

Notas

1. Jean Baudrillard
2. Gianni Vátimo
3. Jean Francois Lyotard
4. Jacques Derrida

* Fotógrafa, Docente, Investigadora. Sociedad Iberoamericana de Historia de la Fotografía. Docente: Asociación Amigos del Museo Nacional de Bellas Artes, Escuela de Fotografía Motivarte.

Diseño multimodal y significación en sitios web de filmes (a023)

Estrategias de diseño y estructura discursiva

Prof. Dr. Haenz Gutiérrez Quintana*

La Internet tiene un enorme potencial para divulgar y exhibir películas. La función principal del *sitio web* de cualquier filme es anunciarlo durante la temporada de lanzamiento. Pero, también, el *sitio web* puede ser un recurso extra fílmico componente de la narrativa cinematográfica o, aun, un medio de difundir discursos sobre el cine y sobre como diseñar *sitios web* para divulgar películas. ¿De que manera la obra cinematográfica se relaciona con el *sitio web* que la anuncia? La respuesta a esta pregunta nos ayudará a entender los *sitios web de filmes* como medios de representación y comunicación considerando las relaciones intertextuales que mantienen con las películas que divulgan.

El objetivo de esta ponencia es estudiar esas relaciones y concomitantemente analizar el rol de la ficción y de la cognición como estrategias en el diseño de hipermédias para la divulgación y/o exhibición de películas. De esta manera, esperamos contribuir con la comprensión de los procesos de concepción y significación de los *sitios web* de filmes en su calidad de discursos multimodales. Así, analizamos los *sitios* paradigmáticos de una películas *hollywoodiana* y una película independiente considerando su finalidad mercadotécnica y empleando para ello los conceptos de intertextualidad de Bakhtin, acción comunicativa de Habermas y comunicación multimodal de Kress & Van Leeuwen. Comenzamos por el análisis del que consideramos el primer sistema *hipermedia* para divulgar películas. Nos referimos al *kit multimedia* que la empresa californiana *2-Lane Media* desarrolló para la película *Forrest Gump* de Robert Zermickis por encomienda del portal *Hollywood Online*. El *kit*, después de ser instalado en la computadora funcionaba como un *Hot Site*¹. Podemos decir que fue la primera campaña promocional interactiva de una producción cinematográfica. Para analizar el *kit de Forrest Gump* particularizamos sus modalidades semióticas de representación y comunicación con la intención de conocer sus principios y elementos. Así, observamos que la arquitectura de la información del *kit multimedia* de *Forrest Gump* estaba íntimamente relacionada con la estructura de los *comunicados de prensa* que median las relaciones de la industria cinematográfica con los medios de comunicación.

Finalizamos la ponencia analizando el *sitio web* de la película *The Blair Witch Project*² de Eduardo Sánchez e Daniel Myrick. *El Proyecto de la bruja de Blair* es una película independiente concebida y realizada como si estuviera fundamentada en hechos reales y montada, hipotéticamente, con el material documental producido por estudiantes de cine del *Montgomery College*. El *sitio web* de esta película atiende esas características y se constituye como un recurso extra fílmico que ayuda a contar y entender la historia. Analizamos en él su estructura discursiva y el funcionamiento de sus modalidades semióticas de representación y comunicación comparándolas con la estructura y modalidades del *kit de Forrest Gump*.

Notas

1. *Hot Site*: Se distingue de un *sitio* común por su corta permanencia en internet, por su concisión y objetividad en la divulgación de productos y servicios. Es muy utilizado en lanzamientos. La información del *kit multimedia* de *Forrest Gump* estaba estructurada de una manera no-secuencial, a través de nodos interconectados por enlaces con el sitio web *Hollywood Online*.
2. *The Blair Witch Project* - <http://www.blairwitch.com/>

* Professor Adjunto do Curso de Design Gráfico, Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil. Pesquisador Associado do Mediatec, Universidade Estadual de Campinas, Brasil

Diagramas de territorialidad (a024)

Juan Trabucco*

Situación

La arquitectura esta involucrada con el conocimiento espacial de la conducta humana; sin embargo los medios de representación están más orientados al estudio de la forma como elemento de expresión o como análisis de aspectos técnicos constructivos. Los medios de representación tradicionales no alcanzan para detectar las conductas espaciales del presente, se produzcan estas en ámbitos cerrados o abiertos, públicos o privados, etc. A pesar de esta situación desfavorable, se considera en el presente trabajo que los medios de proyecto se pueden modificar volviéndolos más adecuados para detectar y evaluar las nuevas conductas y actividades.

Áreas de investigación

El trabajo se propuso el objetivo de establecer líneas de investigación derivadas del estudio de:

- Las conductas espaciales de acuerdo con diagramas capaces de medir pautas dadas por el movimiento y las conductas actualmente desenfocadas respecto de la relación tradicional entre lugar y actividad.
- Las relaciones entre lo privado y lo público en los que la realidad se presenta más nómada que sedentaria, con lapsos de permanencia y tránsito ajenos al de la morada y la urbanidad tradicional.