora en adelante. El plan no se da, Mari es enfermera en un hospital de la ciudad, una mujer preparada, sin miedo a dar su opinión o tomar decisiones, independiente y, a comparación de su pareja, con estabilidad económica; características que afectan la mente cerrada de Santiago, quien considera que el hombre debe mantener su hogar. Mari decide irse de la casa y terminar con su matrimonio luego del maltrato físico de Santiago al no aceptar que su esposa compre sola una refrigeradora porque él no cumple con las condiciones económicas de una tienda de electrodomésticos.

Esta situación lleva al militar en retiro a olvidarse de sus problemas en *Calle 8*, una discoteca popular del Centro de Lima, en donde entabla amistad con un grupo de coquetas jovencitas del instituto y con quienes experimenta los momentos perdidos de su juventud. Santiago tiene mayor afinidad con Andrea, la más simpática del grupo, esta última no tiene problema en expresar su interés en él.

Asimismo, otra mujer muestra interés en Santiago: su cuñada Elisa. Ambos inician una relación clandestina, la mujer es maltratada diariamente por su marido y encuentra en su cuñado a alguien en quien confiar para escapar de su casa. Por otro lado, Andrea besa a Santiago en su carro, después de clases; el hecho sorprende al protagonista, quien no se muestra interesado en la joven y termina golpeándola en el rostro durante un forcejeo para que esta no coja su arma.

El marido de Elisa descubre los deseos de su mujer por dejarlo y la golpea, Santiago es testigo de todo y no puede detenerlo. Las cosas siguen empeorando, Mari rechaza el pedido de su esposo para retomar su matrimonio, llevando a Santiago a la cúspide de su caos interno, ocasionando un altercado con su arma en el patio del instituto, siendo su principal víctima Andrea.

Finalmente, Santiago llega a la casa de sus padres con la idea de llevarse a Elisa, esta se resiste y es agredido por su hermano. El marino en retiro saca el arma de su carro e ingresa a la casa a pesar de los intentos de su madre porque se vaya y descubre lo inimaginable: su padre violando a su hermana menor en una de las habitaciones. Santiago se desconoce, sólo las súplicas de su madre contienen su odio y evitan que asesine al violador. De regreso a su casa, en la soledad, el héroe de la Patria se apunta con el arma en varias zonas de la cabeza y jala el gatillo, pero no hay balas.

Personajes y Ambientes: Santiago Román

Santiago Román Arce es un joven de tez trigueña, labios medianamente gruesos, nariz pequeña y cejas arqueadas que viste diariamente con jeans o pantalones de drill, correas y camisas. Mantiene siempre el cabello rapado, costumbre de sus años en la Marina de Guerra y, además, tiene un estado físico activo que se refleja en una figura ejercitada, por lo que posee gran fuerza y buenos reflejos ante cualquier situación. En ocasiones, también viste sus diferentes uniformes de combatiente.

El comportamiento y estado psicológico de Santiago tiene como base la educación y vivencia militar que lo llevó a ser combatiente de la guerra del Cenepa, la lucha contra el terrorismo y el narcotráfico; siendo un ser humano marcado por la violencia y la muerte.

Por este motivo, decide retirarse de la Marina y regresa a Lima con su esposa, su meta es iniciar una nueva vida dejando atrás los nefastos recuerdos de la guerra; pero a pesar de sus esfuerzos, no puede evitar vivir en un alto nivel de paranoia. Su pasado lo domina, se mantiene atento, planeando estrategias, calculando y analizando cualquier situación común con rapidez; como si aún se encontrara en conflicto y deba abatir al enemigo.

Si bien es cierto, la guerra ha originado los problemas psicológicos de Santiago, es su entorno familiar y la sociedad peruana, específicamente la limeña, la que termina de exacerbarlos. Este personaje no consigue pertenecer y adaptarse al ritmo de la capital, se siente extraño, diferente, desfasado y olvidado en su diferente forma de vivir; su juventud se ha perdido en la Marina y es consciente de ello, tiene claro que los jóvenes de su presente son afortunados y que él no corre con esa suerte. La sociedad no valora su labor como héroe de la Patria, no le da beneficios, tiene que sobrevivir como si fuera uno más.

Es tosco y violento cuando no sabe manejar las situaciones que se le presentan, además es desconfiado, taciturno e introvertido, sus amistades no van más allá de los miembros de su promoción de la naval hasta que ingresa al instituto en donde un grupo de jovencitas insisten en unirlo a su grupo. Su introversión no significa que los vínculos de amistad no tengan valor, sino todo lo contrario, es leal y protector.

Existen dos etapas en el retorno de Santiago a Lima:

- Cuando observa desde afuera a la sociedad: no tiene trabajo, no estudia y se rodea aún de sus amigos de promoción. El mundo funciona y gira a su alrededor pero él no forma parte de este. Su frustración perjudica a su matrimonio y se ve presionado por su familia para que solucione sus problemas.
- Cuando ingresa a la sociedad: a partir del suicidio de su amigo *Rata*, punto de quiebre en

el que decide trabajar como taxista y comienza a generar ingresos necesarios para matricularse en el instituto a estudiar Computación, en donde inicia amistad con un grupo de jovencitas que, luego de varios intentos, logran integrarlo a su grupo. También se reconcilia con su esposa Mari.

Si hay algo que caracteriza ambas etapas es que siempre se presentan trabas que afloran las debilidades del protagonista, sobre todo en la segunda. Santiago se encuentra rodeado de mujeres autosuficientes al regresar de la guerra, muchas costumbres retrógradas de la sociedad están cambiando y le afecta. Primero, su esposa Mari, quien tiene un trabajo fijo, no tiene miedo de expresarse y tomar decisiones, todo lo contrario a él. Segundo, su madre, quien también a nivel económico trabaja duro para su familia. Ambas rechazan el dinero que Santiago ha obtenido como taxista y que orgullosamente les ofrece, generando en él más frustración. Pronto esta realidad daña su ego machista, inculcado en su núcleo familiar masculino y la vida naval, y agrede físicamente a su mujer cuando esta toma las riendas del hogar.

Otro de los motivos de su frustración es su introversión, la cual no lo hace capaz de expresar y realizar sus deseos. Su inestabilidad psicológica también lo hace contradictorio, vive en conflicto interior. Su mente plantea comportamientos que no tienen unión con su accionar, tales como:

- Cuando escribe una lista de actividades del día a día en papel pero nunca tiene el valor de comunicársela a su esposa.
- Armar mentalmente una estrategia para conquistar a una chica en la discoteca pero que en la realidad nunca la lleva a cabo.
- Además, otras contradicciones se presentan en su necesidad de ayudar, de hacer justicia frente a los problemas de los demás cuando él mismo tiene el perfil de los que abusan de los débiles. Por ejemplo:
- Elisa, su cuñada, le pide que la salve de los maltratos de su esposo, él se muestra preocupado por ella e intenta llevársela de su casa, sin considerar que, al igual que su hermano, él también ha sido violento con su propia esposa, Mari.
- Su relación amical con Andrea, su compañera del instituto, se establece cuando Santiago se muestra preocupado por el bienestar de la joven, pero a pesar de sus acciones por protegerla, su inestabilidad lo termina convirtiendo en su atacante cuando la amenaza con su arma.

La única persona que puede controlar sus acciones es su madre, a quien siempre trata de obedecer, seguir sus consejos y cumplir con sus peticiones. Son sus súplicas las que tienen una capacidad sobrenatural para evitar que Santiago dispare a su padre cuando lo descubre violando a su hermana menor, evitando su completa perdición pero también agregando una frustración más a su lista de demonios internos de los cuales no sabremos en qué acabaran.

Es un Marino en retiro sin sueldo vitalicio porque no ha cumplido con sus años de servicio y, a pesar de haber ido a la guerra, no recibe beneficios. Se encuentra entre el nivel socio-económico C y D, viviendo en un distrito de la periferia de la capital.

No cuenta con ingresos fijos, trabaja como taxista en las calles de Lima, por lo que no puede acceder a créditos bancarios para mejorar sus condiciones de vida. Ha iniciado sus estudios en Com-

putación, que tienen una duración de tres años, mucho tiempo para que pueda cumplir con sus metas, a pesar de esto se mantiene determinado a lograrlo.

Forma parte de una familia disfuncional:

- Padre: no hace nada, pero abusa física y psicológicamente de su mujer. Es machista. Explota a su hija menor para que trabaje en su tienda de abarrotes y abusa sexualmente de ella.
- Madre: se muestra sumisa. Calla y permite los abusos de su marido con su hija menor, su vagancia y lo complace sexualmente.
- Hermano mayor: está casado y mantiene una relación enfermiza con su mujer, es profundamente machista y se dedica a la bebida. Es el reflejo de su padre.
- Hermana menor: vive en constante presión y miedo, es víctima de la explotación infantil y sexual.
- Cuñada: joven y coqueta mujer que vive en una relación enfermiza. Su esposo abusa de ella y busca en Santiago un refugio para escaparse de sus problemas.

Tabla 1

Análisis del personaje (Casetti & Di Chio, 1994, p. 177-187)

SANTIAGO ROMÁN ARCE	
Personaje como persona:	
Personaje redondo	Santiago es un personaje redondo porque es complejo, esto se debe a su desequilibrio psicológico y desvío moral, producto de sus años en la vida naval y la familia disfuncional en la que ha sido formado. Además, porque es un personaje variado e impredecible.
Personaje contrastado	Debido a que es hombre inestable y contradictorio en sus acciones y reacciones.
Personaje dinámico	No se mantiene estático, busca evolucionar y avanzar; aunque no logra sus objetivos debido a factores externos y sus propios demonios.
Personaje como rol:	
Personaje activo y pasivo	Este personaje comparte ambos aspectos. Es la fuente directa de su accionar. Actúa en primera persona para realizar la mayoría de sus ideas y deseos. Pero también tiene un porcentaje de personaje pasivo, ya que como marino sigue órdenes y, en su vida de ciudadano común, su madre cumple un rol importante para guiarlo en ciertas decisiones en su vida.
Personaje autónomo	Porque actúa por cuenta propia, no requiere influenciar a otros para que ejecuten sus deseos y planes.
Personaje modificador mejorador	Santiago es un personaje que se mantiene en la búsqueda de cambios en su vida de manera positiva.
Personaje protagonista	Debido a que es el hilo conductor de la narración. Es el encargado del desarrollo de la acción en el film.
Personaje como actante:	
Sujeto	Porque actúa para lograr uno o varios objetivos.

Las Mujeres

Existe una variedad de personajes femeninos en el filme de Josué Méndez que aportan de muchas formas en la vida del protagonista; son perfiles distintos, pero comparten un mismo problema: el machismo limeño, de nuestro país y de Latinoamérica.

Para comenzar está Mari, la esposa de Santiago, es una adulta joven de contextura delgada, baja estatura, con aspecto recatado y humilde. Es proactiva, decidida y no depende de alguien para solventar sus necesidades, puesto que sus estudios y trabajo como enfermera le han brindado seguridad y una visión diferente a los ya retrógrados parámetros de la sociedad peruana. Todas estas cualidades hacen de Mari una mujer que cualquier hombre lejos del machismo y una buena autoestima no apartaría de su lado; aunque la realidad es otra, su marido la maltrata física y psicológicamente debido a sus complejos, las falencias afectivas de esta mujer dominarán su capacidad intelectual por mucho tiempo e intentará complacerlo hasta que su personalidad será más fuerte y decide terminar su matrimonio para tomar nuevos rumbos.



Imagen 1. Mari - Una mujer sin miedo a decir o tomar decisiones en una sociedad machista

Tabla 2

Análisis del personaje (Casetti y Di Chio, 1994, p. 177-187)

MARI	
Personaje como persona:	
Personaje redondo	Compleja y variada, posee características interesantes como su independencia, seguridad y determinación.
Personaje contrastado	En un inicio, se muestra inestable y contradictoria en el aspecto amoroso para luego cambiar y decidirse a tomar un nuevo rumbo en su vida.
Personaje dinámico	Este personaje evoluciona: pasa de ser víctima de la violencia a ser libre y vivir en paz.
Personaje como rol:	
Personaje activo y pasivo	Mari toma decisiones por cuenta propia y también es alcanzada por las consecuencias de las acciones de otros; particularmente de Santiago, su esposo.
Personaje autónomo e influenciador	Este personaje comparte ambas características, ya que toma decisiones propias pero también influye en el accionar de su esposo con respecto a la situación económica y sus vidas diarias.
Personaje modificador mejorador	Porque intenta mejorar las condiciones de vida de su matrimonio y anhela lo mejor para su esposo.
Personaje secundario	La historia no se enfoca en este personaje, sino que pertenece a la vida del protagonista.
Personaje como actante:	
Sujeto	Aunque no sea la protagonista del film, actúa con la finalidad de cumplir uno o varios objetivos.

A diferencia de esta última, la madre de Santiago no es capaz de tomar decisiones que cambien el rumbo de su desdichada vida y sigue bajo el dominio de un esposo vago, abusivo y violador de su propia hija menor. En el film se plantea una doble presentación de este personaje:

- La de una madre trabajadora, protectora de su familia, con voz de mando y consejera. Toma el rol de conciencia para su hijo Santiago, le exige que consiga un trabajo, respete a su esposa y que tome la batuta de su vida para solucionar sus problemas.
- Una mujer machista, sumisa y cobarde porque no es capaz de defender a su nuera de la violencia de su hijo, pero lo peor, no rescata a su propia hija de la explotación y abuso sexual de su marido, e incluso, ella misma es abusada por él. Con esta faceta se comunica al espectador que la imagen que la madre de Santiago le presenta a este es pura fantasía.



Imagen 2. La madre de Santiago intentando detener a este de que mate a su padre

Tabla 3

Análisis del personaje (Casetti & Di Chio, 1994, p. 177-187)

MADRE	
Personaje como persona:	
Personaje redondo	A pesar de que este personaje no aparece mucho tiempo en la película, cumple un rol importante. La madre de Santiago tiene varios contrastes y problemáticas internas.
Personaje contrastado	Su miedo, silencio, vergüenza y educación machista se contrasta con la fuerza y temple que le aconseja a Santiago.
Personaje estático	Esta madre no cambia, no evoluciona, sino que se mantiene en la misma situación negativa de siempre, es más, el director con el pasar de los minutos nos presenta la realidad de este personaje.
Personaje como rol:	
Personaje pasivo	No tiene iniciativas, no genera acciones o produce los acontecimientos que ocurren en la historia.
Personaje influenciador	Si bien es un personaje pasivo, esta madre se convierte en influenciadora de Santiago. Ella es la que le recomienda a su hijo que regrese con su esposa e inicie una familia, que busque un trabajo y, sobre todo, quien lo convence de no asesinar a su padre.
Personaje conservador	Esta categoría, el personaje busca “la conservación del equilibrio de las situaciones o la restauración del orden amenazado” (Casetti & Di Chio, 1994, p. 52), se divide en dos tipos: protector o frustrador. En este análisis se ubica a la madre de Santiago como conservadora protectora, porque interfiere para evitar problemas y conflictos en su familia. A pesar de que su opinión no sea la correcta, esta mujer no actúa con maldad, sino que es víctima de su propia ignorancia y falencias personales.
Personaje secundario	El film no se enfoca en la vida de este personaje.
Personaje como actante:	
Sujeto	Aunque no sea la protagonista del film, actúa con la finalidad de cumplir uno o varios objetivos.

Fisicamente, Elisa es diferente a las dos mujeres antes mencionadas, delgada, de estatura promedio y cuerpo curvilíneo, emana sensualidad tanto por su forma de vestir como por su personalidad. Madre y esposa del hermano de Santiago, la historia nos anuncia su dependencia afectiva, infidelidad y el miedo de terminar con el abuso físico y psicológico que recibe de su esposo. Considera la coquetería y sexualidad como su único medio para conseguir lo que quiere: que su cuñado la salve de su matrimonio o, mejor descrito, infierno personal. Pero, todos sus deseos son aplastados por el miedo, falencia de una mujer que ha sido formada y vive en una sociedad en donde es subordinada.



Imagen 3. Elisa, una fachada de seguridad y sensualidad que esconde el maltrato y la inestabilidad emocional

Tabla 4
Análisis del personaje (Casetti & Di Chio, 1994, p. 177-187)

ELISA	
Personaje como persona:	
Personaje redondo	Complicada y variada, Elisa sufre contra la violencia y su baja autoestima.
Personaje contrastado	Personaje contradictorio, se muestra como mujer desafiante y segura cuando la realidad es todo lo contrario.
Personaje dinámico	Elisa es un personaje dinámico que no tiene éxito en la búsqueda de evolucionar o mejorar, por ejemplo: está deseosa de terminar con su relación enfermiza e intenta lograrlo de la forma equivocada y falla.
Personaje como rol:	
Personaje activo	Genera sus propias decisiones y actividades.
Personaje influenciador	Esta mujer es influenciadora exclusiva de Santiago, a quien maneja a través de las relaciones sexuales para que realice lo que le pide: sacarla de su casa y salvarla de su marido.
Personaje modificador degradador	Busca cambiar el rumbo de su vida, dejar atrás la violencia y abuso de género, pero no toma el camino correcto para lograrlo con éxito y hace daño.
Personaje secundario	El film no se enfoca en la vida de este personaje.
Personaje como actante:	
Sujeto	Persona con el deseo de cumplir uno o varios objetivos.



Tabla 4. Análisis del personaje (Casetti & Di Chio, 1994, p. 177-187)

Por otro lado, Andrea, una guapa y atractiva adolescente, se consume en problemas banales sin ser consciente de las humildes pero primordiales oportunidades que tiene. Forja una amistad con Santiago, quien la guía, la aconseja y le conversa sobre los oscuros y complicados aspectos de la vida en el Perú durante los años de conflicto, los cuales ella tuvo la suerte de no experimentar. Al poco tiempo y sin reparos, la joven se muestra interesada en Santiago; su inocencia y desmesura con este último serán parte de los motivos para desatar en él un desequilibrio mental, convirtiéndola en otra de sus víctimas de violencia.

Tabla 5
Análisis del personaje (Casetti & Di Chio, 1994, p. 177-187)

ANDREA	
Personaje como persona:	
Personaje redondo	Como toda adolescente hace de las dificultades un problema más grande. Es enamoradiza, divertida y con una mezcla de coquetería e inocencia.
Personaje lineal	A pesar de sus problemáticas de adolescente, Andrea es un personaje estable y uniforme. No se comunica alguna contradicción.
Personaje estático	No hay cambios drásticos en el comportamiento de Andrea.
Personaje como rol:	
Personaje activo	Ella es la fuente directa de sus acciones, nadie la manipula o controla. Recibe consejos y en base a estos toma sus decisiones, no tiene miedo a dar el primer paso cuando lo cree conveniente; como cuando besa a Santiago porque se ha ilusionado con él.
Personaje autónomo	Es la propia autora de sus acciones.
Personaje modificador	Trabaja en cambiar su relación amical con Santiago a la de una pareja, no tiene malas intenciones pero, inconscientemente, hace daño a este puesto que colabora a incrementar la inestabilidad psicológica.
Personaje secundario	No es el personaje protagonista.
Personaje como actante:	
Sujeto	Tiene el deseo de cumplir uno o varios objetivos.

Pero la víctima más inocente en la historia es la hermana menor de Santiago, una delgada adolescente que está dejando de lado su vida para trabajar atendiendo en la bodega familiar por ór-

denes de su padre, mientras que este último no hace nada más que vagabundear. Al igual que todas las mujeres de su casa, está siendo formada como una persona sumisa y temerosa, peor aún, calla el abuso sexual de su padre intentando vivir como si nada pasara.



Imagen 5. La hermana de Santiago recibiendo un trato extraño de su padre

Tabla 6

Análisis del personaje (Casetti & Di Chio, 1994, p. 177-187)

HERMANA MENOR	
Personaje como persona:	
Personaje redondo	Niña reprimida, controlada y abusada que intenta ocultar la realidad.
Personaje contrastado	Es contradictoria. Cumple sin reclamar con las obligaciones que le delega su padre, mientras que en ciertos momentos busca escapar de la realidad, regresando a esta por miedo. Por ejemplo: salir a pasear en el carro de Santiago sin importarle la bodega.
Personaje estático	Vive el día a día monótonamente y constancia.
Personaje como rol:	
Personaje pasivo	Depende de las disposiciones de otros.
Personaje modificador o conservador	Este personaje no pertenece a ninguna de estas dos categorías, ya que es íntegramente pasiva.
Personaje modificador o conservador	No genera o busca el cambio, tampoco quiere conservar situaciones; por lo tanto, no se clasifica en ninguna de estas categorías.
Personaje secundario	No es la protagonista de la historia.
Personaje como actante:	
Sujeto	Actúa para poder lograr diferentes objetivos, sean suyos o, en este caso en particular, los de otros.

Lima, Luego del Cenepa

Cuando esta investigación se enfoca en el ambiente de las películas a desarrollar, nos remitimos a dos divisiones (*cf.* Casetti & Di Chio, 1994, p. 176):

- El entorno: en donde se *equipan* las escenas.

- La situación: en donde se *sitúan* las escenas.

El entorno en el que se desarrolla la historia de Méndez es Lima, teniendo como puntos específicos el Centro de Lima, la avenida Arequipa, las periferias (en donde se encuentra la casa de Santiago y de sus padres) y otros lugares de alto tránsito. Son entornos pobres, despojados, humildes y con falta de comodidades. Asimismo, son espacios disarmónicos por la presencia de contrastes y desproporciones que se resaltan al enfocarnos en otras zonas de la capital; por lo cual, se puede afirmar que estos entornos comunican claramente la situación económica y posición social del protagonista y los personajes secundarios.

Días de Santiago tiene dos personajes centrales: su protagonista y la ciudad de Lima, que es el escenario hostil y laberíntico del periplo de Santiago” (Bedoya, 2015, p. 140). El protagonista tiene un vínculo importante con la capital, es en esta que desea iniciar una nueva vida, dejando de lado sus años en la guerra y el terrorismo. Pero así como Santiago vive cambios, Lima también los vive.

Un entorno cobra vida debido a la situación en la que se encuentra. Particularmente, la capital se halla en una etapa en donde surgen los nuevos limeños, quienes dejan atrás las matanzas, los coches bomba, los apagones y las colas para obtener comida; muchos de ellos llegan con la migración familiar, escapando del terrorismo en el interior del país. Estos nuevos limeños crean fusiones, transforman o tergiversan las costumbres, y generan una ciudad caótica y acelerada que no tiene cuando detenerse.

A través de la experiencia de Santiago se resaltan otros aspectos de Lima, como las brechas sociales y culturales, el tráfico, hacer taxi y la aparición de institutos con carreras rápidas y de demanda en la Avenida Arequipa. La situación de la capital es hostil con el protagonista, la sociedad no le brinda beneficios como héroe de la Patria porque es injusta, ignorante y egoísta, y por más que Santiago intente formar parte de esta no logra conseguirlo. En Lima no existen oportunidades para los pobres.

Adaptarse para Sobrevivir (Tiempo Cinematográfico, Acontecimientos y Transformaciones)

El orden cronológico de *Días de Santiago* es lineal vectorial, es decir, todos los acontecimientos y transformaciones se desarrollan de manera progresiva y sin saltos al pasado o futuro (no flashbacks o flashforwards). Josué Méndez hace uso de recursos no tradicionales que en un inicio no son claros con el espectador en cuanto a contextos y tiempos, y que luego de varios minutos de haber iniciado el film se puede esclarecer.

Antes de ahondar en el proceso de los acontecimientos y transformaciones de esta película, definamos lo siguiente. Los acontecimientos se clasifican en acciones y sucesos, siendo la definición del primer término aquellos acontecimientos provocados por una persona. Mientras que, los sucesos son los acontecimientos generados por la intervención de la naturaleza y la sociedad humana (Casetti & Di Chio, 1994, pp. 188-197). Por otro lado, las transformaciones son la evolución o giro de una trama, ya sea un avance o retroceso (Casetti & Di Chio, 1994, pp. 198-207).

En base a estos conceptos, debemos tener en claro que los acontecimientos (acciones o sucesos) siempre conllevan a transformaciones. *Días de Santiago* tiene momentos resaltantes que generan la transformación final de su protagonista y su historia.

El suicidio de *Rata* es una acción que tiene como resultado la decisión de Santiago de trabajar como taxista con el carro de su fallecido amigo. Sufre una transformación de actitud, porque decide salir de la depresión y tomar las oportunidades que se le presentan, a pesar de que no sean las que anhela. Con este trabajo, Santiago obtiene el dinero suficiente para iniciar estudios de computación y se anima a regresar a casa con su esposa. Pero, el rechazo de su dinero por parte de su madre y esposa, y la negación en la tienda de electrodomésticos para comprar una refrigeradora a crédito generan un retroceso en la salud mental del ex soldado, afloran su machismo y actitudes violentas que quiebran finalmente su matrimonio. Se obtiene una transformación compleja, quebrada y de empeoramiento.

La visita de Elisa a la casa de Santiago es otro acontecimiento resaltante, inicia así un amorío entre cuñados y tiene como resultado una vehemencia en el ex marino por salvar a Elisa de las manos de su hermano. También, el beso de su amiga Andrea, una joven que sin querer termina transformando a Santiago a un estado paranoico. Una transformación quebrada y de empeoramiento sigue presente. El giro final se da cuando el protagonista descubre que su padre abusa sexualmente de su hermana menor y no lo mata a pedido de su madre. Santiago termina a la deriva y sin rumbo.

La transformación estructural del filme de Méndez es de suspensión porque la historia no llega a una solución, es un final abierto con contenido que deja a los espectadores con ideas abierta de lo que puede suceder.

Tabla 7

Acontecimientos y transformaciones (Casetti & Di Chio, 1994, p. 188-207)

ACONTECIMIENTOS	TRANSFORMACIONES
1. ACCIÓN: El suicidio de "Rata".	SANTIAGO: - Cambio de actitud, cambio individual, cambio explícito, cambio aparente y efectivo. - Proceso de mejoramiento.
2. ACCIÓN: Santiago trabaja como taxista.	SANTIAGO: - Cambio de actitud, cambio individual, cambio explícito, cambio aparente y efectivo. - Proceso de mejoramiento.
3. ACCIÓN: Inicia sus estudios de computación.	SANTIAGO: - Cambio de actitud, cambio individual, cambio explícito, cambio uniforme y cambio aparente. - Proceso de mejoramiento.
4. SUCESO: Le niegan a Santiago un crédito para comprar una refrigeradora.	SANTIAGO: - Cambio de actitud y carácter, cambio individual, cambio explícito, cambio complejo y cambio quebrado. - Proceso de empeoramiento.
5. ACCIÓN: Elisa busca a Santiago y tienen relaciones sexuales.	SANTIAGO: - Cambio individual, cambio explícito, cambio complejo y cambio quebrado. - Proceso de empeoramiento. ELISA: - Cambio complejo, cambio quebrado y cambio aparente. - Proceso de empeoramiento.
6. ACCIÓN: Andrea besa a Santiago en su auto.	SANTIAGO: - Cambio de actitud, cambio individual, cambio implícito, cambio complejo y cambio quebrado. - Proceso de empeoramiento. ANDREA: - Cambio de actitud y cambio lógico.
7. ACCIÓN: El hermano de Santiago descubre el affaire que tiene con su esposa.	SANTIAGO: - Cambio complejo y cambio quebrado. - Proceso de empeoramiento. HERMANO: - Cambio complejo y cambio quebrado. - Proceso de empeoramiento.
8. ACCIÓN: Santiago lleva su arma al instituto para mostrársela a Andrea y termina atacándola.	SANTIAGO: - Cambio complejo y cambio quebrado. - Proceso de empeoramiento. HERMANO: - Cambio complejo y cambio quebrado. - Proceso de empeoramiento. ELISA: - Cambio de actitud, cambio individual, cambio explícito, cambio complejo, cambio quebrado y cambio aparente. - Proceso de empeoramiento.
9. ACCIÓN: Santiago descubre a su padre violando a su hermana.	SANTIAGO: - Cambio de actitud, cambio explícito, cambio complejo, cambio efectivo y cambio quebrado. - Proceso de empeoramiento.

Conclusiones del capítulo

Lima es una temática muy presente en las películas peruanas debido a su presencia como ciudad y capital, sus características e impacto en las experiencias de muchos directores. *Días de Santiago* es una historia sobre la búsqueda de oportunidades, la falta de consideración y respeto por nuestros héroes de la Patria y un cuadro de los profundos conflictos sociales del país.

Los personajes principales del film de Méndez representan al machismo, el miedo, el abuso, la inocencia, la sexualidad, la violencia y la inestabilidad psicológica. La capital, como ambiente del film, tiene una importante presencia en la historia. Se convierte en un personaje más, ya que sus características y situaciones impactan en la vida de Santiago.

La película de Josué Méndez desarrolla nueve acontecimientos importantes que generan transformaciones positivas y, mayormente, negativas. Son estas últimas las que dirige a los espectadores a mirar una historia sin conclusión, con un final abierto.

Referencias Bibliográficas

Aumont, J. (1999). *Análisis del film*. Barcelona: Paidós.

Aumont, J., Bergala, A., Marie, M. & Vernet, M. (2005). *Estética del film*. Barcelona: Paidós.

Beteta, J. (2006, marzo 10). Días de Santiago: El hombre encerrado en sí mismo [Blog]. Recuperado de <http://www.cinencuentro.com/2006/03/10/dias-de-santiago-el-hombre-encerrado-en-si-mismo/>

Bedoya, R. (2015). *El cine peruano en tiempos digitales*. Lima: Universidad de Lima.

Blanco, D. (2003). *Semiótica del texto filmico*. Lima: Universidad de Lima.

Bordwell, D. (1995). *El significado del filme: inferencia y retórica en la interpretación cinematográfica*. Barcelona: Paidós.

Bordwell, D. (1996). *La narración en el cine de ficción*. Barcelona: Paidós.

Campos, E. & Bonicelli, T. (Productores) & Méndez, J. (director). (2004). *Días de Santiago* [cinta cinematográfica]. Perú: Chullachaki Producciones.

Carmona, R. (1996). *Cómo se comenta un texto filmico*. Madrid: Cátedra.

Casetti, F & Di Chio. (1994). *Cómo analizar un film*. Barcelona: Paidós.

- Esponda, J. (2006, mayo 15). *Días de Santiago* [Blog]. Recuperado de <http://www.cinencuentro.com/2006/05/15/dias-de-santiago-2004/>
- Gaudreault, A. (1995). *El relato cinematográfico: cine y narratología*. Barcelona: Paidós.
- González Requena, J. (1995). *El análisis cinematográfico*. Madrid: Editorial Complutense.
- Guerin, M. (2004). *El relato cinematográfico*. Barcelona: Paidós.
- Krippendorff, K. (1990). *Metodología de análisis de contenido*. Barcelona: Paidós.
- Stam, R., Burgoyne, R. & Flitterman-Lewis, S. (1999). *Nuevos conceptos de la teoría del cine: estructuralismo, semiótica, narratología, psicoanálisis, intertextualidad*. Barcelona: Paidós.

Los Jóvenes y la Fotografía: su Rol dentro del Nuevo Ecosistema de Medios y en la Era de los Prosumidores

Pablo Oro¹

¿Cómo es que un chico de 14 años sin demasiada experiencia en la fotografía pero con una férrea actitud para aprender sus técnicas básicas y las de la fotografía digital de modo autodidacta en Internet, se inscribe para participar con sus producciones de un concurso de fotografía sobre rutas de una provincia argentina y logra con una magnífica imagen el primer premio? Más allá de los méritos que la imagen haya tenido para haber sido elegida por un jurado de calidad como la mejor del grupo de 30 finalistas, el hecho, grato y feliz para el autor de este texto por ser el padre del adolescente, llevó a pensar acerca del fenómeno que tiene a los jóvenes con relación a las imágenes. No parece casual que una red social como Instagram sea hoy una de las vías de expresión más utilizadas por jóvenes y adolescentes, teniendo a las fotografías como protagonistas. Selfies, situaciones cotidianas, amigos, familiares y hasta paisajes bellos, todo va a parar a las noticias o historias de Instagram.

¿Acaso cambiaron los modos de la fotografía para que los jóvenes se sientan más atraídos que otras generaciones a capturar imágenes de paisajes o situaciones o incluso autoretratarse con las “selfies”? ¿Hubo una adaptación al nuevo ecosistema de medios, siguiendo los conceptos de Postman, Mac Luhan y Scolari, entre otros? ¿Aplica el concepto de postfotografía para el uso que los jóvenes hacen de ella?

Son algunos de los interrogantes que el presente trabajo pretende tratar de responder tratando de realizar un primer acercamiento al fenómeno, posicionados desde la teoría de la Ecología de los Medios, buscando comprender el rol de los jóvenes con la fotografía y las redes sociales.

El Caso Testigo

El camino que lleva a Estancia Grande -un lugar serrano a 30 kilómetros de la ciudad de San Luis- rodeado de una arboleda en tonos amarillos, rojos y naranjas, con un imponente cielo celeste

¹ Maestrando en Comunicación Digital Interactiva UNR.
Docente Lic. en Periodismo (UNSL)
E-mail: oropablom@gmail.com.

y blanco, fue la imagen que un jurado de especialistas eligió como la ganadora para el 2º Concurso Fotográfico “Las Rutas Más Lindas”, organizado por el Ente Control de Rutas, dependiente del Ministerio de Obras Públicas e Infraestructura del Gobierno de San Luis.

Del certamen participaron más de 400 fotografías con casi 200 fotógrafos amateurs y profesionales. La intención de los organizadores del concurso era poder mostrar las rutas y autopistas de la provincia de San Luis e incentivar el arte.

Luego de una semana de exposición de las fotografías en la página de Facebook del organismo organizador del concurso, aquellas 30 con más reacciones (me gusta y otras) calificaban para la final, donde allí si el ojo clínico de un jurado elegiría la ganadora.

Una curadora de arte y un fotógrafo del diario más importante de la Provincia, oficiaron de jurado y después de ver las 30 imágenes finalistas en detalle e intercambiar opiniones, la decisión fue unánime. La foto de Agustín Oro, fue la mejor.

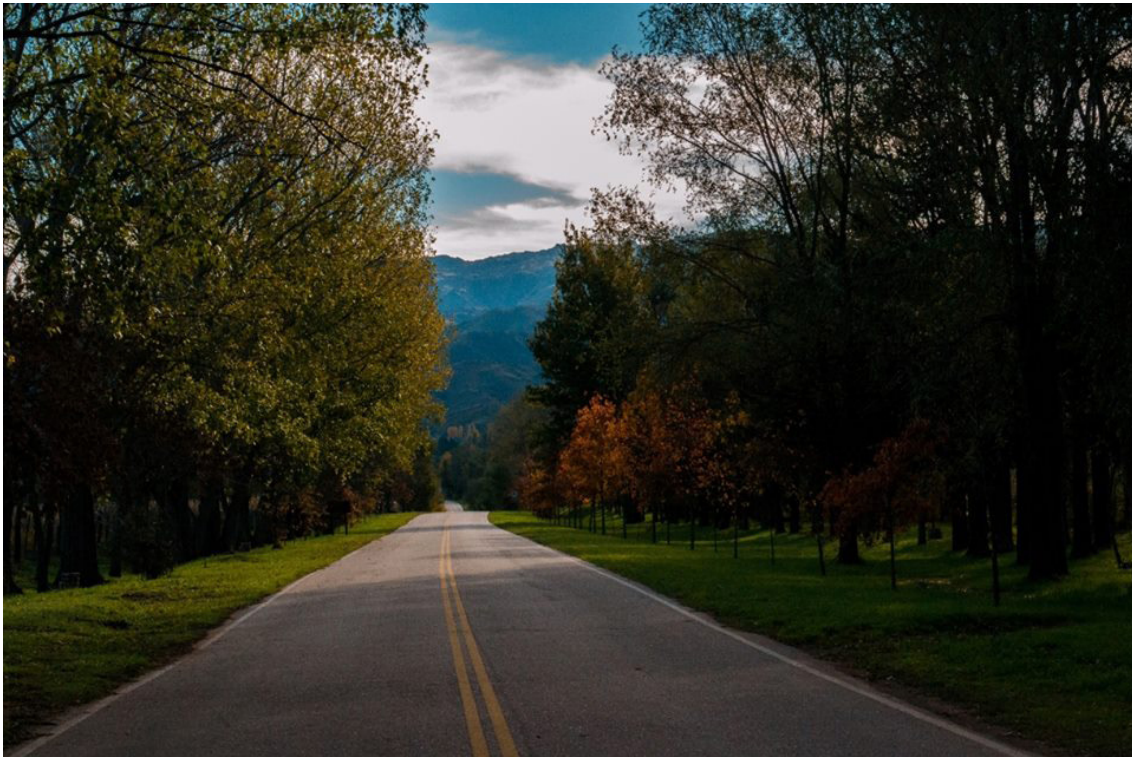


Imagen 1. Fotografía de Agustín Oro

Una integrante del jurado remarcó que la elección se basó en los colores que se usaron, la mezcla del paisaje, el cielo y el camino y el momento del día en que fue tomada, lo que permitió una gran combinación de tonos. Las bondades de la foto no sorprenderían en un fotógrafo con años de experiencia y abundante conocimiento de las técnicas fotográficas.

Sin embargo, Agustín, quien llevaba solo un par de meses con una Nikon 3100 (regalo de quien escribe a partir de un incesante pedido) pudo poner en práctica todo lo aprendido en blogs o tutoriales de *Youtube* referidos al uso de la maquina semi profesional y de las técnicas de encuadre, enfoque, planos, efectos, etc. Aunque sus amigos y compañeros del hobby, pudieron prestarle una cámara similar, y el *Moto G* heredado ayudaban al desarrollo de su afición por las fotos, Agustín espero

a tener su cámara propia para seguir explorando. Las sesiones de fotos para la cuenta de Instagram *Two Routers* que administra con su amigo, más algunos paisajes de vacaciones junto a su hermano en el verano fueron sus primeras piezas semiprofesionales.

Así fue que enterado del concurso sobre las rutas puntanas, Agustín se fijó una meta: Ganar la MacBook de premio que otorgaba el certamen al ganador. “Caminamos mucho y saqué un montón de fotos. Elegí el lugar y me concentré en la combinación de los amarillos, naranjas y rojos. Siempre me gustó la fotografía y ahora con la computadora voy a poder aprender más”, comentó el ganador en una entrevista de prensa.

Del certamen también habían participado otros tres compañeros de su colegio que al igual que él, se sienten atraídos por la fotografía. Según datos recabados por la organización, aunque la participación era con seudónimo, un gran porcentaje de los concursantes eran jóvenes menores de 25 años.

Indudablemente el atractivo que tiene la fotografía en adolescentes y jóvenes de la actual sociedad, caracterizada por una fuerte influencia tecnológica y patrones de movilidad, nos hace reflexionar sobre qué lugar ocupan este tipo de producciones artísticas en los llamados medios sociales, entendiendo que sea una reconfiguración más del actual ecosistema mediático ante la llegada del mundo digital.

La Mirada sobre la Media Ecology o Ecología de Medios

La ecología de medios (*media ecology*) se trata de una teorización expandida que abarca, según el teórico enunciador elegido, casi todos los aspectos de los procesos de comunicación, desde las relaciones entre los medios y la economía hasta las transformaciones perceptivas y cognitivas que sufren los sujetos a partir de su exposición a las tecnologías de la comunicación. No se concentra en ningún medio en especial —es una teoría transmedia a todos los efectos— ni a un período de tiempo limitado: su reflexión comienza con la aparición del lenguaje, sigue con la transición de la oralidad a la escritura, llega hasta nuestros agitados días de vida digital y en algunas ocasiones no renuncia a delinear escenarios futuros (Scolari, 2010).

La definición de Scolari sirve a los efectos de entender porque elegimos a la Ecología de Medios para analizar el contexto actual en los medios de comunicación. Pero ¿Cómo nace la teoría de la Ecología de Medios? ¿Por qué utilizar la metáfora de la ecología para entender el funcionamiento y desarrollo de los medios?

Aunque el concepto *Media Ecology* fue oficialmente introducido por Neil Postman en una conferencia en el National Council of Teachers of English en 1968, el mismo autor reconocería que el canadiense Marshall McLuhan lo había utilizado de manera privada a principios de esa misma década. De todos modos, Postman (1970) define a la ecología de los medios como como el estudio de los medios como ambientes, y se produce el desplazamiento de un uso puramente metafórico del término ecología de los medios al inicio de la delimitación de un campo científico determinado. Fue Postman quien le dio mucha importancia al término creando en 1971 el primer programa en Ecología de los Medios en la Universidad de Nueva York. De a poco los ecólogos de los medios fueron ganando terreno y hoy tienen su propia organización, la *Media Ecology Association* y una publicación científica

denominada “Explorations in Media Ecology”.

Para Postman (1970) la palabra “ecología” implica el estudio de los ambientes: su estructura, contenido e impacto sobre la gente. La transpolación metafórica del concepto al ámbito de la comunicación, tuvo precursores como Lewis Mumford, Jacques Ellul, Erick Havelock y Harold Innis; fundadores como Marshall McLuhan, Neil Postman y Walter Ong y continuadores como Lance Strate, Robert Logan y Paul Levinson, entre otros.

Claro lo que más asombra hoy en día son los postulados de Marshall Mc Luhan, quien con su particular estilo de escritura y forma de pensamiento “predijo” muchos de los cambios que sufrió la sociedad a raíz de la aparición de la tecnología, particularmente con la influencia en los medios de comunicación.

En una emblemática entrevista a la revista Playboy, Mc Luhan pudo resumir sus principales ideas sobre los medios. “Los medios electrónicos suponen una transformación total y casi instantánea de la cultura, de los valores y las actitudes” (Scolari, 2015, p. 39). Por entonces se refería a la televisión, pero como argumenta Scolari (2010) basta tomar cualquiera de sus textos y cambiar la palabra “televisión” por “World Wide Web” y los resultados son asombrosos. El autor canadiense hablaba en los años sesenta de la transición de la escritura a la comunicación electrónica, pero es como si estuviera describiendo los procesos de digitalización de la actualidad, o sea unos 30 a 40 años años más tarde.

Frases estilo slogan como “la aldea global” y “el medio es mensaje” son marca registrada de Mc Luhan pero además describen en pocas palabras sus ideas, plausibles de ser contrastadas con la realidad. El primer concepto adquirió nuevamente relevancia en los 90 cuando gracias a expansión de las comunicaciones en vivo podíamos vivir en nuestros hogares las alternativas de la Guerra del Golfo, gracias a las cadenas internacionales de noticias. La mentada “globalización” no hizo otra cosa que recordar a Mc Luhan, lo mismo que en la actualidad, con la www y la internet 2.0 Es que el canadiense consideraba a la tecnología como un agente transformador y definía a los medios como cualquier tecnología que cree extensiones al cuerpo humano y a los sentidos, desde la ropa hasta los ordenadores. En su teoría, hoy el smarhpone (o la tableta o la propia notebook) es una extensión de nosotros.

Sobre su segundo concepto, “el medio es el mensaje”, McLuhan logró describirlo a la perfección gracias un collage de imágenes y textos en “El medio es el masaje” (1969). Sobre esa idea, McLuhan dijo a Playbloy: “A las sociedades siempre las ha moldeado más la naturaleza de los medios que utilizan los hombres para comunicarse que el contenido de la comunicación” (Scolari (ed), 2015, p. 51). En definitiva, los mismos medios son determinantes del contenido y sus posibles efectos en la sociedad.

Los Cambios Tecnológicos y su Impacto en el Ecosistema Mediático

Nos preguntamos ¿Cómo inciden los cambios tecnológicos según la teoría de la ecología de medios? En la misma línea de ver a la tecnología como “agente transformador” de McLuhan, al hablar de los cambios en el ecosistema, Postman sostenía que dicho cambio no es aditivo sino ecológico, y daba un ejemplo muy gráfico. Si dejamos caer una gota de tintura roja en un recipiente con agua, se disuelve en todo el líquido, coloreando cada una de las moléculas. Entonces, siguiendo con la metáfora, la llegada de un nuevo medio no se limita a agregar algo, sino que lo cambia todo.

En el año 1500, después de la invención de la imprenta, no había una vieja Europa más una imprenta: había una Europa diferente. Después de la llegada de la televisión, los Estados Unidos no eran los Estados Unidos más la televisión: el nuevo medio le dio un nuevo color a cada campaña política, hogar, escuela, iglesia, industria, etc., de ese país (Postman, 1998).

La llegada de los medios digitales cambió todo el ecosistema de medios. Los tradicionales debieron adaptarse al nuevo contexto y en la mayoría de los casos, reconvertirse; pero, además, surgieron nuevos medios con características propias, a los que nos referiremos más adelante.

Scolari (2010) aclara que usar la metáfora de la “red” o del “ecosistema” no significa que “todo es lo mismo” o que “todo está en el mismo nivel” ya que en cualquier sistema ecológico hay jerarquías, pirámides alimentarias y el pez grande se suele comer al chico. El ecosistema no es un paraíso, hay conflicto y lucha por la supervivencia. Eso también pasa hoy con el nuevo ecosistema de medios de comunicación, desde los antiguos o tradicionales a los “nuevos nuevos” como los llamados “sociales”. Scolari (2010) entiende la posibilidad de una doble interpretación del concepto de Ecología de Medios. Por un lado, los medios como ambientes que afectan a los sujetos que los utilizan, por otro, los medios como especies que establecen relaciones entre sí. En cuanto a la primera idea, para el autor argentino radicado en España, la ecología de los medios puede sintetizarse en un concepto: las tecnologías —en este caso, las tecnologías de la comunicación, desde la escritura hasta los medios digitales— generan ambientes que afectan a quienes que las utilizan.

Retomando conceptos de McLuhan en *Understanding Media*, Scolari explica que los efectos de la tecnología -por entonces se refería a medios electrónicos- “no se producen a nivel de las opiniones o conceptos, sino que alteran ratios del sentido y los patrones de percepción de manera constante y sin ningún tipo de resistencia” (1964, p. 31). El ejemplo es la televisión, que “ha cambiado nuestra vida sensitiva y nuestros procesos mentales” (1964, p. 439).

Postman amplificó esta idea al describir cómo nuestra visión del mundo es una creación de los medios de comunicación. Según Postman cada medium propone una “nueva orientación para el pensamiento, la expresión, la sensibilidad [...] (los medios) clasifican el mundo para nosotros” (1985, p. 10). Esta interpretación de la metáfora ecológica podría definirse como la dimensión ambiental de la ecología mediática. En esta interpretación los medios crean un ambiente que rodea al sujeto y modela su percepción y cognición.

En cuanto a la segunda idea de interpretación de la metáfora ecológica que Scolari (2010) llama dimensión intermedial de ecología de los medios (o los medios como especies) para McLuhan los medios interactúan entre sí. “La radio cambió la forma de las noticias tanto como alteró la imagen en las películas sonoras. La televisión causó cambios drásticos en la programación de la radio (1964, p. 78). Este pensamiento daría lugar a las tétradas de McLuhan (McLuhan & McLuhan, 1988) que pueden ser resumidas en cuatro preguntas: ¿Qué extiende un medio? ¿Qué vuelve obsoleto? ¿Qué recupera? ¿En qué se revierte?

Claramente con la llegada de los medios digitales, la radio, la televisión y el diario papel se reconfiguraron para adaptarse por un lado a las nuevas plataformas y por otro, a la nueva manera de circulación de contenidos. La imagen digital adquirió un protagonismo que antes no tenía, los principales medios en la web tienen como estrellas a las imágenes, fotografías o videos. Si en los 80, una imagen en un diario era una mera ilustración (salvo para las revistas semanales o con mayor tiempo

de producción), en la actualidad cada foto o video se piensa como información que se agrega a un contenido base. Pero además, la foto, esa captura de una imagen de la realidad, ya no es un patrimonio exclusivo de los profesionales de la fotografía. Como tampoco lo son las noticias de los periodistas, a la luz del nacimiento del llamado periodismo ciudadano. Con un smartphone, quizás sin tener muy en claro las técnicas específicas, cualquier persona juega al “fotógrafo” o al “periodista” subiendo ese hecho contenido en una imagen, en un tweet, en un posteo de Facebook o en una noticia de Instagram.

“Ningún medio adquiere su significado o existencia solo, sino exclusivamente en interacción constante con otros medios” dice McLuhan (1964, p. 43). Los medios de comunicación son como «especies» que viven en el mismo ecosistema y establecen relaciones entre sí. Nystrom (1973) retoma ese concepto que ningún medio de comunicación opera de manera aislada y que cada uno afecta a todos los otros.

Con la llegada del mundo digital y la aparición de los “nuevos nuevos medios” como los llama Paul Levinson (2013) a Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, entre otros, los textos de los precursores y padres fundadores de la Ecología de Medios han sido sometidos a una relectura sub-especie digital, dice Scolari (2010), adhiriendo a la idea de comparar con otros procesos similares del pasado como el descubrimiento de la escritura o la invención de la imprenta de tipos móviles, ya que esas experiencias tienen mucho para aportar. Al igual que entonces, el mundo sufrió profundos cambios en las formas de producir, distribuir y consumir el conocimiento.

Algunos investigadores de las ciberculturas, como mínimo, equiparan la actual transformación tecnocultural que vive nuestra sociedad con el descubrimiento de la imprenta en el siglo XV (Piscitelli, 2005). La gran diferencia -dice Scolari- se encuentra en que los efectos de la imprenta al principio solo fueron experimentados por las élites intelectuales y tardaron al menos cuatro siglos en llegar a las capas profundas de la sociedad. En el caso de las tecnologías digitales en red, su penetración y expansión ha sido tan rápida que estamos hablando de una o dos generaciones.

En un entorno marcado por la consolidación de las redes globales de información, los procesos de convergencia cultural, la emergencia de nuevas especies mediáticas y la irrupción de un paradigma de la comunicación de muchos a muchos que rompe el modelo tradicional del broadcasting, las reflexiones de la ecología de los medios se presentan como una referencia casi indispensable a la hora de comprender estos procesos asegura Scolari (2010).

Después de la televisión, la sociedad ha acompañado otra revolución de la comunicación: Internet. Con la red, hemos conocido otros lenguajes y, por consiguiente, otra sociedad. Esto ha pasado en etapas distintas, pero en cada una de ellas, se ha desarrollado una nueva revolución (Renó & Flores, 2012). Ante esto cabe preguntarse, la movilidad, la posibilidad que se consuman contenidos en smartphones y tabletas en a cualquier hora y en cualquier lugar ¿Es otra revolución? Da la impresión que sí, aunque también la vorágine de los cambios es tan rápida que los medios que aún se están acomodando al nuevo escenario digital y descifrando sus lenguajes, y ya tienen encima la responsabilidad de pensar en nuevos contenidos, nuevas escrituras, para los dispositivos móviles desde donde hoy se consume mayoritariamente internet.

Scolari (2008) fundamenta que es necesario superar los enfoques monomediáticos o monosemióticos, aseverando que no podemos comprender lo que está pasando en la televisión si no miramos hacia los medios interactivos, de la misma manera que no podemos comprender las transformaciones

del discurso periodístico si no incorporamos los cambios del discurso político o publicitario. Entonces, una visión ecológica de la comunicación (entendida como sistema de medios) nos permite comenzar a romper estos compartimientos estancos.

La necesidad de utilizar la metáfora de “ecosistema mediático” apunta al objetivo de comprender de mejor manera el conjunto de interrelaciones sociales, tecnológicas, culturales, económicas, etc. que caracterizan al universo de la comunicación a través de dispositivos técnicos. En ese sentido, vale la aclaración de Scolari: La metáfora del ecosistema no pretende ser “la metáfora total” que inhabilita o integra todas las otras miradas; como cualquier otra metáfora, ésta ilumina ciertas partes de un proceso complejo y oculta otras. Dicho en otras palabras, sostiene Scolari, la metáfora del ecosistema aplicada a los medios (y a relación cultura/tecnología en general) nos permite iluminar las interrelaciones generales entre estos factores. Entonces, si tenemos en cuenta que desde la escritura (o inclusive la misma voz) existen “tecnologías o medios de comunicación”, podemos aplicar la idea de “ecosistema mediático” a cualquier época histórica, desde el Imperio Romano (Innis) hasta la Modernidad (la “galaxia Gutenberg” de McLuhan) y sin lugar a dudas a la actualidad del mundo digital. Es que evidentemente las tecnologías digitales evidencian aún más los aspectos reticulares y de recíproco condicionamiento de los factores antes enunciados, por lo que la metáfora ecológica sigue siendo de gran utilidad.

Otro aspecto interesante de usar la metáfora de la “red” o del “ecosistema” es que no significa que “todo es lo mismo” o que “todo está en el mismo nivel” ya que en cualquier sistema ecológico hay jerarquías, pirámides alimentarias y el pez grande se suele comer al chico. Dice Scolari la metáfora del ecosistema no debería llevarnos a pensar en un sistema paradisiaco ya que como en cualquier ecosistema, en el mediático hay conflicto y lucha por la supervivencia.

Redes Sociales, Medios Sociales, Nuevos Medios

Así como las llamadas redes sociales alteraron los comportamientos y la vida de millones de ciudadanos que las utilizan para entretenerse, divertirse, encontrarse y hasta informarse, su presencia en el nuevo ecosistema de medios dominado por la convergencia adquirió en los últimos tiempos un protagonismo que también es necesario analizarlo y entenderlo sobre todo, los comunicadores, quienes también se valen de ellas como fuentes de información.

Las personalidades de la política, la cultura y el deporte utilizan sus cuentas de Twitter, Instagram o Facebook para opinar o simplemente decir algo. La repercusión que tiene, a veces supera ampliamente lo que lograría con una exclusiva a un programa de radio o tv, salvo que eso mismo sea replicado en las redes de ese producto periodístico. ¿Acaso Facebook, Instagram, Twitter, Youtube son solo redes sociales, o cómo lo llaman algunos autores, son más que eso, son medios sociales? Paul Levinson (2013) va más allá para describirlos como “nuevos nuevos medios”.

Retomando a Scolari (2010), el cambio de paradigma que viven los medios de comunicación en la actualidad radica en que ya no hay un modelo de discurso unidireccional, sino un modelo de “muchos a muchos”. “Los medios que permiten a los consumidores convertirse en productores son indudablemente sociales, y mucho más interactivos que los medios más antiguos y unidireccionales

como la televisión” (Levinson, 2013, p. 2). O bien, que los antiguos medios (unidireccionales) tienen significativos componentes sociales también (Levinson, 2013, p. 3). Pero Levinson en su trabajo presenta los principios rectores de los nuevos nuevos medios, los cuales marcan la diferencia definitiva con medios sociales: Cada consumidor es un productor; Obtienes lo que no pagas; Competitivo y mutuamente catalítico; Más que motores de búsqueda y correo electrónico; Nuevos nuevos medios en última instancia, más allá del control del usuario (Levinson, 2013, pp. 3-5).

A partir de esas características enumeradas por Levinson se pueden inferir entre las cuestiones distintivas de los nuevos nuevos medios que, por un lado, favorecen la comunicación reticular (en red). Por otro, hacen posibles las hipermediaciones entendidas como un proceso complejo de intercambio simbólico, que se consigue por medio de las interfaces digitales, las cuales constituyen su “cara visible” (Scolari, 2008, p. 277). Sólo basta comparar las interfaces utilizadas en los medios tradicionales (masivos o unidireccionales, además de analógicos) y los nuevos nuevos medios (sociales y colaborativos, reticulares y, por supuesto, digitales) para comprobar que las interfaces empleadas por los nuevos medios son las que permiten el establecimiento de dichas hipermediaciones.

Son estos nuevos nuevos medios los que proporcionan al ciudadano común construir sus espacios personales (blogs), crear redes de amigos en línea (redes sociales), definir sus galerías personales de fotos (Instagram), producir mensajes instantáneos (Twitter) o “construir” sus canales audiovisuales a partir de programaciones propias o seleccionadas a partir de sus gustos (YouTube). Además de eso, estos espacios proporcionan la retroalimentación a partir de comentarios que vitalizan el mensaje, mientras tenga circulación y retroalimentación (Renó, 2011).

La Aparición del Prosumidor y el Rol de los Jóvenes

Los nuevos usuarios en la web dejaron de cumplir el rol tradicional y pasivo que tenían frente a determinados medios para convertirse en sujetos más activos, con ansias de participación y de producción de nueva información. Hablamos de los consumidores en su nuevo rol de productores, generadores y distribuidores de contenido pero que además tienen como características ser influyentes y buscan ser parte de una comunidad que los identifique. No es un detalle menor el contexto en que se encuentran los prosumidores -o prousuarios como los llama el chileno Fernando Acuña-, con características de un público hiperconectado, multiplataforma y nómada que tiene múltiples opciones y opciones para informarse.

La fotografía no es ajena al fenómeno de los prosumidores. Dejó de ser algo exclusivo de profesionales para ser un fenómeno con mayor masificación. Y eso es posible gracias a la tecnología, con cámaras de alta calidad presentes en los smartphones, editores ágiles y fáciles de usar disponibles en aplicaciones gratuitas para descargar en los mismos teléfonos, que vaya paradoja, la de realizar llamadas telefónicas es quizás -en la gran mayoría de los casos- la función menos utilizada de un smartphone. En otras palabras, ya no sólo consumimos fotografías. También las producimos (incluyendo la edición posterior) con pretensiones de valor estético. Somos prosumidores de fotografías que ya no tienen una circulación limitada y que con sólo un hashtag en Instagram como #photography lograremos que esa imagen sea vista por personas que jamás imaginaríamos, a cualquier hora y en

cualquier lugar del planeta.

En Internet podemos encontrar todo tipo de tutoriales que nos permiten aprender de modo didáctico, como utilizar una cámara semiprofesional, mejores planos para retratar y la edición de una foto cómo si fuésemos auténticos profesionales. En la red también existen las redes sociales, que también proporcionan herramientas para editar las fotografías que queremos publicar y compartir con nuestros contactos.

Los actuales adolescentes, llamados “nativos digitales” por algunos autores aunque mejor caracterizados como millennials, son hoy el sector de la población que mejor se mueve en el contexto digital. La razón es sencilla, poco –o nada- conocen de lo analógico. Lo digital es parte de sus vidas. Scolari (2018) en su último trabajo “Transmedia Literacy”, en su visión acerca de cómo los adolescentes se relacionan con las nuevas narrativas digitales, sostiene que cuestiones como contar una historia en Instagram, elegir el mejor foco para una foto, escribir fanfiction o armar un meme son competencias que se aprenden en red y no en la escuela.

Scolari visualiza a YouTube como la “gran escuela a distancia” para las nuevas generaciones y uno de los espacios de aprendizaje informal más importantes y ocupa un lugar central en el consumo mediático de contenidos y, a veces, de producción. “En nuestra era digital los jóvenes son autodidactas, forman comunidades culturales en las que se sumergen a través de las redes sociales, fuera de nuestras aulas” expresa Scolari. Nada mejor describe a Agustín y sus amigos con relación a la adquisición de las competencias sobre la fotografía, tanto que al concurrir a los cursos presenciales les aburría “lo básico” de los conocimientos dictados allí.

Esto que bajo las características de la Ecología de Medios podríamos reconocer como un nuevo ambiente dentro del actual ecosistema mediático, es perfectamente descripto por el fotógrafo y ensayista Joan Fontcuberta (2011), quien afirma que en la actualidad todos producimos imágenes espontáneamente como una forma natural de relacionarnos con los demás, dando lugar al concepto de postfotografía como un nuevo lenguaje universal.

En un artículo escrito en el diario *La Vanguardia* que luego profundiza en *La furia de las imágenes. Notas sobre la postfotografía* el autor español, que al igual que me hijo Agustín se inició en la fotografía en sus años de adolescencia, menciona que ya en los años sesenta McLuhan había vaticinado el papel preponderante de los mass media, proponiendo la iconósfera como modelo de aldea global. Dice al respecto Fontcuberta, que “la diferencia es que en la actualidad hemos culminado un proceso de secularización de la experiencia visual: la imagen deja de ser dominio de magos, artistas, especialistas o profesionales al servicio de poderes centralizados”.

Del síndrome Hong Kong relatado por Fontcuberta -el caso de un periódico que prefirió adiestrar a jóvenes repartidores de pizzas prescindiendo de sus fotógrafos profesionales- aprendemos que hoy la urgencia de la imagen por existir prevalece sobre las cualidades mismas de la imagen. Fontcuberta (2011) fundamenta que es esa pulsión la que garantiza:

Una masificación sin precedentes, una polución icónica que por un lado viene implementada por el desarrollo de nuevos dispositivos de captación visual y por otro por la ingente proliferación de cámaras, ya sea como aparatos autónomos o incorporadas a teléfonos móviles, webcams y artilugios de vigilancia. Esto nos sumerge en un mundo saturado de imágenes: vivimos en la imagen, y la imagen nos vive y nos hace vivir.

Fontcuberta entiende desde una perspectiva sociológica que la postfotografía al habitar internet y sus portales “*las interfaces que hoy nos conectan al mundo y vehiculizan buena parte de nuestra actividad*”, hace que lo crucial no sea que la fotografía se desmaterialice convertida en bits de información sino más bien, cómo esos bits de información propician su transmisión y circulación vertiginosa.

Google, Yahoo, Wikipedia, YouTube, Flickr, Facebook, MySpace, Second Life, eBay, PayPal, Skype, etcétera. han cambiado nuestras vidas y la vida de la fotografía. De hecho, la postfotografía no es más que la fotografía adaptada a nuestra vida on line.

Una imagen defectuosa tomada por un aficionado vale más que una imagen tal vez magnífica pero inexistente. Entonces se da el nacimiento del nuevo “ciudadano-fotógrafo”, aquel ciudadano que con pocas o nulas técnicas fotográficas no solo consume las fotografías ajenas, sino que produce nuevas imágenes y decide compartirlas a través de las redes sociales.

Fontcuberta sostiene también que hay un cambio de canon fotoperiodístico, donde la velocidad prevalece sobre el instante decisivo, y la rapidez sobre el refinamiento.

Se ha hablado mucho del impacto que la irrupción de la tecnología digital supuso para todos los ámbitos de la comunicación y de la vida cotidiana; para la imagen, y la fotografía en particular, ha significado un antes y un después. Se puede comparar a la caída del meteorito que condujo a la extinción de los dinosaurios y dio paso a nuevas especies. Durante un tiempo, los dinosaurios no fueron conscientes de la colisión y vivieron felices como testigos pasivos –y pasmados– de los cambios que se operaban en su ecosistema: las nubes de polvo no dejaban pasar los rayos del sol con consecuencias letales para vegetales y animales. Hoy palidece una fotografía-dinosauria que está dando paso a secuelas mejor adaptadas al nuevo entorno socio-cultural.

El autor catalán menciona un decálogo que caracteriza a esta nueva etapa de postfotografía, cuyos puntos más fuertes son: nueva conciencia autoral, la equivalencia de creación como prescripción, y las estrategias apropiacionistas de acumulación y reciclaje. Todo ello finaliza en lo Fontcuberta llama estética del acceso. Es que hoy las imágenes están disponibles para todos en Internet en un caudal extraordinario y esa es la ruptura fundamental con relación al proceso analógico. Pero no es el único cambio: Hoy las fotos ya no recogen recuerdos para guardar, como en el pasado, sino que se convierten en mensajes para enviar e intercambiar. Los canales para el intercambio son las redes sociales, y particularmente en los más jóvenes, Instagram, donde la estética de las imágenes pareciera estar más cuidada que en Facebook o Twitter, pero a su vez con una lógica más interactiva que Flickr, una de las mejores herramientas para administrar y compartir fotos en línea.

¿Con Instagram existe una nueva estética de la imagen? Los adolescentes -a quienes está particularmente dirigida esta red social- entremezclan imágenes con texto, gifs y filtros. Lev Manovich habla de un nuevo lenguaje visual en la conjunción de varias herramientas de software que permitieron el surgimiento de una nueva estética híbrida que rápidamente se volvió la norma y la diversidad de nuevas formas (visuales, espaciales y temporales).

Conclusión

Gracias a la tecnología, de su paso analógico a lo digital, del revelado manual a la edición mediante herramientas de software, podemos decir que la fotografía se adaptó y reinventó en el nuevo ecosistema mediático dando nacimiento a una nueva cultura imagética. Y se reinventó de tal manera que se masificó, pues como dice Fontcuberta el sentido de la fotografía dejó de ser únicamente la captura de un lindo recuerdo para los entusiastas de las fotos. Hoy queremos transmitir y compartir a través de una imagen, sentimientos, valores, estados de ánimos, o situaciones que no queremos dejar guardados solo para nosotros.

Quienes mejor entienden esta nueva cultura imagética esto son los jóvenes, en particular los adolescentes. En ellos el concepto de lo efímero está más mucho más presente y natural, nunca mejor representado como en una historia de Instagram donde el híbrido entre imágenes, palabras, filtros o gifs, sólo duran 24 horas. Ese contacto temprano con la fotografía, como en el caso de Agustín, terminará siendo para muchos otros chicos el motor motivador para involucrarse en un mundo que si bien ya no tiene aspectos artesanales –como la manualidad de un revelado de cinta- a pesar del uso de herramientas tecnológicas y software, si mantiene intactos los deseos de una buena imagen, con el último fin de ser compartida en un blog o simplemente en un posteo de Instagram.

Referencias Bibliográficas

- Fontcuberta, J. (2011). Por un manifiesto posfotográfico [Blog]. Recuperado de <http://www.lavanguardia.com/cultura/20110511/54152218372/por-un-manifiesto-posfotografico.html>
- Levinson, P. (2001) *Digital McLuhan: A Guide to the Information Millennium*. Londres: Routledge.
- Levinson, P. (2013). *New New Media*. New York: Pearson.
- Manovich, L. (2013). *El software toma el mando*. Barcelona: Editorial UOC.
- Mc Combs, M. & Shaw, D. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly*, 36, 176-187.
- McLuhan, M. (1962). *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*. Toronto: University of Toronto Press.
- McLuhan, M. (1964). *Understanding Media: The Extensions of Man*. Nueva York: New American Library.
- McLuhan, M. & McLuhan, E. (1988). *Laws of Media: The New Science*. Toronto: University of

Toronto Press.

McLuhan, M. & Fiore, Q. (1969). *El medio es el masaje: un inventario de efectos*. Barcelona: Paidós

Piscitelli, A. (2005). *Internet. La imprenta del siglo XXI*. Barcelona: Gedisa.

Postman, N. (1980). The reformed english curriculum. In A. C. Eurich (Ed.), *High school The shape of the future in american secondary education*. Recuperado de http://www.media-ecology.org/media_ecology/

Postman, N. (1985). *Amusing Ourselves to Death*. New York: Penguin Books

Postman, N. (1998). *Five things we need to know about technological change*. Denver, Colorado.

Reno, D. (2011). Periodismo, redes sociales y transmediación. *Razón y Palabra*, 16(78). Recuperado de <https://bit.ly/14kp2zG>.

Reno, D. & Flores, J. (2012). *Periodismo transmedia: Reflexiones y técnicas para el ciberperiodista desde los laboratorios de medios interactivos*. Madrid: Fragua.

Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones: Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Barcelona: Gedisa.

Scolari, C. (2010). *Ecología de los medios: Mapa de un nicho teórico*. *Quaderns del CAC*, 34(13), 17-25.

Scolari, C. (2013). *Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Gedisa.

Scolari, C. (2015). *Ecología de los medios*. Barcelona: Gedisa.

Scolari, C. (2018). Adolescencia y cultura digital. Lo aprendí en tutorial. *Revista Anfibia*. Recuperado de <http://www.revistaanfibia.com/ensayo/lo-aprendi-en-un-tutorial/>

Memos como Ferramenta de Formação da Opinião Pública: uma Análise através dos Processos Jornalísticos Tradicionais

Francine Micheli Costa de Castilho¹
Marilena de Moraes Barcellos²
Alex Visoto³
Denis Porto Renó⁴

Com a conectividade cada vez mais apurada da sociedade contemporânea, já ficou claro que as barreiras geográficas já não interferem nos processos comunicacionais e que, com isso, o indivíduo, além de construir suas próprias mensagens, também cria novos ícones e significados, transformando como a dinâmica da comunicação interfere no dia-a-dia e na formação de cada universo particular.

Dentro desse cenário que centraliza uma série de constantes modificações, um pacote de ferramentas midiáticas sociais vem concretizando um espaço permanente e ganha força na hora de construir a opinião pública. O espaço ocupa o monopólio da mídia tradicional que assegurou o poder da comunicação até a chegada da chegada da web 2.0.

Enquanto poucas décadas atrás a opinião pública era formada através da deliberação dos grandes grupos de mídia e seus vieses direcionados pelos interesses corporativos, atualmente, a democratização da informação possibilita que cada cidadão seja um formador de opinião. E isso se dá a partir da criação e popularização do uso das mídias sociais e suas ferramentas de distribuição de conteúdo.

Dentre essas ferramentas, uma ganha destaque no cotidiano da comunicação P2P (*person to person*), especialmente em meios sociais: os memes, uma manifestação ainda pouco abordada nos meios acadêmicos, mas que vem apresentando grande força no comportamento social dentro da web 2.0.

1 Mestranda em Mídia e Tecnologia (Universidade Estadual Paulista - Unesp)
Professora convidada da FAAP (Fundação Armando Álvares Penteado).
E-mail: oitodobem@escconteudo.com

2 Mestranda em Mídia e Tecnologia (Universidade Estadual Paulista).
Publicitária, é membro do GENEM - Grupo de Estudos sobre a Nova Ecologia dos Meios.
E-mail: marimor@uol.com.br.

3 Mestrando em Mídia e Tecnologia (Universidade Estadual Paulista – Unesp).
Especialista em linguagens midiáticas e educação pelo Centro Universitário Barão de Mauá.
E-mail: alex.vis@hotmail.com.

4 Livre-docente em Ecologia dos Meios e Jornalismo Imagético (Universidade Estadual Paulista – Unesp)
Jornalista, é coordenador do GENEM – Grupo de Estudos sobre a Nova Ecologia dos Meios .
E-mail: denis.porto.reno@gmail.com

O presente trabalho, portanto, buscou revelar as camadas mais superficiais da relação entre indivíduos, coletividade, cultura de internet e opinião pública. A proposta metodológica é trazer reflexão teórica e analítica sobre o fenômeno imagético dos memes, que saltam da rasa impressão de entretenimento para o complexo e denso caldo da formação da opinião pública.

Memes e o Diálogo com o Jornalismo

O termo “meme” surgiu a partir dos estudos do zoólogo Richard Dawkins que, em 1976, citou a palavra pela primeira vez em seu livro “O Gene Egoísta”. Neste contexto biológico, o meme compreendia o fator responsável pela transmissão das informações culturais entre os seres humanos e o definia como fator responsável pela imitação, reprodução e adaptação de dados e informações, o que moldaria o presente e o passado de uma determinada cultura.

Já Susan Blackmore (2007) utiliza a máxima de que ser humano é imitar ações dinamizadas no ambiente de vivência e que o processo evolutivo depende da reprodução de comportamentos ao mesmo tempo em que os mesmos são adaptados e selecionados naturalmente. Ambas as teorias entram em uma convergência interessante, trazendo uma nova perspectiva sobre as interações sociais. Como resultado disso, neste primeiro capítulo, buscamos alinhar e aprofundar a relação entre este processo biológico definido por Dawkins e Blackmore aos processos comunicacionais de formação da opinião pública.

Dentro da cultura digital, o meme passa a ser uma manifestação com alto poder de engajamento revestido por humor, sarcasmo e espírito colaborativo, através do qual cada pessoa, em seu determinado contexto, pode alterar e transmitir uma nova informação a partir de um meme de origem.

Carlos Scolari, em conversa informal com o pesquisador e autor Denis Porto Renó⁵, definiu os memes como “o produto midiaticizado que fala o que os meios não tiveram coragem de falar”. Porém, essa ideia não reduz a total potencialidade da manifestação memética. Os memes, em diversos casos, servem para interferir ou reconstruir a opinião pública a partir do humor, o que, efetivamente, faz o conteúdo ganhar circulação meteórica pelos meios sociais contemporâneos. E efêmeros que são dentro de uma modernidade líquida (Baumann, 2000), surgem, crescem e desaparecem em um período extremamente curto que pode ser meses, semanas, dias ou até mesmo horas.

De um certo ponto de vista, conteúdos com humor podem ser considerados jornalísticos quando trazem informações de relevância, ou seja, quando o humor é utilizado para levar algum tipo de conhecimento aplicável no cotidiano do receptor. O humor, exclusivamente proposto para causar riso e desligado da realidade sociopolítica e cultural de determinado período histórico, no entanto, fica mais intimamente ligado à função de entretenimento.

Se consideramos a ideia à luz de José Marques de Melo (1997), o jornalismo que traz humor e se utiliza de imagens para transmitir determinado posicionamento político-social é definido como Jornalismo Caricato, posicionado no gênero de Jornalismo Opinativo, segundo o autor.

5 A ideia foi apresentada por Carlos Scolari durante jantar na residência de um dos autores, em Bogotá, no ano de 2012.

Trazido à tona sob comparação com esta manifestação jornalística citada por Marques de Melo, o meme de cunho político se torna, portanto, um fator novo e de caráter evolutivo do Jornalismo Caricato, já que traz o humor como núcleo atômico de sua estrutura e, mesmo que não traga notícia alguma em seu formato tradicional, ainda assim é capaz de influenciar e modificar a opinião pública, construindo pontos de vistas críticos e analíticos.

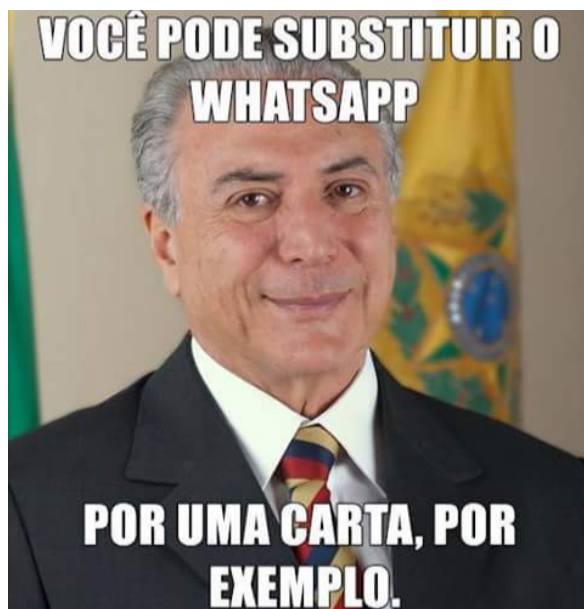


Figura 1. Foto do presidente Michel Temer inserida no contexto humorístico através de citação referente a uma fala de Bela Gil, modificada para dar sentido à composição
Fonte: Recuperado de <http://ow.ly/wSCR30kKoTL>

Assim, observando a nova ecologia dos meios, o meme ganha espaço entre uma comunidade nativa e adaptada ao digital que absorve e reconhece referências e que é capaz de interpretar o humor como objeto de construção da opinião pública.

Vemos, então, surgir uma nova e intrigante configuração do processo de compartilhamento de informações, onde não há um veículo centralizador, portanto, um grupo de comunicação com interesses financeiros, nem responsabilização formal pela divulgação, tampouco assinatura do responsável pela sua assinatura.

O meme, como processo comunicacional exclusivo da Web 2.0, caminha ao lado do jornalismo tradicional em total anonimato, como uma forma de expressão ultrajante aos antigos e conservadores modelos de comunicação.

E para compreender o que significa esta nova realidade, é preciso voltar ao início do século XX, quando a comunicação de massa passou a ter importância na formação da opinião pública.

Walter Lippman (2010), por exemplo, se debruçou sobre o papel do jornalismo na opinião pública, destacando a importância do mesmo como suporte na construção de uma sociedade justa e conhecedora de si. Para o autor, o jornal, ao chegar ao seu leitor, é o produto final de uma série de procedimentos de opção para os quais não existem normas, mas certamente convenções (ou olhares) jornalísticas.

Entretanto, ao pensarmos no jornalismo um tema é fundamental para entender a profissão e isso está diretamente relacionado ao modo de fazer. Para tanto, o alemão Michael Kunczik (2002) define o jornalista como alguém que está envolvido com a formulação de conteúdo informativo para processos comunicacionais massivos, seja na reunião, na avaliação, na apuração, no processo ou na divulgação de notícias, comentários. Trata-se de uma profissão que tem seu *expertise* apoiado em um olhar específico, capaz de representar realidades.

Neste sentido, e levando em consideração as ideias de Lippman e Kunczik, podemos considerar que os olhares jornalísticos são a essência da profissão frente a outras atividades. O próprio Kunczik (2002, p. 15) aponta a definição simplista de que “o jornalismo é tratado como uma profissão de comunicação”. Para ele, esse olhar jornalístico é o que diferencia seu papel dos outros profissionais que adotam a comunicação como canal de profusão de seus conteúdos.

No entanto, no meios destas ligações entre realidade, jornalismo, jornalista e público, há uma série de variantes que interferem diretamente na maneira como as notícias são recebidas e interpretadas.

Para compreender o papel que os memes desempenham frente à comunidade de milhões de internautas que consomem informações nas redes sociais, sim, é importante mergulhar em teorias básicas sobre comunicação e opinião pública. Por isso, ainda parafraseando Lippmann, citado por Maxwell Mc Combs em *A Teoria da Agenda* (2004), os meios de comunicação de massa se tornam janelas que moldam nossos mapas cognitivos. Os memes, em sua casca humorística e recheio informativo, cumpririam este mesmo papel?

Ou seja, as notícias como são trazidas a público são, não somente capazes de moldar, inclinar ou suggestionar nossa opinião, mas também criam um pseudoambiente. Esta seria uma camada de realidade artificial modelada e imperfeita criada em nossa mente que se coloca entre a realidade e nossa interpretação da mesma. Assim, a opinião pública e o comportamento social fruto dessa inclinação de pensamento seriam uma resposta de grupos de indivíduos a este pseudoambiente.

Dentro deste contexto, a Teoria da Agenda torna-se essencial para compreendermos os fenômenos de comportamento em onda que presenciamos desde o domínio dos veículos tradicionais offline até os veículos e plataformas de conteúdo online.

Através de pesquisas empíricas realizadas na segunda metade do século XX, Mc Combs define que a Teoria da Agenda é um dos fatores responsáveis pelo posicionamento social dos indivíduos, que estão à mercê do que e como recebem as notícias vindas dos meios tradicionais de comunicação de massa.

Na maior parte, esta influência de agendamento é subproduto inesperado da necessidade dos noticiários diários de focar a atenção em somente alguns tópicos (...). O agendamento dirige nossa atenção às etapas formativas da opinião pública quando então os temas emergem e logo conquistam a atenção do público, uma situação que confronta os jornalistas com uma forte responsabilidade ética para selecionar cuidadosamente os temas em suas agendas. (McCombs, 2004, p. 42)

O autor cita também outras variáveis que influenciam este comportamento social: o conceito da Percepção Seletiva, que se contrapõe, curiosamente de maneira complementar, à Teoria da Agenda.

A percepção seletiva nada mais significa do que a peneira mental ativada em cada indivíduo

no momento em que ele consome notícias relativas à sua realidade social, política, econômica, cultural entre outras. Neste caso, a influência da Teoria da Agenda é minimizada pelo poder de seletividade já pré-existente no indivíduo, que irá absorver o conteúdo consumido de acordo com suas pré-concepções.

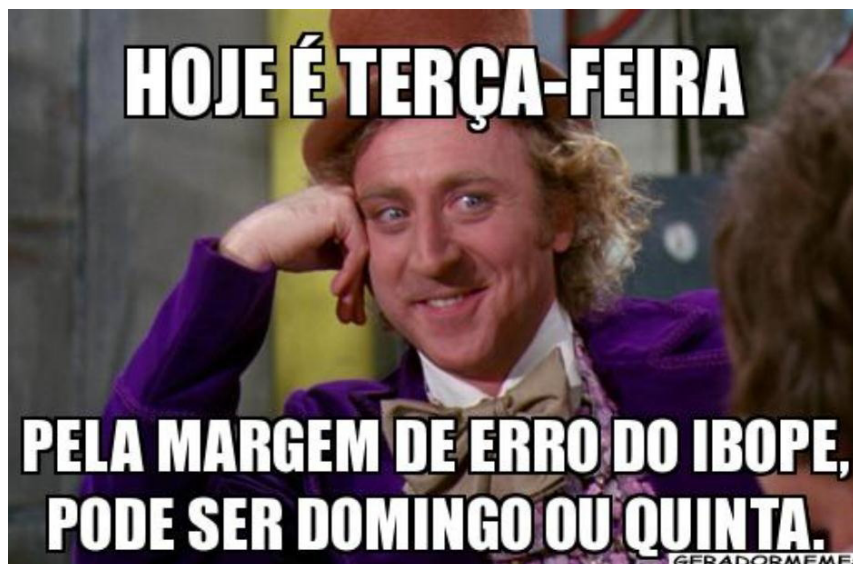


Figura 2. Meme com imagem do personagem Willywonka e texto que se refere à acusada imparcialidade das pesquisas políticas
Fonte: <http://geradormemes.com/meme/xtm524>

Já no campo da opinião pública política, isso se torna bastante claro, especialmente quando analisamos posts pessoais sobre o tema em mídias sociais como Facebook e Twitter. Por exemplo, quando o indivíduo já é inclinado para determinada filosofia de um partido x, qualquer notícia de caráter positivo sobre partido Y será minimizada em seu processo cognitivo de forma a manter intacta a sua opinião pré-formatada. O mesmo indivíduo tende a deslegitimar a maioria das informações que, através de dados reais, refutam as ideias do partido de sua preferência.

O conceito de percepção seletiva localiza a influência central dentro do indivíduo e estratifica o conteúdo da mídia de acordo com sua compatibilidade com as atitudes e opiniões individuais existentes. Desta perspectiva, parte-se do princípio de que os indivíduos minimizam sua exposição à informação congruente. Durante uma eleição, espera-se dos eleitores que prestem mais atenção aos temas enfatizados por seus partidos políticos preferenciais". (McCombs, 2004, p. 24)

Marques de Melo, em *Opinião no Jornalismo Brasileiro* (1985), faz uma interessante e condensada definição do que é o jornalismo daquela época, afirmando que ele se fazia, exclusivamente, a partir da relação oportuna entre grupos empresariais de comunicação e a massa. Dentro deste circuito por onde fluem as informações, Melo reafirma que o interesse dos grandes grupos jornalísticos funcionam como norte da difusão de específicas notícias, gerando, muitas vezes, um atrito entre o que é noticiado e o que os grupos receptores gostariam de receber como notícia. Um ponto de tensão é, então, criado sobre a expectativa e a realidade.

Se, por um lado, à época, o jornalismo era definido pelas relações entre instituições corpora-

tivas e a coletividade, hoje, com todas as transformações em sua estrutura, pode-se dizer que o jornalismo está à beira do abismo final? É possível considerar que existe o jornalismo de cidadão para cidadão sem mediação de uma corporação com interesses escusos quando consideramos, em seu mesmo pensamento que cada processo jornalístico tem suas peculiaridades e sofre variações de acordo com sua época? Seremos todos nós, com acesso à internet e às redes sociais, jornalistas em potencial apenas esperando uma oportunidade de criar, repassar ou endossar conteúdos dos mais diversos?

São perguntas que os profissionais e estudiosos da comunicação devem se fazer constantemente, já que a espinha dorsal da difusão de informações está cada vez menos centralizada e cada vez mais pulverizada entre nano-formadores de opinião inseridos nas comunidades online.

Paradoxalmente, Marques de Melo (1985) é capaz de responder a essas indagações de hoje com outro questionamento feito em uma época em que não se sonhava a interatividade além do espaço dedicado à carta do leitor nos veículos impressos.

Enquanto não emergem soluções tecnológicas e políticas que viabilizem essa participação do público nas experiências jornalísticas, resta ao cidadão recorrer à carta como recurso para expressar seus pontos de vista, suas reivindicações, suas emoções. Trata-se de um recurso possível, mas nem sempre viável. Pois depende dos mecanismos inerentes à instituição jornalística para lograr difusão. (Mello, 1985, p. 128)

Este recurso não só foi viável como não precisou estar vinculado a nenhum tipo de instituição. Pelo menos não jornalística.

Como fica a Opinião Pública no Ambiente das Mídias Sociais?

Avançando para os dias de hoje em que a produção de conteúdo jornalístico e não-jornalístico é altamente difusa e descentralizada, surgem dúvidas primárias que nos fazem repensar a influência da Teoria da Agenda e o conceito da Percepção Seletiva: como é formada a opinião pública dentro das plataformas sociais? Como age o indivíduo que sofre um bombardeio de informações diante da necessidade virtual de posicionamento? As opiniões hoje têm mais ou menos embasamento do que na era pré-internet? A era da pós-verdade está criando também outros múltiplos pseudoambientes, de acordo com o pensamento de Lippman?

Diante da nova ecologia dos meios e observando o fluxo das informações dentro das mídias sociais, percebemos um grande esforço dos indivíduos para se alinharem a determinados grupos de pensamento, sejam eles políticos, sociais ou econômicos.

A própria presença em uma mídia social já impulsiona o usuário a demonstrar suas afeições, rejeições e posicionamento, pois é exatamente este tipo de conteúdo que ele consome dentro destas plataformas. Existe uma espécie de “mão invisível” que leva a maioria dos usuários de mídias sociais a expressarem seus posicionamentos, ainda que eles não tenham embasamento teórico nem que haja especialização necessária no tema abordado.

Assim, as mídias sociais são palco de um fenômeno curioso jamais visto na história: cria-se um ambiente em que a voz comum é confundida com a voz especializada, colocadas em um mesmo

patamar de difusão, estabelecendo uma verdadeira confusão de informações propícia para a propagação de notícias falsas, boatos e mentiras disseminadas a uma impressionante velocidade. Neste ambiente, elevam-se as vozes não especializadas que, apesar de, muitas vezes, não terem o conhecimento para defender, abordar ou combater certa opinião, acabam tendo grande visibilidade por conta de suas habilidades com os processos de distribuição de conteúdo online.

Esta habilidade é, justamente, o que vem tirando o sono das grandes corporações jornalísticas que, muitas vezes, se posicionam de forma desengonçada e imprópria no ambiente da Web 2.0 por falta de conhecimento de seus novos e exclusivos processos de difusão e também pela ausência de adaptabilidade aos novos tempos.

Dentro deste contexto, os memes - criados e compartilhados por indivíduos que se adaptaram perfeitamente à era digital, quando não nativos - passam a representar ferramentas importantes presentes na construção da opinião pública. Eles caminham juntos de forma comensalista à interferência do jornalismo, agindo efetivamente sobre o público de redes sociais digitais de forma simultânea e paralela.

O meme é um formato de expressão nativo da Web 2.0 e que fica em poder do cidadão comum que, geralmente, tem uma presença virtual marcada pela criatividade, pelo humor, pela análise dos fatos e mesmo pela intensidade da circulação ou poder de influência. Entretanto, podemos considerar que os memes são atores de uma nova forma de comunicação contemporânea, especificamente no campo da manipulação e disseminação de informações através da internet.

Retornando ao estudo primordial da opinião pública, de acordo com Marques de Melo (1985), apesar de todas as pesquisas acadêmicas dirigidas no último século, “ainda é difícil estabelecer uma precisão conceitual para este tipo de comunicação coletiva”, ou seja, o jornalismo institucionalizado. Isso ocorre, justamente, porque as dinâmicas práticas do mercado de comunicação caminham a passos vertiginosos enquanto a pesquisa de embasamento teórico constrói um caminho lento. Ou seja, enquanto os teóricos da comunicação tentam compreender, assimilar por análise científica e estabelecer vínculos históricos de algum fenômeno comunicacional, este mesmo se torna defasado, cedendo lugar para outra dinâmica, outra plataforma, outra maneira de estabelecer conexões informativas.

Diante disso, definir o que é jornalismo nos coloca a pensar sobre quais os pilares que sustentam a transmissão de informações capazes de moldar a opinião pública. Melo também defende a ideia de que o jornalismo tem em si a funcionalidade do entretenimento, além de informar, auxiliar no processo interpretativo da realidade e moldar opiniões. Como fonte de diversão, o jornalismo acaba se encontrando com outros aspectos do processo comunicacional, remetendo aos antigos trovadores que informavam os reis com os últimos acontecimentos através do canto, dança, de um instrumento, da representação teatral. Neste sentido, é impossível desmembrar a atividade jornalística das representações bem humoradas com características de entretenimento.

Dando um passo à frente para os dias de hoje, não é isso que fazem os memes, as esquetes de grupos de humor que ganham espaço na opinião pública através do Youtube, os perfis satíricos no Twitter, as páginas de crítica política com apelo do humor non-sense no Facebook? Sim, estamos vivendo uma época onde o fazer jornalístico opinativo fugiu das mãos dos grandes grupos empresariais de comunicação e, num momento de hiper democratização, ficou a cargo também do cidadão comum. E devemos este feito ao surgimento da Web 2.0, que deu voz ativa e interatividade a qualquer cidadão

com um dispositivo com acesso à internet.



Figura 3. Imagem de Michael Jackson em videoclipe de “Thriller” ressignificada no contexto do impeachment

Fonte: <http://ow.ly/UzE330kKoZP>

Como bem colocou Roberto Elísio dos Santos e Regina Rossetti (Humor e Riso na Cultura Midiática, 2012), o humor tem um quê de mítico, podendo até ser associado às teorias freudianas. Em sua obra, os autores destacam uma fala emblemática do psicanalista em um artigo apresentado no X Congresso Psicanalítico Internacional:

Como o chiste e o cômico, o humor tem algo de liberador a seu respeito, mas possui também qualquer coisa de grandeza e elevação que faltam às outras maneiras de obter prazer da atividade intelectual. Essa grandeza reside claramente no triunfo do narcisismo, na afirmação vitoriosa da invulnerabilidade do ego. O ego se recusa a ser afligido pelas provocações da realidade, a permitir que seja compelido a sofrer. Insiste em que não pode ser afetado pelos traumas do mundo externo; demonstra, na verdade, que esses traumas não passam de ocasiões para obter prazer. Esse último aspecto constitui um elemento inteiramente essencial do humor. [...] O humor não é resignado, mas rebelde. Significa não apenas o triunfo do ego, mas também o do princípio do prazer, que pode aqui afirmar-se contra a crueldade das circunstâncias reais. (Freud, como citado em Santos & Rossetti, p. 29)

Tendo esta fala freudiana como base da compreensão a respeito do humor, temos uma sugestão do porquê de essa ser a ferramenta mais utilizada na produção dos memes políticos e suas variáveis.

Apropriação e o Poder do Compartilhamento

Segundo Berger (2014), o impulso humano de compartilhar uma informação pode ter seis motivações determinantes: por moeda social (o que quero que as pessoas pensem sobre mim quando compartilho isso); gatilhos (identificação imediata com o conteúdo); emoção (quero que o outro sinta o que eu estou sentindo – paixão, ódio, sensibilidade, inconformidade, etc); público (desejo de tornar público algo privado); valor prático (desejo de auxiliar outras pessoas com soluções práticas que me impactaram positivamente); história (necessidade de repassar narrativas relevantes a um certo

grupo de pessoas).

Dentro deste contexto, analisamos que os memes podem estar relacionados a mais de uma destas motivações citadas por Berger.

No entanto, a moeda social ainda continua sendo a maior das motivações. Quando alguém compartilha um meme e passa certa informação à frente, há uma mensagem subliminar que diz: quero que vejam como sou antenado, como meu humor é refinado, como esta figura representa o que penso, como me orgulho das minhas convicções e como elas me representam diante do círculo social onde estou inserido. Com isso, o indivíduo se beneficia da sensação de pertencimento a um determinado grupo o qual ele acredita ter relevância e importância diante de contextos específicos.

Outro grande ponto abordado por Berger é o combate ao senso comum de que informação de ampla relevância é a mais propensa a ser compartilhada. Na análise do autor, uma pauta que possui um público enorme pode ser menos compartilhada quando comparada a pautas de interesse de pequenas minorias. O autor dá o exemplo de um público de um esporte impopular, como o pólo aquático, por exemplo, que pode gerar menos engajamento percentualmente do que uma grande massa de receptores sobre futebol.

No entanto, há a suposição que afirma que ter um público mais amplo não significa, necessariamente, que notícias sobre o tema serão espalhadas de forma massiva. A questão do ímpeto do compartilhamento acontece de maneira surpreendente à proporção: “embora conteúdo de ampla relevância possa ser mais compartilhado, o fato é que conteúdo de relevância óbvia para uma platéia restrita poder ser mais viral”. Isso porque, segundo o autor, em âmbito individual, as pessoas recebem informações teoricamente classificadas como “impopulares” e se lembram de alguém de seu círculo social. Por associação imediata e ligação afetiva, o receptor se sente muito mais impelido em compartilhar tal informação com a pessoa a quem o assunto se liga, dando sua contribuição à disseminação em cadeia da informação.

Isso atinge diretamente o potencial que os memes representam. Se, por um lado, as informações formais (de característica jornalística) têm a possibilidade de viralizar no grande público, os memes já nascem com este propósito. No entanto, pretendem atingir um público restrito e seletivo, que irá compreender as referências do material e interpretar da forma correta, o bastante para que o indivíduo seja impelido a repassar o meme para seus contatos. A cadeia, então, é formada por pessoas que compreendem a piada / associação graças à uma bagagem cultural semelhante neste sentido.

Por isso, a comunidade consumidora de memes é bastante simpática. Seus membros se reconhecem entre si pelo simples fato de terem a mesma percepção bem humorada sobre determinados temas. Cria-se uma empatia instantânea entre estes indivíduos, fortalecendo cada vez mais o cenário onde os memes atuam. Consequentemente, a opinião deste grupo seletivo é influenciada de maneira direta, rápida e de maneira quase simbiótica.

Dentro destes grupos, observamos algo muito fiel ao que Blackmore e Dawkins abordaram em suas observações a respeito da memética como formadora de um ambiente social.

Berger cita o exemplo de dois restaurantes, um vazio e outro cheio. As pessoas são mais influenciadas a acreditar que o restaurante cheio é melhor do que o vazio. Esta afirmação vem do fato do pressuposto de que se outras pessoas estão lotando o estabelecimento e comendo ali, ele é bom. De forma contrária, se ninguém está sentado comendo no segundo restaurante, a vontade de ter uma

experiência ali se reduz a quase zero.

As pessoas com frequência imitam aqueles ao seu redor. Vestem-se no mesmo estilo que os amigos, escolhem as entradas preferidas de outros clientes do restaurante e reutilizam mais as toalhas do hotel quando pensam que os outros estão fazendo o mesmo. (...) Os programas de TV usam gravações de risadas por esse motivo: as pessoas ficam mais inclinadas a rir quando ouvem outras rindo. (Berger, 2014, pp. 136-137).

De alguma maneira, os indivíduos buscam a legitimação das informações através do que os outros pensam ou agem sobre elas. E a medição desse termômetro varia entre retuítes, compartilhamentos e muitos, muitos joinhas.

Dentre estas primeiras análises, é possível, portanto, determinar que os memes ultrapassam as barreiras do mero entretenimento digital e penetram na esfera capaz de atuar diretamente na formação da opinião pública.

Observando sua vida útil - nascendo, vivendo, se reproduzindo e morrendo dentro da Web 2.0 - torna-se curiosa a observação do humor, muitas vezes considerado leviano, tomando o lugar de protagonismo em uma comunidade com tanto potencial de influência social. Sendo assim, os memes abrem um novo e inexplorado campo para compreendermos como os indivíduos e a coletividade formam seus posicionamentos e certezas de forma tão complexa e, muitas vezes, até mesmo inconsciente.

Seguimos na pesquisa deste fenômeno com o objetivo de adentrar nas camadas mais profundas dessa relação entre humor, política e opinião. O terreno é vasto e o solo mais fértil do que nunca.

Referências Bibliográficas

Bauman, Z. (2000). *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro: Zahar.

Berger, J. (2014). *Contágio*. São Paulo: Leya.

Gillmor, D. (2005). *Nós, os media*. Lisboa: Editorial Presença.

Jenkins, H. (2006). *Convergence culture*. Los Angeles: New York University Press.

Lippmann, W. (2008). *Opinião Pública*. Petrópolis; Vozes.

McCombs, M. (2009). *A Teoria da Agenda*. Rio de Janeiro: Vozes.

Marques de Melo, J. (1985). *A opinião no jornalismo brasileiro*. São Paulo; Vozes.

Santos, R. E. dos & Rossetti, R. (Orgs.). (2012). *Humor e riso na cultura midiática*. São Paulo:

Paulinas.

O que as Narrativas Fotojornalísticas Podem Perder com os CMS

Silvio da Costa Pereira¹

Ao longo do século XX o jornalismo ganhou muito em visualidade. Os jornais e revistas, que antes eram primordialmente textuais, passaram a ser feitos com muitas imagens, a quais com o advento da televisão e, mais tarde, com a internet, ganham também movimento.

As narrativas jornalísticas são potencializadas com tais possibilidades. Mas fatores novos, impostos pelo modo como tem se dado a migração para a internet, podem estar limitando o cenário de criação de narrativas visuais, que podem estar se tornando mais pobres que aquelas com as quais nos acostumamos ao longo do século passado.

Este artigo se propõe a discutir as limitações impostas por um dos fatores que chamaram nossa atenção do longo da pesquisa de campo do projeto de doutorado²: as possibilidades dadas e negadas pelos CMS³ usados nas redações. Nosso olhar, no entanto, não se direciona para os sistemas em si, mas para as narrativas fotográficas compostas a partir e com o auxílio destes.

Imagens no Jornalismo: da Litografia aos Sistemas de Paginação Flexíveis

Até o final do século XIX não era possível utilizar fotografias diretamente nos veículos jornalísticos. Nessa época as imagens eram copiadas manualmente e impressas através de litografias ou xilogravuras, por vezes em páginas separadas do texto devido a incompatibilidades técnicas. Isso levou, num primeiro momento, à inexistência de narrativas visuais e, depois, ao uso de imagens de forma complementar e geralmente separada das narrativas textuais.

Com o advento das retículas, as fotografias passam a ser impressas diretamente, sem a necessidade de serem copiadas manualmente. Mas é somente com a criação da rotogravura e da fotocom-

1 Professor do curso de Jornalismo (Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS))
Doutorando em Jornalismo (Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)).
E-mail: silviocostapereira@gmail.com.

2 O projeto 'Jornalismo imagético: produção do fotojornalismo na transição do impresso para a web' vem sendo realizado junto ao Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina, no Brasil.

3 *Content Management System*, na sigla em inglês, que é mais comumente usada. No Brasil também são chamados de SGC ou Sistemas de Gerenciamento de Conteúdo.

posição que as imagens passam a ser usadas de modo mais livre e criativo dentro das páginas jornalísticas. De alto custo esses sistemas são inicialmente empregados nas chamadas ‘revistas ilustradas’ e demoram a chegar aos jornais (Azevedo, 2009).

O processo de criação da diagramação dos periódicos transformou-se, com a rotogravura, em uma operação de montagem de imagens e textos, com o auxílio da régua, tesoura e cola, sobre uma mesa de luz. Enquanto nos semanários de atualidades ilustrados com gravuras os tamanhos dos diversos elementos eram fixos, determinados pelo tipógrafo, agora eles podiam ser modificados a qualquer momento durante a preparação dos originais. Também cessou a obrigatoriedade da alternância entre páginas somente de textos e outras apenas com ilustrações. As páginas deixaram de ser pensadas como elementos estanques, ordenados por uma grade quadrangular, e passaram a constituir um espaço flexível e contínuo. (Costa, 2012, p. 313)

Essa forma de montagem de páginas permitida pela rotogravura vai se popularizar com o sistema de impressão em offset, disseminado décadas depois, e que se mantém sendo usado massivamente pelo jornalismo até o surgimento dos sistemas digitais, no final do século XX. Na década de 1980 as páginas passam a ser montadas em computadores, ampliando a flexibilidade do que podia ser feito com estilete e cola. Tal transição, no entanto, não se deu sem problemas, e levou a redação a assumir funções que tradicionalmente eram feitas na oficina (Underwood, Giffard & Stamm, 1994).

A Transição para as Telas e o Surgimento dos CMS

A partir de 1995, com a abertura da internet no Brasil para uso comercial, jornais e revistas passam a distribuir seus conteúdos via *web*. Machado relata que o Jornal do Brasil foi o primeiro veículo a colocar sua cobertura completa na rede, em 1995. Sua interface, no entanto era “pouco interativa, sendo quase uma cópia resumida do jornal tradicional” (Machado, 1996, p. 5), e suas páginas eram montadas a partir de códigos HTML, conhecimento necessário a todos profissionais que publicam na internet nesse período.

Para facilitar a publicação de conteúdo online são criados os CMSs, que dão aos usuários acesso a ferramentas de bases de dados, permitindo criação, edição e publicação de páginas web (Schwingel & Weiss, 2008), acabando com a necessidade de conhecer HTML ou qualquer outra linguagem para criar narrativas com texto, fotos e sons na *web*.

Mas se descomplicam a vida do usuário e são hoje ferramentas fundamentais no processo de produção jornalística, tais sistemas limitam as possibilidades de publicação àquilo que é previsto pelo programador do sistema ou que pode ser acoplado a este através de *plugins*.

Os sistemas de gerenciamento de conteúdos contribuem para o processo de produção jornalístico, tornando o envio e publicação de conteúdos ágeis e eficientes. E, por vezes, dificultam tal processo devido às limitações e restrições previamente estabelecidas no sistema, ou seja, as funcionalidades programadas em seu desenvolvimento e implementação. (Schwingel & Weiss, 2008, p. 108).

Carvalho (2017) relata, em seu estudo do uso de CMSs por jornalistas, diversas soluções e conflitos relacionados ao uso dos sistemas, e aponta a limitação no layout como uma das desvanta-

gens destacadas por um dos entrevistados de uma redação regional de grande porte. A impossibilidade de postar galerias de fotos de forma adequada e sem erros, bem como a grande demanda de tempo para corrigir posicionamentos incorretos de fotos foram indicadas nas entrevistas em uma pequena redação de mídia alternativa. De maneira geral, Carvalho sugere que o grande número de opções disponíveis, a falta de clareza do que cada recurso faz, a não participação dos jornalistas na criação dos CMS e mesmo o jargão diverso do empregado nas redações contribuem para usos ineficientes. Por isso, para ele “é preciso não apenas uma ferramenta de publicação de notícias, mas uma ferramenta feita para o jornalista e com a participação efetiva de jornalistas” (Carvalho, 2017, p. 212).

O Uso do CMS em Três Redações Brasileiras

Os dados que apresentamos a seguir foram obtidos na pesquisa de campo doutoral realizada pelo autor. Ao longo de dois meses foi realizada observação participante seguida de entrevistas em três redações brasileiras: um veículo impresso e online de circulação regional da região sul (que neste artigo chamaremos de ‘V1’), um veículo online de circulação regional da região centro-oeste (V2), e um veículo impresso e online de circulação nacional da região sudeste (V3).

Nas três redações o CMS permite publicar fotos em meio ao texto ou em galerias. Em nenhuma das redações há envolvimento direto de fotojornalistas ou editores de fotografia na publicação de conteúdo visual. No entanto auxílios podem ser solicitados. Na V1 as matérias são publicadas por redatores de uma editoria focada no conteúdo online. Nas redações V2 e V3 a escolha de fotos se dá pelo repórter ou por um redator (no V2 os redatores publicam materiais de qualquer editoria; no V3 os redatores são da editoria responsável pela matéria). Na redação V3 essa é uma transformação recente, e foi implantada cerca de um mês antes do início de nossa pesquisa, sendo anteriormente realizada por equipe específica. Isso implica que hoje, em todas as redações que pesquisamos, são repórteres e redatores que decidem quando uma foto é usada no meio do texto, qual é essa foto ou quando vale a pena criar uma galeria. Nas publicações que pudemos acompanhar, o tempo de escolha de uma foto por um repórter ou redator foi sempre curto, não tendo sido observadas muitas buscas ou comparações, o que torna o processo bastante diferente do que vimos junto aos editores de fotografia. Repórteres e redatores também escolhem a foto da chamada da matéria, exceto na V3, onde isso é feito pelo editor da *homepage*. A escolha de fotos estava vinculada principalmente ao critério informativo ou, como explicado, a foto deve estar relacionada com o título. A mesma relação é buscada na seleção da foto que abre uma galeria. Como as imagens são pré-selecionadas pelos fotógrafos quando estes chegam à redação, tratadas e colocadas em um local de acesso coletivo, o profissional que as publica pode optar por qualquer uma das que ali estão, independente se foi ou não a escolhida pelo editor para a edição impressa. Depois é preciso fazer o *upload* da imagem para o servidor, indicar o local da matéria onde ela será colocada, dar o corte para que se enquadre aos padrões do CMS⁴, redigir a

4 Na V1, independente do tamanho da imagem, ela é reduzida para 1200 pixels de largura, sendo a altura reduzida proporcionalmente ao corte dado. Na V2 há três opções: 300x225 pixels, 640x480 pixels ou customizadas. E na V3 o usuário escolhe apenas o formato (retrato ou paisagem) e a proporção da imagem (3x2, 5x2, 9x16, 3x4 ou 1x1).

legenda e colocar o crédito. Isso implica que o corte da foto usada no site pode não ser idêntico ao da edição impressa, caso se utilize a mesma imagem.

Em duas redações recebemos relatos de que é interessante usar galerias de fotos porque elas geram muitos *pageviews*. O que sugere que seu emprego pode ter foco mais comercial que narrativo. Na V1 o uso delas é pequeno, segundo relatos em função do sistema ficar lento com a adição de muitas imagens. Na redação V3 as galerias criadas ficam gravadas no CMS e podem ser reutilizadas em outras matérias, com posterior adição ou supressão de imagens. Se por um lado isso agiliza o processo de criação, por outro promove o emprego de galerias muito semelhantes em matérias sobre a mesma temática.

Acompanhamos, na redação V2, um repórter publicando uma galeria de fotos, e notamos que não havia créditos de autoria nem legendas. Ele explicou que ambos eram publicados no mesmo espaço, e apenas na foto principal, porque essa era a forma que conhecia. Questionamos um editor, que nos disse ser possível colocar créditos e legendas individuais, mas ao tentar demonstrar também não obteve sucesso. No dia seguinte apresentamos o problema a um dos responsáveis pelo site, que nos mostrou como resolvê-lo. Vimos assim que há detalhes técnicos que os jornalistas desconhecem ou não absorvem, e que os levam a optar por soluções mais simples. A exceção são os profissionais que, por interesse próprio ou por terem maior facilidade com o uso de sistemas digitais, buscam conhecer mais detalhadamente as opções disponíveis para produzir páginas diferenciadas. O responsável pelo site recorda que o CMS oferecia mais opções, mas que isso foi limitado porque gerava muitos problemas, como a publicação de imagens muito pequenas ou de baixa resolução.

Para corrigir publicações problemáticas há, nas redações V2 e V3, um profissional que fica varrendo o site ao longo de todo o dia. Quando encontra, por exemplo, uma imagem que considera inadequada por questão estética ou de informação ele a corrige (reenquadra, geralmente) ou troca (o que pareceu mais comum), tendo autonomia para fazer isso sem precisar conversar com o repórter/redator que publicou a matéria ou com o editor responsável. “Ele fica o dia inteiro entrando e arrumando, entrando e arrumando, entrando e arrumando. Ou a gente vê a foto não tratada e ‘puxa, dá para arrumar’. A gente tá arrumando o avião voando” contou uma editora do V3, que também relatou a criação, por um repórter, de uma galeria com fotos muito parecidas entre si, e que acabou sendo substituída por uma única imagem nessa revisão. Para ela o problema é que os repórteres e redatores, focados na produção textual, “não tem a sensibilidade visual necessária pra fazer a melhor galeria. É difícil pra ele fazer uma narrativa visual, com as fotos”.

Um dos repórteres fotográficos da V2 comentou que como repórteres/redatores não têm muito tempo para selecionar imagens, é comum que usem uma das primeiras que veem ou simplesmente aquela que lhes chamou mais atenção, sem verificar detalhes ou segundas leituras. Relatou que, sempre que pode, conversa com quem publica para explicar as fotos que fez e sugerir usos ou recortes. Um repórter do mesmo jornal contou que um assessor político reclamou que a foto publicada não representava bem seu assessorado, dizendo que isso havia sido feito intencionalmente. Conta que, observando com calma, viu que não era exatamente uma boa foto, mas que não houve intencionalidade em sua escolha. Simplesmente pressa na publicação. De acordo com ele problemas desse tipo ocorrem pelo curto tempo de escolha, mas também pelo fato de não haver um editor focado na escolha das imagens, que possa fazer uma seleção mais criteriosa do material visual. Mas as observações

feitas nas três redações sugerem que os critérios ‘visibilidade’ (ter algo que a destaque ou ter sido sugerida por alguém) e ‘facilidade de acesso’ (ser uma das primeiras da lista ou ter sido recebida pelo *Whatsapp*) são fundamentais na seleção.

É difícil dizer se o sistema de publicação é causa ou consequência da pressa. Mas sua existência acelera o ritmo da redação em função da possibilidade de dar a notícia antes ou logo após a concorrência. Observamos e tivemos relatos de que a possibilidade de publicar, via CMS, ao longo de todo o dia, gera grande pressão sobre os repórteres fotográficos e demais profissionais. Notamos, no entanto, que essa pressão é diferente em cada uma das redações, e nos pareceu mais intensa na V2, veículo que é exclusivamente online. Principalmente nela recebemos relatos de que há pouco tempo para a produção de fotografias mais elaboradas ou pensadas. Mas tanto na V1 quanto na V2 tivemos relatos de fotógrafos que tratam imagens no *smartphone* antes de enviá-la à redação, mesmo sabendo das limitações de tais aplicativos. “Mas é o meu nome que vai lá”, disseram vários, para explicar porque usam os aplicativos *mobile*. Quando isso não ocorre as fotos enviadas são publicadas e arquivadas, na grande maioria das vezes, sem nenhum tipo de tratamento.

Quando o CMS não suporta algum conteúdo, como uma fotografia em 360 graus ou um vídeo, ele pode ser publicado em um espaço externo e embedado⁵ na página. Tal prática também vale para a publicação de conteúdos produzidos em portais, como infografias. À exceção dos vídeos, no entanto, não observamos o uso de outras mídias assim incorporadas.

Diferente dos demais, o CMS da redação V3 funciona integrado aos sistemas de produção de textos e armazenamento/indexação de fotos. Isso pode facilitar o processo de seleção caso a foto já esteja catalogada, mas pode ser um problema se a imagem for recebida por *Whatsapp*. Nesse caso o repórter/redator deve primeiro colocar essa imagem no sistema, para somente depois poder usá-la. Recebemos relatos de que a pressa pode levar a uma inclusão com poucos dados no sistema e torna a imagem pouco rastreável no futuro.

O CMS da V3 permite posicionar as fotos no topo da matéria (entre o título e o início do texto), mas isso parece pouco usado devido a um problema de programação que fazia o título sumir quando essa opção era escolhida. A redatora que nos fez esse relato disse que devido a isso habituou-se a usar fotos logo após o primeiro parágrafo, mesmo depois de feita a correção, o que sugere que hábitos de uso podem ser criados pelas facilidades ou dificuldades do próprio sistema, e assim inibir o aproveitamento de algumas funcionalidades do CMS.

Assim como todo sistema informatizado o CMS tem suas atualizações, que nem sempre são comunicadas aos jornalistas usuários. Acompanhamos uma publicação na qual a redatora preenchia de forma idêntica os campos ‘autor’ e ‘crédito’ da foto: o nome do fotógrafo, espaço, barra, espaço, e o nome da agência para a qual ele trabalha. Mas nesse dia ela nota que a informação sai duplicada. Explica que sempre fez assim, mas que algo deve ter mudado, e passa a experimentar correções. Ao deixar ‘autor’ em branco observa que a duplicidade some, sendo mantida a barra (/) inicial. Decide experimentar colocar o nome do fotógrafo em ‘autor’ e o nome da agência em ‘crédito’ e nota que

5 Usa-se no Brasil o termo ‘embedar’, aportuguesamento do verbo inglês ‘*to embed*’, para significar que algo (um vídeo, uma foto 360, um áudio, etc.) foi incorporado a uma página web, através de um código HTML, sem a necessidade de estar presente no mesmo servidor que hospeda o site. Este código cria um hiperlink com o local onde a mídia está publicada.

funciona. O problema é resolvido na base da tentativa e erro, e do uso de lógica. Não travamos contato, no entanto, com qualquer ‘manual’ ou ‘help’ que ajudasse a usar o sistema, nem tivemos relatos de avisos das mudanças ou atualizações, em nenhuma das redações pesquisadas.

Alternativa ao uso do CMS, os programadores são mais atuantes na V3, que possui uma equipe de quatro profissionais, focados em projetos especiais, infografias online e raspagem de dados. Na V1 um programador que atua no grupo ao qual pertence o veículo auxilia na criação de reportagens especiais. E na V2 os profissionais que cuidam do site podem customizá-lo, se necessário, mas não tivemos notícia de que isso tenha ocorrido. Eles têm origem em áreas diversas e se valem de múltiplas linguagens (*JavaScript* foi a mais citada) para construir materiais diferenciados do padrão disponível no CMS. São os programadores que possibilitam o uso de *loops* de vídeo, vídeos iniciados quando surgem na tela, incorporação de imagens em 360 graus, uso de fotos com recortes e tamanhos fora do padrão do CMS, elementos interativos, entre outros. Os relatos que recebemos sugerem relativa integração entre quem produz, quem edita e quem programa, de modo que últimos criem modos de construir a página de acordo com o que é imaginado pelos primeiros.

Análise de Matérias

Apresentamos a seguir duas matérias do jornal Folha de S. Paulo. A escolha do veículo se deu em função de ser ali possível encontrar matérias impressas que são levadas à web ora construídas via CMS, ora explicitamente montadas com o auxílio de programadores.

A primeira matéria (Figura 1) foi publicada no dia 10 de junho de 2018 e tem como foco o técnico Tite, da Seleção Brasileira de futebol masculino e sua relação com a Confederação Brasileira de Futebol. A versão para web⁶ foi produzida via CMS, e pode ser dividida, no miolo de conteúdo editorial que nos interessa⁷, em 3 blocos: um cabeçalho (cartola; título; linha de apoio; links para redes sociais, comentários e URL do site; crédito de autoria), a parte textual (que inclui *hiperlinks*) e a galeria de fotos. Há, assim, uma clara separação entre a parte textual e as oito fotografias apresentadas em forma de galeria, todas feitas pelo repórter fotográfico Eduardo Knapp, da Folhapress. As fotografias ilustram o conteúdo textual da entrevista, embora – principalmente as imagens de detalhes – possam remeter a significados complementares visualmente sugeridos.

O usuário terá que optar por ler o conteúdo textual ou ver as fotos, já que apenas poucas linhas do texto são visíveis na tela⁸ do laptop acima ou abaixo da galeria. A separação entre texto e fotos pode ser completa se visualizarmos a galeria em tela cheia. Das oito imagens, cinco são do técnico

6 <https://www1.folha.uol.com.br/esporte/2018/06/tite-busca-apice-de-sonho-que-renasceu-a-selecao-e-salvou-a-cupula-da-cbf.shtml>

7 Não consideramos cabeçalho do jornal, links para editoriais, coluna esquerda (data e hora da publicação, comandos de acessibilidade e link para a versão impressa) e coluna direita (publicidade e matéria relacionadas)

8 Em toda essa análise utilizamos visualização em zoom 100% em uma tela de resolução 1366x768 pixels. Deixamos, assim, de fora do escopo deste artigo, a discussão sobre a influência do tamanho das telas na criação de narrativas visuais através dos CMSs.

(dois retratos *mug-shot* levemente contrapicados em plano médio fechado⁹ e três retratos ambientais em grande plano) e as outras três de detalhes do ambiente (as pulseiras, anéis e relógio na mão esquerda de Tite; frases escritas num vidro da sala; um símbolo religioso presente em uma das paredes), e podem ser vistas em sequência ou escolhidas a partir da visão do conjunto.

⁹ Nos valem dos planos fotográficos sugeridos por Duarte (2000, pp. 167-183) ao longo de toda nossa análise.

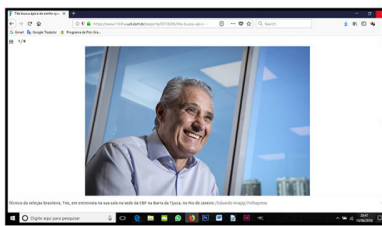


Figura 1. Comparação da versão desktop de matéria publicada via CMS (1) com a versão impressa (4). No site as imagens da galeria podem ser vistas em tela cheia (2), e o scroll vertical da página permite olhar apenas uma parte da matéria (3)

A versão impressa da matéria está visualmente, dividida em dois blocos principais. No superior, que ocupa cerca de 2/3 da parte editorial (sem levar em conta o cabeçalho da página) temos um grande retrato *mug shot* com a metade superior em sépia e a metade inferior em preto e branco. A imagem foi feita pelo fotógrafo oficial da CBF, Lucas Figueiredo, e ganhou tratamento digital de Edson Sales, da equipe da Folha. No entorno da foto há dois blocos de informação: no superior temos uma linha do tempo que apresenta os títulos ganhos por Tite, e no lateral esquerdo um resumo do desempenho da Seleção Brasileira sob o comando do técnico. No canto inferior esquerdo desse bloco, sobrepondo-se à porção em preto e branco da fotografia, está uma frase que não é nem o título nem a cartola, mas que funciona como atrativo visual acoplado à foto. O bloco inferior, que ocupa cerca de 1/3 do espaço editorial, é totalmente textual (título, linha de apoio, crédito de autoria, texto da matéria e olho). Observamos que aqui a fotografia funciona de modo similar à noção de imagem reflexiva proposta por Català (2005), ao fazer parte de um conjunto que promove o pensamento através da visualidade, sendo o tratamento digital e sua relação espacial entre a foto e os demais elementos o princípio de tal efeito de sentido.

A segunda matéria (Figura 2) faz parte de uma série sobre as mudanças climáticas publicada pela Folha entre 22 de abril e 12 de junho de 2018, que teve a paginação feita com o auxílio de programadores, conforme se constata nos créditos de cada capítulo. A versão para web¹⁰ inicia com duas características não possíveis via CMS: a extensão da foto até as margens direita e esquerda da tela, e a presença de informações (título, cartola/link para a *home* da série, e links para redes sociais) sobre a imagem. Isso faz com que abertura da matéria seja mais visual, ao contrário do que ocorre quando ela é publicada via CMS. Essa foto recebe uma legenda e é seguida pelo único bloco publicitário da matéria. Depois dele há uma fotografia sobreposta por uma palavra ('Portugal', que indica a cidade ou país destacado naquele capítulo) e um grande triângulo branco no canto inferior esquerdo indicando ao usuário que se trata de um vídeo. Assim como quase todas as fotos desta matéria (exceção de um único díptico), esta também se estende de margem à margem da tela. O texto da matéria só começa depois do vídeo, após apresentar a opção de leitura em inglês e espanhol, os créditos dos autores de texto e imagens, e a data e hora de publicação. O bloco de texto ocupa pouco menos de 50% da largura da área central da tela. O conteúdo textual vai sendo entremeado por fotografias (dez, sem contar a de abertura e a que representa o vídeo; todas com legendas e créditos de autoria), *loops* de vídeo (três, todos sem legenda, e acionados automaticamente pela passagem do usuário naquela parte da página) e infografias (três estáticas e uma em vídeo acionado pelo usuário), sendo que os gráficos estáticos não ultrapassam a largura da coluna de texto.

10

<https://arte.folha.uol.com.br/ciencia/2018/crise-do-clima/portugal/tempestades-de-fogo-mataram-115-portugueses-em-2017>



Figura 2. Comparação da versão desktop de matéria publicada com auxílio de programadores (1) com a versão impressa (4). Já na abertura da matéria é privilegiada a visão de uma foto (2) mesmo que o scroll vertical da página permite em alguns momentos ver apenas porções textuais (3)

Há diversos usos para as imagens nesta matéria, sendo que elas não se limitam a ilustrar o texto, embora também o façam. O grande tamanho possibilitado pela extensão da imagem além da coluna de texto permite a leitura de detalhes (em telas de laptop/desktop). Os *loops* de vídeo, todos curtos (14, 19 e 28 segundos) transitam entre a ilustração (as casas quebradas e abandonadas, no primeiro *loop*) e a reflexividade (um único automóvel que se move nesse cenário desolador). Embora pudessem ser colocados numa matéria publicada via CMS, sua visão sem os comandos (*play, stop, etc.*), com *autoplay* e ocupando todo o espaço da tela dificilmente poderiam ser implementados sem programação.

A versão impressa foi publicada em três páginas (inicia em uma página direta e tem depois uma página dupla). São usadas seis fotos, sendo que uma delas apareceu como loop de vídeo na versão web; e quatro infografias, sendo que a videoinfografia foi transformada em infografia estática. Uma relação visual entre as fotografias, os infográficos e os elementos textuais é criada na página pela diferença de tamanho e posição delas. Tal relação sugere uma sequência de leitura das imagens dentro do contexto de cada página, e esse encadeamento cria uma narrativa visual. Capitulares, título, cartola, linha de apoio, legendas e a própria disposição do texto em colunas funcionam também como elementos visuais no desenho da página. Por não contar com *hiperlinks*, a página localiza o leitor no contexto da série e apresenta o endereço da *homepage*.

Considerações Finais

O grande trunfo e importância dos CMS está na possibilidade de publicação rápida e simples dos materiais jornalísticos, a partir de qualquer lugar com acesso à internet.

Mas ao permitir a fácil inclusão de fotografias os sistemas de gerenciamento de conteúdo têm criado a ilusão de que o jornalista é autossuficiente, e de que o trabalho de edição pode se limitar à atividades anteriores ao trabalho de produção de conteúdo. Isso tem, indiretamente, provocado um empobrecimento das narrativas visuais, uma vez que seleção, enquadre e ordenamento de imagens são feitos por profissionais que, no geral, pouco ou nada entendem da gramática das imagens. O uso de fotografias que apenas ilustram o que o texto narra e a criação de galerias que apenas agregam imagens sem com isso criar uma narrativa visual sugerem que os CMSs tem sido prioritariamente trabalhados sob a ótica do texto. Some-se a isso a falta de conhecimento destes sistemas para além do básico e a pressa e ter-se-á um quadro que aponta para a necessidade constante de revisão do que é publicado. Nesse sentido ter na redação editores de imagem que atuem junto aos repórteres/redatores que publicam as matérias poderia auxiliar na criação de narrativas mais visuais na web.

Talvez devamos pensar que para usufruir das potencialidades do ambiente digital, necessariamente teremos que agregar programadores e designers às redações, ampliando e atualizando a ideia de Beltrão (1959), que considerava jornalistas, editores e técnicos como agentes produtores. Reduzir o jornalismo a jornalistas e editores – ou, pior ainda, retirando editores como parece estar ocorrendo com a fotografia – pode empobrecê-lo, não apenas pelo incremento de tarefas como pela ausência da expertise necessária. Nesse novo ecossistema os programadores teriam papel semelhante ao dos ‘gráficos’ e os designers atuariam como ‘diagramadores’, ambos trabalhando no sentido de permitir

que as narrativas visuais, sonoras e textuais pensadas por jornalistas e editores fossem efetivamente implementadas. Nesse mundo ideal, o uso de CMSs ficaria restrito àquelas narrativas simples, basicamente textuais ou sonoras, ou onde se busca soluções pré-programadas. Tal solução, no entanto, esbarra nos custos de ampliação da equipe, viável apenas em grandes redações; e também no tempo de trabalho necessário, o que pode ser problemático principalmente em notícias factuais.

A criação de CMSs voltados a narrativas visuais e feitos a partir das necessidades de criação jornalísticas com textos, sons e imagens seria útil. A possibilidade de expansão via rotinas customizadas que permitissem agregar formatos diferenciados também poderia possibilitar que cada redação personalizasse seu CMS às narrativas que mais usa. Mas mesmo o melhor e mais completo sistema de nada serve se seu aprendizado não for contínuo, de fácil acesso, em linguagem compatível com a dos jornalistas e com auxílios breves que possam ser consultados em meio à correria do dia a dia sem perda de foco.

Da forma como está hoje, com o uso de sistemas de publicação prioritariamente voltados à narrativas hipertextuais, com um enxugamento das redações que leva jornalistas de texto a serem os responsáveis pela publicação das imagens, com tempos muito curtos de publicação, a produção jornalística tende a se aproximar perigosamente da cidadã, perdendo-se com isso o diferencial que jornalistas profissionais poderiam fornecer à sociedade. Em tal contexto, o alerta de Baeza (2001, p. 95) soa muito atual: “desprezar a imagem já não é somente o sintoma de uma insuficiência profissional, mas de uma grave irresponsabilidade”¹¹. Nesse sentido precisamos tanto de equipes quanto de sistemas responsáveis, no sentido de que estejam habilitados a trabalhar com todos os tipos de imagens contemporâneas de maneira crítica e criativa, deixando para trás amarras e tropeços que poderiam ser evitados.

Referências Bibliográficas

Azevedo, D. (2009). A evolução técnica e as transformações gráficas nos jornais brasileiros. *Mediação*, 9(9), 81-97. Recuperado de <http://www.fumec.br/revistas/mediacao/article/view/296>.

Baeza, P. (2001). *Por una función crítica de la fotografía de prensa*. Barcelona, Espanha: Editorial Gustavo Gili.

Beltrão, L. (1959). *Iniciação à filosofia do jornalismo*. São Paulo, Brasil: EdUSP.

Carvalho, F. (2017). *Sistemas de gerenciamento de conteúdo por jornalistas: um modelo adequado às demandas no jornalismo contemporâneo* (Dissertação de Mestrado). Programa de Pós-Graduação em Jornalismo, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, Brasil. Recuperado de <http://tede.ufsc.br/teses/PJOR0103-D.pdf>.

¹¹ No original: “despreziar la imagen ya no es sólo el sintoma de una insuficiéncia profesional, sino una grave irresponsabilidad”. Tradução do autor.

- Català, J. (2005). *La imagen compleja: La fenomenología de las imágenes en la era de la cultura visual*. Barcelona, Espanha: Belaterra / Barcelona, Espanha: Universitat Autònoma de Barcelona.
- Costa, H. (2012). *As origens do fotojornalismo no Brasil: um olhar sobre O Cruzeiro (1940/1960)*. (pp. 302-323). São Paulo: Instituto Moreira Salles.
- Duarte, E. (2000). *Fotos & Grafias*. São Leopoldo, Brasil: Editora Unisinos.
- Machado, E. (1996). Jornalismo na internet: o paradoxo entre o fascínio das potencialidades da tecnologia digital e o modelo da produção verticalizada da notícia. *XIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, Londrina, Brasil. Recuperado de <https://bit.ly/2tz6yev>.
- Schwingel, C. & Weiss, A. (2008). Uma delicada relação: o encontro do conteúdo e da produção nos sistemas de gerenciamento de conteúdos. Um estudo comparativo da sistemática de trabalho das redações no Brasil e Estados Unidos. *Brazilian Journalism Research*, 1(1), 97-120. Recuperado de <https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/download/166/165>.
- Underwood, D., Giffard, A., & Stamm, K. (1994). Computers and editing: pagination's impact on the newsroom. *Newspaper Research Journal*, 15(2), 116-127.

Periodismo Transmedia en Tiempos de Convergencia: la Noticia en Imágenes

Paula Hernández González¹

La Ecología de los Medios ofrece un marco interesante para comprender los cambios tecnológicos, sociales y culturales producidos por la irrupción de internet y la world wide web (Fratlicelli, 2011, p. 4). Tanto la *dimensión ambiental* de la metáfora ecológica según la cual los medios crean un ambiente que rodea a las personas y afecta sus modos de percepción, cognición, sentimientos y comportamientos; como la *dimensión intermedial* que permite considerar a los medios de comunicación como especies que viven en el mismo ecosistema y establecen relaciones entre sí (Scolari, 2015, p. 29).

Desde esta perspectiva estamos asistiendo a un cambio ecológico sin precedentes, que impacta de lleno en los modos de producción, circulación y a acceso al sistema cultural mediático. Cambios que Henry Jenkins (2006) propone pensar desde el paradigma de la convergencia: viejos y nuevos medios se relacionan en formas cada vez más complejas y el consumo de contenidos se transforma en una experiencia activa y relacional. En la búsqueda de adaptarse al nuevo ecosistema y en respuesta a estas nuevas exigencias de los prosumidores emerge la *Narrativa Transmedia*, fundamentalmente desde el campo de la ficción. Sin embargo la publicidad, la educación y el periodismo están tomado nota de las nuevas formas en que los usuarios se relacionan con los contenidos y los medios.

Mediante la metodología de la revisión bibliográfica, y proponiendo un diálogo autores como el Rost y Bergero (2016), Scolari (2013), Renó y Flores (2012), Moloney (2011) y el propio Jenkins, este artículo propone una aproximación a la problemática de las narrativas transmedia aplicadas al periodismo, en el marco de la nueva ecología mediática signada por la convergencia. Entendiendo que, cómo plantean Renó y Flores (2012), el uso de imágenes constituye la base del periodismo transmedia en la actualidad.

¹ Periodista en Radio Nacional Córdoba, Argentina.
Maestranda en la Maestría en Comunicación Digital Interactiva Modalidad a Distancia (Universidad Nacional de Rosario).
Integrante del equipo de investigación Los nuevos escenarios del periodismo: convergencia, disrupciones, reconfiguraciones y desafíos (Secyt-UNC 2018-2021) de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Córdoba.
E-mail: paulahernandez.cba@gmail.com.

La Era de la Convergencia: el Nuevo Ecosistema Mediático

Internet está transformando la vida cotidiana de un porcentaje cada vez mayor de la población. Según las estadísticas elaboradas por la Unión Internacional de las Telecomunicaciones -organismo especializado de las Naciones Unidas- el acceso a internet se ha expandido vertiginosamente en los últimos veinte años.² Para el 2017, el 70 % de los argentinos ya era usuario de internet y el 63% de los hogares estaban conectados. La tasa de suscripciones de banda ancha fija alcanzaba las 17 suscripciones por cada 100 habitantes, una de las más altas de la región³. Mientras que en el mismo año se registraron 80 suscripciones activas de banda ancha móvil por cada 100 habitantes. La revolución dentro de la revolución: internet donde sea a la hora que sea.⁴

La penetración de internet, primero a través de las computadoras personales –el 67 % de los hogares tienen una- y luego de los dispositivos móviles – hay 150 teléfonos celulares por cada 100 habitantes- está impactando de lleno en los modos de producción, circulación y acceso a la cultura. Según la última Encuesta Nacional de Consumos Culturales y Entorno Digital realizada por el Sistema de Información Cultural de la Argentina (SInCA), el uso de la PC disminuyó en los últimos años y fue reemplazado por el celular en casi todos los consumos culturales digitales: para 2017 el 75 % de la población utilizaba este tipo de dispositivo como una terminal multifunción de consumo cultural: escuchaba música, veía películas y series, leía y jugaba videojuegos.⁵

Incluso, está cambiando la vida de aquellos que no están conectados. Postman explica que “un medio es una tecnología dentro de la cual crece una cultura; es decir moldea la política de esa cultura, su organización social y sus formas de pensar habituales” (2015, p. 98). Internet está transformando la economía, la política, la cultura, las relaciones sociales, las identidades individuales y colectivas; está alterando las nociones de tiempo/espacio, ocio/trabajo, público/privado. Todo a nuestro alrededor y a nosotros mismos.

Estamos presenciando un cambio ecológico, la World Wide Web es la nueva gota roja en el recipiente de agua de la que hablaba Postman (en Scolari, 2015, p. 24)⁶. Para muchos la revolución mediática más grande desde la invención de la imprenta, aunque la transformación ahora es mucho más profunda y rápida.

La Web no es «un medio más» como la televisión o la radio: es un gran nicho dentro del ecosistema de medios que, desde su aparición, no paró de generar nuevas formas disruptivas de

2 <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx>

3 <http://www.itu.int/net4/ITU-D/idi/2017/index.html#idi2017economycard-tab&ARG>

4 StatCounter, una herramienta de análisis de tráfico web con más de 2 millones 500 mil clientes, en octubre de 2016 registró por primera vez mas usuarios accediendo a internet a través de sus dispositivos móviles que desde sus computadoras de escritorio.

5 <https://www.sinca.gob.ar/VerDocumento.aspx?IdCategoria=10>

6 Tal como menciona Carlos Scolari (2015, p. 24) en *Ecología de los medios: de la metáfora a la teoría*, para Postman el cambio tecnológico no es aditivo, si no ecológico y lo explica con un ejemplo sencillo: cuando se arroja una gota de tinta roja en un recipiente con agua se colorea todo el líquido, cada una de sus moléculas; de la misma manera la llegada de un nuevo medio no se limita a agregar algo, lo cambia todo. Esto es lo que Postman llama “cambio ecológico”.

comunicación. En la Web nacieron la Wikipedia y los blogs, Twitter y Facebook, YouTube y Amazon..., la Web es un espacio abierto a la innovación donde se generan nuevos entornos y experiencias comunicativas (Scolari, 2017).

Cuando en un ecosistema aparecen nuevas especies cambian las relaciones de todo el ecosistema, algunas especies pueden llegar a extinguirse y las otras deben adaptarse a las nuevas reglas de juego para poder sobrevivir. En varios pasajes de su obra McLuhan señala las relaciones de interdependencia, competencia, cooperación y combinación o hibridación entre diferentes medios de comunicación a lo largo de la historia. Según McLuhan (2009, p. 2097), “Un medio nuevo nunca es un añadido a otro anterior, aunque tampoco lo deja tal cual; no deja de oprimir los medios más antiguos hasta dar con nuevas formas y posiciones para ellos”.

En este sentido, Henry Jenkins (2006) propone pensar estos cambios no desde el paradigma de la revolución digital que suponía el desplazamiento de los viejos medios por los nuevos sino desde el paradigma de la Convergencia según el cual los viejos y nuevos medios interactúan de formas cada vez más complejas. Lo mismo sucede entre los medios populares y los corporativos, entre el poder del productor y el consumidor mediático.

Con «convergencia» me refiero al flujo de contenido a través de múltiples plataformas mediáticas, la cooperación entre múltiples industrias mediáticas y el comportamiento migratorio de las audiencias mediáticas, dispuestas a ir casi a cualquier parte en busca del tipo deseado de experiencias de entretenimiento (Jenkins, 2006, p. 14).

La convergencia es un proceso, describe más que un mero cambio tecnológico; una alteración de las relaciones entre tecnologías, industria, mercado, géneros y públicos; un cambio de paradigma en los modos de producción y consumo de los medios. Jenkins recurre a los conceptos de *cultura participativa e inteligencia colectiva* para describir dos aspectos esenciales de este nuevo ecosistema mediático. Por un lado los consumidores dejan su lugar de espectadores pasivos y participan activamente en la producción y difusión de contenidos;⁷ y por otro lado el consumo se convierte en un proceso colectivo que puede verse como una forma alternativa de poder mediático⁸. “La convergencia no tiene lugar mediante aparatos mediáticos, por sofisticados que éstos puedan llegar a ser. La convergencia se produce en el cerebro de los consumidores individuales y mediante sus interacciones sociales con otros” (Jenkins, 2006, p. 15).

En línea con la perspectiva ecológica de McLuhan y Postman se puede afirmar que la web está moldeando la percepción, los modos de pensar y de comportarse de las personas. Estas nuevas formas de vincularse con el sistema cultural-mediático se potencian con la expansión de las redes de internet móvil y la ubicuidad pasa a ser otro de los aspectos esenciales del sistema cultural-mediático convergente: el almacenamiento y sincronización de contenidos en la nube garantizan al usuario su disponibilidad casi permanente en cualquier momento, desde cualquier lugar, en diferentes contex-

7 Jenkins recurre al término de *cultura participativa* donde productores y consumidores podrían ser vistos como participantes que interactúan conforme a un nuevo conjunto de reglas no del todo comprensibles. Aunque advierte que los sectores corporativos ejercen todavía un poder superior y que unos consumidores poseen mayores capacidades que otros para participar en esta cultura emergente (2006, p. 15).

8 El autor toma el término del teórico cibernético francés Pierre Lévy

tos, a través de múltiples dispositivos y con múltiples propósitos. Los usuarios, ahora prosumidores, asumen nuevas prácticas comunicativas: intermitentes, transmediáticas, semipúblicas, colectivas y horizontales (Igarza, 2015).

Narrativa Transmedia

Cada transformación en el campo de la comunicación –tecnológicas y culturales- ha dado lugar a nuevos lenguajes, nuevos contratos de lectura, nuevas prácticas sociales. Sucedió con la imprenta, con el cine, con la radio, con la televisión. Siguiendo a Jenkins (2006) la Narrativa Transmedia (NT) surge en respuesta a la cultura de la convergencia, que plantea nuevas exigencias a los consumidores y depende de la participación activa de las comunidades de conocimientos.

Luego de repasar el origen y distintas acepciones del concepto de NT, de ponerlo en relación y compararlo con otras nociones nacidas al calor de la cultura de la convergencia, Carlos Scolari (2013) propone una definición simple a la que cualquier académico pueda suscribir: “un tipo de relato donde la historia se despliega a través de múltiples medios y plataformas de comunicación, y en el cual una parte de los consumidores asume un rol activo en ese proceso de expansión”.

En el concepto el autor reconoce dos dimensiones fundamentales: la expansión del relato a través de varios medios, y la colaboración de los usuarios en ese proceso expansivo. Respecto a la primer dimensión es importante aclarar que a diferencia del concepto *crossmedia* donde un mismo mensaje es adaptado a diferentes plataformas o de las producciones *hipermedia* en las que la historia se construye mediante contenidos diferentes en diferentes plataformas pero dependientes entre sí; en la *narrativa transmedia* los contenidos no sólo son distintos entre sí, sino también independientes: cada uno tiene sentido en sí mismo, aunque en conjunto construyen un nuevo contenido o un nuevo mensaje. En palabras de Jenkins, al describir el fenómeno de Matrix de las hermanas Wachowski:

Los hermanos Wachowski revelaron una gran destreza en el juego transmediático, estrenando primero la película original para estimular el interés, colgando unos cuantos cómics en la red para alimentar el ansia de información de los fans más acérrimos, lanzando los animés como anticipo de la segunda película, poniendo a la venta a su lado el juego de ordenador para navegar por la publicidad, concluyendo el ciclo entero con Matrix Revolutions, y poniendo luego toda la mitología a disposición de los jugadores del juego de ordenador para múltiples participantes (Jenkins, 2006, p. 101).

De esta manera la historia transcurre a través de múltiples plataformas y cada nuevo texto hace una contribución específica y valiosa a la totalidad pero a su vez son independientes, en el sentido de que no es necesario haber visto la película para disfrutar del videojuego o viceversa. Como sostiene Scolari (2013) al defender una concepción amplia de las NT incluyendo las adaptaciones en la ficción, “todos estos textos, adaptaciones o expansiones terminan funcionando como puertas de entrada al universo narrativo”. Tal como ocurrió con Matrix el usuario deja la pasividad para ocupar un rol fundamental en la construcción, la expansión y difusión de la historia. La segunda dimensión que subraya Scolari es explicada por Jenkins del siguiente modo:

Para experimentar plenamente cualquier mundo de ficción, los consumidores deben asumir el papel de cazadores y recolectores, persiguiendo fragmentos de la historia a través de los canales mediáticos, intercambiando impresiones con los demás mediante grupos de discusión virtual, y colaborando para garantizar que todo aquel que invierta tiempo y esfuerzo logre una experiencia de entretenimiento más rica (Jenkins, 2006, p.31).

Esto ocurre muchas veces más allá de lo planificado por los guionistas o incluso en contra de la voluntad de los autores de las obras, que intentan infructuosamente mantener el control y la centralidad de la gestión narrativa, ante una comunidad de prosumidores inquietos que se apropian de los personajes y de la historia creando nuevos desenlaces con las herramientas que puso a su disposición la Web 2.0. Tal como ocurrió con los capítulos escritos por los fans de la saga Harry Potter publicados en el blog *Fiction Alley en 2009*, que derivó en una demanda por parte de los abogados de la Warner Bros, quienes terminaron replegando la estrategia legal y rindiéndose ante los fans.(Scolari, 2013)

Involucrar al público se torna necesario para fidelizarlos y convertirlos en sus *mejores propagadores*, tal como plantea Rober Pratten, lo cual constituye un elemento clave para toda narrativa transmedia. En el artículo *Narrativas transmedia: 15 principios*, publicado en su sitio web, Scolari explica:

Pratten utiliza la metáfora de la perforación petrolera: primero se debe entrar de manera profunda en el imaginario de un grupo reducido y construir un nicho de seguidores; el siguiente paso es expandir este grupo original a través del marketing viral a cargo de esos mismos seguidores ¿Quién no tiene un amigo fanático de Lost o The Sopranos? Son ellos los que nos impulsan a consumir un determinado producto cultural: ellos son sus mejores propagadores. Finalmente, el trabajo de las redes sociales permite consolidar a la gran masa de seguidores creada gracias al pasapalabra (Scolari, 2010, p. 47).

Si bien es en el campo de la ficción donde más se han explotado las potencialidades de las NT, la publicidad, el periodismo y la educación han tomado nota de las nuevas formas en que los usuarios se relacionan con los contenidos y los medios en la era de la convergencia.

La campaña institucional ConverS.O.S del canal de deportes TyC Sports es un claro ejemplo de la Narrativa Transmedia aplicada a la publicidad. Por un lado se trata de una historia de traiciones -4 de cada 10 chicos se hacen hinchas de un cuadro de fútbol diferente al de su padre- que se construye a través de diferentes mensajes y plataformas: spot televisivos que a su vez están disponibles en YouTube, y una página web que contiene una galería de imágenes, posters, encuestas y gráficos con estadísticas.

Por otro lado se trata de una campaña que propone distintos niveles de interacción y retroalimentación: la herramienta de denuncia para compartir en los medios sociales donde el usuario debe subir una foto y el nombre de la persona que quiere escrachar, el test para saber si su hijo está en riesgo, el petitorio de apoyo al proyecto de ley en el sitio Change.org y una encuesta que provee de datos estadísticos presentados en la misma página mediante distintos gráficos. Al mismo tiempo tanto, en el espacio para comentarios habilitado por YouTube debajo de los spots como en la plataforma Change.org, los usuarios contribuyen a la expansión de la historia discutiendo sobre el contenido de la campaña y aportando nuevos testimonios y relatos de hijos conversos o padres traicionados.

Scolari (2013) sostiene que la publicidad siempre ha sido narrativa, siempre ha contado his-

torias o se ha servido de relatos pero la consolidación de las NT como nueva forma de relato ha introducido un cambio profundo: antes la marca aparecía dentro de la narrativa ahora las narrativas transmedia son la marca. Esto obliga a pensar en otros términos, a diseñar mundos-marcas. “Un mundo-marca no es otra cosa que un puñado de rasgos distintivos y valores que pueden ser transcritos como si fueran una fórmula o algoritmo” (Scolari, 2013, p. 71)

La publicidad es un terreno fértil para la expresión del ingenio, la creatividad y la exploración de nuevas formas narrativas. Los realizadores publicitarios han sido siempre muy audaces en la incorporación de discursos, lenguajes y recursos propios de otros géneros, y más veloces en la asimilación de los cambios sociales y tecnológicos. La aplicación de las Narrativas Transmedia con fines educativos, en cambio, es todavía incipiente sobre todo cuando se trata de la educación formal. Aun cuando tiene un gran potencial en tiempos donde la mayoría de los niños y adolescentes llegan a la escuela ya familiarizados con los entornos digitales y las tecnologías de información y comunicación; niños y adolescentes que ya no son receptores pasivos en vínculo unidireccional con el sistema cultural-mediático.

Según el informe *Los usos educativos de las narrativas transmedia* del Gabinete de Educación y Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona (Villegas, s/f), el carácter inmersivo de las NT y el uso de múltiples soportes pueden resultar más atractivos para los estudiantes y servir como un factor motivacional. Además permiten generar entornos de aprendizaje cercanos a la vida diaria de los alumnos, aprovechando sus competencias transmediáticas y promoviendo experiencias educativas más interactivas y participativas. Un aporte fundamental en este campo ha sido el Proyecto Transmedia Literacy, liderado por Carlos Scolari, que tras una investigación de 36 meses en escuelas públicas y privadas de 8 países, desarrollaron una completa taxonomía de competencias transmedia y estrategias informales de aprendizaje entre los adolescentes, lo que a su vez les permitió diseñar una serie de actividades didácticas para profesores de educación media, en la búsqueda de incorporar dichas competencias a los procesos pedagógicos.

El desarrollo de las Narrativas Transmedia en el campo del periodismo también es incipiente, pero sobre ellos nos detendremos con más de detalle en el siguiente apartado.

Periodismo Transmedia

La producción, distribución y acceso a la información de actualidad atraviesa profundas transformaciones a partir de la penetración de las tecnologías digitales en sectores cada vez más amplios de la sociedad. Lila Luchessi (2015, p. 14) señala que la inclusión de las tecnologías digitales en las rutinas de producción periodística conlleva tres cuestiones centrales. En primer lugar, la irrupción de las audiencias como fuentes que producen y difunden información, rompe con la asimetría que caracterizó a la tarea periodística. En segunda lugar, los criterios de noticiabilidad cambian, comienzan a vincularse con los consumos, los criterios de búsqueda y la viralización. Y finalmente el desplazamiento de la periodicidad hacia la instantaneidad hace repensar los roles y las funciones de los participantes del proceso de circulación informativa.

El periodista ya no está sólo y ha perdido centralidad en la construcción de la agenda. Esta-

mos asistiendo a la evolución del periodismo como exposición, al periodismo como conversación, señalada por Gillmor (como citado en Scolari, 2013). A partir de la Web 2.0 - la consolidación de la blogosfera y más tarde los medios sociales- el usuario dejó el status de receptor y asume el papel de gestor de medios:

El ciudadano común pasó a tener fuerza para definir lo que era y lo que no era importante en los espacios mediáticos. Además, el ciudadano asumió, junto con los canales convencionales, el papel de gatekeeper, para definir lo que sería o no contenido para la agenda setting (Renó & Flores, 2012, p. 38).

En la búsqueda por no perder espacio en la construcción de la agenda y mantener audiencias inquietas –para la sostenibilidad financiera- son cada vez más los medios que adaptan su oferta de contenidos a las demandas de los consumidores, muchas veces en detrimento de la calidad informativa.

Las rutinas ya no dan cuenta del chequeo y la corroboración de la información, sino de una especie de buceo sobre temas conocidos. Esta reiteración de historias, que en muchos casos parten de la audiencia y llegan a las redacciones, establece una simplificación de la tarea que pasa de la investigación a la gestión (Luchessi, 2015, p. 22).

En este marco el periodista está obligado a repensar su práctica profesional, su rol en el nuevo ecosistema mediático. Es en este punto donde el periodismo transmedia ofrece un camino a explorar.

La construcción del relato de la actualidad puede ser pensada como una gran narrativa transmedia. En algunos casos las noticias surgen desde las mismas redes sociales, los usuarios comparten fotos y videos desde el lugar de los hechos, los medios tradicionales las levantan, contextualizan, consultan fuentes oficiales, testimonios, aportan explicaciones y análisis. Esas notas difundidas en la televisión, la radio y los diarios digitales y de papel, son compartidas por los usuarios con opiniones y datos nuevos, comentadas en vivo a través de Twitter o debatidas en Facebook, y hasta se convoca a alguna manifestación pública. Cada historia se expande por diferentes medios y plataformas y los prosumidores cumplen un rol fundamental en esa expansión. Siguiendo a Jenkins (2006) la construcción transmedia parece estar ocurriendo dentro del cerebro de los ciudadanos y mediante sus interacciones con otros. En este sentido Scolari sostiene que el periodismo siempre fue transmedia, en tanto el desarrollo de la noticia se va expandiendo a lo largo del día a través de distintos medios (radio, televisión, diario). “Lo nuevo ahora es que la gente participa en la construcción del relato informativo” (como citado en Cable & Diario S.A., 2015).

En el marco de las investigaciones del Laboratorio Transmedia de la Universidad Nacional de Comahue, Rost y Bergero (2016, p. 14) definen Periodismo Transmedia como una forma de narrar un hecho de actualidad que se vale de distintos medios, soportes y plataformas, donde cada mensaje tiene autonomía y expande el universo informativo, al tiempo que los usuarios contribuyen activamente a la construcción de la historia.

Rost y Bergero (2016, p. 19) consideran, además, que el concepto de periodismo transmedia no sólo expresa una forma de producción de contenidos en tiempos de consumos fragmentados, sino que también sirve como herramienta analítica para visualizar la circulación de los relatos informati-

vos entre las distintas plataformas; la independencia o autonomía de cada producto; la continuidad y coherencia de los distintos lenguajes; y las formas de participación de los usuarios en los contenidos.

Por su parte, Renó y Flores (2014, p. 82) la diferencia del Periodismo transmedia sobre las otras formas de narrativa periodística es que permite aprovechar las posibilidades comunicacionales de la sociedad post-moderna, donde la movilidad, la interactividad, y la participación del receptor asumen papeles importantes.

El Periodismo Transmedia viene a ser una forma de lenguaje periodístico que contempla, al mismo tiempo, distintos medios, con diversos lenguajes y narrativas a partir de muchos medios dirigidos a diferentes usuarios y todo esto gracias a la interactividad del mensaje (Renó & Flores, 2012, p. 16).

Para estos autores el uso de la imagen constituye la base del periodismo transmedia contemporáneo y su principal aplicación se encuentra en el campo de los reportajes, que permiten al periodista abordar los temas con profundidad, mayor tiempo de producción y una diversidad de recursos y técnicas para contar mejores historias. Lo mismo podríamos decir del documental, en tanto género periodístico, que es otro de los terrenos fértiles para explotar las posibilidades de las NT

En este sentido y tal como plantea el fotoperiodista Kevin Moloney citado por Scolari (2013), un enfoque transmedia del periodismo requiere que se diseñe como tal desde el principio. Así como en las producciones de ficción, los editores deben considerar los medios de comunicación que tienen a su disposición y cómo aprovechar las ventajas de cada uno de ellos en beneficio del relato. Anahí Lovato (2015, p. 36) considera fundamental el diseño de estrategias de comunicación para este tipo de narrativas y sostiene que “el guión transmedia constituye un elemento complejo que debe preservar, a lo largo de la producción, la suficiente flexibilidad para incorporar el trabajo expansivo de las audiencias, para reunir y agregar nuevos nodos narrativos, y permitir la interactividad”.

En Producciones Transmedia de No Ficción (2015) Lovato da cuenta de la diferencia y a su vez el salto de una concepción multimedial del documental a un enfoque transmedia. En el marco del proyecto *DocuMedia: Periodismo Social Multimedia*, la Dirección de Comunicación Multimedial de la Universidad Nacional de Rosario produjo cuatro piezas documentales entre 2008 y 2013 que procuraban contar historias utilizando múltiples formatos, pero siempre a través del mismo canal. Así por ejemplo Vibrato, cuenta la historia de la Escuela Orquesta del Barrio Ludueña de Rosario a través de una página web que contiene piezas audiovisuales con testimonio de los protagonistas, galerías de fotos, un video clip, textos y notas escritas, estadísticas y un mapa. La interactividad propuesta es baja, está limitada a la navegación: el usuario puede elegir el recorrido que desea realizar por los contenidos según su interés.

En la búsqueda de “experimentar nuevas formas narrativas, ensanchando el relato documental a través de múltiples medios y soportes” en el año 2013, encararon el desarrollo del primer documental transmedia, a partir de la producción de un documental para TV titulado *Tras los pasos de El Hombre Bestia*. El proyecto implicó la sincronización de un documental para TV, minisodios para web y móviles, relatos en redes sociales y microblogging, juegos on line, crónicas periodísticas para diarios en papel y medios digitales, realidad aumentada, intervenciones urbanas territoriales, acciones participativas y lúdicas, haciendo uso de la ciudad como una gran pantalla hipertextual.

A diferencia del primer proyecto de carácter multimedial, *Tras los pasos del hombre bestia* reúne las dos dimensiones que Scolari (2013) reconoce en las NT: no sólo la historia se cuenta aquí través de varios medios y plataformas, sino que los usuarios pudieron sumergirse en la trama, interactuar con los protagonistas, participar en la construcción del universo narrativo.

A partir de esta primera experiencia, el abordaje desde la NT exigió al equipo de DocuMedia – integrado por periodistas, realizadores audiovisuales, diseñadores, desarrolladores web, infografistas, fotógrafos e ilustradores- cambiar la metodología de trabajo. “Fue preciso plantear la investigación periodística y la producción de contenidos pensando en un formato de guión transmedia multicapas, permitiendo la expansión de diferentes líneas narrativas en distintas plataformas, con piezas diseñadas para públicos específicos en contextos determinados”. (Lovato, 2015, p. 39)

Antes de recorrer una larga lista de documentales transmedia producidos alrededor del mundo Scolari (2013) advierte que “no es sorprendente que algunas de las mejores experiencias de narrativa transmedia pertenezcan al género documental, un tipo de creación que a menudo busca integrar dentro de un contenedor audiovisual el interés social con la participación ciudadana”.

Conclusiones

Viejos y nuevos medios, periodistas y públicos se interrelacionan en formas cada vez más complejas. Cambian las rutinas profesionales, emergen las plataformas sociales como nuevos intermediarios y el consumo de contenidos se transforma en una experiencia activa, multiplataforma, intermitente, ubicua y relacional. El nuevo ecosistema mediático caracterizado por la convergencia plantea a los periodistas un sinfín de desafíos que exigen repensar su práctica y rol profesional. Entrevistado por Scolari, José Luis Orihuela afirma:

Buena parte del futuro del periodismo (el futuro de los medios es otra cosa) llegará de la mano de profesionales que sean capaces de nutrirse, curar, analizar y codificar narrativamente en clave transmedia la babel informativa a la que nos han abocado las plataformas sociales (entrevistado en Scolari, 2013).

En este escenario, caracterizado por la inmediatez, la hiperinflación informativa y la escasez de atención, autores como Rost y Bergero (2016), Scolari (2013), Renó y Flores (2012), Moloney (2011), coinciden en que la Narrativa Transmedia, ofrece al periodismo la posibilidad de dar respuesta a los nuevos hábitos de consumo cultural, a la vez que permite aprovechar el potencial de los entornos digitales, interactivos y colaborativos, en pos de una mayor calidad informativa. Se presentan como una nueva oportunidad de recuperar para el periodismo, con mayores recursos técnicos y creativos, dos nobles tareas: la de investigar y la de contar historias.

Sin embargo el desarrollo del periodismo transmedia es aún muy incipiente en Argentina y la región. En general, en los medios tradicionales o nativos digitales no se advierte el despliegue de estrategias de narrativas transmedia en el abordaje de historias, hechos y problemáticas de actualidad. Aun cuando la mayoría de estos medios tienen presencia en múltiples plataformas, predominan las producciones hipermedia o crossmedia con bajos niveles de interacción de las comunidades de usua-

rios, desaprovechando el potencial narrativo de cada plataforma y el rol activo de los prosumidores en la expansión de las historias. Se abre aquí, un interesante campo de indagación, con el fin de comprender el estado del arte y la potencialidad del periodismo transmedia en la región, así como aportar estrategias que apuntalen su desarrollo.

Referencias Bibliográficas

Cable & Diario S.A. (2015, agosto 11). *Carlos A. Scolari - Periodismo Transmedia - Segunda Parte* [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=sCwYP51hywo>.

Fratlicelli, D. (2011). Hipermediaciones (o cómo estudiar la comunicación sin quedar embobados frente a la última tecnología de California). *Revista Lis ~Letra Imagen Sonido~ Ciudad Mediatizada*, 3 (5). Recuperado de <https://es.scribd.com/document/51240778/LIS-Letra-imagen-sonido-Ciudad-mediatizadaEntrevista-a-C-A-Scolari>.

Igarza, R. (2015). *Ubicuidad: Las nuevas formas de relación con el sistema cultural-mediático*. Comunicación Digital 1, Maestría en Comunicación Digital Interactiva, Universidad Nacional de Rosario

Irygaray, F. & Lovato, A. (Eds.) (2015). *Producciones transmedia de no ficción. Análisis, experiencias y tecnologías*. Rosario: UNR Editora.

Jenkins, H. (2006). *Convergence culture. La cultura de la convergencia en los medios de comunicación*. Barcelona: Ed. Paidós.

Renó, D. (2013). Narrativa Transmedia y la desgovernabilidad periodística. *Comunicación y Sociedad*, 34(2), 141-161. Recuperado de: <http://dx.doi.org/10.15603/2175-7755/cs.v34n2p141-161>

Renó, D. & Renó, L. (2015). Las nuevas redacciones, el 'Big Data' y los medios sociales como fuentes de noticias. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 21(Núm. especial), 131-142.

Renó, D. & Flores, J. (2012). *Periodismo Transmedia. Reflexiones y técnicas para el ciberperiodista desde los laboratorios de medios interactivos*. Madrid: Ed. Fragua.

Rost, A., Bernardi, M., & Bergero, F. (2016). *Periodismo Transmedia. La narración distribuida de la noticia*. Neuquén: Publifadecs.

Scolari, C. (2015). Ecología de los medios: de la metáfora a la teoría (y más allá). In C. Scolari (Ed.), *Ecología de los medios. Entornos, evoluciones e interpretaciones* (pp. 15-42). Barcelona, España: Gedisa.

- Scolari, C. (2013). *Narrativas Transmedia. Cuando Todos los Medios Cuentan*. Barcelona: Deusto.
- Scolari, C. (4 de febrero de 2010) *Narrativas Transmedia: 15 principios*. Hipermediaciones. Recuperado de <https://hipermediaciones.com/2010/02/04/narrativas-transmedia-15/>
- Villegas, I. (s/f). *Los usos educativos de las narrativas transmedia*. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona. Recuperado de http://www.gabinetecomunicacionyeducacion.com/sites/default/files/field/adjuntos/narrativas_transmedia.pdf.

Por uma História da Arte do Vídeo Brasileiro: TVDO

Regilene A. Sarzi-Ribeiro¹

Da televisão para as artes do vídeo e das artes do vídeo para expressões experimentais na TV, buscando descrever experiências que marcaram a história das artes audiovisuais no Brasil, assim nasce a pesquisa cujos resultados, em parte, apresentamos neste artigo que trata das produções dos videomakers e produtoras independentes e sua inserção na televisão nos anos de 1980.

Cabe um breve contexto sobre a televisão no Brasil na década de 80, mas a intenção dos fatos históricos destacados é muito clara: citar alguns programas cujo traço principal é a ironia e o humor como estratégias para fazer refletir a condição social e cultural do país. Segundo Cardoso e Santo, as relações entre as artes e a televisão estão presentes na construção da linguagem televisual que:

Ao mesmo tempo em que desenvolvia uma linguagem particular e criava uma experiência comunicativa própria com o espectador, a televisão absorveu de outras mídias e de diferentes manifestações culturais elementos que passaram a integrar o universo televisivo: a dramaturgia proveniente do teatro, a composição de imagens proveniente do cinema (planos, cortes, sequências) e informações jornalísticas (notícias, reportagens, entrevistas) anteriormente veiculadas pelos meios impresso e radiofônico (Cardoso & Santos, 2008, p. 2).

Em 1981, Jô Soares em *Viva o Gordo*, programa humorístico exibido pela Rede Globo, debochava dos militares, tal e qual debochou da abertura e do presidente indireto José Sarney. Conforme Garcia:

Jô Soares foi para o SBT em 1987 para realizar um sonho que não era possível na Globo: apresentar um talk show. Mas, além disso, ele também fez um programa muito parecido com o *Global Viva o Gordo*, inclusive na abertura. Esse foi o *Veja o Gordo*, que ficou no ar por três anos (Garcia, 2017, s/p.)

No ano seguinte, em 1982 o apresentador Chacrinha volta para a Rede Globo, depois de passar pela TV Tupi e TV Bandeirantes. Em 1989, Agildo Ribeiro dirigiu e atuou no programa humorístico *Cabaré do Barata* que ia ao ar na TV Manchete e nele fazia “[...] uma sátira à política do Brasil,

¹ Doutora em Comunicação e Semiótica.
Docente permanente do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Tecnologia e professora assistente doutora do Curso Artes Visuais da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (UNESP/SP).
Líder do grupo de pesquisa labIMAGEM – Laboratório de Estudos da Imagem.
E-mail: regilenesarzi@faac.unesp.br

onde ele contracenava com fantoches representando os parlamentares” (Garcia, 2017, s/p.).

Entre os anos de 1988 e 1990, o programa TV Pirata também exibido pela Rede Globo e criado pelo diretor Guel Arraes, marcou o humor crítico na televisão brasileira tendo como traço o nonsense, a sátira e a ironia sobre diferentes aspectos sociais e culturais.

Dando continuidade à metalinguagem usada nos programas radiofônicos “PRK-30” e “Show de Rádio”, a Rede Globo produziu, em 1988, o humorístico “TV Pirata” que parodiava a programação televisiva – da telenovela (“Fogo no Rabo”) ao seriado (“As Presidiárias”); do programa feminino (“TV Macho”) ao noticiário (“Plantão da Farmácia Central”, “Casal Telejornal”), passando pelas peças publicitárias e pelas chamadas de atrações da emissora (“Tela Morna”). A abertura mostrava a invasão de piratas no estúdio, que colocavam no ar seu programa. Com direção geral de Guel Arraes, teve entre seus redatores os principais humoristas da época (Luis Fernando Veríssimo, Mauro Rasi), autores de charges e histórias em quadrinhos cômicas (Laerte, Glauco, Agner) e os futuros idealizadores do humorístico “Casseta & Planeta Urgente”, que, a partir dos anos 1990, também passou a satirizar a telenovela, os programas de televentas e as propagandas (Cardoso & Santos, 2008, p. 9).

Mas se o tema deste artigo é o vídeo experimental e a história da arte do vídeo, como veremos a seguir, porque começamos citando alguns importantes programas humorísticos e seus respectivos canais de televisão? Porque é no âmbito das relações entre as artes visuais e a televisão brasileira que estão às expressões que nos interessam e suas relações históricas com as artes do vídeo. Trata-se de investigar a história do audiovisual a partir das relações entre as artes do vídeo e o sistema de televisão comercial no Brasil.

As produções que interessam para esta pesquisa estão circunscritas no grupo chamado segunda geração das artes do vídeo brasileiro (Machado, 2007a) que na década de 1980 foi marcada pelas inserções das suas experimentações artísticas no meio televisual. Esta geração ficou conhecida como a geração dos independentes ou a geração do vídeo independente e suas produtoras, tendo como destaque dois grupos paulistas: o TVDO e a Olhar Eletrônico. Sobre o vídeo independente no Brasil, Mello afirma:

A grande mudança com a produção experimental em vídeo no Brasil é aprofundada ao longo dos anos de 1980, quando passam a existir formas menos hegemônicas de produção, como as televisões locais de pequeno alcance, as TVs comunitárias e de livre acesso, que despertam o interesse dos produtores independentes em não apenas questionar o meio televisivo como também nele intervir qualitativamente. Esse fenômeno é denominado como vídeo independente. Na ampliação do acesso à produção e difusão da informação, o poder comunicativo do vídeo é utilizado pelos criadores independentes na década de 1980 como ferramenta crítica na discussão do mundo contemporâneo e na exploração dos conceitos e particularidades da sua linguagem. (Mello, 2008, p. 205).

Neste sentido, buscamos ampliar a compreensão dos processos históricos, sociais e culturais que envolvem a produção videográfica experimental, o vídeo independente e suas relações com a televisão no Brasil. Para tanto, optamos por investigar e descrever algumas experiências que vão do entretenimento à crítica política e cultural baseada na estética experimental dos anos de 1980 e sua contribuição para a história do audiovisual.

Com objetivo de resgatar os aspectos estéticos de tais criações audiovisuais, esta pesquisa busca tecer novas conexões a partir dos encontros entre as narrativas audiovisuais propostas pelas

produtoras independentes dos anos de 1980 e a vertente experimental e subversiva da arte do vídeo, visando ampliar os estudos contemporâneos o hibridismo entre as artes visuais, a televisão e as manifestações do vídeo na contemporaneidade.

Para tanto, a fundamentação teórica é pautada no referencial histórico-crítico e em autores da arte do vídeo brasileiro como Walter Zanini, Arlindo Machado, Christine Mello e Tadeu Jungle. Phillippe Dubois (2004) afirma que o vídeo permanece vivo e continua mais presente do que nunca entre nós. Na era do efeito cinema, o vídeo se hibridizou e está hoje nos computadores, nos celulares, nos outdoors eletrônicos, dentro de elevadores, aeroportos e terminais rodoviário, distribuído por entre as mais variadas formas nas ruas e nos painéis eletrônicos. Arlindo Machado afirma que hoje tudo é vídeo (2007b).

Tudo é Televisão, Tudo é Vídeo – TVDO

Se hoje tudo é vídeo, em 1980, para os videomakers Tadeu Jungle, Walter Silveira, Ney Marcondes e Paulo Priolli criadores da produtora independente TVDO em São Paulo, tudo era TV. Como afirma Jungle:

1980, cinzas da ditadura. Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São paulo, ECA/USP. Quatro estudantes, um de cinema e três de televisão, se uniam para fazer TV. Nosso lema era: Tudo pode ser um programa de televisão. Tudo. O que acontecia era. O que não acontecia, também era. TV. Para nós, não havia limites (Jungle, 2007, p. 203).

Para o historiador Walter Zanini, grande incentivador da videoarte no Brasil, a geração de videomakers, como os da TVDO e Olhar Eletrônico, é herdeira de videoartistas como Otávio Donasci e Rafael Franca que, somados ao boom das produtoras independentes, ganharam espaço nos canais de TV da época.

Uma das duas principais produtoras de vídeo nos anos 1980, a TVDO teve papel fundamental na consolidação da videoarte brasileira, junto a outro importante grupo, o Olhar Eletrônico – este caracterizando-se por uma forte interação inventiva com a grade da televisão aberta, enquanto o primeiro seguia por uma vereda mais experimental, ainda que cultivasse a ambição de intervir nas mídias de massa (Associação Cultural Videobrasil, s/d)

As experiências destes videomakers ampliaram as discussões sobre a linguagem audiovisual e as articulações entre a televisão comercial e os processos poéticos da arte do vídeo. Nos anos de 1980, a TV teria percebido o valor de narrativas audiovisuais não lineares e produções satíricas, irônicas e esteticamente inovadoras introduzindo-as no cotidiano televisivo, mas aproveitou muito pouco destas experiências.

Encontramos no site oficial da Associação Cultural Videobrasil, depositária de um rico acervo de videoarte em São Paulo, um relato que registra o nascimento da TVDO:

O grupo é formado em 1980 por quatro estudantes de Cinema e três de Televisão, oriundos da exposição Multimedia Internacional, mostra dedicada aos meios eletrônicos, organizada por Walter Zanini, em 1979. Eram eles: Tadeu Jungle, Walter Silveira, Ney Marcondes e Paulo

Priolli. Em 1984, sai Priolli e entra Pedro Vieira. Em setembro de 1980, são convidados por Ana Mae Barbosa para coordenar o Ateliê de TV da semana de Arte-Ensino. Ocorrida de modo coletivo, a produção do evento origina o formato sob o qual trabalhará o grupo, conhecido entre seus membros como “TVTudo” ou “Tvudo”. Ainda como estudantes, realizam o *Programa do Ratão*, feito como trabalho de conclusão de uma disciplina na ECA/USP. Na ocasião, recebem o apadrinhamento de Antonio Abujamra (Associação Cultural Videobrasil, s/d)

O artista multimídia Tadeu Jungle, um dos criadores da TVDO, afirma que embora a meta não fosse totalmente artística, a TVDO queria produzir programas para a TV, mas nenhum dos integrantes era comerciante e o que eles queriam era mostrar o que as TVs não mostravam: uma TV experimental que se apropriava dos erros, dos cortes e de uma estética não linear, criativa.

A acolhida, como se sabe, se deu por meio de alguns comunicadores como Goulart de Andrade que convidou Tadeu Jungle e a TVDO para produzir um programa com ele na TV Gazeta. Mas a TVDO não foi, pois o convite não incluía pagamento e o que a produtora buscava era o “[...] vídeo como indústria e não como artesanato” (Jungle, 2007, p. 206).

Ainda segundo Jungle, depois deste episódio ele foi apresentar o programa musical Fábrica do Som na TV Cultura, e lá convidado pelo diretor Fernando Pacheco Jordão, produziu em 1983, uma série de programas documentais. A série recebeu o nome de *Averso* cuja ideia era mostrar o que está por trás de fatos e eventos que a TV mostra eventualmente, mas que esconde aspectos que não se vê ou não se nota, o avesso.

Tadeu Jungle comenta os desafios e as consequências de ter realizado um trabalho experimental e crítico como o programa *Averso*:

Fiz apenas cinco: Festa-Baile, Futebol, VTV, Circo e Punk. O último nem chegou a ser editado. Era a arte tentando ser TV. Eu não havia entendido a lição do Mestre Abujamra: ‘A TV é o cafajeste da cultura’. Fui expulso da TV Cultura e os programas nunca foram exibidos. A Tv não conseguiu olhar para si (Jungle, 2007, p. 206).

E sobre o programa *Averso Vê o Circo* (1984), encontramos a seguinte descrição:

Inaugura no cenário brasileiro a “televisão long play”, onde cenas do mundo circense são conduzidas musicalmente. Apresenta uma experimentação de linguagem que tem um “timing” contrário aos apelos da televisão comercial (Associação Cultural Videobrasil, s/d).



Figura 1. Tadeu Jungle. *Aveso Vê o Circo*. 1984, vídeo, 45'
Fonte: <http://site.videobrasil.org.br/acervo/obras/obra/89779>

Em 2009, no Festival 40 anos da TV Cultura, o canal exibiu o *Aveso Futebol*, mas segundo Jungle, o diretor de programação era Walter Silveira. Cabe destacar que as experiências propostas por Tadeu Jungle dialogam diretamente com as intervenções realizadas por Glauber Rocha, no programa *Abertura* nos anos de 1979 e 1980 na TV Tupi, sob a direção de Fernando Barbosa Lima. O programa de estilo provocador e isento de formalidades, tem como protagonista Glauber Rocha falando alto e entrevistando as pessoas na rua com a câmera enquadrando o rosto em closes muito fechados, dando voz ao público de forma espontânea e despojada. Intervenção ruidosa que não fez escola nas televisões comerciais ou estatais, mas influenciou o grupo TVDO. Ainda sobre a trajetória da produtora TVDO e sua participação no cenário audiovisual brasileiro cabem os seguintes destaques:

A partir de 1983, recebem o prêmio de Melhor Vídeo em três edições consecutivas do Festival Videobrasil. Em 1986, fundam uma escola livre de cinema e vídeo, a The Academia Brasileira de Vídeo. Em 1987, passam a integrar a produtora Fonte Brasil – Vídeo, presidida por Zanini. Dentre as criações do grupo destaca-se a trilogia composta por *Frau*, de 1983, *Non Plus Ultra*, de 1985, e *Heróis da Decaden(s)ia*, de 1987. O grupo se desfaz paulatinamente no final dos anos 1980 (Associação Cultural Videobrasil, s/d).

Produções como [Rythm(o)z], dirigido por Tadeu Jungle, são exemplos das experiências limítrofes realizadas com a linguagem eletrônica no Brasil. [Rythm(o)z] (1986), exibido pela TV Cultura em 24 de agosto de 1986, é descrito como um vídeo nunca antes pensado para ser exibido em televisão, cujo arranjo conceitual e estético é composto de seis peças de curta duração: *Jesus!*, *Abertura*, *Vida I*, *Vida II*, *Liberdade* e *A Armadilha* (Associação Cultural Videobrasil, s/d). Essas seis peças são organizadas por um rigoroso jogo de imagens e ritmos metronômicos, sem a presença do verbal, e marcadas por cenas inusitadas, como cavalos copulando e um porco sendo esquartejado, que causam estranhamento, repulsa e levam o público à sensação de nojo, perturbação e espanto. O título nos remete a palavra *rythmo* do latim, ritmo em português, ou no plural, ritmos e o vídeo é rigorosamente editado por ritmos dramáticos e sem palavras, apenas imagens e sons que na descrição de Tadeu

Jungle é “[...] um vídeo estranhíssimo que foi feito como irmão-sombra do Non Plus Ultra, ou seja, era um vídeo sem palavras” (Jungle, 2007, p. 207).



Figura 2. Tadeu Jungle. Non plus ultra. 1985. Produtora TVDO. vídeo, 32' 40"
Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=j9GdHUyLQ5s>

Non Plus Ultra de 1985, é o segundo vídeo da trilogia realizado pela TVDO e também premiado como melhor vídeo experimental U-Matic no V Festival Videobrasil em 1987. Neste vídeo encontramos a participação do artista plástico Wesley Duke Lee, os cantores do Ultraje a Rigor, os atores Cacá Rosset, Chiquinho Brandão, a atriz Maria Alice Vergueiro e Fernando Henrique Cardoso, na época candidato a prefeitura de São Paulo, falando sobre o valor do ócio, em francês. Jungle ressalta:

Tentávamos superar o conflito da redundância inata da cultura de massa com novos conceitos de produção e montagem. Ali estava surgindo um VÍDEO NOVO. *Non Plus Ultra* deu continuidade ao verbo cortante da TVDO. Palavras, palavras. Em todas as línguas. Um vídeo que deixa claro o nosso modo de expressão, justapondo uma série de cenas produzidas, clonadas ou acontecidas que ganham significados diversos de acordo com a montagem. Em 1985, esse vídeo só foi realizado devido o apoio do grande videoartista Roberto Sandoval. (Jungle, 2007, p. 206).

No primeiro vídeo, *Frau*, assistimos à participação do diretor de teatro José Celso Martinez Correa no Festival de Cinema de Gramado, no qual seu filme *O Rei da vela* concorria em 1983. Acompanhado pelos cineastas Neville D'Almeida e Júlio Bressane, ele debocha e ironiza o festival, chegando a recusar, entre vaias e aplausos, o prêmio que recebeu.



Figura 3. Tadeu Jungle. Frau. 1983. Produtora TVDO. vídeo, 18'17"
Fonte: <http://site.videobrasil.org.br/acervo/obras/obra/89696>

E no terceiro e último vídeo da série, Heróis da decadência, temos um vídeo experimental com participação dos poetas Waly Salomão, Roberto Piva e Walter Silveira, e depoimento de Dom Paulo Evaristo Arns. Cenas com o cantor Supla e os atores Marcelo Mansfield e Giovanna Gold. Trechos de áudio do famoso discurso de Caetano Veloso na final paulistana do Festival Internacional da Canção, em 1968 (Associação Cultural Videobrasil, s/d).



Figura 4. Tadeu Jungle. Heróis da decadên(s)ia . 1987. Produtora TVDO. vídeo, 35'19"
Fonte: <http://cultura.estadao.com.br/blogs/marcelo-rubens-paiva/mis-homenageia-geracao-que-mudou-a-tv-brasileira/>

Esses vídeos não se encaixam em nenhum tipo de gênero, não são documentários, nem pro-

gramas de televisão, nem ficção, mas uma visão singular, fragmentada e visceral da época cuja narrativa era baseada no espírito antropófago de José Celso Martinez, Neville D'Almeida e Julio Bressane (Mello, 2008).

Considerações Finais

No texto discorrido acima, um dos recortes possíveis dentre os resultados desta pesquisa, buscamos aproximar os campos da arte e da comunicação para além das possíveis relações entre linguagens audiovisuais visando constituir uma descrição e caracterização de aspectos históricos que permearam as intervenções experimentais e sua contribuição para a história da arte do vídeo e do audiovisual no Brasil.

Neste recorte, as relações entre arte e TV e as estratégias de reflexão e crítica cultural e social, associadas ao humor e o dispositivo da ironia, estão presentes em diferentes produções da década de 1980, mas também na contemporaneidade.

A arte midiática conforme afirma Arlindo Machado (2007b), nasce perpetrando experimentações e intervenções a partir de dentro do sistema televisual ou do vídeo, como vimos nas produções independentes da TVDO. Buscando romper modelos e estruturas como narrativas lineares, construções visuais idealizadas, imagens que escondem cortes e efeitos incomuns, os videomakers e comunicadores experimentais da década de 1980 tinham a intenção de romper padrões para criar uma televisão diferente, democrática e criativa, contra aquela associada à beleza e aos ideais clássicos de qualidade que sempre demonstrou dificuldade para absorver o alto grau de experimentação das propostas como as da TVDO.

Cabe reiterar que só a presença destes artistas no cenário da televisão na época já foi suficiente para causar um estranhamento e um deslocamento estético e conceitual no sistema configurando novos sentidos no campo da comunicação, cujas heranças encontramos até hoje nos programas humorísticos da televisão brasileira, como a maneira direta e despojada de fazer entrevistas e dar voz às pessoas nas ruas e ou fazer pensar aspectos do cotidiano de forma irônica e satírica.

Os resultados da pesquisa apontam para o fato de que os aspectos estéticos de tais produções audiovisuais experimentais somados às intervenções radicais geram construções de sentido centradas na ironia, na crítica e na intervenção política que marcam o engajamento e a ação dos videomakers da geração de 1980 configurando-se em um marco histórico da arte do vídeo no Brasil.

Referencias Bibliográficas

Associação Cultural Videobrasil (s/d). Acervo. Artista. In TVDO. Recuperado de <http://site.videobrasil.org.br/acervo/artistas/artista/89720>.

Cardoso, J. B. F. & Santos, R. E. S. (2008). Humorísticos da TV brasileira: a trajetória do riso. *LUMINA*, 2(2). Recuperado de <https://lumina.ufjf.emnuvens.com.br/lumina/article/viewFile/166/161>.

Dubois, P. (2004). *Cinema, Vídeo, Godard*. São Paulo: Cosac & Naify.

Garcia, R. (2017, maio 11). 22 programas humorísticos de antigamente. O humor na TV em todas as suas vertentes [Blog]. Recuperado de <https://vejasp.abril.com.br/blog/memoria/22-programas-humoristicos-de-antigamente/>.

Jungle, T. (2007). Vídeo e TVDO: Anos 80. In A. Machado (Org.), *Made in Brasil. Três décadas do vídeo brasileiro* (pp. 203-208). São Paulo: Iluminuras, Itaú Cultural.

Machado, A. (2007a). *Made in Brasil. Três décadas do vídeo brasileiro*. São Paulo: Iluminuras.

Machado, A. (2007b). *Arte e Mídia*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.

Meigh-Andrews, C. (2006). *A History of Video Art. The Development of Form and Function*. Nova York, Berg Oxford.

Mello, C. (2008). *Extremidades do vídeo*. São Paulo: SENAC São Paulo.

Zanini, W. (1997). Primeiros tempos da arte/tecnologia no Brasil. In D. DOMINGUES (Org.), *A arte no século XXI: a humanização das tecnologias* (pp. 233-242). São Paulo: UNESP.

Semiotics and Non-Verbal Manipulation in the Audiovisual Language of Journalism

Anton Szomolányi¹

*F*or audiovisual expression human psycho-sensory perception is reliant on merely two senses, eyesight and hearing. They allow us to perceive image and sound, which can be recorded on a camera, a purely sensory instrument of the physical type. This involves the spatial pre-camera reality of authentic space, which is recorded on camera as the area of the final image. The resulting sensation depends on a number of semiotic relations involved in the communication process between the author of the report or information and its recipient.

An audiovisual report and its transformation from a written text directly entails the change from one form of expression into another in terms of communication. In order for audiovisual content to be perceived and believed by the recipient, audiovisual content needs to find its way into psycho-sensory perception. “The screen and the loudspeaker” become a sort of an open window to the world of information we perceive. The perception of audiovisual content is limited to two senses: eyesight and hearing. If we say that in the real world we are able to perceive more information through vision than hearing, it does not apply in this case. Regarding the language of expression for audiovisual content, the image stands on an equal footing with sound, while in the narrative the dominant role in the expression shifts from one to the other or the two are in mutual harmony. An audiovisual recording is not just a technical recording of image and sound. Each audiovisual expression also involves semiotic relations – the use of signs. It is only the assumption of “technocratic videographers” that everything recorded on camera is the real truth. The moment we turn on the camera and turn it off, we get another reality, a new one – a shot that is a technical recording, but also a new reality that is subject to all semiotic relationships, such as area composition, motion in filmic space, shot duration, the continuity and rhythm of the audiovisual sequence, the relationship between sound and image, the dominance and readability of individual content components, and so on. For this consideration we have defined the basic concepts we have taken from John Stuart Mill / 1806 - 1873 /, “*A System of Logic ...*”:

Designatum – this is what comes to mind when perceiving a sign regardless of whether the

¹ ArtD. Cinematography and camera technology, teacher, researcher at the the Pan-European University, Faculty of Media, Institute of Design.
E-mail: tono@kameraman.sk.

given sign exists or not. It is the resulting image of the recorded reality including the mental evaluation by the individual. /The object we shot, being aware of its existence, represents something totally different in the final result./

Connotation – means that a sign or object recorded, in addition to itself, may also represent its other quality. /A person walking through the shot represents not only a character and their appearance, but also a particular social group or location, religion and so on. /

Denotation – serves as a substitute for the sign, the real object or the phenomenon to which it refers. /If we shoot a building and in the audio we call it a “ministry”, the viewer will interpret it as a ministry, although in reality it may be a dwelling house./

In aesthetics the meaning of the “connotation” concept was later extended to everything that a sign evokes, in addition to the actual denotation. Connotation is actually that part of meaning that corresponds to associations and emotions triggered in the recipient of the news. These signs may also evoke directly unmarked and unexpressed circumstances, human states induced by the denotation including those that are individual, unique and conceptually inexpressible. Hereunder we can imagine sensory perceptions, emotions on the subconscious level, intuition and so on. The particularity of art lies in connotations. At the same time it is as if audiovisual journalism was trying to suppress connotations and highlight the denotative aspect of expression, which it confounds with authenticity and reality. Connotative relationships are involved in communicating the news through image and sound regardless of whether the creator of the report wants it or not. This is due to the very nature of audiovision, which uses digital technology as the basic instrument of communication for conveying the news. In the final result the digital technology represents a system of lights and shadows in the area of the screen and it is the recipient who on the basis of mental analysis of their consciousness has to transform this image related to sound into a concept of information, which they received without any influence from the author. He or she already did their part when creating the report. The result – the resulting perception depends only on the recipient of the news. And this is where we get to the heart of the matter. Art and artistic rendering is probably not the purpose of journalism, even though journalism uses connotative relationships and expressions regardless of its nature. In its sophisticated form this is happening deliberately, but often also unknowingly and it concerns the professional and creative quality of the report’s author.

When passing basic information through an audiovisual report, we speak of two basic elements – image and sound. The sound represents the denotative component and the image constitutes a combination of denotative elements and connotative relationships. When one of the components of content expression becomes too dominant in the denotative expression of the content and there are no changes in the alternation between image and sound in terms of expression, by which I mean both expressions as carriers of the information content. The content becomes mostly monotonous and may induce passivity in the viewer when perceiving it. It can happen that if the report is precisely told in verbal form, it might not move the recipient or appeal to them. The establishing of a language of expression as the basic means of communication between the author of the content and the content’s recipient is determined by the form we use to express ourselves and this form constitutes the change of dominance between image and sound and possibly their occasional unity. By unity we mean the duplication of information in the denotative – descriptive unambiguous expression of image and

sound. This function is unsustainable in the news narrative, bringing the designatum in one of the components of image or sound expression. As mentioned at the beginning, what comes to mind is an association different from the real context of denotative elements.

We encounter this issue on a daily basis when watching evening news in our countrywide media.

The news is as if trying to mobilise the viewer with its important content. It brings to the viewers content that should mobilise them, if only because it concerns the viewers themselves, or because they receive information that has a direct impact on their lives, or the viewers – the recipients stay passive and the programme is there just to complete their daily schedule (“I am watching the news”). The creator and recipient of the news have not found a communication language and the expression through audiovisual language has not been understood or has been misunderstood or disregarded. Why is that so? We will not attempt to find the cause not in the content but in the formal language of the audiovisual narrative. Through research and analysis of the countrywide reporting in or news coverage in Slovakia we will attempt to raise the issue concerning the quality of the audiovisual content’s form.

Regardless of whether the broadcaster is private or public, the standard figure of a newscast is the news presenter as the main carrier of the news. This person introduces the topic and conveys it to the viewer. A simple framework of the introduction, where we see his or her face: pre-camera utterance, illustration images throughout which the presenter continues speaking, a formal authentic feed with a respondent, then again shifting back to the newscaster who will add information to the report under the “illustration image content”, where some of the shots from the beginning may be repeated, and concluding the report in a pre-camera message introducing the author, the presenter of the report. This is roughly the basic form of a newscast regardless of whether it has a crucial political content, or whether it is about a car accident or a cultural event or some other type of audiovisual information as part of the news coverage.

The viewer typically receives a lot of information from the text, the narration of which is like a race against time and the aim is to verbally communicate as much as possible. The denotative, real part of the text form told through the verbal form. The image is usually just a passive carrier of some illustration information from a specific environment with recurring shots, or the emphasis of the image is placed exclusively on the presenter and their expression in a false dramatisation or their looks, for instance their hairstyle and clothes. A substantial part is also to place the author in front of a background which should evoke the gist of the verbal report.

In reporting we rarely see an image composition system, a system in the arrangement of the form and the readability of that form in relation to the support of the content and intention. If one of the creators tries to prepare a visually interesting report, it usually falls through the cracks under a flood of image chaos and deadwood.

It may seem cruel, but the viewers in Slovakia are moved by the news of the brutal death of a journalist, but in all these years they were indifferent to the compelling content this journalist shared in writing. So we arrive at the conclusion that this is the way it works in Slovakia. Yet it is not the case. Audiovisual content is deemed to have the highest ratings, they certainly get more attention than written news coverage. The use of film language in reporting is often on a chaotic level and it is

necessary to think about the cause of that. The system of the means of expression in the non-verbal and verbal part of a narrative is very rich and the success in the communication with the recipient of the news lies actually in the suitable form and the combination of using means of expression in audiovisual language. In the case of journalism it does not matter what means of the audiovisual language we use. What matters is to pass the information. A denotative narrative does not necessarily imply veracity. The connotation as part of the semiotic expression may be extremely useful. The narrative elements of a story cannot be refused. After all, journalism and the so-called realistic record, as mentioned above, is actually a narrative expression in audiovisual content.

It does actually matter how the presenter is incorporated into the image area. If the presenter stands in the centre and is shot from a slight view from below with a dramatic expression and communicates significant information, with which they want to attract the viewers, it suffices that a tree branch is in the background making the person look as if they had horns on their head, or if an electrical wire from the background “passes through his or her eyes”, the whole meaning of a dramatic report is ruined in the subconscious of the viewer by perceiving contradictory information, out of which the recipient creates a designatum. The told and the shown was not in unity, but in a contradictory position. The recipient of the report, the viewer, even if they are unable to define it, gain a chaotic perception. The news becomes ambivalent for them and they are in a passive position – time passes, everything goes according to the daily schedule, where watching TV news in classic media fits perfectly.

At this point I have described just one case. The number of formal errors in our creative space is inexhaustible, when speaking exclusively of news coverage – television journalism. The presenter occupies a paramount position – he or she is the carrier of the news, often actually its main character and the way how he or she is shot by the camera matters. If the awareness of the form of the image and sound expression is at the level of creating a written text, the audiovisual expression loses its meaning and the effect of conveying the message is reduced. If the maker of an image is a “videographer or recorder”, or a camera operator, who does not know or use the visual means of expression, communicating the news becomes passive when perceived by the recipient. Many broadcasters currently have minimum demands on the profession of a camera operator. They are often not even mentioned in the newscast credits. During our analyses it sometimes seemed that what mattered was that the cameraman has a driver’s licence, that they are able to fill in for the sound technician, to turn the camera on and above all that they are able to work quickly and without technical problems. This is a bit too little in this time of fierce competition of information, where not only the content matters in communication, but also the form. The power of information undoubtedly depends entirely on the audiovisual order of shots and the soundtrack. The viewer’s activity is conditioned by the ability of this audiovisual sequence to communicate and to establish contact with the viewer.

The form of the audiovisual content of reports may be given firstly by the genre itself, and for example by its cyclical classification within a medium with predefined formal criteria, and secondly by the creator of the report or by a set of creators within the production staff involved in content creation.

If we divide the audiovisual newscast into three basic elements of expression, we can define in each of them the formal specification of the expression.

1. Pre-camera utterance of the presenter – stand up
2. The respondent's utterance
3. Visual account through a set of shots connected to the news topic

In the following three parts we attempted to define individual expressions in the connotation, designation and denotation through semiotics analysis.

1. Regarding the pre-camera utterance of the presenter, the newscaster or the news anchor /the person who communicates in front of the camera , they may be called differently in various parts of the world/ in formal terms we speak of the person of the presenter and the space he or she is incorporated into.

1/a The expression of the television anchor, the news presenter or newscaster is the basic means of communication in semiotic expression. The credibility of the news and its reception by the recipient is communicated eye to eye. This means that the news presenter looks directly into the camera thus maintaining eye contact with the recipient. A long, maintained direct eye contact without interruption is regarded as impolite in personal communication. In television journalism breaking the eye contact is up to the viewer and their decision. Excessive dramatisation and acting in the journalistic conception does not have to be correctly evaluated. However, speech articulation and pace are important, as the presenter communicates from the screen directly with the recipient of the news. A too fast pace and flow of information is tiring and it distracts from the content's essence. The break and pauses are necessary for evaluating pieces of information and establishing their mutual connection. The news anchor or presenter should not overshadow the content by their expression. The news is important, not the person commenting on it or communicating it to the viewer, yet this does not rule out the possibility that the recipient of news may find the presenter appealing, nor does it go against the presenter's journalist status.

1/b The position and height of eyes with regard to the view angle of the camera is one of the main formal expressions. The type of the news and dramatisation may determine the position of the eyes in relation to the camera height. If the height of the lens is equal to the eye height, we can consider it the basic position and the newscaster's look into camera is neutral. A slight view from below, which means that the camera lens is lower than the presenter's eyes, makes him or her more important. If the newscaster also raises his or her chin, their expression becomes dominant. The view angle should be carefully considered. The presenter is merely the carrier of the news, not the news itself. They do not take part in the story they talk about, they are merely observers. The top view or the view from below usually cannot be maintained throughout the whole report. However, it can attract attention when moving on to the report. Excessive work with the view angle brings the observer to an unwanted connotation and it can distract him from the report's substance.

1/c The light in which the message is created – the lit space forms the basis of the presenter's expression. The low light level implies technical insufficiency for the colour and light tonal settings of the camera. A statement given in direct sunlight at high noon creates a shadow from the superciliary arches and the eyes are not visible. The light located on the camera makes the face look flat and often leads to a colority different from the surroundings. "Artistic" or artificial light with a strong light-shadow ratio on the presenter can ruin the content of the report and distract from its substance. The newscaster in the shadow with too much backlight may seem "ripped out" of the shot.

1/d The optical expression of the camera view represents the distance of the presenter from the camera: This also determines the size in which he or she is shot. A close-up shot of the newscaster amplifies him or her as a person and separates them from the space in which the

statement is made. The space around the newscaster in a wider shot helps define the geography of the shot and the time constituting authenticity. If the camera is too close and the view of the camera is in wide focus, the presenter's figure may be deformed. A long focus with an adequately adjusted f-number through a low depth of field can separate undesirable artefacts in the background. With a close-up on the presenter, a too low depth of field can bring artefacts of unsharpness into the shot. These may disrupt the perception.

1/e Face structure and eye expression means readability of the utterance. Nowadays we have a high definition image system, which entails a high ability of transmitting face structure details. Unpleasant artefacts on the face represent negative connotations and disrupt the meaning of the message. Light makeup, which should be unobservable, is appropriate. Unpleasant skin defects may be eliminated by a wider shot. The eye expression and the eyes' authenticity is enhanced by the light in them. A speck of light in the eyes placed on the side rather than in the middle inspires trust.

1/f The presenter's clothes constitute the impression of the news substance. Not dominance. A report is not about modelling, but about the news communicated by the presenter. If the viewer remembers the clothes and not the news, something is wrong. If presenters have a scarf during the feed and the scarf is moving in the wind it causes distraction. A model displaying clothes attracts attention with clothes, the presenter attracts attention with the news. The clothes should be appropriate to the theme and not distracting.

1/g The colour and the colour design is determined by the formal nature of the programme. The colour style of a newscast as a coherent programme is the domain of developed media and constitutes their uniqueness. The report itself should form a compact whole with regard to the colour set-up. The face tonality is in a uniform tone. The observer is the most sensitive to skin tones and their change in the shot order constitutes a designatum. Therefore white balance is key. Pronounced coloured elements such as a coloured tie may form a connotation to the theme that does not have to be told and the viewer stays confused and may get lost in the information he or she was supposed to gain.

1/h The presenter's movement and choreography in relation to the camera is another element of meaning-making communication. Movement must have its justified meaning. It should have its beginning and end. Excessive dramatisation of spoken text in combination with movement may look stilted and ridiculous. A slight movement into a circle may for example enable an impressive introduction of the background. The movement of the newscaster in the frame without the camera moving must have its space. The emphasis on gesture or head movement should have a specific meaning in connection with the theme. Many of the presenter's movements distract from the spoken word and it is up to the careful consideration of the creators, how much of presenter's or news anchor's movement during their utterance will be included in the report.

1/i The background behind the presenter is one of the most serious compositional expressions and brings about semiotic meanings. In the image, the structure of the background space is joined into an area with the actual core of the shot – the performer. If we do not perceive the conspicuous elements in the background, for example the tree branch which in the image appears to “come out of the ear”, the horizon line which “goes through the eyes“ and many other artefacts, these constitute designata which are subconsciously evaluated by the observer who then loses contact with the substance of the news. Sometimes these artefacts may even devalue or change the meaning of the message content.

2. The respondent's utterance or the pre-camera interview brings the authenticity of place and time to the report. The significance of content's credibility is confirmed by the authentic respondent. Their position in the report is on the same level with regard to significance as the reporter's position.

2/a The respondent's look is aimed at the news anchor and not into the camera. It depends on how far the respondent's look is from the camera's axis /the axis between the camera and the respondent/. If the reporter who is asking the question is too far from the camera's axis, the

respondent gets into an unpleasant profile and the expression loses authenticity. The dramatic effect is heightened by the proximity of the look to the axis of the camera. If the look is not only aimed at the presenter, but also passes on other people we do not know about and do not identify them in the shot composition, the viewer is distracted by identification and the content of utterance goes unnoticed.

2/b The respondent's composition is often risky in the optical expression, because the microphone held by the reporter is usually in the shot and the camera is close to the respondent. Using short focal length and a wide-angle shot may deform the face. The deformation is also highlighted by the forward move of the respondent. The space above the head as well as the placing of the eye height in the shot creates meaning and it is necessary to work with them actively. The same applies to the composition of the respondent as what was mentioned in the points in part 1.

2/c The height and the view angle of the camera expresses the attitude to the respondent, if the cameraman is tall and looks at the respondent from the top close-up view, it plays down the respondent's social significance. In this case the basic position of the camera height is also at eye height regardless of how tall or short the respondent is. The change of the view angle from the basic camera position at eye height brings designata and connotations in semiotic expression.

2/d The shot size of the respondent is dependent on the image form of the report, but mainly on the links to the shots of the presenter. The shot size is also determined by the foreground constituted by the presenter and his hand holding the microphone. The space with the respondent forms the denotation of the meaning into which the respondent is incorporated. The laws of dynamic composition² for the moving image apply. The active space in the direction of the figure's look and passive behind the figure. "Artistic" compositions and compositional experiments do not work in a report. Searching for their meaning distracts from the content's substance.

2/e External characteristics of the respondent such as clothes, face structure, but also speech are elements of semiotic meaning. Not every person who we find suitable because of their speech fits our theme in that given moment. The utterance is one thing, but the other thing is external visual characteristics that can ruin that utterance. If we leave the respondent on screen with a pronounced flaw such as the tie being askew or a spot on the shirt and so on, the viewer is subconsciously tied to this imperfection and the meaning of the utterance is ruined. If an unpleasant facial defect like a wart is highlighted by a big close-up or some other pronounced feature is amplified, this can also distract the viewer from the content of the utterance regardless of how important that information is.

2/f The light in which the interview takes place also plays a vital role. The lighting framework must conform to the professional convention, which primarily involves technical quality and quick readability of meaning-making visual elements. The light in the eyes adds vividness to the person. The face must be unambiguously readable. For interiors it is useful to define a dominant light source. Various low-quality light sources, usually stage lights, produce an incomplete light spectrum, low light level and inconsistent colour temperature. The respondents can thus be in various colours, which bring about undesirable connotations. If the light does not correspond to the light quality of the shots of the presenter, the respondent's loses its significance and the meaning is suppressed. If the camera light located on the newscast camera shines brightly into the eyes of the respondent along the axis of the camera, it is a disturbance. We have to work carefully with its intensity. Television journalism is often about the race against the clock and uses authentic light sources that need to be respected by selecting the adequate technical setting of the camera .

2/g The suitability of the character for giving a statement can also mean that not everyone can be included in the report. If we shoot an authentic figure, who has a speech impediment, a cosmetic defect, or does not capture the social essence of the report and so on, it is left for consideration how and, if the person is merely an additional factor, whether to shoot with that

person at all. If the aim is not to degrade the respondent and to stoop to a tabloid level or to vulgarity, it is good to soberly consider what respondent to choose and what shooting method to apply. The verbal output can be disrupted by physical or mental details of the person. Visual and sound semiotics are crucial to the utterance. The respect for the person is very important and the value and quality of information depends on it.

2/h The comprehensibility of the utterance and the acoustic space is a key condition for communication. The presenter has a trained voice and knows how to work with a microphone. The respondent is usually “new” to the camera and the microphone, they mostly do not understand recording technology. The utterance loses its effect if the space for the interview is not acoustically clean or if the intensity of the voice and the comprehensibility of the speech is not respected. If the respondent makes long sentences, which are then abruptly cut and unfinished, this gives rise to associations degrading the utterance. It is necessary to sensitively perceive the sound connotations and designations of a statement.

3. A visual account in a newscast segment can support the text with a set of shots or it can possibly function as a self-sufficient unit, which informs in a parallel system of audiovisual order of shots. The support of text information can be duplicated in the image, meaning that the elements of the visual information overlap with the sound information, or the image can offer untold parallel information that is linked to the topic and complement the sound with its semiotic meaning. These two types of visual message can alternate. If we only stick to one of them, the report may be dull or even incomprehensible and the recipient of the information remains passive.

3/a The cameraman is inspired by the theme as well as by the substance of the account. The visual order provides a visual concept of the theme. It adds authenticity and credibility to it. The information about the structure of visual elements that are indescribable with text is a visual framework of shots. If shots get in the theme which are not related to the content in semiotic meaning, they are a distraction. Attributing information from the text to the image and vice versa is crucial to semiotic perception. The image of a recorded reality is like a puzzle. Individual shots must become a whole. If they do not the image of reality is incomplete.

3/b Time, place and space, for the visual account it is important to set the theme geographically, to engage the observer in the space of the theme and to define the time when the report was shot and when the event occurred. The orientation in space and time is very important for the recipient of the news. If we create denotations and the viewer evaluates them subconsciously inaccurately or they do not believe them, the information is confusing. If suddenly in the set of shots an evening shot appears which is highly significant for the theme and we say that it is day, the effect of the message is ruined. The space and time is usually determined by the whole content. Their place in the report is important: if information comes late, it can lose its meaning.

3/c The system of alternation of shot sizes, every shot has its follow-up and is very important in the report. Even though it may be beautiful or very meaningful, a single shot gains effect in the logical order of shots, where the shot sizes in the system of dynamic composition. One shot follows the other, if they have mutual compositional counter-weight and diversity.³

3/d Repetition of shots in reports is quite often used. This is for several reasons. One of them being that the creators of a report simply have more text than shots. At this point the significance of the image and its semiotic expression in relation to sound is disrupted. If there is a different sound information under the same image stimulation should create a new sign. And that is really the case. However, there is some other substance and that is the time in which the recipient has to evaluate the given relationship. In a report there is usually little time for creating a new significant. The author confuses the recipient with a new relationship of denotations or the recipient gains a new connotation, which can be significant with regard

to meaning. Yet journalism usually does not work with connotative elements, but with denotations. Connotations are the ones which emerge due to lack of awareness of expressions and elements of audiovisual language. The result is that recurring shot sort of stresses its content. If its position within the shot composition has a different connection with the previous and the next shot, the recipient of the news searches for some context connection and their sensitivity to the textual part is reduced. The semiotics of one content in several meanings in the shot order brings about chaos.

3/e One amazing shot does not make up a report, if it is not supported by the given report text. Even though it captures a unique unrepeatable moment, a shot does not have to trigger an appropriate response in the viewer, if not supported by a shot order. The dramatisation of the moment during shooting does not have to be transferred into the final recording. For instance, if we manage to shoot “a bomb explosion”, the emotional experience from shooting is huge, whereas the result for the recipient of the news may be minimum. Somewhere in the distance, smoke appeared and the audio features overmodulated, technically unusable sound. Only the shot narration that follows can add to the drama and intense image message off this one shot.

3/f Illustration shot is used for covering the text with shots. The role of illustration shots is to fill the image space. They usually do not have much in common with context of the news defined from the text. Such image composition is applied only if for some reason it is not possible to film shots linked to the theme, or if the maker of the visual part does not have a concept and does not know how to create a meaningful shot order. Unrelatable shots often distract from the content and reduce its effect. The recipient of the content constantly tries to connect the dots between image and sound. If he or she does not find any connections, the information stays untold and the recipient is passive: his activity in the psycho-sensory perception diminishes⁴

3/g The length of shots or it all goes back to maths. The transfer of information in a report is very fast and dynamic. The length of individual shots is counted in seconds and the image offers authenticity and information supporting the text. Many shots in the report are determined by the length of the contribution and the rhythm of narration. It is important to have enough shots. If shots are edited for example in an approximately three-second rhythm, we need them for one minute and twenty seconds. The shot of the presenter or news anchor usually does not exceed six seconds. If we do not have enough visual documents or the order of shots is not planned in advance, it leads to chaos. The fast pace of creating reports does not really help. Long, repeated shots, illustration shots, meaningless shots from the archives induce passivity in the perception of the news recipient. The role of the image is to engage the viewer in space, create mental authenticity and credibility of the report.

3/h Colour and light recorded by the camera has various possibilities in formal expression. By setting the digital camera, one can create an image style. However, this style must adhere to the form of the programme itself. One report is part of the whole formatted system of the broadcaster. The newscast segment by the creator of the report should fit the whole programme format. The actual creator is not important in this case. What matters is the content and its communication. The colour setting and light needs to respect that. The setting of the dynamic range as well as working with the camera’s sensitivity and the colour space⁵ can be effectively used for newscast cameras, but it must not go against the intended format of the broadcaster.

3/i The shot as evidence or narrative storytelling and stylisation in a report – what is truth. In the digital world the truth is the final report, the way how the theme was communicated through the report. The transfer of reality – of the truth as well as the substance to recipient of the information. We had the opportunity to shoot in Afghanistan, in a war zone in the Logar Province⁶. It is virtually unreal to imagine that someone arrives in this area and to film a project at their own discretion. Although it is possible to get off the usual plane in Kabul and go to shoot in a city, in the countryside or the mountains as a “tourist journalist”, the probability

4 KAMERA! – BĚŽÍ... aneb několik moudrostí, jak tvořit pohyblivý obraz, Anton Szomolányi, 2016 Citadela, ISBN 978-80-8182-050-2

5 <http://www.xdcam-user.com/2014/05/what-is-a-gamut-or-color-space-and-why-do-i-need-to-know-about-it/>

6 A film by author: In the shadow under Hindu Kush, <https://www.youtube.com/watch?v=5rYnZXMQtxU>

of managing such an adventure with no health damage is very small and borders on being hazardous. Therefore a sensible journalist acts the way to be able to finish his or her work and file a report. It is true that journalists all over the world risk their lives every day in order to bring the news and the truthful media content and for doing this they are owed gratitude and honour. However, the wars are created more by media than by soldiers these days! In terms of the image of war, i.e. the fiction or illusion on the TV screen. The reality is often completely different from either side of the conflicts and often with no specification from which side the particular truth is being communicated.

If they manage to film an explosion from afar, you can see the smoke, the sound is distorted and the whole impression is “non-dramatic”. But that’s where some people died! The current media, especially global media, need to turn this event into shocking news, topped with the apparent politically directed illusion of the particular political interests. The reality is significantly helped by all the expressive means of film language, by arranging reality and by inducing a desired emotion providing that this emotion is really shocking news with the necessary political impact. When in the semantically convincing position, semiotics with its connotations, designations and denotations may create a perfect illusion of audiovisual news

Let’s describe a short example from the real setting in Afghanistan. A helicopter lands at a military base and brings a film crew with a prepared scenario. They do a dramatic stand-up in the safety of the base, while several dramatically moving soldiers are arranged in the background. Then the convoy sets off to a more less similar site of our “non-dramatic” shot, a few locals are hired, some pyrotechnically successful explosions are made – suitable for the zoomed-in filming, and the picture of reality or illusion is ready. It is alright as long as the journalist responsibility to tell the truth and not an illusion of the truth, exists. If we inform what the situation really is and seek the reality in terms of the journalist responsibility and don’t just follow the steps of the earlier prepared scenario. If we are not able to record reality in the given time, we try to pass the news to the audience the most truthful way possible, using the technical-creative means. I reckon that a realistic recording of the complex of events in an extremely difficult and dangerous environment is nearly impossible. Yet, the search for the connections and approaching the truth is possible by the creation of such illusion by means of the picture and sound. The result should be the realistic outlook and passing the true information.

The expressive means of film language and their semiotic meanings should cater exactly to this kind of truth. Of course, hats off to everyone passing this true news without depending on their ordering person or commissioner, who along with the order, provided a scenario with a vision of the illusion reality. Even the most realistic shot gets a different information quality in the moment of being shot by a camera, cut and put together with other shots.

Conclusion

With our research we tried to derive the semiotic meanings of the audiovisual language in television journalism. We picked only parts of the meaning creative elements as examples. We analysed the miscommunication expressive elements of the audiovisual language, which diminish the news value. In the last part of our text we mentioned a practical example of the research referring to

particular work of the author of “In The Shadow Under Hindu Kush”. A traditional television report competes today with the new media in the speed and quality of passed information. Television brings in high communication quality in the perfect picture and sound, unlike the internet news, where the form does not seem to be important. And this is the competitive ability of the traditional media communication offering not only the content quality, but also the quality of form and ability to communicate intensively with the audience even on the emotional level. And this is possible only with the full and qualitative awareness of the semiotic meanings of the audiovisual language.

Bibliographic References

Szomolányi, A. (2016). *KAMERA! – BĚŽÍ... aneb několik moudrostí, jak tvořit pohyblivý obraz*. Slovenská republika: Citadela.

Plesník, L. et al. (2015). *Semiotika presahov*. Nitra: Univerzita Konštantína Filozofa.

Stuart Mill, J. (1886). *A System Of Logic, Ratiocinative And Inductive*. UK: Mill's Works.

Velocidade e Memória na Comunicação Fotojornalística da América Latina: o Risco de Esquecimento de sua Produção e de seus Agentes

Santiago Naliato Garcia¹

O assunto deste trabalho são as potencialidades com que as fotografias feitas no interior paulista, especificamente na cidade de São José do Rio Preto-SP, por jornalistas e publicitários, se inscrevem enquanto documento iconográfico e se constrói como referentes válidos e necessários que atestam a passagem de tempo naquela região. Importante ressaltar que, em pesquisa prévia, não foi localizado registro algum de semelhante tipo de estudo por pesquisadores da região em nível maior que o de Graduação, no qual este proponente já teve oportunidade de trabalhar com seus orientandos de jornalismo nos seus respectivos trabalhos de conclusão de curso, como no intitulado “Fotojornalismo: por trás de uma lente”, do discente Fábio Carvalho, que resgatou ainda em 2013 o trabalho dos fotojornalistas na cidade de São José do Rio Preto em diversos veículos de comunicação.

Argumentamos como justificativa de estudo a relevância que esta proposta apresenta para a região geográfica do corpus de pesquisa no sentido de preservar toda uma vasta memória iconográfica para futura recuperação. São José do Rio Preto foi fundada em 19 de março de 1852 e é uma cidade com cerca de 500 mil habitantes. Está situada no entroncamento entre três Estados: Minas Gerais, Mato Grosso do Sul e Goiás, sendo centro comercial e de distribuição para estes Estados. Tal município, entretanto, nutre carência na área cultural e, nas pesquisas preliminares deste proponente, não foi encontrado nenhum esforço para a criação/manutenção de qualquer acervo iconográfico na cidade além dos pessoais, identificados em posse de pessoas físicas, cujo material é representativo de suas passagens pela construção da cidade ao longo destes 164 anos.

Há demais fotógrafos com vasta produção importante para a cidade relatados pelo atual presidente da Associação dos Fotógrafos e Cinegrafistas de Rio Preto – AFOCIRP – Jorge Maluf, que pontuou nomes quase no esquecimento como: Edson Baffi, Nestor Brandão, Pierre Duarte, Ivo Pirani, Osmar Manhane, Miro Manhane, Eduardo Seco, Sebastião Domingues da Silva, Antônio Carlos Ribeiro (Chimba), Antônio Garcia, Celso Bernardes do Nascimento, José Maria, Otto Wirman, Jayme

¹ Doutorando do curso de comunicação (ECA/USP).
Fotojornalista.
Email: santiagarcia@gmail.com.

Colagiovanni, Kharfan, Paulo Berton, Jorge Etechebar, Valter Velho, Jair Inocência, Heleno de Castro, entre outros.

A originalidade dessa pesquisa se apresenta na presente proposta está na delimitação de um corpus regional específico e na temática recortada. Buscar-se-á analisar suas expressões tanto jornalísticas quanto pessoais sobre o desenvolvimento urbano, contrapondo tais fotógrafos tradicionais com os atuais trabalhos veiculados pela mídia, trazendo contexto à veiculação e geração de conteúdo na expressão midiática.

Crê-se que, com a noção vulgar de imaterialidade do material digital, muitos registros estão se perdendo com o ato de “deletar” imagens consideradas não relevantes, sendo este ato não calculado extremamente prejudicial a longo prazo para a existência de uma memória iconográfica representativamente construída e preservada. Junta-se essa cultura digital de descarte com a falta de bom-senso na preservação dos negativos fotográficos e tem-se uma receita para se velar toda uma história iconográfica regional com mais de 160 anos. Essa questão foi identificada pelo presente proponente da pesquisa na leitura dos questionamentos de dois autores distintos: Kossoy (2001, 2002) e de Santaella (2001), cujos aspectos teóricos serão tomados adiante.

A hipótese identificada é de que a substituição da fotografia analógica pela digital impactou não apenas na relação do homem com seu trabalho, mas também na sua prática e, significativamente, de seu posterior armazenamento e cuidado na preservação de tais memórias, identificadas na região geográfica proposta neste estudo.

Como efeito desta alteração, há concordância com Barros (2009) quando este diz que as mensagens veiculadas na mídia passam por transformação pelo processo de recepção e sua consequente apropriação, gerando sentidos diversificados pelas diferentes mediações vivenciadas pelos receptores, desdobrando-se em novas práticas e ações.

Portanto, questiona-se: qual a situação atual destes arquivos uma vez que não há nenhum esforço de preservação identificado? É possível preservar? Como fazer? Além da questão patrimonial, há outras utilizações ou aplicações práticas que evoluíram com a atualização do sistema e da técnica além da comunicação massiva na grande mídia impressa da região Noroeste do Estado de São Paulo? Como o sistema digital trabalha com essa etapa de seleção, uma vez que ela pode ser feita agora *a posteriori* e não mais anteriormente ao ato fotográfico (devido a limitação física da quantidade de filmes que obrigava os profissionais a um primeiro filtro antes de qualquer disparo)? E como trabalhava o analógico? Qual a relação que se estabelece entre o planejamento e o resultado final, bem como seus efeitos para a narrativa a ser construída e as informações essenciais a serem colhidas em campo? Alterou-se a relação entre o fotógrafo e cotidiano após o advento do digital? A memória será preservada?

Quadro Teórico de Referência

Busca-se localizar na expressão fotográfica seu produto final e, a partir desta localização geo/tempo/marcação, identificar os conceitos estabelecidos por Kossoy (2002) acerca dos Elementos Constitutivos: Assunto, fotógrafo e Tecnologia. Nestes primeiros demarcam-se como assunto o tema escolhido referente fragmentado do mundo exterior; como fotógrafo o autor do registro, agente ou

personagem do processo; como tecnologia os materiais fotossensíveis, equipamentos, técnicas empregadas para o registro. Dá-nos instrumentalização também as Coordenadas de Situação: Tempo e Espaço no texto imagético. Como tempo buscar-se-á determinar a cronologia, época, data, momento do registro; como espaço, determinar o local do registro. Por fim, dando sentido e interligando os componentes a serem detectados nos estudos – e constantes em todos os processos – o produto final vulgo imagem, registro visual fixo do fragmento do mundo exterior, conjunto dos elementos icônicos que formam o conteúdo e seu suporte. (Kossoy, 2001)

Este quadro inicial fornece elementos basilares para avanço da pesquisa de forma a reforçar a investigação pelas partes para o levante do todo, construindo, ao avanço da reunião de informações acerca de cada elemento, um referencial constituído de fortes indícios e grande agrupamento de informações correlatas ocultas ao signo fotográfico, mas passível de resgatar por meio dos elementos da iconografia capazes de estabelecer relações com a história e com os estudos em eventuais outras áreas de pesquisa, como arquitetura e história. Para tal compreensão, busca-se desmontar a representação também nos componentes de ordem *material e imaterial*, compostos pelos recursos técnicos, óticos, químicos, eletrônicos, informáticos, mentais e culturais, respectivamente, bem como da sua finalidade e intencionalidade para percepção da motivação e do processo de concepção e construção das fotografias analisadas. Com isto, garantimos a compreensão ampla das múltiplas interpretações e leituras resultantes da análise do receptor, mesmo que observando inúmeras interpretações: “são múltiplas, pois, as realidades da fotografia” (Kossoy, 2002, p. 38).

Ainda fundamentado no autor *supra* citado, neste processo, espera-se a instituição dos mecanismos internos da produção e da recepção das imagens, partindo da montagem de um novo real interpretado e idealizado, sua identificação em relação aos níveis de realidade (primeira ou segunda realidades) e alcançando a construção da interpretação na outra ponta, com sondagem acerca do imaginário dos receptores a partir dos seus repertórios pessoais e culturais, ideológicos e estéticos, morais, éticos, religiosos e demais interesses. Embora pareça amplo, quando na verdade trata-se de um movimento complexo e muito trabalhoso, mas não desconexo e muito menos inacessível, o estudo realizado fornece análises e interpretações multidisciplinares, com níveis informacionais que transferem o conteúdo de uma imagem para um contexto de produção e recepção próprios, de forma a estabelecer valores não apenas na preservação deste material, mas também como na releitura e interpretação de uma determinada e observada situação postulada, intrinsecamente, no conteúdo imagético. A observância em profundidade de tantos elementos elencados e passíveis de serem observados no processo nos assegura mais informações do que a superficialidade da prata das fotografias analógicas pode nos oferecer.

Tal base nos leva a quadro teórico que sustenta a análise das imagens propostas. Para Kossoy (2002):

Na análise iconográfica uma verdadeira arqueologia do documento é empreendida. Duas linhas de análises multidisciplinares são sugeridas para a decodificação de informações explícitas/implícitas no documento fotográfico e no suporte que o contém e que tem por meta: 1. A reconstituição do processo que originou o artefato, a fotografia: pretende-se, assim, determinar os elementos que concorreram para sua materialização documental (...); 2. A recuperação do inventário de informações codificadas na imagem fotográfica: trata-se de obter uma minuciosa identificação dos detalhes icônicos que compõem seu conteúdo (Kossoy, 2002, p. 58).

Na etapa seguinte, articular-se-á a interpretação iconológica, utilizando os caminhos sugeridos pelo autor que é 1. Resgatar a história própria do assunto e 2. Buscar a desmontagem das condições de produção, buscando identificar a realidade interior da representação fotográfica, seu significado, a primeira realidade.

Tal empreitada dar-se-á seguindo as tipologias de fontes argumentadas por Kossoy (2001): escritas, iconográficas, orais e objetos. Escrita: busca-se em fontes manuscritas impostos, obituários, registros estrangeiros, aberturas/fechamento de firmas, documentos de ordem pessoal e comercial escrito de punho pelos fotógrafos (como anotações nas provas de contato e diários pessoais), registros de compra e venda de equipamentos, anotações técnicas sobre o trabalho fotográfico, contratos de trabalho, recibos, e qualquer outra referência à prática, traçando a localização destes arquivos e esboçando o perfil biográfico e profissional.

Em fontes impressas, delimita-se o jornal Diário da Região buscando situar o objeto fotógrafos no espaço e tempo propostos. Qualquer material complementar que comprove-se oriundo de algum fotógrafo será catalogado e preservado, como crônicas, relato de viagens, contos e catálogos de exposições. Sobre as fontes iconográficas, buscar-se-á as imagens originais em posse de coleções públicas e privadas para arquivamento de cópia digitalizada desde que autorizada pelos detentores da posse, bem como catalogação de seus negativos, e suas publicações midiáticas no veículo Diário da Região, realizando análise técnico-iconográfica para identificação da autoria, tecnologia, datas e temáticas exploradas no passado, seja em fotografias propriamente ditas, desenhos ou caricaturas. Acerca das fontes orais, propõem-se coleta de depoimentos para preservação da memória de parentes, amigos, moradores do bairro, qualquer pessoa que, comprovada a proximidade com a atividade fotográfica e seu autor, possa oferecer lastros parciais de memórias. Por fim, se identificado qualquer fonte-objeto, buscar-se-á o registro fotográfico por este proponente para preservação de sua função, posse, e aplicações.

Sobre Análise técnica e Análise iconográfica, proceder-se-á de acordo com o pesquisador: de forma conjunta pelo contínuo cruzamento das informações existentes nos caracteres externos e internos do objeto-imagem para determinação dos componentes do processo gerador da fotografia como fonte histórica. Também será seguida a sistematização das informações que o autor recomenda em seu trabalho, com a elaboração de 1. Referência Visual do Documento 2. Procedência do Documento 3. Conservação do Documento 4. Identificação do Documento 5. Informação Referente ao Assunto 6. Informações Referentes ao Fotógrafo e 7. Informações referentes à Tecnologia. Tal sistematização determina uma Iconologia para os caminhos devidos da Interpretação, dando conta de instrumentalizar todos os elementos envolvidos nesta proposta de pesquisa. (Kossoy, 2001).

De forma complementar e propositiva, busca-se articular noções de paradigmas e sistemas sócio-culturais, como os propostos por Lucia Santaella, nas obras Cultura das Mídias (1992), Imagem, cognição, semiótica e mídia (2001), Culturas e Artes do Pós-Humano (2003) no qual estabelece paradigmas acerca da imagem fotográfica, sendo três: o paradigma pré-fotográfico, o fotográfico e o pós-fotográfico. De acordo com tais paradigmas, a imagem passou por: de feitas à mão para plasmar o visível, passando pelo registro técnico e a preexistência de objetos reais até a imagem sintética, que não necessita mais do referente visível por ser modelada em sua formação por pixel, ou seja, códigos

binários que constroem a imagem a partir de um referente puramente matemático.

Pensa-se a comunicação também em concordância com Martino (2006, 2007), trazendo a questão do tempo presente (da fotografia) para o centro da atenção nessa pesquisa, abrindo espaço para uma reflexão no campo estético/fotográfico enquanto temática emergente como desdobramento de uma problemática na qual busca-se um método de trabalhar a comunicação na contemporaneidade num contexto cujos parâmetros teóricos tradicionais da comunicação se mostram insuficientes no contexto da sociedade em rede e convergente (Barros & Künsch, 2007).

Metodologia

Pretende-se alcançar um processo dinâmico, recorrendo à pesquisa nomotética e o estudo de caso, este último definido por Becker (1993, p. 117): “o método – estudo de caso – supõe que se pode adquirir conhecimento do fenômeno adequadamente a partir da exploração intensa de um único caso”. Pretende-se romper, assim, com eventuais dificuldades na eliminação de traços singulares e de concentrar a preocupação em elementos comuns a uma classe de eventos. A proposta inicial baseia-se na sustentação do trabalho investigativo de acordo com Braga (2008), que busca três proposições abstratas gerais para propor sustentação ao trabalho de investigação ao sistematizar leis e regularidade em áreas de estudo vizinhas ao da comunicação. A divisão torna-se didática:

a) leis e regularidades expressas em áreas vizinhas – mormente sociologia e linguística, mas eventualmente também em outras ciências nomotéticas do homem (demografia, economia, psicologia...); b) conhecimentos sobre o mundo, derivados de outros modos de observação e análise (...); c) proposições abrangentes derivadas de elaboração ensaísticas ou de especulação filosófica – gerados diretamente na área ou a partir de áreas vizinhas quando estas pensam questões de seu interesse, mas que confluem com preocupações da área de comunicação (Braga, 2008, p. 74).

Tais realizações metodológicas, entretanto, correlacionam atribuições das áreas vizinhas focando questões de interesse para a comunicação.

Desta forma busca-se, ainda, quatro finalidades articuladas na aplicação do estudo de caso, que são as propostas por Braga (2008) e que visam a proporcionar, a partir delas, nossa contribuição para a presente área de pesquisa e para o ensino do fotojornalismo nas instituições brasileiras: elas baseiam-se na geração de conhecimento rigoroso e diversificado sobre uma pluralidade de fenômenos percebidos como de interesse para a área; na necessidade de assegurar elementos de articulação e tensionamento entre situações particulares versus conhecimento estabelecido; na lógica dos processos indiciários e na caracterização do âmbito de maior probabilidade de sucesso no desentranhamento de questões comunicacionais relacionadas ao fenômeno.

Para a confecção da tese, cujo presente trabalho apresenta um ponto inicial das aferições realizadas, está em realização no período de 2017 a 2020 um estudo de caso enquanto metodologia de pesquisa que volte um olhar para as implicações sociais e culturais da preservação iconográfica e da utilizações da imagem fotográfica (em ambos os sistemas), enquanto testemunho da verdade (Kossoy, 2002) a partir do material colhido do corpus investigado. Sugere-se então uma pesquisa de

campo com análise de provas de contato, negativos, arquivos digitais, o jornal Diário da Região, o único ativo na cidade com mais de 10 anos e apto a fornecer material para o estudo. Além da pesquisa bibliográfica e iconográfica de cavação, serão realizadas entrevistas com fotógrafos vivos da geração mais antiga e da atual, bem como com os parentes de primeiro grau dos fotógrafos já falecidos e graus mais distante conforme houver problema na localização destes próximos.

Buscar-se-á evitar interferências e desvios no processo que prejudique ou mesmo inviabilize a produção de conhecimento eliminando a possibilidade do estudo restringir-se a uma utilidade prática. Faz parte, para tanto, o trabalho de levantar indícios, decidir sua relevância para o objeto e meios para buscar solução ao problema de pesquisa e à articulação dos conjuntos de indícios derivando, daí, inferências sobre o fenômeno. Torna-se possível tal proposta com o tensionamento da situação empírica, das bases teóricas e do problema de pesquisa, pretendendo-se problematizar o caso em estudo a partir dos fundamentos adotados.

A imagem e sua evolução vêm romper com o processo formador unidirecional da escrita no que tange sua capacidade de codificar planos e abstrair todas as dimensões menos a da conceituação, que permite o exercício de codificação e decodificação. Esse rompimento também pode ser verificado com Castells (2004) ao referenciar grandes mudanças da humanidade em relação à sua comunicação: da oralidade para a escrita e, desta, para o rompimento com a subserviência que se estabelecia em relação ao sistema de símbolos e percepções audiovisuais. Estabelece-se como um terceiro momento do nosso rompimento e avanço significativo, a passagem da escrita para a revolução tecnológica da informação e da comunicação, possível de ser identificada já na Idade Média, com a invenção da prensa de tipos móveis e da posterior tecnologia que permitiu a impressão de gravuras e imagens na mesma superfície, até então dominada pelas letras caligráficas dos copistas.

Claro que há nuances nestas passagens, e elementos transitórios entre os momentos, como ressalta Santaella (2003). Vivemos em um deles: no da imagem para a própria imagem. É nesse panorama de recentes atualizações em diálogo essencial com suas bases técnico, mecânicas e teóricas (que separem adequadamente a questão do suporte e do signo enquanto mediação), que o fotojornalismo e sua *práxis* atuam toda e em qualquer publicação que se utiliza das imagens captadas. Na cultura atual, entendemos que é o momento da imagem, da valorização da fotografia enquanto signo de mediação via sua narrativa e de seus diversos suportes enquanto produtores destas possibilidades.

Por fim, a reflexão sobre este tipo de produção e problematização para o jornalismo tem o potencial de evidenciar para as outras áreas sua estrutura formativa, acrescentando algum valor e contribuição para o processo em qualquer ciência ou prática pessoal. Da mesma forma que a palavra verbal evoluiu a partir de sua sistematização e discussão, justifica-se a realização desta proposta para aprofundar o entendimento sobre o sistema da imagem que se apresenta complexo, mas articulável entre outros sistemas, e ainda potencialmente investigativo em suas próprias peculiaridades e características básicas, sejam sociais, científicas ou técnicas, como neste caso, em suas aplicações.

Desenvolvimento Atual da Pesquisa

Definimos a seguinte escala de trabalho para o primeiro semestre de 2017 e que já foi rea-

lizado: 1 Levantamento de quem tem fotos a recuperar ou registrar; 2 Identificar os fotógrafos que dispõem de material a oferecer; 3 Elaborar uma lista com os nomes localizados e seus respectivos contatos; 4 Coleta do termo de cessão de uso de imagens; 5 Alteração do título da pesquisa com foco sobre acervos (feito e apresentado na capa como sugestão).

O levantamento de 1 a 4 foi realizado e, no total, 76 nomes apareceram nas indicações e memórias dos entrevistados preliminarmente, pessoas estas de mais tempo de atividade profissional na cidade. Deste total, 18 profissionais foram encontrados, entrevistados e tiveram o termo de cessão de imagens assinado. A demanda pode aumentar, uma vez que há espera pela resposta de outras pessoas ainda não entrevistadas pessoalmente, mas já contactadas e em processo de agendamento para julho e agosto, sendo três no total. Os 58 nomes ainda não contactados desta lista apresentam dificuldade de localização como números de telefones que estão errados, mudança de endereço ou mesmo de município.

Neste processo, identifiquei um eventual recorte que pode limitar a pesquisa em até 40 nomes. Esse recorte se forma a partir da identificação de um núcleo de profissionais cujo trabalho foi realizado em veículos diários de jornal impresso na cidade. Uma variável a se considerar é que alguns profissionais de performance qualitativa, mas sem vínculo aos diários, poderiam ficar de fora do levantamento de acervo. A alternativa viável e propícia é ter a cidade como vetor do trabalho, relatando o trânsito de eventuais profissionais e não o indivíduo como objeto. Desta forma, ainda no recorte dos jornais diários, os demais profissionais com produção representativa podem ser inseridos no corpus localizado para composição e preservação do acervo.

Ao realizar as últimas entrevistas, nenhum nome mais antigo veio à tona, mantendo-se o número total de profissionais. Alguns profissionais relataram a importância de se conversar com outros profissionais que trabalharam diretamente com boa parte destes nomes. Assim foi sugerido contato com seis columnistas sociais que acompanharam o trabalho dos fotógrafos e que contaram, durante os últimos 60 anos, a história da sociedade riopretense.

Do total de entrevistados, apenas uma recusa na assinatura do termo de cessão foi verificada em virtude do desconhecimento biográfico deste pesquisador. Após alongada entrevista e explicação, a entrevistada cedeu e irá contribuir, entretanto ainda não assinou o termo, ficando pré-agendado para a próxima semana (entre 10 e 14 de julho).

Levantamento/Coleta de Dados do Objeto a ser Investigado

O delineamento do objeto desta pesquisa já havia sido realizado no momento da propositura inicial desta pesquisa. Entretanto, foi na aprovação desta pesquisa que as peculiaridades de sua localização foram sendo conhecidas. Inicialmente buscou-se por meio de entrevistas a localização de nomes das personagens existentes ou que já passaram pelo vetor de pesquisa para que fosse feita sua localização. Como o objeto de pesquisa são os acervos fotográficos da cidade de São José do Rio Preto, buscou-se no conhecimento dos antigos fotógrafos da cidade o levantamento preliminar de nomes a serem localizados e pesquisados, ajuntando seu material iconográfico/fotográfico ao corpus desta pesquisa.

No total, foram levantados os nomes dos profissionais e, em uma segunda lista, aqueles devidamente registrados no veículo de comunicação que faz o recorte deste universo. Esta lista, embora grande, será de grande valia nas próximas etapas pois o editor chefe do jornal em questão, durante entrevista gravada por este pesquisador, informou que toda a documentação do material veiculado é feita pelo município, ou seja: somente a partir de 1994 o jornal mantém profissionais registrados sendo todos os anos anteriores uma lista sem especificação alguma. Antes deste período, retroativamente até sua fundação nos anos 1950, não há qualquer tipo de registro documental além do papel jornal publicado acerca das passagens destes fotógrafos e sequer de suas imagens, sendo as memórias dos profissionais e suas citações nas páginas impressas já localizadas no acervo público (mas ainda não lançadas vistas para conferência) as únicas referências existentes.

Por padrão, buscou-se gerar uma noção inicial dos profissionais. Aqueles que foram logo localizados e cujo material pode se constituir em acervo foram entrevistados e assinaram um termo de cessão de uso de imagens para a composição deste acervo. Entretanto, em conversa com o jornal recorte do objeto, foi solicitado que novo pedido de cessão fosse realizado àquele veículo, especificando a pauta, data e obra fotográfica para a sua devida cessão dos direitos de uso uma vez que são de propriedade do jornal.

No nosso material de pesquisa, foi feita relação completa com os dados que foram possível levantar. Decidimos anexar todos os dados nos relatórios de pesquisa da tese em andamento para dimensionar o corpus desta pesquisa. Os dados não preenchidos não foram, inicialmente, localizados. Alguns estão em comprovação, outros estão sem sua fonte e serão, se necessário, investigados. Dependem de aprofundamento que será realizados na medida em que se enquadrarem nos critérios delineados no recorte do corpus: ter fotografias publicadas sobre a cidade de São José do Rio Preto no jornal Diário da Região. Esses dados serão fundamentais na localização destes profissionais nos anos anteriores a 1994, já dito que não constam em qualquer arquivo do jornal objeto.

Levantamento Autônomo por Entrevista e Memória

Este levantamento representou o primeiro contato com as memórias em esquecimento. A partir de relatos pessoais, as lembranças de nomes e trabalhos dos profissionais foram sendo constituídas. Longe de ser um movimento único, pudemos registrar três etapas que dividimos para efeito didático: a primeira delas refere-se aos profissionais encontrados e presentes na maioria dos relatos dos entrevistados. Já a segunda são as memórias de longo prazo, cujos nomes, endereços e contatos não estão ao alcance de uma ligação telefônica e precisam de mais aprofundamento, mais acionamento de laços fracos sociais para sua devida localização. Por último, nos foi entregue pelos profissionais do jornal Diário da Região e que oficializam uma linha do tempo existente de 1994 até os dias atuais ao mesmo tempo em que assume a inexistência de qualquer formalismo anterior ao ano citado.

Optamos por apresentar todos os nomes a título de detalhamento e de documentação oficial para desde já prover o que falta: algum tipo de memória. Os elementos são comuns a todos os pesquisados. Os itens não preenchidos não foram informados e os grifos diversos fazem parte do esforço de apuração e localização, bem como da tentativa de esboço de campo profissional para esta classe

de trabalhadores.

Levantamento Oficial do Jornal Diário da Região

Esta lista a seguir foi entregue pelo jornal Diário da Região e delimita os profissionais que passaram pelo veículo após os anos 1994. Ela repete a citação de alguns nomes levantados de forma independente por este pesquisador, mas legitima a passagem destes profissionais por ser uma fonte oficial. O recorte está por ano e foi informado pela profissional responsável pelo arquivo das imagens, Mara Souza, e por Guilherme Baffi, fotojornalista do veículo. Além destes dois, na mesma ocasião foi conversado com o editor Chefe, Milton Rodrigues. Segue os dados obtidos:

1994 até 1999

José Carlos Moreira (editor)
Eduardo Secco
Ricardo Milani
Sílvia Santana
Mara Souza (a única ainda em trabalho)

2000 até 2005

Flávio Grieger (editor)
Valdevino
Priscila
Elisandro Ascari
Sérgio Menezes
Júnior Vignola
Eduardo Penna
Rubens Cardia
Otávio Valle

2006 até 2017

Carlos Chimba
Guilherme Baffi
Hamilton Pavan
Edvaldo Santos (Diva)
Helio Tuzi
Thomas Vita Neto
Ferdinando Ramos
Sidney Costa
Sérgio Isso
Johnny Torres
Pierre Duarte

2017 - Atualmente contratados

Guilherme Baffi
Mara Souza
Johnny Torres

A lista acima elaborada e fornecida contribuirá para a constituição do corpus final de pesquisa. Dentro do prazo previsto de 24 meses a partir do primeiro semestre de 2018, agora a próxima etapa será localizar no arquivo públicos as obras fotográficas que farão parte do acervo a ser elaborado. Este movimento será realizado da seguinte forma e em dois movimentos: no primeiro deles, buscaremos de 1994 até o presente dia as pautas mais relevantes realizadas pelos profissionais listados pelo próprio jornal. A lista de material fotográfico será enviado ao jornal que cederá as imagens para a constituição deste arquivo. No segundo movimento, buscaremos as pautas anteriores a 1994 no arquivo público e, utilizando a lista de profissionais parcialmente completas, buscaremos os profissionais e familiares existentes para solicitar as imagens que por ventura esteja em seu poder. Aquelas imagens que não puderem ser resgatadas com qualidade serão fotografadas no arquivo municipal já visitado, ou seja, será feita a foto da foto. Embora sem a mesma qualidade visual, é claro, ao menos buscare-

mos a preservação e constituição de novo acervo.

Considerações Finais

As entrevistas preliminares tem norteado os nomes mais relevantes do trabalho em fotografia para a recuperação do acervo de imagens. Têm, ainda, materializado as variáveis existentes neste campo e contribuído para a definição de um corpus razoável e viável para resgate. Um exemplo disso é a identificação de profissionais que não são da cidade e que, por um breve período, aqui se estabeleceram para a produção visual. Destes, alguns permaneceram e outros se foram, deixando em posse de empresas particulares quase que a totalidade de seu trabalho profissional que narra a trajetória da cidade pelo tempo.

A primeira etapa foi realizada e já há o sobreaviso aos entrevistados de, em agosto de 2018, ter acesso físico às imagens a serem disponibilizadas para a composição deste acervo. Tal etapa já está solidificada com o termo de cessão de uso de imagens.

A segunda etapa da pesquisa teve uma das suas fases adiantada: o levantamento de referencial bibliográfico, e reforça a premissa inicial de que uma discussão sobre o estatuto da fotografia e sua preservação enquanto acervo dos profissionais é necessária e pouco discutido. É um campo ainda vasto a ser explorado e essa contribuição de pesquisa torna-se relevante a partir disso.

Sobre o levantamento bibliográfico para o desenvolvimento posterior da pesquisa e da tese desse autor, que em principio seria feito no segundo semestre de 2017, adiantei-o em virtude da localização de três livros durante as entrevistas: o da Valle (1994) e do Arantes (2011) em minha posse, e um terceiro na posse de Mohammed Kharfan, editado à mão e encadernado de forma precária. Esses dois primeiros livros não eram do meu conhecimento e me foram dados de presente em duas ocasiões: o da Valle pelo entrevistado Antônio Cury e do Arantes durante um bate papo com um varejista da cidade. Ambos trazem informações pertinente à busca da constituição deste acervo. O terceiro é uma edição restrita, que contém imagens e memória da cidade dos anos iniciais de 1910 a 1940, um livro não editado por editoras, nem publicado de forma publicizada, o que torna este conteúdo rico e praticamente inacessível.

Ademais, coleí as entrevistas coletadas e também as não realizadas para ciência e entendimento seu. Os termos de cessão estão devidamente digitalizados e arquivados em pastas físicas.

Por fim, sobre as imagens a serem apresentadas: os entrevistados até o presente momento se comprometeram a já localizar seu respectivo material, que será averiguado por este pesquisador na segunda entrevista, a partir de agosto, está em profundidade, que verificará *in loco* as condições de armazenamento e que materializará pela cópia o corpus constituinte do acervo. Mais do que isto, procura-se instigar a noção do não-material, ou seja, na tomada de ciência de eventual material esquecido ou não positivado (ainda não revelado) até mesmo pelos seus produtores.

Referências Bibliográficas

- Arantes, L. (2011). *Imagens que revelam 90 anos de desenvolvimento*. São José do Rio Preto: THS Editora.
- Barros, L. M. de. (2009). Os meios ou as mediações? Um exercício dialético na delimitação do objeto de estudo da comunicação. *Libero*, 12(23), pp. 85-94.
- Barros, L. M. de. & Künsch, D. A. (2007). Saber pensar seu pensamento: reflexões em conjunto sobre epistemologia da comunicação. *Libero*, 10(20), pp.11-21.
- Becker, H. (1993). *Métodos de Pesquisa em Ciências Sociais*. São Paulo: Hucitec.
- Braga, J. L. (2008). Comunicação, disciplina indiciária. *Matrizes*, 1(2), pp.73-88. Recuperado de <http://www.matrizes.usp.br/index.php/matrizes/article/view/85>.
- Castells, M. (2004). *A Sociedade em rede*. Madri: Alianza Editorial, 2004.
- Kossoy, B. (2001). *Fotografia & História*. (2a ed.). Cotia: Ateliê Editorial.
- Kossoy, B. (2002). *Realidades e Ficção na trama fotográfica*. São Paulo: Ateliê Editorial.
- Martino, L. C. (2006). Abordagens e representações do campo comunicacional. *Comunicação, mídia e consumo*, 3(8).
- Martino, L. C. (Org.). (2007). *Teorias da Comunicação: muitas ou poucas?* Cotia: Ateliê Editorial.
- Santaella, L. (1992). *A assinatura das coisas: Peirce e a literatura*. Rio de Janeiro: Imago.
- Santaella, L. (2003). *Cultura das mídias*. (4a ed.). São Paulo: Experimento.
- Santaella, L. & Nöth, W. (2001). *Imagem, cognição, semiótica, mídia*. São Paulo: Editora Iluminuras.
- Valle, D. (1994). *Jornais de Rio Preto*. São José do Rio Preto: S/E.

