
Resumen: Globalmente las esferas sociales y culturales atraviesan una crisis que involucra una multiplicidad de variables. Ante la inestabilidad social, y la modificación continua de las herramientas para la producción de contenidos de las diversas áreas culturales, se observa una mirada nostálgica sobre la realización y cierta tendencia al revisionismo histórico. En el diseño y comunicación audiovisual, la inestabilidad discursiva y formal dan lugar a una búsqueda artística hacia lo analógico y estudios sobre la importancia del archivo audiovisual y el *found footage*; axiomáticamente se entiende éste criterio como un accionar seguro sobre lo conocido, y un intento de comprender de manera objetiva el pasado.

Palabras clave: Comunicación audiovisual - diseño de imagen y sonido - cinematografía analógica - filmico - digital - revisionismo - cultura - discurso y forma - *found footage* - archivos - restauración - herramientas audiovisuales.

[Resúmenes en inglés y portugués en las páginas 150-151]

(*) Licenciada en Comunicación Audiovisual (Universidad de Palermo) Trabaja de manera independiente en el área de realización audiovisual, ha sido parte de largometrajes y cortometrajes documentales y ficcionales en Argentina, Colombia y España. Los proyectos han sido seleccionados en festivales alrededor del mundo, entre ellos el Festival de Cannes. Colabora en producciones de comunicación institucional para empresas digitales, y se desempeñó como gerente de contenido y edición. Dentro del área de investigación escribe para diversos medios online en inglés y español, y trabajó, dentro de un programa de voluntariado, en el Museo del Cine de Buenos Aires, restaurando y catalogando el archivo de nitrato y acetato. Desde el año 2014 forma parte del equipo docente de la Universidad de Palermo.

Paradojas de la cultura posmoderna

De acuerdo con su concepto original, la “cultura” no debía ser una preservación del status quo sino un agente de cambio; más precisamente, un instrumento de navegación para guiar la evolución social hacia una condición humana universal. El propósito original del concepto de “cultura” no era servir como un registro de descripciones, inventarios y codificaciones de la situación imperante, sino más bien fijar una meta y una dirección para las iniciativas futuras. El nombre “cultura” fue asignado a una misión proselitista que se había

planeado y emprendido como una serie de tentativas cuyo objeto era educar a las masas y refinar sus costumbres, para mejorar así la sociedad y conducir al “pueblo” –es decir, a quienes provenían de las “profundidades de la sociedad”– hacia sus más altas cumbres (Bauman, 2013, p. 14).

Previo al siglo XX se entendía la cultura y educación cómo una parte inherente de las responsabilidades del Estado - Nación, la ilustración de la, entonces, considerada barbarie. Con el inicio de las revoluciones, de las grandes guerras y la industrialización, rápidamente el concepto de cultura se vuelca hacia su propia antítesis. Comienza con todas sus dualidades un siglo de rupturas. “En resumen, la ‘cultura’ dejaba de ser un estimulante para transformarse en tranquilizante, dejaba de ser el arsenal de una revolución moderna para transformarse en un depósito de productos conservantes” (Bauman, 2013, p. 16). Las esferas culturales se inclinaban a colaborar con el mantenimiento del sistema que estaba ante su fin, y daría lugar a lo que hoy se entiende como posmodernidad y su multiplicidad de paradigmas como característica. Ante este nuevo modelo la cultura deja de ser prohibitiva y/o separatista para dar lugar a un abanico de posibilidades y propuestas. La cultura forma parte del mercado y su oferta cambia constantemente al ritmo de las tendencias, modas y evolución de las diversas herramientas de producción y consumo. Lo posmoderno se caracteriza por la saturación, el auge de la información, la sociedad del consumo y comunicación masiva. Cierta apatía generalizada, una oda al individualismo, a lo efímero; la integración de un pluralismo de miradas como consecuencia de la modernización ilimitada y continúa. Surge cierta brecha en el pensamiento contemporáneo sobre las cualidades del arte y el entretenimiento desde una visión paradójica y crítica. La posmodernidad se encuentra atravesada y definida por la globalización y la disgregación de los límites. Sin embargo, en la segunda década del siglo XXI, se vuelcan hacia conceptos antiguos al mismo tiempo que otra parte de la sociedad lucha con erradicarlos. Dejando de lado un análisis político sobre la inestabilidad de la vida cotidiana, dada por un mundo en transición y una economía recesiva y fluctuante; no se puede ignorar el impacto y las preocupaciones generales sobre las presidencias de ideologías tradicionalistas, la incrementación del nacionalismo, la separación y conflicto dentro y entre Estados potencia, la crisis ambiental y agotamiento de recursos. Ante este cambio constante y la oferta desmedida, parecería que el ser humano intenta volver a lo conocido. En la posmodernidad contemporánea la negación del pasado, característico de la modernidad, se vuelve obsoleto. Se reciclan conceptos.

La modernidad de la que salimos era negadora, la supermodernidad es integradora. Ya no hay destrucción del pasado, sino su reintegración, su replanteamiento, en el marco de las lógicas modernas del mercado, el consumo y la individualidad. (...)

Cuántos trastornos invitan a examinar un poco más de cerca el régimen del tiempo social que gobierna la época. El pasado reaparece. Las inquietudes del porvenir reemplazan a la mística del progreso. El presente adquiere una importancia creciente por efecto del desarrollo de los mercados financieros, de las técnicas electrónicas de la información, de las costumbres individualistas y del tiempo libre (Lipovetsky, 2006, p. 61).

La muerte del cine se vaticinó demasiadas veces, sus transformaciones con el sonido y el *technicolor*, el advenimiento de la televisión, la aparición del video, la tradición de ver cine traspasada al interior de los hogares. El cine digital. No sólo los cambios en el medio, la evolución formal y discursiva, sino también la diversificación del consumo, creó una incertidumbre, que tanto críticos como la industria en sí, veían como una profecía apocalíptica. El culto de lo nuevo que traía el modernismo no dejó de lado al audiovisual. Por lo que, en aproximadamente poco más de un siglo se transformó inclusive más veces que muchas de las artes que prevalecieron desde el origen de la civilización. El audiovisual además de ser parte de la esfera de las artes también lo es del mercado del entretenimiento y de su dinámica. La oferta y demanda moldea sus productos y el contenido en la multiplicidad de pantallas existentes de la posmodernidad creó nuevas exigencias. Entretenimiento y arte, dos aristas que muchos consideran contrapuestas, atraviesan la conceptualización de la evolución del audiovisual desde la pureza del celuloide a la iconosfera de la imagen magnética y electrónica.

La bisagra que comienza en 1995 con *Toy Story* de Lasseter como parte de ese mandato de renovación continua del mercado, tiene un fin cuando, de manera cuasi abrupta, a principios del siglo XXI se dejan de lado las prácticas cinematográficas con celuloide y se venera el nuevo medio. La digitalización del medio y del consumo acarreó en un primer momento un abanico de posibilidades para la creación, exhibición, distribución y visualización. Fue el momento de la segunda democratización del audiovisual, considerando el primero como aquel consecuente de los formatos menores del celuloide, 16 mm, 8 mm y super-8 y la masificación de la cinta magnética, el video, en las décadas del '80 y '90.

El cine, de ser un medio estrella y arte mayor en el universo estético del siglo, había pasado a ocupar un lugar acaso más restringido, como máquina de conocimiento —especialmente ligado a la antropología en la misma perspectiva de Morin, quien caracterizaba a su libro precisamente como “un ensayo antropológico”— y como un arte de masas, pero en crisis, vinculado a ciertas dramáticas transformaciones del hombre contemporáneo luego de los campos de exterminio, de la bomba atómica, de la devastación masiva y la amenaza pendiente de una aniquilación definitiva para la cual, en lo técnico, ya estaban dadas las condiciones. Pero, por otra parte, el cine ya no imperaba solo en el mundo de las imágenes que aparecían en pantalla. Otras imágenes, destellando más bien modestamente desde pequeñas e inestables pantallas, multiplicaban la experiencia audiovisual de modo algo incierto, pero ya evidente (Russo, 2008, p. 27).

El Mini DV, DV y los DVD, cómo intermedio accesible a las nuevas máquinas de video digital que aparecen a finales de la primera década del nuevo milenio. La instalación en la academia y prácticas profesionales de los sensores mínimos cuyos formatos son cercanos a los del 35 milímetros. El digital sigue intentando emular al celuloide mientras la viabilidad de la herramienta en conjunto con plataformas de visualización y distribución gratuitas como *Youtube*, *Vimeo*, y aquellas pagas como, *Netflix* o *Hulu* generan una explosión de contenidos y alta aceptación de las audiencias, al mismo tiempo que empresas exitosas

y longevas declaran su quiebra; *Blockbuster*, cómo tantos negocios barriales de este tipo, cierra sus puertas con la desaparición del video de alquiler, *Kodak* se declara en bancarrota, cerrando muchas de sus fábricas donde se producía el celuloide, marcas importantes de cámaras entran en recesión. Desde una perspectiva del mercado el audiovisual parecía haber llegado a su fin como era conocido hasta ese momento.

La posmodernidad dejó de lado las estructuras para convertir las esferas culturales y sociales en redes interconectadas, la hiper-conexión de la globalización saturada, la virtualidad en su máxima expresión; que paradójicamente tiene como consecuencia una apología del individualismo, exacerbado en las redes sociales. Narcisismo y nihilismo efímero e instantáneo, una temporalidad del aquí y ahora que conviven con cierta nostalgia e incertidumbre por el devenir social. El imaginario colectivo, entonces, se viste de frases acuñadas desde la antigüedad, indicios de una práctica discursiva que, si bien se desarrolla con una mirada crítica, venera los valores del pasado y de manera apocalíptica estudia el presente. Tal vez dado por la inseguridad subyacente sobre las nuevas prácticas virtuales, no tangibles, breves y fugaces, y la característica intrínseca sobre la integración de ideologías de la posmodernidad se re ven las prácticas y modas de décadas anteriores.

Re visitar el pasado

Previo a la instalación de *Instagram* como una de las redes sociales más utilizadas, –con su logo de cámara instantánea, una imagen de marca clara y que comunica de que se trata la misma– comienzan a surgir movimientos que rescatan las prácticas convencionales de fotografía y cinematografía. Se intensifica, al mismo tiempo que se instalan las cámaras digitales, una vuelta a lo analógico desde una perspectiva experimental. Sin embargo, por lo menos en Argentina, desde el 2010 se puede observar que la búsqueda de cámara antiguas y celuloide se generaliza y la practica aumenta a un público no especializado. Esta re-visión de la herramienta del pasado se da a nivel mundial. La *lomografía*, inspirada en la cámara rusa LOMO LC - A, fue fundada en 1991 por estudiantes austríacos, continúa siendo aquella que en términos generales experimenta con los resultados de acuerdo al tipo de cámara y celuloide. Lo que empieza como una sociedad de aficionados, se transforma en un movimiento a nivel mundial que rescata las cámaras manufacturadas por la empresa rusa LOMO y comienza a crear las propias. Por ejemplo, una de sus cámaras más conocidas es la que tiene cuatro objetivos, y dispara cuatros veces seguidas, resultando en un canvas de una imagen en secuencia (Ver figura 1). Además trabajan con diferentes empresas y tipos de celuloide que destacan ciertos aspectos de la imagen analógica de acuerdo a la sensibilidad de cada uno. Desde rollos de 35 mm nuevos que imprimen la imagen con un aspecto invernal de acuerdo a su temperatura de color, a rollos vencidos perfectos para experimentar con la química del paso del tiempo en el material filmico. La asociación lomográfica se dedicó, en un principio a las cámaras tradicionales de 35 mm, si bien se fueron expandiendo a una amplia gama de productos. Posteriormente, en el año 2008 se funda otro proyecto de este estilo, pero orientado a las cámaras y material filmico instantáneo. El *Impossible Project* nace el mismo año que *Polaroid* anuncia su cierre y quiebra, y lo hace como respuesta a esto. No surge solo como un rescate de aficionados, sino como



Figura 1. Imagen de la cámara supersampler. Disponible en <https://shop.lomography.com/en/supersampler-rubberized-blue>

un modelo de negocios. Se reabre la fábrica y se comienzan a producir cámaras y filmico para este tipo de fotografía. Sin embargo, no es hasta el 2017 que logran tener la marca registrada y patente de la compañía original, cambiando el nombre de su proyecto por *Polaroid Originals*. Esta empresa respondió desde su creación a un pequeño margen del mercado, aficionado a la fotografía. Dentro de este grupo crean soluciones para cámaras antiguas, brindan un servicio técnico dejándolas listas para usar y re vender. Sin producir toda la gama de película que se hacía en un momento, creando promociones y ofertas, ofrecen una cantidad importante de opciones para volcarse a la fotografía instantánea. Este caso, resulta interesante porque no sólo han resarcido las necesidades analógicas, sino que crearon un aparato de bolsillo que funciona como un laboratorio instantáneo con formato cuadrado de polaroid para celulares inteligentes y tablets. Integraron la tecnología digital a la analógica, logrando que el público general pueda acceder a una manera de hacer tangible los momentos grabados en los celulares con un aspecto de fotografía instantánea respondiendo a las tendencias que se vuelcan a lo *vintage* y poseen un subtexto relacionado la calidez del pasado, la nostalgia posmoderna.

Junto a estos casos de empresas que se reintroducen en el mercado se encuentra uno de los casos más exitosos desde un punto de vista económico. El de *Fujifilm*. La compañía nipona se mantuvo estable creando lazos con otras empresas que satisfacían necesidades que no se vieron amenazadas por la digitalización, como *Xerox*, mientras que continuó manufactu-

rando productos de fotografía instantánea. Sus ventas en esta unidad de negocios decayeron a principios de siglo, sin embargo, en el 2016 sus ganancias anuales dan cuenta sobre la creciente tendencia que se está analizando sobre la prevalencia del analógico. De acuerdo a su reporte fiscal anual el 14% de sus ganancias provienen de la división de imagen, de los cuales el 4% es del frente digital y el 10% de los productos relacionados con la fotografía instantánea (*Fujifilm Holdings Corporation*, 2016). En contrapunto se encuentra el caso de *Kodak*, empresa que intentó sobrevivir a través de su eslogan. Previo a la digitalización los momentos solo sucedían si eran captados en fotografía y guardados para la posteridad. El famoso momento *Kodak*. Que luego se reinventaría en el 2010, 'el momento *Kodak* ocurre cuando compartes'. Las estrategias de mercadotecnia responden sin lugar a dudas a las tendencias de comportamiento del usuario y consumidor. La cultura perdió en gran medida su índole de progreso e ilustración a la que alude Bauman y dentro del concepto de modernidad líquida de este autor, no cabe duda alguna que la cultura se mercantiliza, dejando de lado una mirada inocente, de ahí se observa la integración del todo. Si existen más posibilidades de venta, de generación de productos y contenidos, mayor será la demanda. El liberalismo cultural.

No obstante, la división de fotografía de *Kodak* sufrió grandes pérdidas y llegó a la quiebra. Más allá de un análisis del modelo de negocio de la compañía que duró poco más de 100 años, importa su división cinematográfica. La producción de película de 35 mm y formatos menores.

En la actualidad *Fujifilm* es el único competidor de esta marca, pero la empresa norteamericana utiliza sus estrategias de comunicación abocada a la re-inención del filmico y la elección del mismo sobre su contrapunto digital, el 4K, 6K u 8K. Los grandes formatos de cinematografía digital.

Después de poco 10 años de supremacía y en cierta medida un encanto por la accesibilidad de las soluciones digitales en la industria audiovisual, la misma vuelve a su medio original. En el año 2017, de las casi 60 películas que conformaron el programa del Festival Internacional de Cannes, 15 fueron filmadas en 35 mm con película *Kodak*. (Kodak, 2017) De las 9 películas nominadas a los premios Oscar del 2018 en la terna de mejor largometraje, 4 fueron realizadas en filmico. La nueva trilogía de *Star Wars*, intentando replicar la cinematografía de la trilogía original también trabajó con celuloide y objetivos antiguos, al igual que las nuevas instalaciones de los comics de DC, como por ejemplo *La Mujer Maravilla* (Jenkins, 2017). Llama la atención que en listado de productos realizados con el material fotosensible no sólo se encuentran largometrajes, pensados para ser exhibidos en la gran pantalla, sino también uno de los últimos productos de *Netflix*, *The Cloverfield Paradox* (2018). *Vogue* y *Chanel*, reconocidas marcas relacionadas con la moda, la primera una revista, la segunda diseño de prendas, perfumes y accesorios; lanzaron un video del género *fashion film*, *Not that kind of girl* (Kelly, 2017) que retrata el día de una joven en París. Se filmó con película *Kodak* de 16 mm (Ver Figura 2) y se observa el romanticismo de París dado por la actuación de la actriz y modelo protagonista, y los colores y textura inherentes al filmico que retratan París con una estética que remite a la *Nouvelle Vague*, debido a la voz en off que dialoga con la joven y devela el artificio de lo que está siendo narrado.

Se puede rastrear como causante del intento por fotografiar con una estética del pasado, en primer lugar, las emociones evocadas en el espectador, en segundo lugar, las posibili-



Figura 2. Fotograma del cortometraje: Not that kind of girl (Kelly, 2017).

dades técnicas propias del celuloide. Por ejemplo, la profundidad de campo lograda con esta técnica. Y, en tercer lugar, y posiblemente aquel que remita también a una tendencia discursiva, responde a las modas de la construcción de la imagen que se pueden observar en las redes sociales y las películas independientes. Los colores son lavados, el contraste de la imagen digital imita al del filmico, se presenta cierta atenuación del balance de blancos. Esta se retroalimenta con los efectos proporcionados por los editores de imagen en las redes sociales, y las aplicaciones para celulares que replican las herramientas de décadas pasadas, fotos instantáneas como el caso del *Instant Lab* de *Polaroid Originals*, antes mencionado. *Apps* que tienen un centro de revelado y transforman la cámara del celular en una antigua automática, con los efectos propios causados en la película por la sobre exposición al sol, por nombrar uno, o aquellas que graban video imitando los efectos y sonido de una cámara de video y su reproducción en VHS.

Sobreviene una estética de la repetición desde el plano formal hacia el plano discursivo o viceversa, porque esta reincidencia o regresión a una tecnología que se creía caduca responde a cierta rebeldía sobre los avances al observar que una herramienta no suplanta a la otra. Se reitera la problemática de la integración, no solo de ideologías que se puede observar en la temática de los contenidos programados en el panorama audiovisual, sino en el cómo se realizan esos contenidos.

Un medio no reemplaza al otro, no produce el fin o la muerte como fue vaticinado, si bien por un breve lapso de tiempo pareció que lo era. Cuando la crítica y la reflexión se instala en el oficio, y se responde a las necesidades y deseos del mercado, del consumidor, la oferta arroja nuevos tipos de productos que remiten al pasado, una yuxtaposición de lo conocido con la técnica del presente cuya utilidad fue comprobable. Se desliga en parte del avance por el avance mismo. El cine traspasa los medios que lo gestaron.

El cine en un sentido amplio o expandido. Nos referimos a un medio que aparece diluido entre los nuevos medios de comunicación. Las obras audiovisuales son cada vez menos puras y en su lugar encontramos obras de carácter híbrido que exhiben la yuxtaposición mediática, esto se puede ver en imágenes fotográficas, cinematográficas, videográficas, digitales o en red; en las que es cada vez más común la desaparición de las fronteras entre géneros y estilos y la re-significación de los discursos tradicionales (entre documental y ficción,

vanguardia y arte de masas, alta y baja tecnología, películas amateur, de arte y cine industrial, cine de atracciones - cine narrativo y la estética del clip por citar algunos ejemplos) (Noriega, 2012, p. 137).

La posmodernidad da lugar a una convivencia masiva del arte y el entretenimiento que hasta el momento había sido conceptos contrapuestos, utilizados en la experimentación y negadores el uno del otro.

Re visión del pasado

Al mismo tiempo que la industria del entretenimiento re visita las herramientas y discursos anteriores, componiendo contenidos totalizadores, la academia e investigación responde al material desechado e ignorado por momentos, salvo cuando era funcional a productos novedosos. El archivo era eficaz en tanto era rescatado por el valor e importancia que presenta como documento histórico. El laboratorio de Cinecolor ubicado en la localidad de Olivos, Buenos Aires, Argentina cerró sus puertas en el año 2016. Era el último laboratorio de revelado fílmico de América Latina. El predio fue donado al Estado y finalmente, luego de años de una ley que lo indicaba se fundó la Cinemateca Nacional, CINAIN, que pretende ocupar el predio de los antiguos laboratorios privados. Al mismo tiempo Kodak abre un nuevo laboratorio en Gran Bretaña. El estado, el mercado y la cultura continúan permaneciendo en una red intrínseca que responde a las necesidades de la una u la otra. CINAIN funciona en tanto existen una gran parte de la historia de la cinematografía argentina, no sólo ficcional, sino por ejemplo los centenares de latas de celuloide que pertenecen a los episodios de Sucesos Argentinos, necesitan ser restaurados y digitalizados para su posteridad y exhibición. Este tipo de material, el archivo, acerca el pasado a la audiencia, no solo por las texturas del fílmico y que se observan en imagen, sino por los diálogos y utilización de la música si la hay. De alguna manera hace el pasado tangible por un breve período de tiempo, el contrato de imagen - tiempo que firman tácitamente los espectadores al acceder a este material antiguo. Sin embargo ¿Qué sucede cuando el material de archivo es utilizado en nuevos contenidos? Este al igual que el *found footage* es intervenido y editado junto a imágenes nuevas o a manera de collage audiovisual para crear nuevos mensajes. Noriega lo define “Como el fenómeno es todo menos homogéneo, las prácticas de *found footage*, en plural, plantean la convergencia de al menos tres –grandes y difusos– campos de estudio: el cine, las prácticas artísticas y el concepto de archivo” (2012, p. 136).

El contrato con la audiencia es otro, para ambos hay un público si bien uno linda con los límites de una construcción histórica con pretensión de objetividad y el otro con un estudio antropológico subjetivo del estilo de vida moderna que ha llegado a su fin. Ambos responden a una construcción histórica que ha sufrido la incertidumbre de la posmodernidad debido a los diálogos y re visión del pasado y quien cuenta los sucesos, todo entra en un cuestionamiento y juicio sobre su veracidad. Baron (2014) expresa que existe un deseo por parte de los espectadores de creer y entender que el archivo y la apropiación el archivo, brindan una autoridad para la construcción de un marco teórico sobre el documento que

están visualizando. A la misma vez que algunos archivos fílmicos funcionan para refutar ciertos momentos o por lo menos cuestionar su veracidad, como por ejemplo la llegada del hombre a la luna.

Dentro de la clasificación de archivo, además, se encuentran las películas caseras o aquellas encontradas, realizadas por *amateurs* o profesionales y no pertenecen a ninguna colección. Este tipo de películas que fueron creadas pensando en un público privado, se convierten en dominio público y exhiben pequeñas micro narrativas que sirven para entender eventos y contextos pasados. Encuentra su función en las posibilidades performativas del material y la experimentación con el archivo cultural, el uso, remix, y collage de material con libertad para su uso al no tener autor. El mismo nace como recurso ante los precios del mercado del material proveniente de bancos de imágenes fijas y móviles. El video arte se re inventa con esta propuesta de archivos de dominio público que han sido trasvasados de su medio original a uno digital. Internet y las redes facilitan su distribución y accesibilidad. La apropiación, edición y re utilización de los mismos colaboran con búsquedas artísticas que intentan encontrarse al margen del mercado, idiosincráticamente o circunstancialmente.

Las relaciones que se suscitan entre un artista del *found footage* y el material por él apropiado no son simplemente mecánicas o programáticas, sino más bien contradictorias, se dan en un juego constante de creación y destrucción, tanto del material como de la estructura o el sentido original; en una tensión entre fascinación y rechazo por las imágenes seleccionadas o encontradas y en tensión por los niveles de develación-ocultamiento de sentido entre el original y el nuevo contexto de aparición de estas imágenes y sonidos (Noriega, 2012, p. 137).

Transformación constante

El cine fue un invento de la modernidad, una suma de técnicas para una nueva herramienta que permitiera la fotografía en movimiento. Las anécdotas dicen que sus propios supuestos creadores no le vieron sentido, ni artístico, ni comercial. Sin embargo, un siglo después el audiovisual se transformó constantemente igual que los avances tecnológicos de esta época. Su herramienta evolucionó de manera tal que la antigua era desechada y en cierta forma los beneficios de la nueva cegaban al público y al realizador, embelesados por las nuevas posibilidades de creación.

El profesor Rockwell (2017) de la Universidad de Nueva York brinda datos interesantes al discurrir sobre las motivaciones y preferencia de los estudiantes en sus cartas de aplicación para acceder a dicha escuela; aún se trabaja con fílmico. Las nuevas generaciones, las que se están formando, no desechan el fílmico, vuelven a este medio para poder aprender a dominar el oficio, y según este profesor lo prefieren por la poética que ofrece. Es decir, el grano, la textura, los diferentes valores tonales y de contraste que ofrece la película cinematográfica en sus variaciones químicas y de formato. Filmar sin saber el resultado exacto al carecer del típico visor digital integrado, trae consigo un romanticismo sobre el trabajo que está siendo realizado. La atención máxima a los detalles, a la composición, a estar listos

en el momento indicado. Los tiempos, presupuestos y formas de trabajo varían. Sin embargo, se necesita de los laboratorios para poder revelar el material, aprender de aquellos que lo conocen, y son expertos en su manipulación, para poder digitalizarlo y trabajar su edición y posproducción en computadoras.

El digital ofrece múltiples opciones para corrección y edición en la etapa de posproducción, pero pareciera ser que el celuloide no tiene competencia. La integración de ambas maneras de trabajo funciona, para poder, así, exprimir al máximo las posibilidades de cada una para contar historias. Pareciera que el tiempo de dejar atrás medios que se consideran obsoletos ha quedado atrás y el aquí y ahora remonta a trabajar con tecnologías que se conocen y se integran con las actuales. No es el fin del cine, solo una etapa más.

Bibliografía

- Bauman, Z. (2013). *La cultura en el mundo de la modernidad líquida*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Fujifilm Holdings Corporation (2016). *Annual Report*. Recuperado el 15 de noviembre de 2017 de https://www.fujifilmholdings.com/en/investors/annual_reports/2016/pack/pdf_TOP/Annual-Report-2016.pdf
- Kelly, T. (2017). *Chanel: Not that kind of girl*. [Vimeo] Paris: Vogue. Disponible en <https://vimeo.com/239031722>
- Kodak (2017). *Cannes 2017 line-up premieres 15 new films all shot on KODAK*. Recuperado el 21 de noviembre de 2017 de https://www.kodak.com/us/en/motion/About/News/Cannes_2017_line_up_premieres_15_new_films_all_shot_on_KODAK/default.htm
- Kodak (2018). *Shot on Film*. Recuperado el 1 de febrero de 2018 de <https://www.kodak.com/lk/en/motion/customers/productions/default.htm>
- Lipovetsky, G. y Charles, S. (2006). *Los tiempos hipermodernos*. Barcelona: Anagrama.
- Noriega, E. (2012). Notas sobre found footage. *Arte e investigación*, 8. 136-139. La Plata: Facultad de Bellas Artes.
- Rockwell, A. (2017). The Kodakery [Podcast] Disponible en <https://soundcloud.com/the-kodakery/filmmaker-and-nyu-tisch-film-professor-alexandre-rockwell>
- Russo, E. (2008). *Lo viejo y lo nuevo ¿Qué es el cine en la era del post-cine?* En La Ferla, J. (Comp.) *Artes y medios audiovisuales: un estado de situación II: las prácticas mediáticas pre digitales y post analógicas*. (p. 26-36) Buenos Aires: Nueva Librería.

Abstract: Globally, the social and cultural spheres are going through a crisis that involves a multiplicity of variables. In the face of social instability and the continuous modification of the tools for the production of contents from the different cultural areas, we observe a nostalgic look at the realization and a certain tendency towards historical revisionism. In audiovisual design and communication, discursive and formal instability give rise to an artistic search for analogue and studies on the importance of the audiovisual archive and

found footage; axiomatically this criterion is understood as a safe action on the known, and an attempt to objectively understand the past.

Keywords: Audiovisual communication - image and sound design - analog film - film - digital - revisionism - culture - discourse and form - found footage - archives - restoration - audiovisual tools - Identity and nationalism.

Resumo: Globalmente, as esferas social e cultural passam por uma crise que envolve uma multiplicidade de variáveis. Diante da instabilidade social e da modificação contínua das ferramentas para a produção de conteúdos das diferentes áreas culturais, observamos um olhar nostálgico sobre a realização e uma certa tendência para o revisionismo histórico. No design audiovisual e na comunicação, a instabilidade discursiva e formal dá origem a uma busca artística por analógicos e estudos sobre a importância do arquivo audiovisual e ele *found footage*, axiomáticamente este critério é entendido como uma ação certeza sobre o conhecido, e uma tentativa de entender objetivamente o passado.

Palavras chave: Comunicação audiovisual - imagem e design sonoro - cinematografia analógica - filme - digital - revisionismo - cultura - discurso e forma - *found footage* - imagens encontradas - arquivos - restauração - ferramentas audiovisuais.

[Las traducciones de los abstracts fueron supervisadas por el autor de cada artículo]
