

cal reflections and experiences of unconventional theater were presented, enrolling within this category the various modalities of popular, militant, open and independent theater. Forms of expression that demonstrate the multiple capacities of art intervention in the public-political sphere, either by denouncing invisible realities, offering tools to become aware or proposing non-standard ways of inhabiting the public space. Likewise, the political scope of international festivals and their impact on public space as modes of rupture of established forms of circulation and occupation of the street were explored, as well as the implications of copyright in a scenario marked by digitization.

**Keywords:** Militant theater - independent theater - feminism - international festivals - copyright - public space

**Resumo:** Os trabalhos apresentados nesta comissão refletiram sobre dois grandes núcleos que expressam as formas de interligação entre prática artística e política. Por um lado, foram apresentadas reflexões teóricas e experiências de teatro não convencional, inscrevendo-se nesta categoria as várias modalidades de

teatro popular, militante, aberto e independente. Formas de expressão que demonstram as múltiplas capacidades de intervenção artística na esfera político-pública, denunciando realidades invisíveis, oferecendo ferramentas para conscientizar-se ou propondo formas não-habituais de habitar o espaço público. Da mesma forma, o escopo político dos festivais internacionais e seu impacto no espaço público foram explorados como formas de romper as formas estabelecidas de circulação e ocupação da rua, bem como as implicações dos direitos autorais em um cenário marcado pela digitalização.

**Palavras chave:** Teatro militante - Teatro independente - Feminismo - Festivais internacionais - Direitos autorais - Espaço público

<sup>(\*)</sup> **Marina Mendoza.** Lic. en Relaciones Públicas (UP, 2009) y Lic. en Sociología (UBA, 2015) Magíster en Comunicación y Creación Cultural (Fundación Walter Benjamin, 2011) Becaria Doctoral (IEALC CONICET, 2016-2012. Doctoranda en Ciencias Sociales (FSOC-UBA, 2016)

## Comunicar en red: alcances y limitaciones del paradigma digital en el ámbito audiovisual

Fecha de recepción: julio 2020

Fecha de aceptación: septiembre 2020

Versión final: noviembre 2020

Marina G. Mendoza <sup>(\*)</sup>

**Resumen:** La aparición de nuevos formatos y canales de comunicación característicos de la era digital exigió una transformación de las tradicionales vías de difusión del ámbito artístico. Esta mutación implicó un cambio de paradigma que trascendió la mera aplicación de nuevos medios a un sistema tradicional que ya se mostraba obsoleto.

Este escrito se divide en dos grandes núcleos. El primero de ellos explora algunas de las transformaciones más significativas que la era digital ha supuesto para el ámbito artístico. El segundo se enfoca en las críticas de este nuevo paradigma, centradas particularmente en las limitaciones que las necesidades comerciales ligadas a este modelo imprimen a la creatividad de las obras individuales y colectivas.

**Palabras clave:** Audiovisuales – era digital – contenidos – estrategias de posicionamiento digital.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 93]

### Pensar en digital: nuevas oportunidades para el mundo audiovisual

Los expositores y las expositoras que participaron de esta comisión debatieron en torno a las mutaciones que la era digital ha introducido no sólo en la instancia de difusión, sino también en la creación de contenidos ligados a proyectos artísticos. Esto último ha exigido el desarrollo de nuevas profesiones, así como la transformación de viejas prácticas para su adecuación a este contexto. Expresión de este proceso es el surgimiento de un nuevo rol de redactor. Tal como expusieron Cintia Lepere y Carolina Villalba, la evolución de los canales y formatos de distribución de contenidos señala un camino irreversible hacia las vías digitales, lo que exige más que saber escribir: “saber escribir digital”. Para ello, las expositoras presentaron una estrategia digital sostenida en tres puntos: contenido para generar interés en el usuario, posicionamiento en buscadores y análisis de

métricas para interpretar el comportamiento del usuario. Respecto al primer punto, el contenido no refiere solamente a lo textual, sino al lenguaje digital, compuesto además por fotos, videos y links. En el segundo punto distinguieron el SEM del SEO, posicionamiento orgánico, al que recomiendan en tanto permite generar tráfico sin costo económico. Y respecto a las métricas, enfocaron en tres: tiempo real, lugar desde donde se visita (redes sociales, web) y tiempo de permanencia.

Así como se torna necesario el desarrollo de nuevas tareas profesionales para adecuarse a la era digital, también es preciso explorar las posibilidades que brindan las nuevas plataformas para exhibir y distribuir el contenido audiovisual. En este sentido expuso Carlos Roberto Ruiz Monasterio, para quien los formatos audiovisuales y los espacios de distribución y comercialización hegemónicos en la actualidad presentan ventajas, así como problemáticas. La “lógica Netflix” exige desarrollar con-

tenidos de una duración y una dinámica particular en la que el autor, por citar un caso, queda desdibujado frente al contenido, que es lo que atrae al usuario. Sin embargo, tal como sostuvo Ruiz Monasterio, la emergencia de medios audiovisuales ha permitido a los creadores independientes mostrar sus producciones sin necesidad de recurrir al espacio cinematográfico, haciendo uso de multiplataformas. A este fenómeno el autor lo denominó “el cine que se escapa del cine”.

Del mismo modo que la era digital incidió en el desarrollo de nuevas tareas profesionales y nuevos canales de distribución de contenido, también ha modificado los formatos de visualización. Es el caso del formato vertical que, como expuso Juan Manuel Núñez, se está convirtiendo cada vez más en un formato utilizado en la industria audiovisual no sólo desde la adaptación, sino también desde la etapa de filmación. Ello exige implementar una planificación exhaustiva para el desarrollo de contenidos desde las primeras etapas; es decir, no ajustar el contenido a la imagen vertical, sino filmarlo de esta manera. El video vertical es más que una tendencia: el motivo por el que prácticamente casi todo el contenido se consume de forma vertical es porque dicho formato es ergonómico.

El proceso de comercialización también se vio afectado por la aparición de nuevos formatos digitales, abriendo nuevas posibilidades para facilitar la visibilización y difusión de proyectos audiovisuales.

Fernando Pallas presentó un sistema colaborativo de venta de tickets online cuya particularidad reside en que ofrece múltiples puntos de venta en los que cada parte involucrada obtiene una ganancia económica, desde el colectivo y/o autor que formula un proyecto hasta los productores y los medios de comunicación que lo difunden. La idea principal de este sistema colaborativo es generar una red de afiliados, no sólo individuales, sino institucionales y organizacionales, en la que todos difunden a cambio de una compensación económica.

La etapa de casting también ha atravesado múltiples transformaciones que han facilitado el trabajo de los productores. Darío Hervatin expuso las diversas fases que atravesó el proceso de selección de actores y actrices, modelos y otras figuras con la llegada de los celulares inteligentes y las redes sociales, especialmente Instagram. Para Hervatin, estos cambios suponen una democratización del casting, ya que no exigen un esfuerzo extra por parte de los interesados en participar, pudiendo realizarlo mediante una grabación en las redes sociales, al mismo tiempo que suponen una ventaja para los productores, que pueden incluso evitar hacer un casting y seleccionar los participantes mediante la revisión de sus perfiles en redes sociales.

En última instancia, Pedro Motta y Débora Analía Rodríguez expusieron acerca de las transformaciones que el paradigma digital ha supuesto para el ámbito editorial. Además de la emergencia de nuevas narrativas transmedia y la trasposición de géneros que han modificado las formas de circulación del contenido editorial, estos fenómenos han dado surgimiento a un nuevo campo disciplinar que denominan proyecto editorial no convencional. En base a un análisis de las causas del fracaso de las revistas culturales tradicionales, los expositores evi-

denciaron que la tecnología digital permite superar las limitaciones de estos medios tradicionales, permitiendo a los autores autogestionar sus publicaciones, desarrollar tareas de autoedición y difusión por medios propios.

### **El pasado resignificado: viejas prácticas en nuevos contextos**

Como en todo proceso de mutación cultural, las prácticas utilizadas hasta entonces no son reemplazadas definitiva e irreversiblemente por las nuevas. Es frecuente que, en efecto, convivan sin que el ascenso de una implique la caída en desuso definitivo de la otra, lo que en palabras de Raymond Williams (2009) expresaría el carácter dinámico de toda práctica cultural. El autor sostiene que, además de las formas dominantes, es posible hallar elementos arcaicos -prácticas antiguas que ya no tienen vigencia-, residuales -prácticas antiguas que siguen vigentes- y emergentes -como formas alternativas de interpretación del pasado que se reconocen en el presente porque las condiciones particulares de ese tiempo histórico así lo permiten-.

En línea con estas reflexiones se ubican tres ponencias que cuestionaron la imposición hegemónica de nuevas tecnologías en el ámbito audiovisual e, incluso, señalan las críticas del paradigma digital.

Ileana Gómez Gavinoser propuso el retorno al arte cinematográfico a sus fuentes artísticas. Sin desconocer las ventajas que las nuevas tecnologías de visualización y circulación han significado para las producciones audiovisuales, la expositora refirió a las huellas imborrables que el cine independiente y de autor han dejado como herencia sobre los proyectos contemporáneos. Asimismo, apeló a que las nuevas tecnologías se pongan al servicio de la recuperación del gran cine para que alcance sus propósitos artísticos, pedagógicos y sociales, al estimular el pensamiento libre.

En una línea similar se ubicó la ponencia de Juliana Ocampo al referir a las tendencias usadas y “abusadas” en los medios audiovisuales. Particularmente, señaló la incidencia de tres tendencias empleadas en redes sociales para que sus contenidos sean publicados y viralizados. La primera es trabajar con *influencers*, tendencia sostenida en la idea de mostrar una vida casi perfecta a través de las redes. La segunda es trabajar con el cuidado del medio ambiente, lo que muchas veces no supera la mera simulación. Y la tercera es trabajar con *gamers*, que ofrecen un modelo de entretenimiento alejado por completo de una finalidad pedagógica. Estas tendencias se han afianzado en el ámbito de la moda, donde los *influencers* han generado una revolución de las tradicionales formas de visibilizar y comercializar la indumentaria. A pesar de las limitaciones mencionadas, algunas de las propuestas que pueden hallarse en las redes sociales estimulan la auto aceptación y la afirmación de la identidad y el estilo propio.

En última instancia se inscribe la ponencia de Andrés Lifschitz y Estela Oriana, que nos revelan prácticas organizativas de colectivos independientes de teatro que subsisten a pesar de la imposición de nuevas tecnologías y la histórica presión que el teatro hegemónico impone sobre estas experiencias independientes. Es el caso del colectivo Norestada, Asociación de Teatros del Conur-

bano Norte cuya impronta asambleísta y movimentista heredera del teatro popular, devela la presencia simultánea en todo proceso cultural de prácticas arcaicas, residuales, dominantes y emergentes (Williams, 2009).

### Conclusiones

En esta comisión se expusieron las múltiples oportunidades que la era digital supone para las producciones audiovisuales. Nuevas profesiones, nuevos consumos, nuevos usuarios, nuevos mercados, nuevos formatos. Todas estas prácticas implican un esfuerzo de adaptación constante en un contexto de cambio permanente. Sin embargo, también se evidenció la coexistencia de este paradigma sostenido en la producción, circulación y comercialización digital con prácticas tradicionales que no sólo no pueden ser reemplazadas por las nuevas tecnologías digitales, como las formas asamblearias de funcionamiento teatral, o que, desde una perspectiva artística, es propicio mantener en vigencia.

### Bibliografía

Williams, R. (2009). *Marxismo y literatura*. Buenos Aires: Las Cuarenta.

### Expositores

- Ileana Andrea Gómez Gavinoser: *Retorno al arte cinematográfico y al cine arte*
- Cintia Lepere y Carolina Villalba: *El nuevo rol del redactor en la era digital*
- Pedro Motta y Débora Analía Rodríguez: *Publicación digital no convencional: ¿Nuevas tramas narrativas para un nuevo público? colectivoanomia.org*
- Andrés Lifschitz y Estela Oriana: *Norestada: Investigación Sobre los 10 Años de Trabajo de la Asociación de Teatros del Conurbano Norte*
- Juliana Ocampo: *Las tendencias usadas y abusadas en los medios audiovisuales*
- Carlos Roberto Ruiz Monasterio: *Dinámica y duración de contenido en las tendencias audiovisuales*
- Juan Manuel Nuñez: *Pensando en formato vertical*

- Fernando Pallas: *Presentación de un sistema colaborativo de venta de tickets online*
- Dario Hervatin: *Casting e Instagram*

**Abstract:** The appearance of new formats and communication channels characteristic of the digital age required a transformation of the traditional means of dissemination in the artistic field. This mutation implied a paradigm shift that transcended the mere application of new media to a traditional system that was already obsolete.

This writing is divided into two large nuclei. The first of them explores some of the most significant transformations that the digital age has brought about in the artistic field. The second focuses on the criticisms of this new paradigm, particularly focused on the limitations that the commercial needs linked to this model place on the creativity of individual and collective works.

**Keywords:** Audiovisual trends - digital age - content - digital positioning strategies

**Resumo:** O surgimento de novos formatos e canais de comunicação característicos da era digital exigiu a transformação dos meios tradicionais de divulgação no campo artístico. Essa mutação implicava uma mudança de paradigma que transcendia a mera aplicação de novas mídias a um sistema tradicional já obsoleto.

Esta escrita é dividida em dois grandes núcleos. O primeiro deles explora algumas das transformações mais significativas que a era digital trouxe no campo artístico. O segundo enfoca as críticas a esse novo paradigma, particularmente as limitações que as necessidades comerciais vinculadas a esse modelo colocam na criatividade de obras individuais e coletivas.

**Palavras chave:** Tendências audiovisuais - era digital - conteúdo - estratégias de posicionamento digital

<sup>(\*)</sup> **Marina Mendoza.** Lic. en Relaciones Públicas (UP, 2009) y Lic. en Sociología (UBA, 2015) Mágister en Comunicación y Creación Cultural (Fundación Walter Benjamin, 2011) Becaria Doctoral (IEALC CONiCET, 2016-2012. Doctoranda en Ciencias Sociales (FSOC-UBA, 2016)

## Tendencias audiovisuales: Entre el compromiso y la innovación

Mariana Minsky <sup>(\*)</sup>

**Resumen:** Las siete ponencias del Congreso Tendencias Audiovisuales, organizado por la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo, han mostrado diversas producciones que apelan a la creatividad, la innovación y la vanguardia, en las cuales no estuvo exento el compromiso social. De esta manera, forma y contenido se aunaron en las distintas manifestaciones artísticas y comunicacionales que fueron presentadas, las cuales abarcaron expresiones como televisión, cine, video, festivales culturales e historieta.

**Palabras clave:** Forma – contenido – compromiso – innovación – creatividad – vanguardia

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 95]

Fecha de recepción: julio 2020

Fecha de aceptación: septiembre 2020

Versión final: noviembre 2020