

La adaptación en la distribución y consumo de formatos audiovisuales

Fecha de recepción: septiembre 2021

Fecha de aceptación: noviembre 2021

Versión final: enero 2022

Luz Collioud (*)

Resumen: Frente a diversos estímulos, plataformas, y sucesos, el consumo y distribución de los formatos audiovisuales se ve en una constante adaptación cuyos resultados pueden servir para aumentar la creatividad, para transmitir ideas con fuertes cargas ideológicas, para desterrar el pasado y derrocar las tiranías del materialismo, o para brindar apoyo y soporte frente a necesidades globales. Las exposiciones presentadas en esta comisión expanden sobre la creación constante de los formatos audiovisuales en el presente, tomando casos concretos, tendencias que llevan a pensar nuevamente la realidad, y técnicas de creación y distribución que muestran que nada aún está definido en el panorama audiovisual y que estas adaptaciones presentadas son sólo un paso más en la búsqueda humana del cambio constante.

Palabras clave: Audiovisual - tendencias - creación - adaptación – consumo

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 44]

El panorama contemporáneo acepta un sinfín de posibilidades de creación y aporte de material audiovisual, no importa el público, dispositivo, o formato. Sin embargo, es importante destacar que esta vía de creación de enorme magnitud conlleva una búsqueda de plataformas y tecnologías en donde distribuir y consumir este material audiovisual. Puede haber incontables horizontes en los que reproducir un contenido pero, ¿y si factores internos o externos influyen en la percepción de dicho contenido por parte de su público?

Al hablar de reproducción, no nos mantenemos únicamente centrados en las plataformas tecnológicas, que es donde reside actualmente gran parte del contenido audiovisual que se crea hoy en día. El material puede ser traducido en *performances*, en caracterización, en la construcción de un imaginario que va más allá de la idea original en cuestión, como expuso Raúl Albanese en el caso del Carnaval de Gualleguaychú, que toma el teatro épico y lo plasma en sus comparsas, complementándolo con discursos teatrales y escénicos y brindándole así a las ideas originales una profundización inesperada.

El material audiovisual puede ser tomado como se presenta, o representado según el ojo del espectador o del método de consumo de tal. Es en este proceso que ocurre la adaptación de los formatos audiovisuales, la recreación del contenido dependiendo de los múltiples factores que inciden directamente en su significado o composición.

La tecnología es sin duda una vía muy relevante de recreación de contenido según el método de transmisión de éste. Un ejemplo de esto es, como expusieron María Florencia Dominguez y Laura Mercedes Tomala, las *fake news* o noticias falsas, que toman eventos reales (o incluso falsas) y los tergiversan a partir de ideologías políticas para darle un uso diferente dependiendo del distribuidor de estas noticias. Esta tendencia, que las expositoras señalan viene ocurriendo desde antes del auge de internet, dio origen a términos como *post-truth* o posverdad, y da a pensar en una reversión de la realidad misma, en donde el consumidor nunca puede estar seguro de que si aquello que está recibiendo no

fue impactado directamente por la ideología política del medio transmisor.

A su vez, la tecnología puede versionar el pasado para llevarlo al presente o mismo al futuro, con el surgimiento de plataformas y dispositivos que permiten acceder a resultados de técnicas casi obsoletas actualmente para aplicar a material contemporáneo. Esta pérdida de la materialidad, como señalan los expositores Fabián Esteban Luna y Paula Conca, revaloriza el poder de evocación de los materiales audiovisuales de antaño y amplía el nivel de distribución de estos formatos, poniendo en jaque al concepto de fidelidad que algunos consumidores sostienen, aferrándose a tecnologías pasadas mientras que las modernas recrean los formatos de manera exitosa.

El contexto es también un catalizador de gran magnitud para la adaptación en la distribución y consumo de formatos audiovisuales, ya que lleva al público a refugiarse en alternativas influenciados por los factores externos del mundo que los rodea. La pandemia COVID-19 fue de gran impacto para la industria audiovisual en todo el mundo, llevando al cierre de sitios físicos en donde se pudiera consumir el material (cine, música, teatro) y forzando así a las audiencias y productores de contenido a migrar al espacio online o, al menos, a alternativas que permitieran distanciamiento social. El cine vio experimentos con *streaming* y *video on demand*, el resurgimiento de los autocines y paneles en convenciones llevados a cabo mediante videochat.

Como indicó Sebastián Magallanes en su ponencia, los creadores de contenido se vieron repentinamente en alta demanda de material para las plataformas digitales debido a la alienación causada por la pandemia que llevó a que los espectadores tuvieran un hiper-consumo de todo aquello que encontrasen en internet, llevando a la creación de formatos audiovisuales radicados fuertemente en la distribución y consumo digital, incluyendo la aparición de nuevas plataformas y competición entre estas para ser las primeras en cautivar a las audiencias encerradas con necesidad imperiosa de escapar la fatídica realidad del mundo.

Conclusiones

Es mediante el presente en constante flujo que surge la necesidad de adaptar y reversionar los formatos audiovisuales para su distribución y consumo, ya sea para aumentar la creatividad, para transmitir una idea potencialmente peligrosa para unos y beneficiosa para otros, para desterrar el pasado y derrocar las tiranías del materialismo, o para brindar apoyo y soporte frente a una necesidad global de escapismo.

La adaptación se encuentra siempre presente, sin importar el período en la historia del mundo. Sin adaptación no podrías leer actualmente este texto. Y así como estas ponencias expusieron algunas de las maneras en las que los formatos audiovisuales se adaptaron frente a diversos estímulos, plataformas, y sucesos, en el futuro se expondrán otros casos en los que la adaptación llevó a la superación de nuestro presente y así continuar el camino sin fin que la humanidad viene transitando desde sus comienzos.

Expositores:

- Albanece, Raul. *Teatro épico en las comparsas del carnaval de Gualeguaychú (Argentina)*.
- Collioud, Luz. *CoVOD: Visionado cinematográfico en tiempos de pandemia*.
- Dominguez, Maria Florencia y Tomala, Laura Mercedes. *La sociedad de la ¿información? Entre las fake news y la enseñanza del pensamiento crítico*.
- Luna, Fabián Esteban; Delfino, Paula. *La pérdida de la materialidad en los dispositivos audiovisuales de alta definición*.
- Magallanes, Sebastián. *La pandemia como motor del hiperconsumo de información*.

Bibliografía:

Grant, A; Meadows, J. (2020). *Communication Technology Update and Fundamentals 17th Edition*. EE.UU: Taylor & Francis.

Abstract: Faced with various stimuli, platforms, and events, the consumption and distribution of audiovisual formats is seen in a constant adaptation whose results can serve to increase creativity, to transmit ideas with strong ideological charges, to banish the past and overthrow the tyrannies of the world of materialism, or to provide backing and support in the face of global needs. The exhibitions presented in this commission expand on the constant creation of audiovisual formats in the present, taking concrete cases, trends that lead to rethinking reality and creation and distribution techniques that show that nothing is yet defined in the audiovisual and that these adaptations presented are just one more step in the human search for constant change.

Keywords: Audiovisual - trends - creation - adaptation - consumption

Resumo: Diante de vários estímulos, plataformas e eventos, o consumo e distribuição de formatos audiovisuais é visto em constante adaptação, cujos resultados podem servir para aumentar a criatividade, para transmitir ideias com fortes cargas ideológicas, para banir o passado e derrubar as tiranias do materialismo, ou para fornecer apoio e suporte em face das necessidades globais. As exposições apresentadas nesta comissão ampliam a constante criação de formatos audiovisuais na atualidade, tomando casos concretos, tendências que nos levam a repensar a realidade, e técnicas de criação e distribuição que mostram que nada está ainda definido no panorama audiovisual e que essas adaptações apresentados são apenas mais um passo na busca humana por mudanças constantes.

Palavras chave: Audiovisual - tendências - criação - adaptação - consumo

(*) **Luz Collioud** Técnica en Guión de Cine y TV (UP, 2014). Licenciada en Dirección Cinematográfica (UP, 2015). Profesora de la Universidad de Palermo en el Área de Investigación y Producción de la Facultad de Diseño y Comunicación

Las vértebras del futuro

Rodrigo González Alvarado (*)

Fecha de recepción: septiembre 2021

Fecha de aceptación: noviembre 2021

Versión final: enero 2022

Resumen: El futuro ha sido lentamente cancelado. Y ahí, entre los discos de la vértebra rota del tiempo nunca más alcanzable ni definible, yace únicamente una sensación de novedad que nos inunda. Franco “Bifo” Berardi y mayoritariamente Mark Fisher (2014), nos invitan a reflexionar, ahogados en un tiempo fuera de eje, en que la presencia/presente no existe más. Y es así, como ante un futuro cancelado en un tiempo de excepción y más dislocado que nunca, que una serie de personas se reunieron para analizar productos audiovisuales y modos de producción que, desde la *novedad*, puedan intentar darle forma a ese fantasma que hoy no es más visible: el presente.

Aquí entonces encontrarán una deformación de los procesos de producción y posproducción audiovisual, un análisis sobre las artes sonoras y su poder en los productos, una categorización de nuestros modos de consumo, el aporte sinecdótico de las secuencias de apertura para terminar con la posible deformación de los mundos en sí: un flexible viaje por los presentes y presencias posibles.

Palabras clave: Producción – posproducción – audiovisual – artes sonoras – consumo – mainstream - industria - entornos digitales

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 46]