

# Actas de las Jornadas Científicas

## Animotion Days

### Barcelona 2014



## **PUBLICACIONES GREDITS / 01**

## PUBLICACIONES GREDITS

**Bau, Centre Universitari de Disseny  
de Barcelona**

*Editora:*

Teresa Martínez Figuerola

*Comité Científico:*

**GREDITS**

Grup de Recerca en Disseny  
i Transformació Social

[www.gredits.org](http://www.gredits.org)

1ª Edición.

Cantidad de ejemplares 150

Barcelona, España.

Junio 2015

*Impresión:*

9. disseny

*Diseño y maquetación:*

Adrià Paz Navarro, Helena Artola Riera, Best Boy

ISBN (Ed. Impresa): 978-84-608-3837-1

Depósito Legal: DL B 29351-2015

*Copyrights de la publicación:*

Bau, Centro Universitario de Diseño

*Copyrights de los textos:*

Todos los autores

*El contenido de los artículos es de absoluta responsabilidad de los autores.*



**PUBLICACIONES GREDITS / 01**

**Actas de las Jornadas Científicas:  
Animotion Days  
Barcelona 2014**

# Índice

<b>Presentación</b>	7
<b>Animotion Days</b>	9
<b>Animando la reflexión</b> Rosa Rydahl	11
<b>Pioneros del cine de animación en España: <i>Érase una vez...</i></b> Teresa Martínez y Maria Pagès	23
<b>Entre la apropiación y la reconstrucción</b> Rebecca Gil	45
<b>Análisis de los cambios ocasionados por Internet en la sociedad y en la fotografía</b> Beatriz Hernández	51
<b>Espectro invisible, control (im)perceptible</b> Paloma G. Díaz	63
<b>El nuevo audiovisual de la web: procedimental, de datos e inmersivo. Webdocs y videoclips interactivos</b> Carles Sora	77



## Presentación

La publicación que tienes en tus manos sigue con la tradición de Bau, Centro Universitario de Diseño, de aportar a nuestros estudiantes y a la sociedad en general reflexiones, investigaciones y trabajos en el entorno del diseño.

Desde la implantación del Plan de Bolonia y la oficialización de los estudios de Grado en Diseño de Bau, además de mantener el carácter profesional de estas actividades y propuestas culturales se les añade el carácter científico de las actividades universitarias y en este número de *Publicaciones Gredits* se incluyen trabajos de investigación de profesores y expertos en el ámbito del diseño.

Además de su actividad pedagógica el Centro, desde sus inicios, ha promovido las conferencias, presentaciones y actividades culturales como por ejemplo Animotion Days, incluidos en este número de *Publicaciones Gredits*.

Animotion Days podría definirse como una propuesta cultural, un punto de encuentro entre profesionales, estudiantes y público interesado donde se tratan temas de todo tipo relacionados con la Animación y el Diseño Audiovisual. En las dos ediciones celebradas hasta el momento en Animotion Days han participado autores de renombre internacional como Tim Allen, Dvein, Jordi Grangel (Grangel Studios) Abner Marín, Daniel Solana (Doubleyou) o Bart Yates (Blinkink), entre otros.

Esperamos que la publicación de este número de *Publicaciones Gredits* ayude a difundir ideas y trabajos del mundo del diseño con el rigor y la profesionalidad inherentes al ámbito universitario.

Teresa Martínez





# **ANIMATION DAYS**



# **Animando la reflexión**

Rosa Rydahl



## I. «Animotion»: mentira y movimiento

A modo de introducción, propongo una breve reflexión terminológica para comenzar este recorrido por los contenidos de las jornadas de Animotion Days 2014. «Animotion» es una mezcla bilingüe del término «animación» y la voz inglesa «motion» (movimiento). Expresa, por un lado, la ilusión óptica que es la base del cine (los 24 fotogramas muertos que se convierten en un segundo de vida cinematográfica), y por el otro expresa el hecho de estar en movimiento. Creo que estos dos conceptos – la mentira perceptual, así como el cambio temporal y espacial continuo – resumen eficazmente muchos de los puntos críticos que podemos encontrar en nuestra condición cultural actual.

¿Cuáles serían estos puntos? ¿Y qué tienen que ver con estas jornadas de animación y diseño audiovisual? En este caso, como en las buenas películas, las respuestas se presentan como nuevas preguntas. Está claro que vivimos en un período histórico determinado por rápidos cambios socioculturales y tecnológicos, y aún así subyace una especie de narrativa constante. Porque la sensación de que el tiempo y el espacio del hábitat humano está en un estadio emergente de fragmentación no es exactamente nueva. Tuvo un auge con la urbanización del siglo XIX, pero ya existía en el Renacimiento (Briggs y Burke, 2009; Charney

y Schwartz, 1995). Y precisamente esta sensación, tan antigua a la vez, parece ser casi inventada— o por lo menos explotada al máximo— por el medio audiovisual.

Esta contradicción va de la mano con la sociedad moderna; las dos se han desarrollado juntas. En la actualidad — ya en la sociedad pos o hipermoderna — aumenta esta dificultad de ordenar el mundo y de distinguir los objetos tangibles de su representación mediática. Son varias las antologías dedicadas a reflexionar sobre esta cuestión. En una de ellas, el teórico de cine Tom Gunning propone que, si es cierto que la sociedad moderna del siglo XX se inventó paralelamente al cine, también es lógico que la mentira perceptual obtenida a través del movimiento de las imágenes esté profundamente enraizada en su discurso cultural (2006). Creo que esta contradicción de la modernidad (en sus variadas formas, la pos e hiper incluidas) sí tiene que ver con el papel sociocultural que juega el diseño audiovisual actual. Y, para animar la reflexión en torno a esta condición cultural, hay que plantearse preguntas como: ¿Qué consecuencias concretas tiene esta relación entre la sociedad, la cultura y el medio audiovisual en nuestras vidas?

## **II. Ponentes y propuestas de Animotion Days 2014**

Pero, ¿de qué sirve esta pregunta tan genérica? Pues aunque difícilmente podemos obtener respuestas inequívocas, creo que nos ayuda a ver cómo la aplicación de una perspectiva histórica, teórica y crítica nos puede servir a todos los que nos interesamos por la creación audiovisual, ya sea como diseñadores profesionales o como aficionados, para enriquecer nuestra mirada.

En la tercera edición de Animotion Days se ha abierto camino para este tipo de reflexión académica en torno a la animación y las herramientas audiovisuales. Con los ponentes Beatriz Hernández, Paloma González, Josep Maria Marimon, Carles Sora, Rebecca Gil, Maria Pagés y Teresa Martínez, se ha invitado a

reflexionar sobre temas como la postfotografía (Hernández), las redes de control tejidas por la tecnología imperceptible (González), la definición del papel del diseñador audiovisual (Marimon), la emergencia de documentales y videoclips interactivos en la web (Sora), los nuevos usos artísticos de las tecnologías tempranas de la fotografía (Gil) y los pioneros del cine de animación en Cataluña (Pagés y Martínez). En cuanto a las contribuciones profesionales, se ha optado por profundizar en la comprensión del proceso de la creación audiovisual a través de las clases magistrales donde se han expuesto estudios de casos concretos, como la producción del spot navideño *The Bear and the Hare* para la *warehouse* inglesa John Lewis, explicada con detalles brillantes por su productor ejecutivo, Bart Yates de Blinkink.

En la nómina de ponentes profesionales, Yates está acompañado tanto por colaboradores suyos (Dvein, Sebas&Clim) como por otros profesionales que, en conjunto, cubren un amplio espectro de la creación audiovisual. En las clases magistrales y charlas se ha tratado tanto la animación tradicional como la digital, el *videomapping* y los *motion graphics*. Las jornadas han ofrecido al oyente-espectador la posibilidad de familiarizarse con estas técnicas audiovisuales en un ambiente privilegiado, a través de las anécdotas y ejemplos concretos expuestos por los ponentes, que han ido desde los directores creativos de animación 3D de Dvein, los creadores de *Motion Graphics* Sebas&Clim, Roman Torres, creador de espectáculos audiovisuales «fuera de la pantalla», hasta los experimentados animadores Roger Tortosa y Abner Marín.

Desde mi punto de vista, que se sitúa entre lo profesional y lo pedagógico, el momento álgido de las jornadas profesionales ha sido la interesantísima exposición de los primeros pasos (los trabajos «caseros» y los primeros trabajos profesionales) de algunos de los jóvenes directores que colaboran con la productora Blinkink, presentados por Yates en su clase magistral. También creo que cabe reseñar la generosidad de Roger Tortosa a la hora

de compartir y explicar su proceso de iluminación y creación de fondos en 3D paso por paso; un estudio que seguramente ha resultado muy valioso para muchos de los asistentes.

Al conectar el público (en su mayoría, estudiantes y profesionales del ámbito audiovisual) con los ponentes (investigadores y profesionales internacionalmente reconocidos) en un ambiente familiar, casi íntimo, se ha creado un espacio-tiempo donde todos hemos aprendido algo, a través de la reflexión y la experiencia compartidas. Estar conectado, en este caso, es participar – sea como ponente o como público – en una experiencia pedagógica única.

### **III. Josep Maria Marimon, Sebas&Clim y Rebecca Gil: Conexión de conceptos**

Hablando de conexiones pedagógicas: «Diseñar es conectar», dice Josep Maria Marimon en su ponencia «Cartografiando el diseño audiovisual». Marimon quiere desglosar y definir el campo de acción de un diseñador audiovisual para entender cuáles son las competencias deseables en el itinerario audiovisual del grado en diseño.

En su ponencia, que relaciona algunos ejemplos históricos de diseño audiovisual (George Méliès, Oskar Fischinger y Saul Bass, entre otros) con las tareas de diseño que suponen las interfaces tecnológicas más recientes, Marimon hace hincapié en la figura del diseñador audiovisual como comunicador de mensajes a través de la conexión de conceptos. El propio diseño audiovisual es una conexión-fusión entre las artes del diseño gráfico y del cine, y Marimon defiende que los estudiantes del itinerario audiovisual deben aprender a aprovechar los sistemas semánticos de ambas artes para alcanzar su máximo potencial como comunicadores artísticos.

Se ha mostrado un ejemplo inspirador de esta capacidad de conexión en una de las charlas profesionales de la jornada, concre-



tamente cuando el diseñador Seba (Sebas&Clim) ha presentado la careta realizada para el MAD Festival de este año. En esta pieza, que dura un par de minutos, los directores han conectado 90 conceptos. Precisamente es gracias a esta conexión que el proyecto resulta justificable y comprensible a pesar de su aparente locura. Al conectar conceptos, un diseñador puede definir la razón de ser de una pieza desde cero.

Rebecca Gil nos da otro ejemplo de conexión de conceptos, pero vista a través de un prisma histórico, en su interesante ponencia «Entre la apropiación y la reconstrucción. Reflexiones sobre los orígenes de la fotografía y sus nuevas interpretaciones». Gil muestra el uso contemporáneo que artistas como Chris McCaw, Gwenneth Boelens y Chris Fraser, entre otros, hacen de las técnicas ópticas y químicas que dieron origen a la fotografía. En este caso, podemos ver cómo la conexión de conceptos más puramente formales y técnicos se convierte en discursos artísticos nuevos – es decir, contenidos y experiencias. Gil nos ofrece una mirada a través de las «ventanas mágicas» de la cámara obscura y otras técnicas utilizadas para representar el mundo en el siglo XIX, para luego abrir todo un campo de investigación al estudiar la mirada que echan a través de esas mismas «ventanas», ya centenarias, los artistas de nuestro tiempo. El campo que abre Gil tiene que ver con aquella contradicción cultural de la modernidad; su objeto de estudio se sitúa perfectamente en nuestro contexto cultural, marcado tanto por cambios como por continuidades.

#### **IV. Beatriz Hernández y Carles Sora: contexto de cambios**

En la ponencia «¿Cómo ha cambiado la fotografía a causa de Internet?», Beatriz Hernández devuelve «la ventana mágica hacia otro tiempo» planteada por Gil a su modalidad más comercial en forma de multipantalla y, en concreto, de la pantalla de los smartphones. Hernández realiza un estudio sociocultural en el que desglosa algunos cambios concretos en nuestro uso de la fotografía desde la llegada de Internet, y que la llevan a hablar

de la «condición cultural» de la postfotografía (término planteado por Joan Fontcuberta). Su estudio revela un impulso importante hacia nuestro manejo intelectual dentro de la actual lógica cultural, cuyo lema parece ser algo así como: «Me hago un selfie y lo comparto, luego existo».

La postfotografía es – sintetizando su concepto al máximo – aquella fotografía que ya no es única sino múltiple. Sin lugar a dudas, los cambios tecnológicos llevan años apuntando en esta dirección de multiplicidad y creación compartida. Los objetos de estudio de Carles Sora también están influidos por esta nueva realidad múltiple que significa la red. En su ponencia «Transformacions tecnològiques de formats i públics en l'audiovisual web. El cas del documental i el videoclip interactiu» presenta algunos ejemplos de los formatos audiovisuales interactivos que se alejan de la narración lineal tradicional (entre otros, el videoclip interactivo *The Wilderness Downtown* de Arcade Fire y los documentales interactivos *Fort McMoney* y *One million tower*, ambos producidos por *The National Film Board of Canada*).

Sora se interesa por cómo en 2008 el código del html 5 supuso un nuevo paradigma que consolidó el formato audiovisual interactivo en Internet. Según Sora, desde ese momento el audiovisual en la red ha adoptado formas variadas donde se mezclan los géneros cinematográficos tradicionales con los servicios y conexiones que están presentes en el propio código html 5.

Sentado entre el público asistente, el documentalista Ricardo Íscar ha planteado preguntas importantes tras la presentación de Sora: ¿De qué manera cambia el discurso del autor cuando programamos una pieza audiovisual interactiva para la red? ¿Quién tiene el control de la experiencia interactiva: el usuario-espectador o el director-programador? Según Sora, cada pieza es un mundo y en algunos casos, como en *Fort McMoney*, el director simplemente plantea un juego que luego evoluciona según la participación del público. Aquí se ve cómo en este nuevo para-

digma del html 5 los géneros realmente se fusionan; en una misma pieza se puede establecer perfectamente una conexión entre el interés por hechos reales y políticos (género reportaje documental) y la interfaz de un juego online (género videojuego).

#### **V. Paloma González, Maria Pagés y Teresa Martínez: Contexto de continuidades**

Como hemos visto, las reflexiones de Hernández y Sora nos dibujan un panorama cultural en el que se dan nuevas e infinitas posibilidades de creación a través de la participación y la interactividad en la red. La investigadora Paloma González nos ofrece otro punto de vista sobre este panorama. En su ponencia «Espectro invisible, control (im)perceptible» estudia el lado oscuro (o por lo menos invisible) de toda la información que se crea con la interactividad en la red.

González muestra cómo nuestro uso de las aplicaciones de las tabletas y los smartphones tejen unas redes de señales electromagnéticas por todo el hábitat humano (occidental), que pueden ser fácilmente observadas y analizadas. González advierte de que con el uso de una aplicación que, en apariencia, únicamente sirve para darnos un servicio específico, al mismo tiempo dejamos que las grandes empresas (o nuestro vecino, si quisiese) sepan con precisión nuestra ubicación y nuestro historial de actividades cotidianas.

Su ponencia muestra cómo se puede llevar esta advertencia hacia una vertiente crítica y creativa. Por un lado, González plantea dos preguntas críticas e importantísimas: ¿Qué hay detrás de un servicio (por ejemplo, una app) que en apariencia es meramente utilitaria?, y ¿qué es lo que dejamos que se haga con la tecnología que estamos utilizando? Según González, el usuario medio de las aplicaciones no se preocupa por la información que transmiten y las decisiones políticas y económicas que puede acarrear el análisis de esta información por parte de los gobiernos o las

grandes empresas. Por otro lado, González también habla de las posibilidades artísticas que conlleva esta situación al mostrar el uso que han hecho algunos artistas contemporáneos (Rafael Lozano-Hemmer, Michelle Teran y Trevor Paglen, entre otros) de estas redes de información electromagnética que nos rodean. Sus obras quieren ser «despertadores» que nos inviten a reflexionar sobre lo que implica nuestra condición tecnológica y social en niveles más imperceptibles y abstractos; muchas veces, el control más eficaz es aquel que no se nota.

González señala al fenómeno del usuario ignorante como una falta de memoria histórica, sobre todo de contexto. Desde luego, el tema que plantea es preocupante y no hay solución fácil. Pero volviendo a las contradicciones de la modernidad, ¿quizás se trate simplemente de tener en cuenta que, por encima de los contextos de cambios sociales y tecnológicos, hay otro contexto de continuidades históricas, constituidas por el sistema capitalista de producción y los intereses económicos y condiciones sociales que genera? ¿O eso sería simplificar demasiado las cosas? En cualquier caso, si partimos del análisis de Paloma González, podríamos añadir la conciencia histórica al mapa de las competencias deseables de un diseñador audiovisual que Josep Maria Marimon ha esbozado.

Teresa Martínez y María Pagés nos dan un ejemplo de investigación histórica en su ponencia «Los pioneros del cine de animación en Cataluña», en la que trazan un recorrido por las tempranas producciones de animación en Barcelona, donde destacan el largometraje *Érase una vez...* y la dirección de arte de Alexandre Cirici Pellicer. Vemos aquí cómo una perspectiva histórica nos puede ayudar a distanciarnos del presente para analizar nuestra situación actual. Y, como Frederic Jameson propuso hace ya un par de décadas, quizá los ejemplos históricos nos sirvan sobre todo para sentirnos acompañados en esta época de fragmentación y alienación (1991).

Y en 2014, cuando se cumplen cien años del nacimiento de Cirici Pellicer, en unas jornadas de animación y diseño audiovisual celebradas en Bau, Centro Universitario de Diseño, podemos concluir que el mundo ya no es el mismo que cuando Cirici Pellicer realizó su largometraje de animación. Pero sea lo que fuere que ha cambiado, la atracción del animotion -la mentira cinematográfica en sus múltiples formas- persiste. Y es que Oscar Wilde ya dijo en 1889 que sin mentira, el arte -y con él, la vida- perdería todo el sentido (2000).

*Barcelona, julio de 2014*

*Rosa Rydahl*

### *Bibliografía*

Briggs, Asa y Burke, Peter, 2009. *A social history of the media: From Gutenberg to the Internet*. Cambridge: Polity Press

Charney, Leo y Schwartz, Vanessa R. (coord.), 1995. *Cinema and the invention of modern life*. Berkeley, Los Angeles, London: University of California Press

Gunning, T., 2006. *Modernity and cinema: A culture of shocks and flows*. En: Murray Pomerance (coord.), *Cinema and modernity*. New Brunswick: Rutgers University Press

Jameson, Frederic, 1991. *El Postmodernismo, o la lógica cultural del capitalismo avanzado*. Barcelona: Paidós Ibérica

Wilde, Oscar, 2000. *La decadencia de la mentira*. Madrid: Ed. Siruela



# Pioneros del cine de animación en España: *Érase una vez...*

Teresa Martínez y Maria Pagès





Los orígenes de la animación en España son catalanes y vivieron una edad de oro en la Barcelona de los años cuarenta. En 1950 se estrenó el último largometraje, *Érase una vez...*, a partir del cuento de la Cenicienta, y después la animación nacional desapareció durante más de una década. En este largometraje participaron personajes de la talla de Josep Benet i Morell (1920-2008), Alexandre Cirici-Pellicer (1914-1983) o Josep Escobar (1908-1994), pioneros de la animación que, en la actualidad, vuelven a estar de moda: en 2015 España es el país invitado en el Festival d'Annecy, donde tendrá lugar una retrospectiva de la animación española.

Josep Escobar (fig. 1) no fue únicamente el padre de los populares gemelos Zipi y Zape y de Carpanta. Antes de integrarse en la plantilla de la editorial Bruguera, trabajó en la Hispano Grafic Films de los hermanos Baguñà en 1937. Los editores de la revista *Patufet* fueron los primeros en dar trabajo al joven Escobar, que por aquel entonces trabajaba en Correos y soñaba con ser dibujante. Escobar animó personalmente 173 de los 557 planos del largometraje de dibujos animados *Érase una vez...* (1949), convirtiéndose en el animador más prolífico. Cabe reseñar que gozó de total libertad para modificar el guión y añadir escenas ingeniosas, mostrando una gran desenvoltura que le venía de su oficio de dibujante. ¿Pero cuáles son las etapas previas a la realización del



1. José Escobar, 1949

largometraje de 1950? Josep Escobar, gran divulgador, aparte de animador y historietista, como le gustaba definirse, lo explica de una forma sencilla en una de las páginas del TBO.

### **1ª etapa: La magia y el truco**

Las raíces de la animación se remontan al siglo XVIII, cuando las sombras chinas llenaban las paredes de las casas y había un público ávido de capturar y reproducir el movimiento. Esta era también la intención de juguetes precinematográficos como el zootropo, muy populares a principios del siglo XIX. A partir de la expansión del dispositivo cinematográfico con los hermanos Lumière, el lenguaje de la animación se fue aproximando al de la magia. Las intencionalidades narrativas no aparecerán hasta más tarde; por ello, en esta primera época prevalece el truco de un ilusionista como Segundo de Chomón, que hace que los muebles se muevan solos en su *Hotel eléctrico* (1908), o el de un dibujante como Émile Cohl, que le imprime movimiento a unas simples rayas antropomórficas blancas sobre un fondo negro.

### **2ª etapa: Antes de la Guerra Civil**

Josep Escobar anima *La rateta que escombrava l'escaleta* en 1934 y la presenta en el concurso del Centre Excursionista, que le reconoce el mérito otorgándole una mención especial. Por aquel entonces la animación pasa por una etapa rudimentaria y experimental en la que todavía no se ha sistematizado la metodología de trabajo. El decorado se dibujaba en papel, o en acetato en el caso de Escobar, y los personajes en cartulinas, ya que el acetato era mucho más caro. Los personajes recortados se colocaban sobre el fondo en los diferentes fotogramas y se iban moviendo de un modo intuitivo, sin una referencia exacta. Con su premio bajo el brazo, Josep Escobar fue a buscar empleo a la empresa de los hermanos Bagañá, que antes de la guerra ya habían empezado a hacer pruebas para expandir el negocio editorial hacia el campo de la animación.

### 3ª etapa: Guerra Civil e inmediata posguerra

Posteriormente, la industria de la animación automatiza sus procesos de producción, adoptando definitivamente un sistema de perforaciones que permite vincular el personaje y el fondo de manera indisoluble, y además opta definitivamente por el soporte de papel para los fondos y por el acetato para los personajes. El personaje y el fondo tienen en la parte superior cuatro pivotes que encajan y fijan la posición del personaje en el paisaje. Los acetatos transparentes permiten ver el fondo y colorear con gouache y tinta el movimiento del personaje para cada fotograma. Una vez dibujado todo el recorrido del personaje en papel, se calcaba el perfil con tinta negra en el celuloide por la parte superior. En función del soporte final de la película, se añadían por la parte inferior los colores o la gama de grises de la paleta de color de cada personaje.

#### **Los productores de animación: Hispano Grafic Films (1938-1942)**

En 1938 Jaume Baguñà funda la Hispano Grafic Films, que se convierte en la primera productora española que busca hacer del dibujo animado un negocio con cara y ojos. El dibujante Salvador Mestres crea uno de los primeros personajes de la animación española con suficiente personalidad como para protagonizar una serie, una práctica que ya era habitual en el cine animado estadounidense. El Joan Milhomes de la prensa ilustrada se convertirá en el Juanito Milhombres animado y protagonizará en 1940 *La isla mágica*. El argumento de la película explicaba cómo Joan Milhomes vencía a un dragón que tenía atemorizados a los lugareños gracias a la ayuda de los enanos del bosque, que acababan convirtiendo a la fiera en un parque de atracciones.

El equipo que creó la serie de Juanito Milhombres tenía a Salvador Mestres como realizador y contaba con los dibujantes Joaquim Muntanyola, Antoni Batllori y Josep Escobar. Las pri-

meras escenas de *La isla mágica* mostraban una maqueta en tres dimensiones creada por Batllori, una auténtica osadía técnica para el dibujo animado de la época.

Mestres realizó un total de once películas para Hispano Grafic Films antes de dejar la productora en 1942 por desavenencias con Jaume Baguñà. Josep Escobar permanecería vinculado durante toda su vida profesional de animador, de casi 15 años, con la productora de los Baguñà, concretamente hasta 1948, cuando pasó a formar parte de Estela Films para crear el largometraje de Josep Benet.

### **Dibsono Films (1940-1941)**

Otro editor, Alejandro Fernández de la Reguera, fundó en la inmediata posguerra una productora de animación para rentabilizar a los dibujantes que tenía a sueldo. Su director de animación fue Enric Ferran, más conocido como Diban, médico de profesión pero también un gran dibujante. Paralelamente a la profesión médica, se ejerció como animador dirigiendo su primer corto para Dibsono Films en 1940: *S.O.S. Doctor Marabú*. Compartía la tarea de realización con Francesc Tur, que también ejercía de animador. Completaban el equipo los dibujantes Guillermo Fresquet, Federico Sevillano y Armando Tosquellas.

En 1941 Dibsono Films llega a un acuerdo para ceder el personaje de Don Cleque, que protagonizaba una exitosa serie de cortos de animación, a la productora que se crearía al año siguiente de la fusión de Dibsono Films e Hispano Grafic Films: Dibujos Animados Chamartín. Don Cleque es un hombrecillo con bigote, muy anodino pero dotado de la curiosidad de un aventurero; a partir de este momento, este arquetipo de antihéroe será animado por Francesc Tur como jefe de animación responsable de la serie, una de las tres que tienen en marcha por aquel entonces los Estudios Chamartín.

La popularidad de este personaje quedó ratificada cuando el Sindicato Nacional del Espectáculo decidió otorgar un premio a dos de

las películas de la serie: *Don Cleque de los monos* (1942), en la que el personaje emula a Tarzán, el verdadero rey de los monos, y *Don Cleque y los indios* (1945), con claras referencias al western pero siempre en clave de parodia.

### **Dibujos Animados Chamartín (1942-1949)**

En 1941 el fundador de Dibujos Animados Chamartín decide asociarse con los editores que le hacían la competencia, los hermanos Baguñà, y crear unos estudios de animación aprovechando la experiencia de Jaume Baguñà y el éxito de *Don Cleque*. La dirección artística quedó a cargo de Fernández de la Reguera, la gerencia y la producción de los Baguñà y la dirección de dibujantes en manos de Josep Escobar. El nombre de los estudios proviene de la empresa madre, que estaba ubicada en Madrid y que se dedicaba a la distribución y producción de películas con el nombre de *Chamartín Producciones y Distribuciones Cinematográficas S.A.* Fue creada en 1934 por Tomás Bordegaray, un financiero guipuzcoano afincado en Madrid. En 1941 Tomás Bordegaray decidió reconstruir la empresa, actividad que combinó con la subdirección y posterior dirección general del Banco de Vizcaya en Madrid, del que terminará siendo consejero. La Sociedad Anónima Chamartín se constituyó el 2 de enero de 1942.

La sede social de Dibujos Animados Chamartín fue la Casa Batlló (fig. 2), que ya era uno de los edificios emblemáticos del Paseo de Gracia. El estudio produjo series de cortometrajes de animación y otros publicitarios como *El Siglo* (1943) o *Ilusión infantil* (1945). Las series salidas del horno Chamartín fueron *Don Cleque* (1941-1945), protagonizada por un antihéroe y bajo la dirección de Francesc Tur, *Garabatos* (1942-1945), una revista de «caricatura animada» dirigida por Enric Ferran primero y por Josep Escobar después, y *Civilón* (1942-1945), un toro andaluz, simpático pero poco beligerante, dirigida por Josep Escobar. También bajo la dirección de Escobar, el mismo equipo trabajó con un personaje secundario salido de *Civilón*, el gato



2. Dibujantes en la Casa Batlló, donde se ubicaba la Sede social de Dibujos Animados Chamartín, 1949.



3. El gato Zapirón. Fotograma del corto *Zapirón busca empleo*, 1947.

Zapirón (1943-1947) (fig. 3), y un bebé muy espabilado, precedente de las historietas de *Angelito* de Vázquez para la Editorial Bruguera, de nombre *Pituco* (1943-1944).

Los estudios Dibujos Animados Chamartín se disuelven en 1949, aunque ya estaban tocados desde 1943 por la obligatoriedad de proyectar el NO-DO antes de cada película, un nicho de mercado que hasta ahora el exhibidor consagraba a los cortos animados en los que se había especializado. Si estos estudios pudieron alargar su actividad fue gracias a los cortos publicitarios y didácticos que desarrollaron de manera paralela.

#### **4ª etapa: del cortometraje al largometraje**

El 1945 se estrena en Barcelona y en el resto del estado el primer largometraje de animación europeo en color: *Garbancito de la Mancha*. Gestado en el barrio del Coll, junto al que años más tarde sería el edificio de la Editorial Bruguera, el largometraje basado en el personaje del Cigronet de los cuentos infantiles se convierte en realidad gracias a Artur Moreno. Este valenciano, que había empezado su trayectoria con un anuncio de los chocolates Nelia, se adentró en el mundo de la animación con el corto *El capitán tormentoso* (1948) producido por su propia productora, Diarmo Films. El distribuidor Josep Maria Blay le propone la creación de un largometraje y de esta manera nace un Garbancito al que, para no levantar las sospechas de los censores, se le adjetiva con el castizo apelativo de «de la Mancha». La cinta tiene mucho éxito y Blay se plantea hacer una segunda parte, que llevará por título *Alegres vacaciones* (1948).

Los Dibujos Animados Chamartín se disuelven en 1949 y la mayoría de sus dibujantes pasa a formar parte de un equipo que invertirá todos sus esfuerzos en dar continuidad a la industria de la animación en Cataluña bajo la batuta de Josep Benet, entonces secretario del mecenas catalán Fèlix Millet Maristany (1903-1967). El proyecto que servirá para reflotar una industria afecta-



da y sin ningún apoyo administrativo ni político será un guión a partir del cuento de la Cenicienta que los hermanos Baguñà ya habían registrado en 1948 pero que no habían conseguido hacer realidad por problemas presupuestarios.

### **Érase una vez...: el canto del cisne**

El 13 de febrero de 1950 el director general del Ministerio de Educación Nacional abre una diligencia que autoriza la transferencia del permiso de rodaje otorgado en 1948 a los hermanos Baguñà para rodar *La Cenicienta* en la casa Estela Films. También menciona la sustitución del título *La Cenicienta* por el de *Érase una vez...* Estela Films ya puede empezar a dibujar los primeros fotogramas de su ópera prima.

### **Producción: Josep Benet**

Cuando se concede el permiso de rodaje, la realización del film ya estaba prácticamente terminada. El rodaje había comenzado el 1 de marzo del año anterior por iniciativa de Josep Benet i Morell, que posteriormente se convertiría en abogado, reconocido historiador y senador por la coalición de izquierdas Entesa dels Catalans junto con Francesc Candel y Alexandre Cirici-Pellicer. Josep Benet fue acreditado como director general de Estela Films el 21 de abril de 1949, junto con el cuñado de Fèlix Millet i Maristany, Jordi Tusell. Este traspaso de poderes se llevó a cabo cuando hacía poco más de un mes que Benet había empezado la producción del largometraje de animación en la capital catalana en los estudios de la calle Muntaner. Era una práctica bastante habitual en la España de la época: los datos oficiales de constitución de las sociedades cinematográficas acostumbra a ser posteriores al inicio de sus actividades.

En la trayectoria de Josep Benet, la producción de *Érase una vez...* es un hecho aislado, otra más de las ramas de su proyecto de defensa de la cultura, la lengua y la identidad catalanas desde

la resistencia, en un contexto adverso como fue el franquismo. El largometraje quería ser un canto a favor de la catalanidad, con la intervención del Esbart Verdaguer, la colaboración de algunos componentes del proscrito Orfeó Català en la banda sonora, o la ambientación de algunas escenas en espacios catalanes emblemáticos como el Ayuntamiento de Barcelona o la plaza del Rey. Tampoco es casualidad que en 1947 los mismos artífices del film formasen parte de la Comisión Abad Oliva, encargada de organizar las fiestas de la entronización de la Virgen de Montserrat de ese mismo año. Fue un acto de rechazo al Régimen enmascarado bajo la pretendida restauración del trono de la Virgen, que permitió recaudar fondos promoviendo un hermanamiento entre vencedores y vencidos llevado a cabo desde la clandestinidad. En estos actos participaron Josep Benet, como secretario, el mecenas Fèlix Millet i Maristany, que aportó los fondos para el acontecimiento, Alexandre Cirici-Pellicer, que acababa de regresar de su exilio, y Manuel Cubeles, fundador del Esbart Verdaguer y coreógrafo de las danzas rotoscopiadas del film. Cuando Josep Benet se topó con el proyecto de la Cenicienta de los Baguñà dos años más tarde, comprendió la necesidad de tirar adelante el film como una parte de este proyecto de defensa de la catalanidad para crear una industria mediática y moderna potente con sede en Cataluña.

### **Animación: Josep Escobar**

A raíz de una entrevista con Josep Escobar, María Manzanera dice en su libro *El cine de animación en España* (Manzanera, M., 1992: 47) que todos los personajes del film, excepto la Cenicienta y el Príncipe, fueron obra de Escobar. Scariot, personaje regordete salido de la *Commedia dell'Arte*, es una de sus creaciones más conseguidas. El mago Murgo es Carpanta, el eterno hambriento de los cómics de Bruguera creado por Escobar como reflejo de las penurias de la posguerra. Como dice François Heitz en su libro *Le cinéma d'animation en Espagne* (1942-1950) no se trata de una simple reutilización sino de un

*clin d'oeil* al espectador adulto que podía disfrutar reconociendo la simultaneidad del personaje en medios como el cine y el papel. Las confusiones con la Cenicienta de Disney fueron numerosas y aún hoy perduran. En ambas versiones de la Cenicienta aparece un felino que ronda la protagonista. La creación de Escobar, llamada Ulises, es un desdoblamiento benigno del hada madrina, mientras que en la cinta de Disney el gato Lucifer tiene las mismas buenas intenciones como connotaciones positivas tiene su nombre. Escobar estaba muy avezado en dibujar felinos: uno de sus personajes con serie propia en la época de los Estudios Chamartín era Zapirón, un travieso gato que se las ingeniaba siempre para conseguir lo que se proponía. De hecho, la simultaneidad en el mercado internacional de dos films con el mismo argumento y presupuestos tan dispares fue en detrimento de la rentabilidad de la Cenicienta catalana.

#### **Dirección de arte: Alexandre Cirici-Pellicer**

En esa época, Josep Benet trabajaba como secretario personal del financiero, mecenas y promotor cultural Fèlix Millet i Maristany (1903-1967) quien en la posguerra y debido a sus múltiples negocios logró tal posición económica que logró cimentar uno de los grupos empresariales más importantes de Europa en el campo de las aseguradoras. Entre sus numerosas empresas, algunas impulsaron actividades cívicas y culturales, como por ejemplo, en el año 1947, la fundación del Esbart Verdaguer, una compañía de danza folklórica, dirigida por Manuel Cubeles, que se proponía llevar por el mundo el nombre del país asociado a la vanguardia artística y de la que Alexandre Cirici i Pellicer fue director plástico; o la productora cinematográfica Estela Films, para la que Benet produjo, en 1949, el largometraje de dibujos animados, *Érase una vez...*, y en la que una vez más Alexandre Cirici colaboró como director artístico (figs. 4).

La relación que Alexandre Cirici mantenía con Josep Benet desde 1944<sup>1</sup> se intensificó cuando a finales de 1949 este le pro-



4. Diseño y desarrollo, en fotogramas, de tres de las veinte cartelas de los títulos de crédito de la película de dibujos animados *Érase una vez...*, 1949.

puso ocuparse de la dirección artística de un nuevo proyecto, un largometraje de dibujos animados. Se trataba de *La Ventafocs*, una adaptación catalana del popular cuento de Charles Perrault, *La Cenicienta*.

La película vivió un largo proceso de producción, que se inició en junio de 1948. En diciembre de ese mismo año Estela Films obtuvo los permisos de rodaje, que concluyó el 22 de abril de 1950.

Desde un principio, Benet tuvo muy claro que la única persona capacitada para tener una visión de conjunto de cuestiones tan dispares como el guión, la música, la escenografía, encuadres o movimientos de cámara, así como la gráfica (fig. 5), convergieran en una unidad perfecta, era el espíritu moderno y ordenado de Cirici.

Alexandre Cirici (1914-1983), por aquel entonces un joven y prestigioso pintor y tratadista de arte, ya había publicado un buen número de obras, entre ellas: *Mil obras maestras del arte universal* (1946); *Mil joyas del arte español*, (1947-1948); *El surrealismo* (1949); *Miró y la imaginación* (1949); *La estampa japonesa* (1949), etcétera, y había dado célebres conferencias en el Real Círculo Artístico de Barcelona y el Fomento de las Artes Decorativas (actualmente FAD). Cirici diseñó los vestuarios de los personajes cuidando hasta el último detalle (fig. 6), así como los decorados de las ciudades y las arquitecturas del país de la Cenicienta. También dibujó a mano con gouache y tinta china las distintas escenas, ambientes, estancias y paisajes de la película inspirados en la pintura italiana renacentista, en las miniaturas de libros de obras francesas y en edificios históricos catalanes.

Para los planos de la primera parte del largometraje, las escenas correspondientes a la vida infantil de la futura Cenicienta, que se desarrollan en un ambiente de luz fresca y transparente, Cirici se inspiró en las miniaturas cuatrocentistas del libro *Las muy ricas horas del duque de Berry* de Paul de Limbourg y en las



5. Cartel de lanzamiento de la película *Érase una vez...* diseñado por Alexandre Cirici, 1950, 30 x 40cm.

miniaturas del pintor francés Jean Fouquet (1420-1481), En cambio, para las escenas de la llegada del amor, correspondientes a la mitad de la película y que transcurren en un ambiente cálido de estética mediterránea, fueron los paisajes y arquitecturas de Vittore Carpaccio e Il Pisanello (Pisa 1395-1455), las vistas de colinas arboladas y rocosas de los lienzos de Giovanni Bellini (Venecia 1430-1516) y Andrea Mantegna (Isla de Carturo 1431-Mantua Italia 1506), Masaccio (Arezzo 1401-Roma 1428), Piero della Francesca (Sansepolcro 1415-1492) y Jan van Eyck (Países Bajos 1395-1441).

Huelga decir que, a diferencia del tradicional clima nórdico de Disney, heredero de Grimm, Andersen y los ilustradores ingleses, la escenografía de *Érase una vez...* se llevó a cabo en un ambiente mediterráneo afín a los gustos de Alexandre Cirici. Finalmente la ejecución de los decorados fue encargada a Enric Ferran, «Diban». Diban construyó cuatro grandes escenografías (fig. 7) en el mismo plató de rodaje, en los hoy desaparecidos estudios cinematográficos Orpheus Films de Montjuïc.

Los personajes del film constituyen un valioso testimonio sobre las costumbres, grupos sociales, vestimentas, así como de los gustos de la época. Hay que destacar que, aunque en un principio fue Cirici quien diseñó la Cenicienta y el Príncipe, finalmente fue el ilustrador catalán Joan Ferrándiz (1919-1997) el encargado de dibujarlos. En cuanto al resto de los personajes, fueron obra del ya mencionado Josep Escobar Saliente (1908-1994).

Los lugares: En el film se pueden distinguir planos que reproducen el puente de Alcántara de Toledo, la plaza del Rey de Barcelona, el Pórtico de la Gloria de Santiago de Compostela, las Torres de Serranos de Valencia, la Torre del Oro de Sevilla, la Casa segoviana de los Contreras o el interior del Ayuntamiento de Barcelona.

La música: La música del film es original de Rafael Ferrer-Fitó, por aquel entonces violinista concertino de la Orquesta Municipi-

# Los figurines de "Érase una vez..."

La versión española de "LA CENICIENTA" en dibujos animados de color por el director artístico de la película A. CIRICI PELLICER



para Cenicienta  
en su forma Príncipe

Traje según un modelo de Pissarello. Estomaco en perlas y greñas para armonizar con el color de azul de los cabellos. Toca de perlas de esbarcha de Cornejo. La Princesa según Cornejo, con consideraciones venecianas de buche coronario y trenzas.

Traje femenino para la asistencia a fiestas de Corte, según un modelo de las miniaturas del "Libro de las Tierras del Rey Ricardo". Lleva bordada con orfebrería de piel y pedrillo de bisma. Mangas con hombros despendido y mangas. Capullo con piel, sujetada con red perlas y velo herbológico. Repujos de colores rosados como corresponde a la situación sentimental del momento con el Príncipe.



para la Princesa  
en el baile

Traje de coronación de tipo veneciano basado en un modelo de Cornejo. Mangas con espaldas de terciopelo. La toca procede de un modelo de Pissarello y tiene por objeto hacer resaltar, con su altura, las pretensiones del personaje. Tono fuerte y policroma de colores de fuego como imagen de vitalidad imperiosa.



para una himenocista

Elid según modelo de Paul de Lindenberg, del "Libro de las Muy Buenas Hicras del Duque de Berry". Faltaron a la ropa de saujo de color muy pardo que los reyes de la época católica, en el siglo de la Edad Media solían regalar a las personas de su Corte para celebrar el aniversario de la Princesa. Manga boba con bordado festivo.



para la madre

Traje con jorullo, basado en Pissarello, con faldón acanalado y capa adornada con perlas. Sombrero con diadema según modelo de Jacques Hager la misma que los volantes y las corcejas. El collar es el del Tostado de Oro, la Orden caballeresca más estimada en el siglo XV, que otorgaban los duques de Borgoña. Presenta el vellocino de oro pendiente de una cadena de eslabones y pedrerías. Tono blanco y azulado del caballero sin tacha y sin reproche.



para el padre

Traje exactamente realizado según un figurín de Pissarello. Saño de lana con pliegues onduladas. Chaperón sobre los hombros, para indicar que es persona de cierta edad y distinguido. Capote precioso de los siglos. Estomaco en severos tonos oscuros para expresar la gravedad del personaje.

Traje con pequeño jorullo, según modelo del "Libro de Jaque" de Pissarello con balsa ondulada. Camisón con talle cuadrado, de color. Cinto de seda. Lleva alta corchamado de jaca caracina. Colorido variado como imagen de alegría juvenil.



para San

Traje y sombrero según modelo de Cornejo. Peluca con mechones y peludo de terciopelo. Corchamado con diadema según modelo de Jean Clouet. Talle de guatemal idéntico con capote. Cinto de cordón secundario. En el pecho, chaperón de caballero escote, la pluma de falda, el sombrero que aparece en las banquetas de la época. Los colores policromos al servicio de las diadas.



Talle de jaca para un saño

6. Figurines y leyendas correspondientes de los personajes del film *Érase una vez...*, en *Cámara-Revista Cinematográfica Española*. Madrid. Año X, núm. 174, 1-4-1950, 22 x 33,5cm.



pal de Barcelona y director de la Orquesta de Cámara de Radio Nacional de España en Barcelona.

Se utilizan todos los recursos de la música clásica, junto a los del jazz y los instrumentos populares arcaicos, algunos de ellos exclusivamente hispánicos, sin olvidar a Stravinski. El maestro Fitó consiguió un perfecto acorde entre el ritmo del dibujo y el musical. El film contó con conjuntos musicales como la Radio Nacional de Barcelona, la Capilla Clásica Polifónica del Fomento de las Artes Decorativas de Barcelona, el cuarteto vocal Orpheus, la Cobla Barcelona, la Cobla Molins de Sabadell, solistas como Lina Bicharte y una orquesta de Jazz.

### **El premio en la Bienal de Venecia**

Una vez finalizado el proyecto, se decidió enviar la película a Venecia para participar en la Bienal de 1950. Josep Benet solicitó a la administración que fuese clasificada de Interés Nacional. Esto le permitía al film disfrutar de una serie de ventajas, como eran el estreno en sala durante la época más ventajosa del año, pasando por delante de otras películas foráneas. El permiso le fue denegado, y la cinta voló hacia Venecia. Josep Benet y Alexandre Cirici-Pellicer, que viajaba por primera vez fuera de España, volvieron con una Mención de Honor que forzó a los censores a reunirse de nuevo para valorar por segunda vez si el film merecía la distinción de Interés Nacional. Con el apoyo internacional del largometraje, la administración acabó cediendo y *Érase una vez...* se estrenaría las navidades de 1950 ostentando en su cartel promocional el sello del «Interés Nacional».

### **La querella con Disney**

En febrero de 1950, tras una intensa campaña de promoción de la película en todos los medios, Estela Films se dio cuenta de que no podía titular su largometraje *La Cenicienta*. Al irlo a registrar, el título estaba en manos de Disney, quien, al otro lado del Atlánti-



7. Fotografía de Alexandre Cirici en el plató, entre las maquetas del largometraje de dibujos animados *Érase una vez...* en los estudios cinematográficos Orpheo Films en Montjuïc, 1949

co, estaba animando un largometraje con el mismo argumento. Ante el poder económico del mago de Burbank, Josep Benet optó por enviar un comunicado a todos los medios avisando del cambio de título. Se promovió un concurso entre los escolares de la época para proponer nuevos títulos y la cinta terminó llamándose *Érase una vez...*, fórmula con la que empiezan todos los cuentos al lado del fuego. Años después, Josep Benet reconocería que, en caso de pleito, ellos hubieran tenido la razón, pero prefirió evitar cualquier tipo de enfrentamiento.

### *Bibliografía*

Manzanera, M., (1992) "*Cine de animación en España*". Murcia: Editum.

Martínez Figuerola, T., (1992) "*Alexandre Cirici Pellicer. Pionero en la dirección de arte*". València: Campgràfic.

(1) Durante los primeros años de posguerra, Cirici inició su participación en actividades de la resistencia de tipo político y cultural. En 1944 Cirici contactó con Josep Benet quien, después de la derrota de 1939, había impulsado junto a otros estudiantes el FUC, Front Universitari de Catalunya, y en cuya plataforma Cirici colaboró.

Teresa Martínez Figuerola: *Alexandre Cirici Pellicer, pionero en la dirección de arte*. València. Campgràfic Editors, 2010. P. 44



# Entre la apropiación y la reconstrucción

Algunas breves reflexiones sobre los orígenes de la  
fotografía y sus nuevas interpretaciones

Rebecca Gil



Bajo la premisa de que «*la naturaleza se dibuja a sí misma*»<sup>1</sup>, William Henry Fox Talbot quiso explicar el cambio radical que supuso la aparición de la fotografía. Un cambio que parecía crear un divorcio entre la mano y la mente simbolizado por la cámara fotográfica; una invención que capturaba una imagen fiel de la naturaleza sin necesidad de las habilidades del dibujo a mano. En definitiva, su aparición anunció la muerte de la pintura e inicialmente este profundo desplazamiento perceptivo fue interpretado como una mera sustitución, sin que se llegase a calibrar del todo las auténticas consecuencias posteriores.

El nacimiento de la fotografía anunciaba la creación de una nueva *realidad aumentada*, una nueva visión que no solo reproducía el mundo, sino que hacía que el mundo se viera a través de una reproducción, una captura del tiempo que se había logrado mecanizar. Este cambio tan significativo ayudó también a entender la fotografía como una abstracción y facilitó lecturas transversales entre diferentes sistemas artísticos. No obstante, antes de su aparición ya existía la cámara oscura, se habían inventado las máquinas de dibujar y se habían realizado numerosos estudios en torno a la fenomenología de la luz y la catóptrica que acercaron lo invisible al ojo humano, abstrayendo su realismo. Medios para aumentar la visión, espacios flotantes y lugares intermedios entre el espacio real y su propia representación reflejada.

«Si efectivamente se está produciendo una mutación en la naturaleza de la visualidad, ¿qué formas o modos se están sacrificando? ¿De qué clase de ruptura se trata? A la vez, ¿cuáles son los elementos de continuidad que vinculan la imaginería contemporánea con ordenaciones más antiguas de lo visual?»<sup>2</sup>

Gracias a los recientes estudios sobre la visión realizados por Jonathan Crary, Didi Huberman o Hal Foster en sus reconocidos ensayos sobre percepción, anacronismo de las imágenes y belleza compulsiva, hemos podido modificar nuestra concepción de la fotografía y regresar conceptualmente a los orígenes y a la prehistoria de este medio para reconsiderarla desde una perspectiva más amplia y significativa.

Las preguntas planteadas por Jonathan Crary en su ensayo *Técnicas del observador* nos hacen reflexionar sobre las nuevas aportaciones infográficas de finales del siglo XX y principios XXI que el autor denomina o clasifica como *técnicas que están reubicando la visión en un plano escindido del observador humano*<sup>3</sup>. Para explicarlo, nos traslada a las primeras décadas del siglo XIX, punto inicial en el que, según él, nace este nuevo tipo de *observador* que rompe con los *modelos de visión* anteriores.

Para Crary, los modelos de visión subjetiva nacen con las experiencias ópticas realizadas a principios del siglo XIX ya que a través de los dispositivos ópticos *se interseccionan los discursos filosóficos, científicos y estéticos solapados con técnicas mecánicas, requerimientos institucionales y fuerzas socioeconómicas*<sup>4</sup>. Pero la verdadera aportación de Crary es su reflexión en torno al observador en sí mismo: «*Porque el problema del observador es el campo en el cual podemos decir que se materializa la visión en la historia, que se hace ella misma visible... Observador es alguien que ve dentro de un conjunto determinado de posibilidades, que se halla inscrito en un sistema de convenciones y limitaciones*»<sup>5</sup>.



Crary nos deja muy claro que el *observador* es un indicador de la época y de la situación en la que vive. No solo tiene que ver con la instrumentalización de la visión, sino que es el reflejo de las fuerzas y reglas que acontecen en su propio momento y que es a principios del siglo XIX, desde las perspectivas de arte y ciencia, cuando surge la posibilidad de experimentar con nuevos modos de representación visual.

Ante este nuevo paradigma de la representación y volviendo a la fotografía, debo citar estudios como los que han realizado Elizabeth Edwards y Janice Hart en su libro *Photographs Objects Histories. On the Materiality of Images*. Recopilan ensayos de varios autores que ponen de manifiesto la creciente necesidad de retomar el estudio de la fotografía desde otros parámetros y no únicamente desde los planteamientos de la fotografía como medio reproducible, cuyo pilar argumental es el conocido ensayo *La obra de arte en la época de la reproductibilidad técnica* de Walter Benjamin. Es por ello que mirar la fotografía como un objeto único e irrepetible nos permite interpretar esta materia visual como un elemento constructivo entre la ciencia y el arte.

*Prótesis visuales* que construyen momentos únicos bajo la perfecta armonización entre el tiempo, la luz y el espacio. Así lo expresan autores como Sally Mann, Adam Fuss o Luis González de Palma entre otros, porque el empleo de los procedimientos del siglo XIX les permite explotar ventajosamente sus características objetuales, especulares o de ralentización del tiempo. Otros autores como Andrés Serrano o Joel Peter Witkin ahondan en el universo fotográfico del siglo XIX para dar sentido estético a sus imágenes. Por su parte, Stephen Berkman, Chris Fraser o Gwenneth Boelens manipulan o experimentan con el espacio y se aproximan al fenómeno de la cámara oscura para explorar el binomio *espacio-imagen*. Tampoco podemos olvidar autores que revisitan la propia fotografía como objeto de estudio, como son Silvia Ballhause o Maiser Broadhead.

Por tanto, si trasladamos la idea del *observador* a una combinación de capas o estratos que se superponen en la historia y que modifican la percepción y los modos de representación -teniendo en cuenta la imposibilidad de trazar un recorrido lineal, sino más bien como una combinación de experiencias que se asientan en el tiempo-, no es de extrañar que en plena era digital surjan análisis y reflexiones tanto de contenido teórico como artístico que planteen preguntas sobre la posición de este nuevo *observador*.

Quizá cuando Crary señala que las nuevas tecnologías digitales *están reubicando la visión en un plano separado al del observador humano* nos está anunciando una especie de *suprarrealidad* que se ha incorporado a nuestras vidas como si se tratase de una visión ampliada en una memoria protésica. O dicho de otro modo, el nuevo *observador* es el que genera a partir de los nuevos sistemas de representación visual una *mente artificial* donde puede acudir en busca de inspiraciones, interpretaciones e incluso apropiaciones.

### *Bibliografía*

Benjamin, W. (1983) *L'obra d'art a l'època de la seva reproductibilitat tècnica: tres estudis de sociologia de l'art*. Barcelona: Edicions 62.

Crary, J. (2008) *Las técnicas del observador: visión y modernidad en el siglo XIX*. Murcia: CENDEAC.

Edwards, E. (2004) *Photographs objects histories: on the materiality of images*. London; New York: Routledge.

Talbot, W.H.F. (2014) *El lápiz de la naturaleza*. Madrid: Casimiro.

- (1) Talbot, 2014: 21
- (2) Crary, 2008: 16
- (3) Crary, 2008: 16
- (4) Crary, 2008: 24
- (5) Crary, 2008: 21

# **Análisis de los cambios ocasionados por Internet en la sociedad y en la fotografía**

Beatriz Hernández



La fotografía ha ido evolucionando en cuanto a formas, medidas y soportes a lo largo de su historia. El cambio más significativo a nivel técnico ha sido la aparición de la fotografía digital y, posteriormente, la irrupción de los móviles con cámara. Todo ello ha supuesto una mayor democratización, un uso más cotidiano y personal, así como una socialización de la fotografía a nivel de usuario. No obstante, y a pesar de suponer un gran paso en la tecnología de este soporte, el verdadero cambio, el *boom* de la fotografía digital y su difusión, llega con la conexión de estos dispositivos a Internet.

Empiezan a difundirse de forma compulsiva en las redes sociales todas las imágenes que captamos: artísticas, cotidianas, de situación, de denuncia... La inmediatez de la conexión a la web hace que todo el mundo quiera plasmar y compartir aquello que ve. Además, en esta constante evolución, la imagen ha cambiado, y por ende la fotografía y el medio. Entonces, ¿qué ha sucedido con la fotografía? ¿Qué cambios ha experimentado y cuál será su futuro? ¿Qué repercusiones tiene todo ello, tanto en un sentido positivo como negativo?

La Red puede servir para canalizar un grito de denuncia si vemos, por ejemplo, una infracción, si participamos de una mani-

festación colectiva o por el simple hecho de compartir aficiones y conocimientos; pero también perdemos el control de todo ello una vez se cuelga la información en la Red. Jóvenes (y no tan jóvenes) haciendo un uso irracional de las imágenes, comunicando en todo momento dónde están, qué hacen, con quién andan, fotografías de menores o de personas que no han dado su autorización para ser etiquetadas, entrevistas de trabajo frustradas por la aparición de una fotografía comprometedoras en Internet y un largo etcétera.

Los usuarios de Internet han crecido exponencialmente en la última década. Los servicios *online* y las páginas webs surgen por millones en la Red. Pasamos más tiempo conectados, y no solo desde nuestros ordenadores de sobremesa, en casa o el trabajo, ya que los *smartphones* o *tablets* nos brindan la oportunidad de estar conectados desde cualquier parte.

Un reflejo de este creciente consumo de Internet, de nuestra nueva forma de relacionarnos, trabajar, compartir, pasa por el aumento y consolidación de las redes sociales. Este es el punto estratégico donde se teje una maraña infinita de información del usuario, donde tiene cabida el desarrollo de un «yo» virtual con el que expresarse y compartir aquello que interesa a cada individuo. Plataformas como Facebook, Instagram o Twitter forman parte ya de nuestro día a día y crece la percepción de que si no estás en Internet no existes. Eso ejerce una gran presión sobre consumidores y empresas que, sin poder barajar los pros y contras, se ven un poco forzados a participar de este juego del que pocos conocen bien las reglas.

Sea como sea, las redes sociales son ya una forma de vida. Facebook tiene a día de hoy más de 900 millones de usuarios registrados<sup>1</sup>. Eso representa el 75% de la población de la India, el segundo país más poblado del mundo después de China<sup>2</sup>. No son cifras para tomarlas a la ligera, puesto que supone que buena parte de la población mundial está conectada a Internet.

¿Pero cuáles son las políticas para controlar un buen uso de Internet? ¿Existen políticas globales? ¿Debería haberlas?

Muchos menores están expuestos a infinidad de peligros a través de un Internet sin filtros. Y otros, adultos conscientes de sus actos (no tanto de sus repercusiones), se exhiben y exponen a estos mismo peligros. ¿El problema es entonces el medio o su uso? ¿Qué necesidad tenemos de mostrar nuestra vida pública y privada? ¿Y de observar la de los demás? ¿O acaso no somos conscientes de las repercusiones porque nadie nos las explica?

Para obtener respuestas a estas preguntas desarrollé un estudio basado en una serie de entrevistas a personas que, gracias a su actividad profesional, pudieron darme puntos de vista más objetivos y realistas según los análisis actuales: Dolors Reig (psicóloga especializada en nuevas tecnologías y redes sociales), Imma Navarro (jefa del área de imágenes del *Arxiu Nacional de Catalunya*) y Joan Fontcuberta (fotógrafo y teórico del medio galardonado con el premio *Hasselblad* de fotografía). Realicé además un cuestionario para tres clases de usuarios de fotografía: usuarios de móviles con cámara y conexión a Internet que hagan uso de este servicio, con cámara que no hagan uso de Internet y las redes sociales, y fotógrafos profesionales para los cuales la fotografía es parte relevante de su trabajo.

Los resultados, junto a un estudio previo y las entrevistas, me dieron unas pautas bastante definidas sobre hacia dónde nos encaminamos.

El factor sexo, nivel de estudios o ingresos económicos no son determinantes para hacer diferencias en el uso de la tecnología. Hoy en día, cualquier ciudadano tiene un acceso fácil y asequible a uno u otro nivel tecnológico. Como dice Joan Fontcuberta, hacemos más fotografías porque las cámaras son más baratas y sencillas de usar<sup>3</sup>. No solo es una cuestión práctica sino económica, y así lo demuestran las cifras. En todos los casos de

estudio, predomina la creencia de que acumulamos imágenes gracias a un fácil manejo de las cámaras y a la práctica, asequible económicamente, de la fotografía digital por encima de cualquier otro motivo.

Resulta en cambio más determinante el factor edad, pero muy probablemente sea debido a la rapidez con que evolucionan las nuevas tecnologías sin dar tiempo a la adaptación en un cambio generacional. Hay un salto entre los jóvenes actuales que ya han nacido con estos medios y aquellos que han tenido que adaptarse a los tiempos. Pero todo ello se ha precipitado con tal rapidez que no parece haber recursos para canalizar esos nuevos usos.

Existen plataformas que abogan por establecer unas buenas prácticas, pero no hay medios a través de la educación que les den visibilidad. Como comenta Dolors Reig, todo depende del usuario, de que haga un buen uso de las cosas buenas y malas de la tecnología. No ocurre lo mismo con los gobiernos, ya que no podemos permitir que hagan un uso indebido de la Red<sup>4</sup>.

Es importante entender por qué la gente siente la necesidad de mostrar sus vidas y de ver las de otros, e intentar transmitir que esas prácticas pueden ser peligrosas. Reig cree que en este salto generacional también existe una diferencia en las costumbres. Las personas de mayor edad, en su mayoría más cultivadas, tienen un mayor sentido de la privacidad y la intimidad, contrariamente a las nuevas generaciones, más desinhibidas y liberadas en este sentido<sup>5</sup>. Y la Red les ofrece el canal perfecto para expresarse sin tapujos. Aun con todo, cabe recordar las consecuencias físicas y psicológicas derivadas del uso excesivo de Internet y, por tanto, tener en cuenta no solo el tipo de uso sino el tiempo que se le dedica<sup>6</sup>.

¿Pero qué sucede con la fotografía? Pues que tal y como la conocemos hasta ahora ha desaparecido. Estamos en un momento de cambio. Con la fotografía digital, la fotografía como medio se ha democratizado y socializado, pero, como dice Fontcuberta, también



se ha banalizado por la inmensa cantidad de imágenes que almacenan ahora los usuarios<sup>7</sup>. De ahí que el tipo de fotografías que se hacen con el móvil sean generalmente sobre cosas banales, carentes de sentido o para un uso personal y de trabajo, a modo de recordatorios de momentos puntuales. Es habitual que cuanto mejor es la cámara usada menor es la banalización de las imágenes (esto no significa un menor volumen).

Según el estudio realizado, es indudable que cada vez se imprimen y revelan menos fotografías. Aunque muchos usuarios sigan teniendo una cámara analógica (sobre todo usuarios sin conexión móvil y profesionales), lo cierto es que pocos la usan. Almacenan sus fotografías en el ordenador y, como mucho, las ordenan y clasifican para luego mirarlas de vez en cuando desde soportes digitales (PC, móvil o *tablet*).

¿Qué supone no materializar las imágenes? Fontcuberta opina que las imágenes se pueden compartir y difundir con mayor facilidad, pero al mismo tiempo se pierde el objeto fetiche<sup>8</sup>. Perdemos los valores simbólicos de la imagen, aquel vínculo que una madre crea con la fotografía de su hijo que vive en el extranjero o el joven universitario con la foto de carné de su novia que guarda en su cartera. La gente piensa ahora que con mirar la pantalla del ordenador o móvil basta para adquirir la experiencia. Pero nunca será la experiencia asociada a la magia del objeto, sino la experiencia de la información.

Como bien apunta Fontcuberta, dedicamos hoy día más tiempo a hacer fotografías que a mirarlas. Gracias a la gratuidad de la foto digital, hacemos tantas que no tenemos tiempo para disfrutarlas<sup>9</sup>.

¿Pero entonces, para qué hacemos hoy fotografías? Para ser compartidas. Ya no importa tanto la técnica como el contenido. Eso hace que la fotografía que conocíamos haya desaparecido. Ahora se realizan por el placer de enseñarlas, compartirlas o borrarlas. Dadas las facilidades de la tecnología, la fotografía se incorpora a

unos actos y gestos de comunicación. Los mostramos para hacernos notar, demostrar continuamente que existimos y estar presentes.

Para los profesionales y semiprofesionales del sector esto implica que tendrán que reinventarse. La rama del fotoperiodismo, y del periodismo en general, como argumenta Fontcuberta, tendrá que adaptarse a los nuevos medios y necesidades del público. Y la tradicional, la fotografía más documental (bodas, bautizos y comuniones, retratos...) tendrá que convertirse en historias biográficas que combinen fotografía y vídeo<sup>10</sup>. Deberán especializarse para poder ofrecer un producto diferenciado del resto, una calidad particular, ya que muchos usuarios disponen de herramientas de fácil manejo para capturar y editar imágenes.

¿Y por qué vídeo? Porque al parecer, según Fontcuberta, el futuro de la imagen está ahí. Las propias cámaras permiten capturar fotos o grabar vídeos por igual; solo hace falta pulsar un botón<sup>11</sup>. Lo mismo opina Imma Navarro, pero con preocupación, en el sentido de que se realizan cada vez más imágenes en movimiento para conseguir posteriormente la foto de una captura de pantalla. Esto genera cambios en las expectativas de la imagen<sup>12</sup>.

La diferencia entre la fotografía analógica y la digital radica en el requisito intrínseco de que las imágenes analógicas necesitan revelado y las digitales no. Tal como he comentado anteriormente, hoy en día la fotografía se centra más en el contenido, es más lúdica; como ventaja, esta sobredimensión de imágenes debería aportarnos una mayor información cultural y social de nuestro tiempo a nivel antropológico. Pero Navarro me rebatió esta hipótesis con una suposición bien plausible.

Como conservadores, deben mirar al futuro para anticipar los posibles problemas derivados de la fotografía digital. Estamos creando una bolsa gigantesca de imágenes en todo el globo que debería permitirnos retratar a la perfección el momento actual, pero este estudio no se realizará hasta de aquí unas décadas, cuando ya sea

historia. El problema de la fotografía digital es que básicamente no existe. Si no se imprime, si se almacena masivamente en enormes memorias virtuales pero no es algo físico (que se pueda reproducir, copiar, manipular), ¿cómo podemos asegurar que en el futuro esa información no será inaccesible por culpa de la vertiginosa evolución de la tecnología?<sup>13</sup>

Navarro ejemplificaba la teoría con casos con los que ellos mismos se han encontrado: registros antiguos en aparatos en los que no hay forma de acceder a la información que almacenan. Si algo así sucediera, se salvaría mucha menos información de la que creemos y seguramente, a nivel social y cultural, sería inservible porque solo se conservarían las imágenes de profesionales, ediciones expuestas o piezas importantes y no las de la gente de a pie. Es cierto que hay mucho más material impreso del que parece, pero incluso aquí podríamos plantearnos si esas tintas de impresoras baratas conservarán la imagen intacta de aquí 30 años<sup>14</sup>.

El propio *ANC* usa la técnica digital para abaratar costes y poder difundir su contenido vía web, pero lo hace digitalizando los soportes físicos analógicos que aún les llegan. La duda radica en cómo afrontarán esta misma problemática cuando solo quede la imagen digital, como dice Navarro, si es que hay imagen que conservar.

Lo que es indudable es que nos movemos por imágenes. Somos una sociedad cada vez más visual y por ello triunfan redes sociales como Facebook que Twitter<sup>15</sup>. Generamos imágenes aparentemente profesionales, como Instagram, tan solo cuando son efectistas. Imágenes propias que publicamos abiertamente o con nuestros allegados en la Red. A menudo son fotografías de otras personas de las que desconocemos la procedencia original o si las personas retratadas dan su consentimiento para su difusión.

Como comenta Reig, la gente comparte tantas imágenes porque intenta construirse una identidad virtual. Es una reacción muy

adolescente y como tal actúan, dejando de lado las reflexiones sobre sus consecuencias y actuando impulsivamente gracias a un medio que predispone a ello por su facilidad y atractivo<sup>16</sup>. Por este motivo, tanto jóvenes como mayores, todos nuevos de una u otra forma en estos medios, actúan por igual como adolescentes, buscando su forma de expresión visual.

¿Qué provoca esta necesidad? Nos gusta compartir las vivencias, es muy humano y natural, y hoy en día compartir en tiempo real es increíblemente fácil y accesible comparado con 20 años atrás.

Pero surge entonces una contradicción. Han quedado claras las ventajas de la fotografía digital. Es gratuita, fácil y accesible. Y con las redes sociales y la conexión móvil, difundir y compartir es aún más sencillo. Ello nos permite estar presentes, expresarnos y crearnos una identidad. Pero seguimos publicando sin prestar atención a las señales de alerta y a los derechos de imagen advertidos en las distintas plataformas. Entonces, ¿por qué la gran mayoría de los encuestados (tanto profesionales como usuarios de redes sociales y no usuarios) comparten sus vidas y las de otros si creen que es peligroso para su vida personal?

El porqué es sencillo de resumir y una consecuencia natural de estos cambios frenéticos. No conseguiremos un buen uso de las imágenes privadas en la Red hasta que la gente no reciba una educación en este sentido.

Respondiendo a la cuestión inicial, la fotografía ha cambiado en estos últimos años. Como objeto de uso ha mutado y se ha adaptado a multitud de soportes. Eso ha afectado, sin duda alguna, al medio como tal. Por ello, plataformas como Facebook o Instagram son tan populares, aunque también pueden ser adictivas. Sería pues aconsejable administrar el consumo que de estas redes hacemos en general.

Gracias a todo ello, el formato y el medio propician la creación exagerada de imágenes, satisfaciendo la necesidad de expresar el propio ser y estar. Pero también propicia que acabemos dedicando más tiempo a tomar fotografías que a mirarlas, al igual que a Internet en general, cosa que va difuminando la línea divisoria entre ocio y trabajo. Estos excesos tienen como consecuencia la banalización de las imágenes y que aquellas aún destacables se pierdan en la inmensidad. De ahí surge la acción de reciclar las imágenes ya existentes para darles otra lectura, aunque aún hoy por hoy esto se dé solamente como expresión artística.

Estos cambios sociales, la accesibilidad a Internet, además de la facilidad de las cámaras adaptadas a múltiples interfaces, hacen que las redes sociales sean positivas para compartir, comunicar y tener mayor visibilidad tanto a nivel personal como profesional. Pero los que solo ven ventajas no son conscientes de los peligros. Son numerosas las repercusiones a corto y largo plazo de aparecer en la Red sin filtrar lo que publicamos ni tener en cuenta las condiciones a que nos someten como usuarios.

Hoy en día, la información es poder y las redes sociales van en su busca; las grandes empresas e incluso gobiernos se nutren de ella. Los peligros para los usuarios son claros: miedo a la manipulación o apropiación indebida de nuestras imágenes por parte de terceros, los numerosos riesgos de publicar fotos de menores, la pérdida de privacidad, un mal uso de nuestras fotografías,... La mayoría de usuarios, tanto si usan redes sociales como si no, son conscientes de estos peligros pero, paradójicamente, se exponen igualmente a ellos.

Los casos de estudio han corroborado los argumentos anteriores y las entrevistas han confirmado las hipótesis.

Mi conclusión final es que los peligros existentes no radican en la herramienta en sí misma. El hecho que la fotografía cambie es un proceso evolutivo que no tiene vuelta atrás; nuestra forma

de ver el mundo a través de las imágenes ha cambiado y debemos adaptarnos a ello. La fotografía clásica probablemente ha quedado obsoleta y ha desaparecido, pero los acontecimientos se han precipitado de tal forma que la sociedad aún no ha podido asimilarlo. Actualmente la sociedad hace uso de una herramienta que nadie le ha enseñado a emplear adecuadamente y aún no somos conscientes de ello. Este debería ser el siguiente paso: educar en una comunicación visual al usuario para que sepa en qué contexto se mueve y actúe en consecuencia.

(1) Datos extraídos de infografía publicada el 19-12-12. Consultado el 21-12-12 <<http://www.ticbeat.com/socialmedia/muerto-fotografia-invasion-fotografia-digital-infografia/>>

(2) S.T. Consultado el 10-02-13 <[http://www.indexmundi.com/es/india/poblacion\\_perfil.html](http://www.indexmundi.com/es/india/poblacion_perfil.html)>

(3) Beatriz Hernández Moreno, Análisis de los cambios en nuestra sociedad y en la propia fotografía debido al nuevo uso que hacemos de ella a través de soportes digitales conectados a Internet, Barcelona, Bau, escola superior de disseny, 2013, p.128 <[http://issuu.com/beatrizhernandezmoreno/docs/tfg\\_an\\_\\_lisis\\_de\\_los\\_cambios\\_en\\_nue](http://issuu.com/beatrizhernandezmoreno/docs/tfg_an__lisis_de_los_cambios_en_nue)>

(4) *Ibid*, p. 117

(5) *Ibid*

(6) *Ibid*, pp. 67-71

(7) *Ibid*, p. 128

(8) *Ibid*, p. 130

(9) *Ibid*, p. 129

(10) *Ibid*, pp. 129 y 132

(11) *Ibid*, p. 132

(12) *Ibid*, p. 123

(13) *Ibid*, pp. 122-124

(14) *Ibid*, p. 126

(15) *Ibid*, p. 117

(16) *Ibid*

# **Espectro invisible, control (im)perceptible**

Paloma G. Díaz





La proliferación de redes inalámbricas como medio compartido en nuestro entorno ha propiciado el desarrollo de diversos sistemas de *monitoreo* del tráfico en la Red. Esa información – aparentemente banal – puede ofrecer datos personales importantes relacionados con el correo electrónico, llamadas telefónicas, etcétera, si los usuarios y administradores de las mismas no toman las debidas precauciones, como utilizar sistemas efectivos de encriptación o codificación de los mensajes. En sus inicios, este sistema estuvo monopolizado por los servicios secretos gubernamentales, conscientes de que la importancia de su información estaba supe- ditada a la capacidad de ocultarla y decodificarla. Su conexión con la privacidad ha sido esgrimida en los últimos años en las denuncias interpuestas a grandes compañías como Google o Facebook a la hora de rastrear datos a gran escala con objetivos comerciales. En todo caso, nos resulta especialmente atrayente la labor de algunos creadores de explorar y darnos a conocer cómo funcionan (y cómo se pueden desenmascarar) algunos sistemas y métodos *oscuros* de espionaje y vigilancia que se hallan en el espectro electromagnético, imperceptibles para nuestros ojos<sup>1</sup> pero presentes e influyentes en decisiones que afectan a nuestra cotidianeidad.

Dentro de este tipo de prácticas podemos diferenciar dos claras tendencias:

Las que visibilizan la presencia de ondas en nuestro ámbito cotidiano.

Las que denuncian las actividades secretas por parte de entidades gubernamentales o empresariales.

Dentro de las primeras podemos clasificar obras como las instalaciones interactivas *Observatorio* (1) (2008) de Clara Boj y Diego Díaz (lalala.org) o *Frecuencia y volumen* (2) de Rafael Lozano – Hemmer. Ambas presentan al espectador los distintos usos de las redes inalámbricas – en el primer caso – y de las ondas de radio – en el segundo – de una manera gráfica y fácil de asimilar. En estas instalaciones el visitante obtiene al instante una cantidad ingente de información imperceptible al ojo humano. El objetivo no es memorizarla<sup>2</sup>, sino concienciar a los espectadores sobre la existencia de estrategias más allá de las pantallas de nuestros móviles, *tablets* u ordenadores.

*Observatorio* muestra en tiempo real el estado de las redes inalámbricas cercanas al espacio en el que está ubicada una gran antena unidireccional de gran potencia que rastrea, visibiliza y localiza los datos geográficamente donde se sitúan las redes WIFI. La representación de las mismas se visualiza en una pantalla situada en la sala de exposiciones, en la que se evidencia la saturación y superposición de las mismas en algunas áreas urbanas. Una organización más coherente, que no estuviera supeditada a objetivos meramente comerciales, podría dar lugar a una red universal amplia y eficaz, además de libre y accesible para todos los ciudadanos.

Su pieza ilustra a la perfección, al igual que la mayor parte de los ejemplos propuestos en el artículo, cómo una nueva generación de creadores/investigadores utiliza y se apropia de tecnologías y metodologías, con habilidad para el diseño, de novedosas estrategias de conexión – comunicación con el espectador–usuario. Desaparecen los intermediarios y el discurso se presenta



1. Observatorio. Clara Boj, Diego Díaz



2. Frecuencia y volumen. Rafael Lozano-Hemmer

de un modo claro y contundente. El diseño de la pieza invita a imaginar y a procesar alternativas a un hecho latente que nos afecta a todos.

*Frecuencia y volumen* ofrece a los espectadores la capacidad de sintonizar y escuchar el contenido de diferentes frecuencias de radio utilizando el cuerpo como antena. Un sistema de seguimiento informatizado detecta las sombras de los participantes proyectadas en una pared del espacio expositivo. La presencia y posición de las sombras permite escanear las ondas de radio. La pieza sintoniza cualquier frecuencia entre 150 kHz y 1,5 GHz, haciendo visible el control del tráfico aéreo, FM, AM, onda corta, móviles, satélites, sistemas de telecomunicaciones inalámbricas o de radionavegación. Los movimientos de los espectadores pueden llegar a ajustar simultáneamente 48 frecuencias, conformando una composición única. El equipo receptor, junto con las antenas utilizadas, se muestra en una sala contigua, en una nueva apuesta de Lozano –Hemmer por mostrar de qué modo *la tecnología de la vigilancia* puede estar al alcance de cualquiera y utilizarse con fines insospechados. De hecho, el proyecto se desarrolló en un momento de férrea censura por parte del gobierno mexicano: se cerraron diversas estaciones de radio en las comunidades indígenas de los estados de Chiapas y Guerrero, en un acto de posicionamiento estatal que intentaba dejar claro quién podía tener acceso a este *peculiar espacio público*<sup>3</sup>.

Si en estas obras el espectador descubría el espectro electromagnético, los proyectos de la canadiense Michelle Teran, de mayor nivel crítico, se centran en la búsqueda y decodificación de sistemas de control aparentemente imperceptibles en nuestros espacios cotidianos (públicos y privados).

La obra de Teran se ha caracterizado hasta el momento por explorar desde un punto de vista crítico los medios de comunicación, su rendimiento y su relación con el entorno urbano. Sus *performances* e instalaciones reutilizan el lenguaje de las

redes de vigilancia, la cartografía y las relaciones sociales, construyendo escenarios únicos que instan a poner en tela de juicio la energía convencional y las relaciones sociales. En ese sentido, su pieza más trascendental hasta la fecha ha sido *Life: A User's Manual* (2003- ) (3), un proyecto basado en la novela *La vie, mode d'emploi* de Georges Perec que describe pormenorizadamente tanto los espacios como el devenir de los inquilinos de un edificio de París. En las actuaciones urbanas de Teran se exponen y examinan las *historias ocultas* de los edificios en las calles por las que pasea gracias al barrido constante de un asequible escáner de frecuencias que envía su señal a un monitor portátil.

Teran denuncia en su pieza cómo una pequeña fracción del espectro radioeléctrico ha sido asignada para uso público. Por ese motivo ha aumentado el uso de dispositivos inalámbricos que transmiten a 2,4 GHz de frecuencia, sin que los usuarios sepan lo fácil que resulta piratear la señal. La artista critica y descubre la situación generando una percepción alternativa de la ciudad y sus habitantes. En sus actuaciones, el público invitado contempla las imágenes a través de una pantalla insertada en diferentes elementos mundanos (un carrito de la compra, un carro de madera, una maleta). Las capas ocultas y fragmentos prohibidos del *espacio urbano invisible* se convierten en planos de una narración pública carente de guión.

El artista e investigador francés Benjamin Gaulon, conocido como Recyclism, utiliza una técnica similar en el proyecto *2.4Ghz* (2008- ) (4), actualizado en *2.4Ghz from Surveillance to Broadcast*. En ambas emplea un receptor inalámbrico que capta señales de vídeo procedentes de cámaras de vigilancia. El proyecto en su versión más reciente –más significativa y participativa– consta de tres fases bien diferenciadas<sup>4</sup>. En la fase inicial recorre diversas ciudades europeas con el receptor, grabando vídeos cortos en forma de autorretrato<sup>5</sup>. Posteriormente, coloca pequeñas pantallas insertadas en cajetines metálicos que ofrecen información sobre



3. Michelle Teran, «Life: A User's Manual» (2003- ).



4. Benjamin Gaulon (Recyclism), «2.4Ghz» (2008- ).

la obra en proceso –nombre y código QR. Los dispositivos se disponen en farolas, postes o semáforos de calles transitadas, con el objetivo de revelar la presencia de las cámaras y denunciar con *pruebas irrefutables* la posibilidad de recibir y manipular las señales. En la última fase, se desarrollan talleres en los que se invita a los participantes a crear sencillos decodificadores y explorar las redes inalámbricas de videovigilancia desplegando una metodología muy similar a la utilizada por Michelle Teran. Los componentes del grupo propone identificar las señales 2.4GHz y plasman su ubicación en un mapa de Google, que queda abierto a nuevas contribuciones.

El papel de *Life: A User's Manual* y *24Ghz* es similar al de los protagonistas de la novela *Un mundo feliz* de Aldous Huxley: en ellos reside la fuerza y la perseverancia de retirar *el soma* a sus conciudadanos, desvelando una realidad oculta difícil de valorar sin informaciones veraces y objetivas que resulten aclaratorias

El investigador y artista Trevor Paglen no examina espacios cotidianos. Su trabajo se centra en desarrollar técnicas y metodologías dirigidas a denunciar *los puntos más oscuros* de los sistemas de control más influyentes y poderosos asociados al poder. Todos ellos se caracterizan por permanecer *invisibles* y, sobre todo, por no tener datos fiables sobre su existencia. A la mayoría solo pueden acceder los servicios de inteligencia o el ejército, tanto dentro como fuera de la frontera de Estados Unidos<sup>6</sup>.

Los proyectos creativos de Trevor Paglen exploran la intersección entre arte conceptual, geografía y activismo. Los más representativos se caracterizan por fotografiar y documentar bases militares y satélites con el fin de ofrecer pruebas sobre la existencia de este tipo de instalaciones –y sistemas de control y vigilancia militar– de las agencias de inteligencia estadounidenses, ya que suelen estar convenientemente camuflados e integrados en el paisaje. La vinculación afectiva con sus objetivos es nula. Sin embargo, Paglen utiliza tácticas de espionaje para dejar en evidencia a su

objetivo. De ese modo, tras detectar situaciones ilegales, obtiene pruebas irrefutables sobre su acción o existencia.

Paglen suele mostrarse interesado en el concepto de la fotografía como representación *de la verdad*, pero sus imágenes a menudo se alejan mucho de las ideas tradicionales en las que se basa la documentación fotográfica sobre espionaje. En la serie *Limit Telephotography*, por ejemplo, emplea sistemas de gama alta para fotografiar bases militares gubernamentales escondidas en remotos – y restringidos – parajes estadounidenses. Para realizar el proyecto recurre a la utilización de telescopios de alta potencia, capaces de captar imágenes de espacios situados a más de cuarenta kilómetros distancia, con los que consigue ampliar y destacar aspectos ocultos del paisaje.

En las últimas obras de Paglen, como *Untitled (Drones)* (2010), hay imágenes inquietantes de aeronaves o aviones no tripulados, pilotados a miles de kilómetros de distancia desde bases militares. Su presencia es tan difícil de percibir en esos cielos de extraordinaria belleza que a veces consiguen confundir al espectador. Sin embargo, en el vídeo *Drone Vision* (2010) (5) cambia de tercio ofreciendo una interpretación totalmente opuesta: su visionado muestra detalles claros y reales de la función de estos siniestros dispositivos – se trata del material interceptado por un *hacker* –, procedente de un canal abierto de satélite de comunicaciones comercial cuya señal no ha sido encriptada. No se trata ni de un videojuego ni de una serie de ficción, aunque el primer impacto que produce tiene un efecto similar. La baja definición y la codificación de las imágenes confunde y llega a engañarnos, pero, tal como asegura Brian Holmes, la pieza es la prueba *de la existencia de un mundo que es cada vez más tangible y presente* (De Vicente, et al., 2012).

No obstante, tal vez la imagen que más nos impacta entre toda su obra es *The Fence* (Lake Kickapoo, Texas) (2010). Sin la explicación de su autor podríamos definirla como un hermoso





5. Trevor Paglen, «Drone vision» (2010).

cuadro contemporáneo en tonos rojizos, pero su descripción conmociona a cualquier espectador mínimamente concienciado. En realidad, se trata de la captura de una imagen del sistema de radar de gran potencia que rodea los Estados Unidos, conocido popularmente como *La Valla*. Conformaba una extensa frontera electromagnética diseñada para rastrear objetos espaciales que sobrevuelan los Estados Unidos. Sirve además de sistema de alerta temprana para detectar el lanzamiento de misiles. La fotografía, captada con la ayuda de un radioastrónomo aficionado de Texas, logra capturar las bajas frecuencias de las microondas, invisibles al ojo humano, y desplazarlas mediante complejos dispositivos tecnológicos hasta transformarlas en luz del espectro visible.

La cuestión clave de todas las obras mencionadas nos trae a la memoria «Los límites del control», de William S. Burroughs (1993): si ya existe un control total, ¿este sigue teniendo sentido? Ciertamente, creemos que será casi imposible responder a esta pregunta sin que surja una verdadera conciencia crítica que se oponga, denuncie y derribe las verdaderas motivaciones que fundamentan los potentes y evidentes sistemas tecnológicos y metodologías de los proyectos —públicos y privados— de observación y registro de todo tipo de actividades. Por eso confiamos en que este tipo de prácticas creativas continúe proliferando y logre traspasar definitivamente las *fronteras* mediáticas que les permitan llegar a una opinión pública, que no deja de pedir con insistencia un auténtico ejercicio de transparencia por parte del poder.

En todo caso, nos parece especialmente interesante resaltar desde el punto de vista del diseño audiovisual cómo ciertos creadores se aventuran a adoptar metodologías y a apropiarse de herramientas «creadas para las necesidades del poder».

Frecuentemente se convierten en nuevos paradigmas de gestión y desarrollo de elementos culturales. Por ello nos encontramos cada vez con más frecuencia con proyectos que:

- a. Dan a conocer los conceptos teóricos, tácticas y

experiencias históricas «de control» relacionadas con otros ámbitos de investigación y desarrollo.

b. Experimentan con nuevos prototipos basados en tecnología de la vigilancia, pero con aplicaciones relacionadas con necesidades sociales locales o globales.

c. Organizan equipos de trabajo multidisciplinares para llevar a cabo estudios y diseños de proyectos acordes con las zonas en las que se desarrollan.

No debemos ver estos y otros proyectos similares únicamente como meras críticas a la vigilancia, sino como unas «oportunidades creativas» para generar nuevos lenguajes y estrategias de cooperación que confluyan en un entorno ajustado a las necesidades de la ciudadanía.

### *Bibliografía*

Burroughs, William S. 1993 «The Limits of control». En: *The adding machine: selected essays*. New York: Arcade Pub., pp. 117-121.

De Vicente, L., Herger, H., Perelló, J. (eds.), 2011. *Campos visibles, Geografías de las ondas de radio*. Campos visibles, Geografías de las ondas de radio: Arts Santa Mònica, 15 de octubre de 2010 - 4 de marzo de 2011. Barcelona: ACTAR; Arts Santa Mònica.

Paglen, Trevor. 2009. *Blank spots on the map: the dark geography of the Pentagon's secret world*. New York: Dutton.

Paglen, Trevor. 2012. *The last pictures book*. New York: Creative Time Books; Berkeley; Los Angeles; London: University of California Press.

Solnit, Rebecca, 2010. *Invisible: covert operations and classified landscapes*. New York: Aperture Foundation.

Thompson, A C, 2006. *Torture taxi: on the trail of the CIA's rendition flights*. Hoboken (New Jersey): Melville House.

### *Web*

Lalalab.org. Disponible en: <<http://www.lalalab.org/>> [Consulta: 14/06/2014].

Paglen, T. Disponible en: <<http://www.paglen.com/>> [Consulta: 13/06/2014].

### *Proyectos*

Gaulon, B., 2008. *2.4Ghz*. Disponible en: <[http://www.recyclism.com/twopointfour\\_v1.php](http://www.recyclism.com/twopointfour_v1.php)> [Consulta: 12/06/2014]

Gaulon, B., 2008. *2.4Ghz from Surveillance to Broadcast*. Disponible en: <<http://recyclism.com/twopointfour.php>> [Consulta: 12/06/2014]

Paglen, T., 2010. *Black sites*. Disponible en: <<http://www.paglen.com/?l=work&s=blacksites>> [Consulta: 12/07/2014]

Paglen, T., 2013. *Limit Telephotography*. Disponible en: <<http://www.paglen.com/?l=work&s=limit>> [Consulta: 13/06/2014].

Paglen, T., 2013. *The Fence (Lake Kickapoo, Texas)*. Disponible en: <<http://www.paglen.com/?l=work&s=thefence>> [Consulta: 17/06/2014]

Paglen, T., 2013. *Untitled (Drones)*. Disponible en: <<http://www.paglen.com/?l=work&s=drones&i=3>> [Consulta: 16/06/2014].

Teran, M., 2008. *Life: a user's Manual*. Disponible en: <<http://www.ubermatic.org/?p=221/>> [Consulta: 13/06/2014]

Lozano-Hemmer, R. 2003. *Frecuencia y Volumen*. Disponible en: <[http://www.lozano-hemmer.com/frequency\\_and\\_volume.php](http://www.lozano-hemmer.com/frequency_and_volume.php)> [Consulta: 19/06/2014].

Lalala.org. 2008. *Observatorio*. Disponible en: <<http://www.lalalab.org/observatorio/>> [Consulta: 19/06/2014].

(1) Respecto a este tema fue especialmente representativa la muestra comisariada por José Luis de Vicente y Honor Herger: Campos visibles, Geografías de las ondas de radio, celebrada entre 2011 y 2012 en Arts Santa Mònica de Barcelona.

(2) Y terminar vencido por la ingente cantidad de información, tal como acaba «Funes el memorioso» de Borges.

(3) El proyecto está inspirado en «El hombre antena», ensayo escrito por el periodista y poeta Arqueles, y los experimentos de la poesía de radio realizados por otros artistas estridentistas mexicanos en la década de 1920.

(4) Comenzó con dos: una de captación-grabación y otra en forma de taller participativo.

(5) La mayoría están disponibles en la web del proyecto y en su canal de Vimeo (<http://vimeo.com/recyclism>).

(6) En Black sites, realizando un verdadero ejercicio de periodismo de investigación, logra documentar las prisiones secretas de la CIA en Afganistán.



# **El nuevo audiovisual de la web: procedimental, de datos e inmersivo**

**Webdocs y videoclips interactivos**

Carles Sora





Chris Anderson, editor jefe de la revista *Wired*, publicó un polémico artículo en 2010 en el que vaticinaba la muerte de la web en pleno auge de las *apps* y el «Internet de las cosas». Decía el autor que en un futuro cercano ya no accederíamos más a la web desde nuestros navegadores sino a través de los dispositivos móviles y que esto haría desaparecer la web tal como entonces la conocíamos:

«Sure, we'll always have Web pages. We still have postcards and telegrams, don't we? But the center of interactive media (increasingly, the center of gravity of all media) is moving to a post-HTML environment». (Anderson, Wolff, 2010)

Pasados cuatro años, podemos ver que la web sigue más viva que nunca y que la era post-HTML a la que hacía referencia Anderson todavía no ha llegado. Si bien es cierto que el «Internet de las cosas» (Saéz, 2014) es cada vez más una realidad, lo que no tenía presente el autor es que el código HTML resurgiría centrando durante los siguientes años la mirada y el interés de la producción audiovisual.

En su artículo, Anderson utilizaba como cabecera un gráfico del tráfico de la red en 2010, en el que el vídeo representa casi más del 50% de los datos que se transmiten por la red. Y si el vídeo representaba la mitad del tráfico de la web en 2010, parece que

en un futuro será el contenido hegemónico. El último estudio de Cisco sobre el consumo de contenido *online* (Cisco Visual Networking Index<sup>1</sup>) destaca que el vídeo representará en 2017 el 70% del tráfico en la red.

El auge del vídeo en Internet está directamente relacionado con la capacidad de transmisión de datos así como con la proliferación de portales de distribución de vídeo. YouTube apareció en 2005 y desde ese momento se ha erigido como el principal canal de distribución de contenidos audiovisuales. Desde entonces ha crecido hasta tener más de 800 millones de usuarios en la red; se suben más de 100 horas de vídeo cada hora y un 40% de las visualizaciones se hacen a través de móviles<sup>2</sup>.

Junto con la proliferación del vídeo en la red, aparecen nuevas posibilidades de exploración del medio audiovisual a partir de la exploración de las tecnologías web.

### **De las plataformas de emisión participativas a la interacción**

Aunque la mayoría de los vídeos colgados en las plataformas de vídeo en línea son una mera transposición de contenidos televisivos, la industria está empezando a entender de que la red no es solamente un nuevo canal de distribución de contenidos, sino un medio para el que realizar nuevos contenidos digitales. Del mismo modo la industria también ha comprendido que si adapta los contenidos a esta nueva ventana digital, el impacto y la fidelización de los usuarios es mucho mayor.

Podemos identificar en la web dos factores clave para entender el audiovisual digital de ahora: la interacción social de los usuarios de servicios de vídeo en línea y la evolución técnica del lenguaje HTML.

Entendemos que existe una primera etapa en la que los contenidos audiovisuales se adaptaron a los condicionantes del canal,

sometiendo su duración y formato a los requerimientos técnicos de los mismos (YouTube 2005, Dailymotion 2005). Durante esta primera etapa se desarrollaron dos factores imprescindibles para entender el audiovisual interactivo que existe actualmente en la red: la participación y la experimentación de formatos.

La participación de usuarios viene dada por las propias cualidades de los canales de distribución de vídeo, creados desde la lógica de las redes sociales, lo que en aquel momento se denominaba la «web social» o Web 2.0. Las primeras interfaces de YouTube de finales de 2005 incentivaban la participación a partir de herramientas sociales como la valoración de los vídeos, la posibilidad de dejar comentarios o la creación de canales por parte de los usuarios o los grupos.

Si bien es cierto que el nivel de interactividad es más bien bajo y que el diálogo que se genera resulta poco estimulante, el factor de participación ha sido una cualidad propia de las plataformas de vídeo. Estos modelos de participación (aún hoy vigentes) fueron las primeras experiencias reales de comunicación en tiempo real entre generadores de contenidos audiovisuales y espectadores, y ha sido un factor importante para la evolución del audiovisual en la red.

Pero si existe un factor determinante para entender el audiovisual digital contemporáneo, desde el punto de vista de la implicación de los espectadores, es sin duda la generación de contenidos por parte de los usuarios (*User Generated Content*), que ha revolucionado, como es bien sabido, los hábitos, usos y contenidos de la Red.

Los *prosumers* (Toffler, Tapscott) han alterado la naturaleza de los contenidos. Del encuentro imprevisible entre las plataformas de vídeo en línea y los contenidos generados por los usuarios han surgido nuevas formas de expresión audiovisual. Los productos audiovisuales *offline* han convergido en términos de

concepción y género hacia las plataformas web, lo que Jenkins denomina la «convergencia cultural» de los medios (Jenkins, 2006). Esta adaptación ha generado nuevos géneros derivados tales como los microrrelatos de ficción, las webseries, los *lip-dubs*, los *teasers* cinematográficos, *unboxings*, *remixes*, *fandom videos*, *game videos*, clases y tutoriales, entre otros. A su vez, todos estos nuevos protogéneros del audiovisual (totalmente mediatizados por el canal) han alimentado también el audiovisual fuera de la red replanteando a veces los géneros audiovisuales hegemónicos. En algunos casos, los géneros con mayor éxito en línea han llegado a presentarse en televisión (como la webserie *Qué vida más triste*) generando un círculo de influencia directo entre la generación de contenidos dentro y fuera de la red (Lloret, Canet, 2008).

Junto a la transformación de usos y géneros de los medios audiovisuales en la red, el segundo factor de análisis es la evolución de las tecnologías web. La llegada de la nueva revisión del lenguaje HTML5 a partir de 2008 ha representado un salto cualitativo en cuanto a las capacidades de interacción que el medio puede ofrecer, y especialmente por su integración con los formatos «multimedia». Es el segundo factor de transformación.

El gran cambio se ha producido cuando se han empezado a desarrollar productos innovadores basados en las tecnologías web y no únicamente a partir de las plataformas web existentes. Si bien es cierto que perdemos el poder de distribución de un gran canal como YouTube, generando contenido a partir del código web sin pasar por las plataformas establecidas podemos llegar a construir historias totalmente libres que no estarán limitadas por los requerimientos tecnológicos del canal. Este valor disruptivo permite un acercamiento a la web más genuino, y a la vez complejo, que gira en torno a la interacción, y donde se contempla la integración del usuario en la historia de una manera activa y participativa.

Los productos audiovisuales interactivos realizados de forma *ad hoc* para la red son una fusión de medios y de código, de lenguaje y de técnica. Las imágenes, el sonido y el texto son generados y controlados a partir del código fuente de los proyectos, lo que expande los propios límites del lenguaje audiovisual. La web ha dejado atrás las incrustaciones de vídeo Adobe Flash Player para incorporar el vídeo y la música de forma nativa.

En la confluencia de los dos factores citados (vocación de participación en el audiovisual social de la red y nuevas tecnologías web) se han erigido predominantemente dos subgéneros del audiovisual como los dos espacios de experimentación y consolidación de este nuevo contexto: el documental interactivo diseñado para la web (*webdoc*) y los vídeos musicales interactivos. Estos trabajos sacan partido del potencial tecnológico de la red y se dirigen a un público activo que valora la innovación tecnológica como un valor propio de sus tiempos, de su audiovisual.

### **¿Dos nuevos géneros? El webdoc y el videoclip interactivo.**

*One Million Tower* (Cizek, 2011) es un documental interactivo *transmedia* publicado en 2011, dirigido por Katerina Cizek y producido por la National Film Board de Canadá. El proyecto explora el modo de vida de diversas familias en edificios que pertenecen a barrios de grandes ciudades poco atendidos por la administración. Se ha formalizado a través de diversos medios y producciones, videográficas para móvil, web e instalación.

Este trabajo se desarrolló mediante la tecnología de gráficos web del navegador de Mozilla HTML5/WebGL y PopCorn. La directora expresó la necesidad de representar los edificios en un entorno tridimensional. Recientemente este proyecto ha sido galardonado con el primer premio de documental interactivo del World Press Photo 2014.

El número de producciones realizadas en los últimos tres años es importante y va en aumento. La buena recepción que están teniendo ha animado a muchos agentes del ecosistema audiovisual a participar en estas producciones. Recientemente han aparecido un par de bases de datos bien organizadas para ir recopilando todas las producciones. Un grupo de investigación del MIT, el Open Documentary Lab, en colaboración con la pionera productora francesa Upian, ha publicado la base de datos «docubase»<sup>3</sup>. En la presentación de esta herramienta podemos leer cómo los responsables comparan la agitación que estamos viviendo en el documental interactivo con las primeras experiencias cinematográficas de principios de siglo XX. En este medio, dicen, las convenciones aún están por escribirse:

«Today, this untamed creative fervor can be found in the new documentary – a fast-emerging form that includes interactive, participatory and community-created fact-based storytelling». (docubase, 2014)

En esta base de datos podemos consultar (a fecha de 20 de septiembre de 2014) unos 160 proyectos interactivos. La mayoría son nativos para la red, unos 90, pero podemos encontrar otros trabajos diseñados para tabletas y dispositivos móviles. Otra fuente interesante es la base de datos del International Documentary Film Festival Amsterdam (*IDFA DocLab*), que bajo el título de «Exploring documentary storytelling in the age of the interface» recoge casi los mismos trabajos que la base de datos anterior.

Si nos centramos en la producción y la distribución debemos citar las producciones de la división digital de la National Film Board de Canada (NFB). Esta institución pública lleva más de 70 años observando, restaurando y produciendo animaciones, documentales y ahora también audiovisuales interactivos. Dedicar una quinta parte de su presupuesto a la producción interactiva (con una media de 300.000 € por producción) le ha

valido ser la productora de audiovisuales interactivos con más reconocimiento y premios del sector, y además ha conseguido fidelizar a una audiencia de más 28 millones reproducciones (fastcocreate, 2014). Sin lugar a dudas, es el «gran referente», dice Doc Lao, responsable de la sección interactiva<sup>4</sup>. En 2007, el actual director Tom Perlmutter apostó radicalmente por la convergencia digital en la producción y la distribución. Creó un espacio digital de reproducción del archivo de la institución y apostó por la innovación en la producción interactiva:

«Are we doc producers or an organization committed to innovation? Understand your audience and where they were headed. That is a fundamental thing we had to deal with. That was the mindset shift, knowing we're about creation and innovation, and that isn't anchored in the traditional idea of simply saying, let's just keep making docs». (fastcocreate, 2014).

Pero recientemente también han empezado a participar cadenas europeas como Arte, France 24, RTVE o la BBC. Por ejemplo, desde el año 2008 *Arte Interactife* ya ha realizado más de 70 producciones e identifican este sector como uno de los «puntos fuertes y factor diferenciador de la cadena» (León, Negro, 2013)

«Des créations et des expériences, pensées pour le web, avec les outils les plus innovants. À explorer, à commenter et à partager». (Web Arte, 2014)

Los videoclips interactivos han sido el segundo género que ha destacado en la reciente web audiovisual interactiva. El videoclip ha sido un género abierto por excelencia a la exploración y la innovación. Dada su condición de género híbrido, situado en contextos de comercialización y marketing, el riesgo y la innovación para llegar al mayor público posible ha sido siempre uno de sus motores y ha marcado sensiblemente una estética y unos formatos muy arriesgados. Internet ha supuesto un espacio de revitalización para la difusión de los vídeos musicales y ha mejorado sustancialmente

su posición cultural (Sedeño, 2010). El interés por parte de la industria musical en buscar otras plataformas de distribución de los vídeos musicales nace de la necesidad de proporcionar un acceso más directo a los usuarios en la red (una rápida búsqueda en YouTube, por ejemplo), y permitir así mantener también durante mucho más tiempo accesible el contenido, a diferencia de la fugacidad de la programación de los canales de cable especializados como MTV o VH1.

Existen centenares de proyectos de videoclip interactivos (puede verse una recopilación de los últimos trabajos más destacados en el artículo de Sora<sup>5</sup>), lo que nos hace intuir que la apuesta del mercado por este formato es indiscutible. Lejos quedan aquellos fabulosos trabajos de Cunningham o Gondry que marcaron una década de renovación en el audiovisual; ahora la renovación hace hervir la red, no MTV.

De entre los numerosos proyectos destacados que podríamos citar, sin duda *We Used To Wait* del grupo Arcade Fire es uno de los grandes referentes. Este trabajo integra HTML5, WebGL, JavaScript, App Engine, servicios *mashup*, y se presenta en formato multipantalla. Una vez empieza el videoclip van apareciendo diferentes ventanas del navegador sincronizadas en las que el usuario puede ver imágenes de la localización que introdujo antes de empezar la visita. Este trabajo ha sido ampliamente laureado por la crítica y ha recibido millones de visitas. El 30 de agosto de 2010, solo un día después de publicarse, ya había recibido más de un millón de visitas (Sedeño, 2010). A diferencia del *webdoc* citado anteriormente este proyecto fue expresamente diseñado para el navegador Google Chrome. Google tiene un departamento dedicado a la innovación de contenidos en la web, el Creative Lab. Aaron Koblin es uno de los programadores creativos que trabaja en este departamento (colaboró con Cris Milk en la realización del impresionante videoclip *3 Dreams Of Black*, entre otros magníficos trabajos) y fue el responsable de la dirección tecnológica del proyecto.



Vincent Morrisset es otro de los destacados directores que, junto con Cris Milk, representan una nueva oleada de programadores y realizadores que se autodefinen como *web-friendly directors*<sup>6</sup>. Morrisset participó anteriormente en trabajos interactivos para Peter Greenaway o Arcade Fire, para quienes realizó el pequeño pero celebrado trabajo interactivo *Neon Bible*<sup>7</sup>.

### **Cualidades del nuevo audiovisual interactivo web**

Que las dos piezas que hemos descrito con más detalle hayan sido diseñadas para explotar las máximas cualidades de los dos grandes navegadores (en discordia) no es ninguna casualidad. Las empresas que lideran el sector de los navegadores de Internet han apostado claramente por asociar su marca con la innovación en el sector audiovisual, que es a la vez la mejor manera de mostrar las capacidades de su herramienta y del código abierto. Quizás por este motivo podemos encontrar pies de página en los proyectos de Google con alguna frase como esta: «*Made with some friends from Google*». Saben muy bien a qué público se dirigen y cómo hay que hablarles.

Como hemos apuntado anteriormente, existe una relación directa entre la experimentación del código web y la evolución de los géneros audiovisuales de este medio. Los dos géneros citados son claro ejemplo de ello y parece que la influencia del lenguaje cinematográfico es cada vez mayor. La mayoría de los productos actuales hacen uso de estrategias de inmersión que parecen más cercanas al cine que a otros formatos audiovisuales que la web ha ido hilvanando. Estamos hablando de interfaces que ocupan toda la pantalla (*full-screen*), vídeo en alta definición, menús que se esconden y no molestan, experimentación en primera persona, estructuras narrativas, puntos de vista dinámicos y una serie de estrategias de diseño que ayudan a tener la sensación de estar «metidos» dentro del relato. Estrategias que van en la dirección de la transparencia de la interfaz, la inmediatez de Bolter y Grusin (1999) dentro de un sistema tan «hipermediado» (según los autores) como es la web.

Tal como apuntaba Manovich (2001), parece que las convenciones del cine están cada día más presentes en la web. Y con las últimas posibilidades de la web interactiva nos estamos acercando cada vez más a las cualidades con las que Murray (1997) definía los *cyber-drama*: inmersión, transformación y agencia. La «agencia» que genera un sistema interactivo es determinante en este sentido. Según Murray, es la cualidad con la que nuestras interacciones diegéticas determinan la narración, la historia.

Recientemente, diversos autores han reflexionado sobre cómo algunas de las cualidades de los *webdocs* modifican o añaden nuevas posibilidades narrativas a sus documentales anteriores. León y Negrodo (2012) citan siete categorías de posibles géneros de *webdocs* analizando las bases de datos de *webdocs* (inmersión, localización, participación, interactividad, remezclas, visualización de datos y cortos); mientras que Aston y Gaudenzi (2012) lo hacen en términos de recepción por parte del usuario (conversacional, hipertextual, participativo, experiencial).

A partir de estas dos clasificaciones, creemos necesario establecer una nueva clasificación que pueda incluir otras formas del audiovisual interactivo de la web, por ejemplo, los videoclips interactivos. Se trata de una clasificación más genérica y no exclusivamente centrada en un solo género. Una que esté orientada a analizar el tratamiento de los medios sin ceñirse a su formato. Creemos que uno de los paradigmas clave del audiovisual de la red será la complejidad para definir géneros en un formato donde las fronteras se difuminan cada día más. Identificamos tres (ampliables) cualidades genuinas del audiovisual de la red que permitirán redefinir los análisis de este nuevo audiovisual en estado de transformación:

Procedimental. El código es el responsable de montar a tiempo real «la película». Es quien controla y decide la evolución del producto. Si antes era en el montaje donde se cerraba el relato, ahora es a través del código. Un código abierto que se comparte

y que podría evolucionar con la aportación de los usuarios.

De datos. Los proyectos audiovisuales se nutren de las bases de datos. Algunos de los proyectos carecen de contenidos cerrados; son visualizaciones de datos (*big data*) que provienen de una base de datos preexistente, de bases de datos extradiagógicas, o bien que recopilan contenidos (imágenes, textos, etc.) de otros medios o servicios. Estos datos o contenidos tienden a ser participativos; es el espectador quien añade información y actualiza el producto. La localización (móvil) será un dato de incalculable utilidad.

Inmersivo. Hay una tendencia evidente a hacer que la experiencia del usuario sea más inmersiva. Ya sea a través de las interfaces, cada vez más «transparentes» (Murray, 2012), o a través de las cualidades de un gesto interactivo cada día más relacionado con el contenido. A fecha de hoy existen en formato experimental algunos documentales interactivos diseñados para Oculus Rift, y los dispositivos móviles permitirán acoger un nuevo audiovisual localizado físicamente en escenarios urbanos cotidianos.

## *Bibliografía*

- Ana, S., (2010). Videoclips musicales en su transición a la red: nuevos subgéneros y apropiaciones del formato. *Razón y Palabra*, 15(71).
- Anderson, Chris; Wolff, M., (2010). The Web Is Dead. Long Live the Internet. Wired. Available at: [http://www.wired.com/2010/08/ff\\_webrip/all/1](http://www.wired.com/2010/08/ff_webrip/all/1) [Accessed September 30, 2014].
- Bolter, J.D. & Grusin, R., (1999). *Remediation : understanding new media*, Cambridge (Mass.) : MIT Press.
- Cizek, K., (2011). \_Highrise: One Millionth Tower. Available at: [http://highrise.nfb.ca/onemillionthtower/1mt\\_webgl.php](http://highrise.nfb.ca/onemillionthtower/1mt_webgl.php). [Accessed September 30, 2014].
- Fastcodecreate, How Canada's NFB Became The World's Hippest Digital Content Hub. Available at: <http://www.fastcodecreate.com/1679850/how-canadas-nfb-became-one-of-the-worlds-hippest-digital-content-hubs> [Accessed September 30, 2014].
- Jenkins, H., (2006). *Convergence culture : where old and new media collide*, New York : New York University Press.
- León, B. & Negrodo, S., (2013). Una nueva página para el viejo sueño interactivo: documental web. *Télos: Cuadernos de comunicación e innovación*, (96), pp.82–92.
- Lloret, N. & Canet, F., (2008). Nuevos escenarios, nuevas formas de expresión narrativa: La Web 2.0 y el lenguaje audiovisual. *Hipertext.net*, 6.
- Manovich, L., (2001). *The Language of new media*, Cambridge, Mass. : MIT Press.
- MIT & Upian, MIT – Docubase | The open documentary lab. Available at: <http://docubase.mit.edu/> [Accessed September 30, 2014].
- Murray, J.H., (1999). *Hamlet en la holocubierta : el futuro de la narrativa en el ciberespacio*, Barcelona : Paidós.
- Murray, J.H., (2012). *Inventing the medium : principles of interaction design as a cultural practice*, London :: MIT Press
- Saéz, C., (2014). Retorn al futur: la Internet de totes les coses | Article | CCCB LAB. CCCBLAB. Available at: [http://blogs.cccb.org/lab/article\\_retorn-al-futur-la-internet-de-totes-les-coses/](http://blogs.cccb.org/lab/article_retorn-al-futur-la-internet-de-totes-les-coses/) [Accessed September 30, 2014].
- Sora, C., (2014). El videoclip del año no lo verás en MTV. Available at: <http://antes.embed.at/article92.html> [Accessed September 30, 2014].

Tapscott, D. & Williams, A.D., (2008). *Wikinomics : how mass collaboration changes everything*, London : Atlantic Books.

Toffler, A., (1994). *The Third Wave: The Classic Study of Tomorrow* Reissue: Random House.

(1) Véase <http://www.cisco.com/c/en/us/solutions/service-provider/visual-networking-index-vni/index.html>

(2) Estas estadísticas pueden consultarse en la web del servicio: <https://www.youtube.com/yt/press/statistics.html>

(3) Véase en: <http://docubase.mit.edu/>

(4) Véase toda la entrevista en: <http://www.macleans.ca/culture/movies/a-documentary-like-no-other-documentary/>

(5) Véase «El videoclip del año no lo verás en MTV». Accesible en <http://antes.embed.at/article92.html>

(6) Esta frase está extraída de la web de Vincent Morisset, véase: <http://www.vincent-morisset.com/>

(7) Véase en <http://www.beonlineb.com>





