

Nuevas tendencias e hibridaciones de los discursos audiovisuales en la cultura digital contemporánea

Javier Marzal Felici
Universitat Jaume I

Marta Martín Núñez
Universitat Jaume I

La sección Informe del número 2 de *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación* está dedicada al estudio de las nuevas tendencias e hibridaciones de los discursos audiovisuales en la cultura digital contemporánea, asunto que fue abordado de manera intensiva en el IV Congreso Internacional sobre Análisis Fílmico que tuvo lugar en el Paraninfo de la Universitat Jaume I de Castellón, los días 4, 5 y 6 de mayo de 2011, un encuentro científico dirigido por la Dra. Rosa Franquet, Catedrática de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universitat Autònoma de Barcelona y por el Dr. Javier Marzal Felici, Catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universitat Jaume I.

Dos años atrás, en el marco del II Congreso Internacional sobre Teoría y Técnica de los Medios Audiovisuales, con el título *Tendencias del periodismo audiovisual en la sociedad del espectáculo*, tuvimos oportunidad de reunirnos en la Universitat Jaume I para debatir un tipo específico de hibridación discursiva que ha ido cobrando importancia, de forma manifiesta, en el campo del periodismo audiovisual, entre la *información* y el *entretenimiento*, que ha dado lugar al conocido fenómeno del *infoentretenimiento*, cuya expansión y escala ha alcanzado en el medio televisivo una dimensión planetaria.

En esta ocasión, nos hemos enfrentado a una problemática más amplia que atraviesa todas las formas de expresión de la comunicación actual. Nuestro punto de partida inicial, a cuyo alrededor giraron todas las reflexiones, fue la imagen cinematográfica y el análisis fílmico, a los que prestamos atención por la enorme influencia que ha tenido y sigue teniendo el cine en el imaginario social

contemporáneo. No obstante, el medio fílmico ha sufrido muy notables transformaciones en las dos últimas décadas que no sólo han afectado a la manera de consumir cine —la sala de exhibición cinematográfica representa sólo una mínima expresión del consumo del espectáculo fílmico, de valor casi residual actualmente—, sino que sobre todo hemos asistido a cambios muy importantes en las formas de narrar y de construir el relato fílmico. A nuestro juicio, una clave esencial para su comprensión es el concepto de *hibridaciones discursivas*, que en la práctica obliga a los investigadores a desarrollar nuevas formas de aproximación al análisis del discurso fílmico desde planteamientos mucho más amplios y complejos. En definitiva, nuestra perspectiva de trabajo se propone como principal objetivo reflexionar sobre la naturaleza del análisis fílmico y cómo articular una metodología general de análisis de la imagen fílmica que sea capaz de dar cuenta de este nuevo escenario de *hibridaciones* en el que nos hallamos inmersos. En nuestra opinión, el análisis de los discursos audiovisuales contemporáneos es un paso previo necesario para la formación de los futuros titulados que habrán de adaptarse a un entorno mediático en el que estas prácticas discursivas son habituales y frecuentes.

Así pues, en la sección Informe de este segundo número de *adComunica*, se recogen las principales reflexiones de los ponentes que fueron invitados al congreso, y que consideramos de sumo interés para comprender la naturaleza de la imagen digital en la cultura visual contemporánea. Sus reflexiones han sido formalizadas como artículos de investigación, una tarea que debemos agradecer a sus autores: Martin Lister, Jonathan Dovey y Constance Fleuriot, investigadores del Digital Cultures Research Center de la University of the West of England (Bristol, Gran Bretaña); Jean Claude Séguin, catedrático de la Université Louis Lumière-Lyon II de Francia; Josep M. Català Domènech, catedrático de la Universitat Autònoma de Barcelona; Angel Quintana, profesor titular de la Universitat de Girona; y Santos Zunzunegui, catedrático de la Universidad del País Vasco. En la sección Tribuna: Investigación y Profesión hemos incluido textos escritos por Frans van der Reep, catedrático de la Inholland University of Applied Sciences (Rotterdam, Holanda) y de Rafael Soto, creativo publicitario de la agencia Herraiz&Soto, cuyas perspectivas de trabajo, más cercanas a la realidad profesional, aconsejaban su inserción en esta sección de la revista. Asimismo, se han incluido en esta última sección unos breves textos de los moderadores de las mesas de comunicaciones —Hugo Domènech Fabregat, Carlos Fanjul Peyró, Agustín Rubio Alcover y José Antonio Palao Errando, todos ellos profesores de la Universitat Jaume I— que tratan de sintetizar las comunicaciones presentadas por un centenar de investigadores de España e Iberoamérica y que fueron seleccionadas por la organización del congreso.

Martin Lister, catedrático emérito de Cultura Visual en la University of the West of England, Bristol, Gran Bretaña, nos ofrece en su artículo *¿Demasiadas fotografías? La fotografía como contenido generado por el usuario* una meditación acerca del estatuto de la fotografía en el contexto contemporáneo de

la web 2.0. Si en los siglos XIX y XX, la fotografía ya alcanzó una omnipresencia en nuestro universo más cotidiano, en los albores del siglo XXI la fotografía, transmutada en digital y en red, como sucede principalmente con la «fotografía instantánea o popular», está conduciendo a un escenario de inestabilidad y crisis de información, que nos adentra en una suerte de Era Oscura Digital. Lister se pregunta si el exceso de fotografías nos puede conducir a una suerte de «malestar de la fotografía como información», que tal vez está anunciando la emergencia de una nueva forma de relacionarnos y de entender la fotografía como forma de expresión y de comunicación.

Josep M. Català, catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universitat Autònoma de Barcelona, nos propone en *Reflujos de lo visible. La expansión post-fotográfica del documental* una reflexión sobre la aparición de nuevas formas de expresión documental contemporáneas como el comic book documental o el webdocumental, formas híbridas que recogen la tradición visual pre-fotográfica de la pintura y el dibujo y que son la expresión de unas formas de representación marcadamente post-fotográficas, herederas del cine, y articuladas en el contexto de la imagen digital. En dicho artículo, el autor contrapone los conceptos de «cine documental» —un tipo de cinematografía preocupada por reproducir la realidad, propio de la «era de la verdad»— frente al «cine de lo real» —mucho más interesado por la realidad en todas sus dimensiones, y que se presenta cargado de intencionalidad crítica (ideológica y epistemológica), propio de la «era de la post-verdad»—. En la medida en que el mismo concepto de «documental» se relaciona con la aparición de la fotografía y lo que esta representa, Català nos propone una profunda meditación sobre la relación entre el fenómeno fotográfico y el modo documental. Su análisis, por tanto, se centra en el examen de la función documentalista en la actual «era de la post-verdad», a partir de los conceptos de pre-fotografía y post-fotografía. En el «cine de lo real» que vehiculan actualmente el comic book documental o el webdocumental, se detecta un alto grado de autoconciencia de la imagen y de la mirada que esta recoge, un gesto que se puede definir como marcadamente post-fotográfico que, en la práctica, supone la propuesta de una nueva ontología fotográfica basada en sus relaciones transcendentales con la visión.

Jonathan Dovey, catedrático de Screen Media y director del Digital Cultures Research Center, y Constance Fleuriot, investigadora asociada, de la University of the West of England, Bristol, Gran Bretaña, nos proponen en *La estética de los medios omnipresentes*, un análisis sobre la expansión y omnipresencia de las pantallas mediáticas y el modo en que interactúan los valores, las economías de la experiencia y de la atención, así como los ecosistemas de medios. Se trata de un trabajo que surge de la colaboración entre el Pervasive Media Studio y el Digital Cultures Research Center que se propone dar respuesta a la necesidad de investigar definiciones y nuevos modelos de creación de valor en los *pervasive media*, que trabajan como concepto teórico.

Jean Claude Séguin, catedrático de Cine Español en la Université Louis Lumière-Lyon II, Francia, desarrolla en *La desaparición del referente en el arte digital y sus implicaciones* una reflexión acerca de la disolución del referente en el campo del arte contemporáneo como consecuencia de la irrupción de las imágenes digitales en el mundo contemporáneo, de tal modo que el universo de la virtualidad adquiere cada vez más un estatuto de verdad y realidad en nuestra sociedad.

Àngel Quintana, profesor titular de Historia del Cine en la Universitat de Girona, nos propone en *La guerra de Irak como campo de prueba para el desarrollo de las imágenes digitales domésticas* un análisis del impacto que los sistemas no profesionales de filmación, generados en plena era digital, ha tenido en los procesos de visibilidad de la guerra de Irak, y que han penetrado poderosamente en la propia imaginería de la ficción documental cinematográfica.

Santos Zunzunegui, catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad del País Vasco, ofrece en *Reconstruyendo las ruinas del futuro: dogmas e interrogaciones de la imagen digital* una meditación sobre el estatuto del cine y del audiovisual en el contexto de la omnipresencia de la imagen digital, que ha puesto en crisis la tradicional asociación de la imagen con su referente al revelar la capacidad de la imagen digital —la neo-imagen— para crear sus propios referentes, esto es, como mecanismo para la generación de su propia realidad. Así pues, este estudioso nos propone cambiar la pregunta «¿qué es lo digital?» por «¿cómo se utiliza lo digital?».

Finalmente, la sección Informe se cierra con la exposición de las principales líneas maestras de uno de los proyectos de investigación financiados por el Ministerio de Ciencia e Innovación, que han motivado la celebración del citado congreso internacional. Javier Marzal Felici, catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad, Marta Martín Núñez, profesora ayudante de Comunicación Audiovisual y Publicidad, y María Soler Campillo, profesora colaboradora de Comunicación Audiovisual y Publicidad, todos ellos del Grupo de Investigación ITACA-UJI (Investigación en Tecnologías Aplicadas a la Comunicación Audiovisual), de la Universitat Jaume I de Castellón, nos presentan en *Tendencias e hibridaciones de la cultura visual contemporánea. Una visión panorámica de un proyecto de investigación en curso* las principales características y vectores temáticos del proyecto dirigido por el profesor Marzal.

No queremos finalizar esta presentación de la sección Informe del segundo número de la revista *adComunica* sin agradecer el apoyo económico y logístico que hemos recibido de la Universitat Jaume I, de la Generalitat Valenciana, a través del Instituto Valenciano del Audiovisual y de la Cinematografía —IVAC-La Filmoteca— y de la Dirección General de Promoción Institucional, de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación (AE-IC), de las empresas IEC, Sonoidea y CDM, y de *adComunica*, Asociación para el Desarrollo de la Comunicación. Tanto el congreso referido como este número

de la revista *adComunica* han recibido financiación del Proyecto de Investigación del Plan Nacional I+D+i del Ministerio de Ciencia e Innovación, para el periodo 2008-2011, dirigido por Javier Marzal, que lleva por título *Nuevas tendencias e hibridaciones de los discursos audiovisuales contemporáneos*, y que ha dado su nombre al congreso y a la sección Informe del presente número.

Referencia de este artículo

Marzal Felici, Javier y Martín Núñez, Marta (2011). Nuevas tendencias e hibridaciones de los discursos audiovisuales en la cultura digital contemporánea. En: *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, nº 2. Castellón: Asociación para el Desarrollo de la Comunicación adComunica, Universidad Complutense de Madrid y Universitat Jaume I, 19-23.