



## Río 2016

### Narrativas audiovisuales de ciudad desde los medios hegemónicos y ciudadanos

Rio de Janeiro 2016: Visual and Audiovisual Narratives of the City  
from both Hegemonic media and Citizen Media

JULIAN ESPINOSA

UFMG, Brasil

---

#### KEY WORDS

*Participatory video  
Citizen media  
Olympic Games  
City transformation  
City and Image*

#### ABSTRACT

*A través de un estudio de los modos de representación audiovisual de la ciudad de Río de Janeiro durante las olimpiadas de 2016, analizando productos y procesos de video participativo realizados por niños y jóvenes locales, y los modos en que la ciudad es representada audiovisualmente por las piezas promocionales de las olimpiadas del Comité Olímpico Internacional, el autor identifica las mediaciones (Martín-Barbero) entre los modos de contar la ciudad de uno y otro lado, así como las estrategias narrativas visuales que dan cuenta de la complejidad de las relaciones políticas y los diversos modos de percibir la experiencia visual de la ciudad.*

---

#### PALABRAS CLAVE

*Video participativo  
Medios ciudadanos  
Olimpiadas Río 2016  
Transformación ciudadana  
Imagen y Ciudad*

#### RESUMEN

*Through the analyses of how Rio de Janeiro city has been represented by audiovisual formats during Olympic games in 2016, studying products and process of participatory video made by local children and young people, and analyzing the ways how the city is represented in an audiovisual way by commercial spots of International Olympic Committee (IOC), the author identifies mediations (Martin-Barbero) between ways how the city is narrated by both hegemonic media and citizen media way. Article identifies as well visual narratives strategics that offers a complex panorama about politics relationships and ways to face the visual experience of the city.*

Recibido: 22/10/2018

Aceptado: 18/02/2019

## Introducción

Río de Janeiro, 2016. Por primera vez en la historia los juegos olímpicos son desarrollados en el cono sur del continente americano. El uso de piezas audiovisuales para la promoción de los juegos se convierte en estrategia clave para la venta de la ciudad, no sólo como la sede de los juegos deportivos más importantes del mundo, sino como el epicentro del dinamismo arquitectónico y cultural que se articula con las transformaciones de una ciudad que se prepara para las justas. Junto a las promociones oficiales del Comité Olímpico Internacional, aparece otro tipo de producción audiovisual mucho más discreta, invisible casi, pero que también presenta su visión de ciudad desde una perspectiva interna; la visión de los ciudadanos que desarrollan modos de producción audiovisual más democráticos y participativos.

El objetivo de este trabajo es desvelar las mediaciones existentes entre producciones audiovisuales oficiales y producciones audiovisuales ciudadanas en el marco de los juegos olímpicos de Río 2016. Más que el modo en que la ciudad de Río de Janeiro es presentada desde dos perspectivas diferentes, interesa los modos en que estas narrativas visuales se encuentran, las matrices culturales (Barbero) que motivan estos cruces y, en definitiva, las mediaciones existentes en la representación visual de la ciudad.

## La Representación de la Ciudad

¿Qué es ser urbano en nuestras sociedades de América latina?

No puede afirmarse que ello corresponde tan solo a una condición material de quienes habitan una ciudad. Si lo anterior es cierto, no es suficiente.

Silva, A. 1986

La ciudad no se cierra a la materialidad de sus edificaciones ni a la configuración de sus instituciones. La ciudad incluye y vincula los relatos que de ella se hacen en el sentido más amplio del término. Si la ciudad letrada (Rama, 1984) organiza la configuración ciudadana de acuerdo a las competencias lingüísticas de sus habitantes y les hace ciudadanos en la medida en que puedan leer la ciudad, la ciudad imaginada (Silva, 1997) convoca una nueva visión de ciudadanía donde la participación ciudadana en su construcción pasa por la recreación de imaginarios de ciudad, por la evocación de elementos históricos, culturales, sociales, religiosos, económicos, estéticos y sensoriales. La ciudad ya no es sólo la materialidad de su arquitectura ni la configuración de social de sus habitantes; la

ciudad ahora abarca el color que evoca, los olores, los recuerdos de los locales comerciales ahora transformados, los personajes de las plazas públicas. La ciudad como entramado de realidades e imaginarios que se dan cita en la memoria anónima y colectiva de sus habitantes y sus visitantes, una memoria que desafía la posición oficial sobre lo que debe ser contado y lo que merece ser *historizado* en la construcción del tejido mnemotécnico de los centros urbanos.

En ese sentido, cabe distinguir las diferentes propuestas de representación de ciudad que participan de su construcción. A nivel mediático, la representación de ciudad suele estar compuesta por los discursos oficiales fragmentados y pluridimensionales que la narran. Noticieros, series de televisión, dramatizados, filmes y otros tantos formatos audiovisuales suelen componer la tela fragmentada en la que se entreteje la narrativa de ciudad audiovisual oficial, visible ya por el poderío de los medios.

No obstante, otra ciudad visual se construye en las narrativas de sus transeúntes, en las fotografías espontáneas capturadas con sus teléfonos móviles o con sus cámaras personales, con los videos de lo que consideran meritorio de visibilidad, valioso para registrar y, posteriormente, compartir o archivar. Una narrativa visual de ciudad por retazos que, sin ser oficial (o precisamente por no serlo) representa una visión de ciudad desvalorizada pero igualmente meritoria.

Interesan para este artículo dos narrativas audiovisuales de ciudad, la oficial y la extra-oficial, que versen sobre la misma ciudad en el mismo contexto, y que se distancien de manera radical no por la representación final de ciudad, sino por sus fuentes de producción. Una, proveniente de una estructura institucional autorizada para construir y emitir su visión de ciudad; otra, endógena, proveniente del centro mismo de la ciudad, carente de una institucionalidad que la respalde como visión autorizada pero adherida a un proyecto individual o colectivo de representación de ciudad desde el audiovisual. Una caracterizadas las visiones de ciudad, interesa comprender los elementos en que dichas caracterizaciones se encuentran, descubriendo así las mediaciones posibles y probables entre una forma de ver la ciudad y otra.

## Dos visiones de Ciudad: Qué Ciudad y Cuándo en la Ciudad

Río de Janeiro, 2016, Juegos Olímpicos. El acontecimiento de mega-eventos en las ciudades es siempre una gran oportunidad para comprender las múltiples narrativas que se construyen en torno a ellas. Las ciudades se transforman arquitectónicamente, sus dinámicas sociales y

económicas sufren alteraciones de toda índole, los movimientos migratorios, temporales y permanentes, que se registran en las ciudades (intra ciudades y entre ciudades) durante la preparación y la ejecución de mega-eventos, las políticas públicas adoptadas por gobernantes. Más allá de las transformaciones reales de la ciudad, interesa conocer las transformaciones que son visibilizadas por los medios que gobiernan los discursos de representaciones oficiales y extraoficiales de la ciudad.

### **Medios hegemónicos**

Utilizamos la palabra hegemonía en el sentido político del término, propuesta por el sociólogo Antonio Gramsci que le otorga a lo hegemónico un poder de seducción frente a lo seducido. Hegemonía se distancia de la imposición de ideas y remite a la complicidad del lector en la aceptación de las mismas.

Existe una clasificación técnica que quisiera añadir a la definición de medios hegemónicos. Medios estructurados en el sentido de contar con alto alcance entre el público y una institucionalidad estructurada, sea política, económica o industrial-empresarial.

Bajo esta breve clasificación encontramos medios hegemónicos audiovisuales tales como noticieros, telenovelas, filmes, series televisivas y comerciales de televisión. La representación audiovisual de los medios hegemónicos no tiene nada que ver con la representación hegemónica de la ciudad. La evaluación del valor hegemónico se aplica sobre los medios y no sobre la representación que hagan de la ciudad. Interesa saber de qué modo representan la ciudad estos medios hegemónicos, incluso si su visión de ciudad tiene poca aceptación entre los espectadores.

En este sentido, la visión hegemónica de la ciudad para la época de los juegos olímpicos, especialmente en los noticieros, presentaba una ciudad por lo general insegura, en medio de un caos económico, político y social que incluía el escándalo de corrupción más grande de Brasil por cuenta del *mensalão*, la epidemia nacional por el virus del Chikunguña, la destitución de Dilma Rousseff como presidenta de la República y la posesión de Michell Temer como presidente entrante y, referente a las olimpiadas, la confusión por el incumplimiento de la entrega de los escenarios deportivos y la trechos de la Vila Olímpica para los atletas.

No obstante, dado que priorizo una visión de ciudad específicamente en el marco de las olimpiadas, decido optar para el análisis el canal oficial de *YouTube* del Comité Olímpico Internacional (COI), del que se escoge, para este artículo, un spot promocional de la ciudad olímpica, el cual será descrito y analizado más adelante.

### **Medios Ciudadanos**

La visión hegemónica de las narrativas de ciudad se contraponen a la visión propuesta por los medios ciudadanos. La contraposición medios hegemónicos – medios ciudadanos parte no de una posición semántica, sino de una contraposición estructural y argumental construida a partir de la conceptualización de medios ciudadanos.

Comúnmente agrupados bajo las definiciones de medios alternativos, medios no hegemónicos, medios radicales o medios ciudadanos, estos medios representan los mecanismos de resistencia mediática ciudadana para confrontar las visiones institucionalizadas de los medios tradicionales sobre una caracterización hegemónica de un objeto (sea ciudad, personaje, evento o de otro tipo).

Más allá de la caracterización técnica de medios no oficiales, esta investigación se adhiere a la conceptualización semántica de Clemencia Rodríguez al destacar los medios ciudadanos como la producción mediática que permite y potencia la participación política ciudadana desde sus acciones cotidianas. La propuesta parte de la conceptualización de Democracia Radical propuesta por Chantal Mouffe (Rodríguez, 2010). Así, serán considerados los medios ciudadanos como los medios de comunicación desarrollados localmente por los propios ciudadanos de las localidades en que tales medios se desarrollan, organizados y constituidos no por fuerza de su legalidad jurídica, sino por la legitimidad de sus discursos mediáticos, mediada por la planeación, la ejecución y la construcción de plataformas mediáticas que permitan la difusión de sus productos comunicativos.

Al realizar el mapeo de los medios ciudadanos operantes durante la época de los juegos olímpicos en Río de Janeiro, sólo uno continuaba activo y funcionando; el *Colectivo Cinema Nosso*, quienes desarrollaron actividades de video participativo con niños de la zona céntrica de la ciudad. Vale la pena aclarar que previo a las olimpiadas, muchos fueron los colectivos que hicieron resistencia a los discursos hegemónicos de los medios de comunicación a través de productos comunicativos ciudadanos, tal es el caso del Comité Popular de la Copa, que extendió sus actividades hasta cubrir los desalojos de las favelas en Río de Janeiro para la construcción de las megaobras necesarias para las olimpiadas; igualmente operó la campaña Río 2016, *Os Jogos da Exclusão*, realizando un mapeo de las acciones en contra de la buena convivencia de los ciudadanos de la ciudad, tales como militarizaciones, desplazamientos forzados, impacto ambiental, violaciones al trabajo e intervenciones urbanas, relacionando estos hechos

con las construcciones arquitectónicas de equipamientos deportivos.

No obstante, la selección del colectivo Cinema Nosso para el análisis en el marco de esta investigación obedeció a factores prácticos y logísticos, pues fue el único colectivo al que pude acercarme bajo una metodología de observación etnográfica durante el desarrollo de las secciones formativas para la producción de los videos participativos. Otros colectivos como el *Comité Popular da Copa* y el proyecto *Rio 2016, os Jogos da Exclussao*, desarrollaron actividades de producción audiovisual previas a la copa y no durante su desarrollo. En todo caso, sus actividades estaban abiertamente encaminadas a labores de denuncia de las prácticas estatales que significaban un nivel de agresión contra la ciudadanía mediante registro audiovisual, o en el desarrollo de un documental que recogiera dichas prácticas, y no en la formación audiovisual de la ciudadanía para la construcción de sus propios relatos de ciudad, foco que resulta particularmente interesante en el desarrollo de la presente investigación.

La metodología de formación en medios ciudadanos de Cinema Nosso consistió en aulas de formación a 20 niños y niñas de la ciudad de Río de Janeiro, enseñando no sólo aspectos técnicos del manejo de los medios audiovisuales, sino haciendo una reconstrucción y un mapeo de los centros y lugares de interés en el histórico barrio central de Lapa en Río de Janeiro. Los niños y niñas de la ciudad asistieron durante 9 meses, dos veces por semana, a las clases desarrolladas por los formadores y educadores de Cinema Nosso. Bajo una metodología de producción audiovisual participativa, los y las niñas asistentes desarrollaron una serie de videos diferenciados por intencionalidad y por producto audiovisual; así, los ejercicios más representativos fueron la realización de un video de ficción por equipo (3 en total), un video documental por todo el equipo (1 en total), un video de recreación de una noticia por equipo (2 en total), un video comercial de venta de producto (3 en total, 1 por equipo) y una animación por equipo usando la técnica de *stop motion* (3 en total). Para el desarrollo de la presente investigación se escogió el video documental al ser el producto que más se acercó al ejercicio de representación de la ciudad desde el audiovisual.

## Cultura Visual y Estilo Televisivo

Comprender la ciudad desde la perspectiva audiovisual implica encuadrarse en un marco teórico de apreciación y análisis. En el marco de esta investigación me apoyo en el concepto de cultura visual, desarrollado por William J Thomas Mitchell,

para quien la visualidad está atravesada por la cultura, proponiendo un doble sentido de lectura: por un lado, un enfoque visual de la cultura mientras, por el otro, un enfoque cultural de la visión.

En ese sentido, la experiencia visual se presenta no solo como el disfrute de la obra o la comprensión de la misma mediante elaboraciones conceptuales más cercanas a la retórica y a la semiótica, sino como una experiencia que articula cuestiones relativas al poder, al valor, al interés humano, a códigos culturales que dependen de una historización de la mirada.

Los regímenes de visualidad operantes en el análisis de piezas visuales que representan la ciudad en medios hegemónicos y en medios ciudadanos están enmarcados en una necesaria operación de comprensión cultural e histórica de la relación entre los productos audiovisuales construidos y los actores que operan en los procesos de producción y de disfrute de las obras.

¿De qué ciudad hablamos cuando hablamos desde la visión de ciudad del Comité Olímpico Internacional? ¿De cuál ciudad cuando la vemos desde las producciones de los niños de Cinema Nosso en el centro de Río? ¿A quién van dirigidas estas imágenes de ciudad? ¿Cómo opera la relación entre la imagen construida y su proceso de construcción? Todas estas son preguntas posibles a la construcción de la imagen de ciudad desde perspectivas diferentes, tomando siempre como referente la perspectiva teórica de los estudios visuales. No obstante, para el desarrollo de la investigación, interesan las mediaciones entre una visión de ciudad y otra. Cómo se articulan los modos de ver la ciudad desde una perspectiva y la otra.

## Metodología

### Observación Etnográfica

Dos son las operaciones metodológicas que rigen la presente investigación. Por un lado, el análisis etnográfico de la planeación y la producción audiovisual de los y las niñas del taller de video participativo impartido por Cinema Nosso, basado en una observación no participante. Interesa, en dicha observación, comprender las mediaciones técnicas y conceptuales que puedan operar en el desarrollo de las clases y en los momentos de grabación. Interesa también comprender las representaciones de ciudad que no necesariamente quedarán registradas en la pieza final audiovisual. La pregunta que guía la observación es qué elementos componen la ciudad de Río de Janeiro para la época de las olimpiadas de 2016 y de qué modo tal ciudad es representada bajo la utilización de recursos audiovisuales operados por los propios niños moradores de la ciudad.

## *Análisis de Estilo*

El segundo proceso metodológico abarca la el análisis estilístico de las piezas audiovisuales tanto del taller de video participativo como producidas por el comité olímpico internacional para la promoción de la ciudad.

Según Jeremy Butler (2009), todas las propuestas visuales tienen estilo. El estilo comporta todos los elementos referentes a la forma que contienen los contenidos audiovisuales. En ese sentido, el estilo televisivo se refiere al modo en que las imágenes televisivas son tratadas y presentadas ante la audiencia. Los planos, la iluminación, la fotografía, el montaje, el color, los encuadres de cámara, la musicalización... todos estos componentes harían parte de las propuestas estilísticas audiovisuales y determinarían, más que los contenidos, la sensación a ser generada en el espectador al enfrentarse a la pieza audiovisual (Rocha,2016). El estilo televisivo determina la forma en que el contenido audiovisual es tratado y genera sensaciones en el espectador que lo orientan hacia dónde debería dirigir su atención, sus emociones y sus sensaciones en la experiencia de consumo audiovisual.

No obstante, para enfrentarse al análisis televisivo de una propuesta audiovisual, proponemos la adopción de un operador analítico que permita dicho análisis a partir de elementos tangibles y reconocibles. Metodológicamente, Butler propone cuatro fases analíticas de la operación de análisis, de las cuales abordaremos dos: la descripción de la escena y el análisis como tal, el cual abordaremos a partir del análisis de la puesta en escena (*misè en scene*).

### *La Misè en Scene*

La *misè en scene* es un término acuñado del teatro para designar los elementos que entran dentro del cuadro en el marco de una representación audiovisual. En realidad, hablamos de los elementos que aparecen dentro del marco en el momento de visualización de la película, y no de los elementos que han sido dispuestos frente a la cámara en el lugar y el momento del rodaje. Esta visión aclaratoria implica una priorización de la selección de los realizadores y de la visión del espectador por encima de la propuesta del director.

Comprender la *misè en scene* implica prestar atención a los elementos plásticos audiovisuales tales como la iluminación, la escenografía, los actores, los encuadres, los emplazamientos de cámara. En definitiva, prestar atención no sólo a lo que aparece frente a la cámara, sino también (y sobre todo) a lo que es excluido de esta selección en términos de selección visual. Qué ha sido deliberadamente

excluido, qué falta dentro del encuadre, que de aquello que podía ser incluido y necesario para la comprensión de algunos elementos se ha quedado por fuera del cuadro. Así mismo, implica prestar atención al modo en que dichos elementos han sido tratados, la forma en que aparecen. La articulación de los elementos formales (derivados de la forma) propone una visión determinante que dice cosas dentro de la narrativa audiovisual que no podrían ser narradas por el contenido del mismo.

## **Análisis audiovisual de las piezas producidas**

En primer lugar, propongo abordar el análisis descriptivo de cada pieza audiovisual referida en el marco de la presente investigación.

### ***Visión de la ciudad desde la Perspectiva del COI***

Río 2016, *A City Leaps Forward*, es el título de la pieza audiovisual desarrollada por el Comité Olímpico con ocasión de la promoción de Río de Janeiro como próxima ciudad olímpica, posterior a las olimpiadas de Londres 2012. En la pieza, cuatro niños son los encargados de presentar la ciudad de manera alternada. Cada niño presenta una de las zonas que será tomada como escenario deportivo durante las competencias, cada relato está compuesto por escenas en las que se muestran alternadamente escenarios deportivos, complejos arquitectónicos de la ciudad, paisajes y zonas turísticas, medios de transporte, entre otros elementos. Narrativamente, cada uno de los niños se encarga de una región y unos deportes específicos que serán desarrollados en dicha región. Al inicio y al final, los niños en su conjunto abren y cierran la pieza invitando a las personas a que “los acompañen” en Río de Janeiro durante los juegos. Como plano adicional, a modo de epílogo, los niños desean buena suerte en las competiciones de Londres 2012<sup>1</sup>.

La pieza está acompañada de diversos fragmentos musicales que sirven de fondo a algunas de las intervenciones de los niños/presentadores. Del mismo modo, una voz en off de un adulto narra de manera expositiva (en inglés) los fragmentos correspondientes a las explicaciones de las zonas que serán utilizadas para las competencias.

No obstante, esta descripción es meramente de contenido. Un análisis de estilo televisivo evidenciaría elementos más reveladores sobre lo que significa la ciudad para el COI. Este análisis será realizado una vez efectuada la descripción de la pieza realizada por los niños y las niñas de Cinema Nosso.

<sup>1</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=FBXeuVHFmLY> (consultado el 20 de junio de 2018)

*Visión de La Ciudad desde la Perspectiva de Cinema Nosso*

La pieza realizada por los niños y niñas de Cinema Nosso procura conocer las opiniones de las personas locales y extranjeras sobre la experiencia de visitar del Voulebard Olímpico. La pieza inicia con una pantalla azul en la que se lee el texto explicativo sobre la actividad, los objetivos y la metodología de la misma. A seguir, varias personas aparecen frente a cámara en planos consecutivos dando respuesta a preguntas que los estudiantes/realizadores hacen. Las respuestas de los transeúntes se alteran con los textos

de las preguntas, presentadas en el mismo formato del cartel inicial. La pieza se acompaña con una musicalización suave que decora las respuestas y se incrementa durante la presentación de las preguntas que guiaron las intervenciones de los entrevistados.

De nuevo, la descripción narrativa de lo que acontece en cada pieza es sólo un primer paso en su análisis. Para lograr un análisis objetivo que evite subjetividades del investigador, vamos a ceñirnos a la referenciación de los elementos de la puesta en escena de cada pieza y, posteriormente, realizar un análisis basado en dichos elementos.

Tabla 1. Elementos de la Misè en Scene en las 2 piezas representativas de la ciudad olímpica Rio 2016

	<b>Pieza COI</b>	<b>Pieza Cinema Nosso</b>
<b>Actores/Personajes</b>	2 niños, 2 niñas, diversas étnias	Diversos transeúntes adultos jóvenes, hombres y mujeres. Ausencia de los niños realizadores.
<b>Escenografía</b>	Escenarios reales y representados mediante animaciones en 3D y mediante carteles con estética infantil sostenidos por los niños presentadores.	Escenarios reales del Boulevard olímpico. Escenarios poco identificables.
<b>Encuadres</b>	Diversos planos, preferencia por planos medios al mostrar personajes y generales cenitales (visión desde el aire o satelital) al mostrar paisajes.	Primeros planos de los personajes. Ausencia de planos generales o de planos de localizaciones.
<b>Iluminación</b>	Externa y natural en su mayoría. Iluminación plana, blanca, sin contraste. Iluminación plana y suficiente aún en interiores cerrados.	Iluminación natural, día. Sombras marcadas en algunos planos realizados bajo techo.
<b>Localizaciones</b>	Múltiples. Escenarios deportivos, medios de transporte, lugares turísticos.	Boulevard Olímpico.
<b>Montaje/edición</b>	Ritmo frenético al mostrar el avance de las obras arquitectónicas (time lapse). Planos de corta duración, montaje dinámico. Narrativa de ficción.	Planos de duración media, ritmo sostenido sin variación en la velocidad del montaje. Narrativa de reportaje

Fuente propia del autor.

Un análisis del anterior cuadro demuestra no sólo la evidente (y esperada) distancia técnica entre la pieza realizada por el COI y la realizada por Cinema Nosso. Evidentemente el COI ha invertido un presupuesto y una inversión técnica, tecnológica y humana muy por encima de las posibilidades de inversión de Cinema Nosso. No obstante, el análisis de los elementos de puesta en escena permite corroborar otras situaciones que no pueden pasar desapercibidas para comprender las mediaciones entre la representación de ciudad de un lado y del otro.

En primer lugar, llama la atención la decisión del COI de incluir niños y niñas como presentadores de la pieza; más aún, llama la atención la selección de los actores/presentadores. La escogencia de actores y actrices de diversas etnias (China, mestiza y caucásica) se refiere claramente el deseo de representar una ciudad diversa. La escogencia de niños en la presentación quizás se deba a la poca resistencia de los públicos frente a figuras infantiles, evitando el riesgo de escoger una sola persona

presentadora y tener que seleccionar una etnia y un sólo género en un país tan diverso como Brasil.

Respecto a la pieza de Cinema Nosso, llama la atención el hecho de escoger personas adultas para responder a las preguntas, sin que los propios niños realizadores aparezcan en pantalla. La elección de las personas por parte de los niños/realizadores habla no tanto sobre las posibilidades de escogencia, sino sobre los intereses de los realizadores (niños y tutores) en el desarrollo de la pieza audiovisual. Existe en este apartado una doble lectura que sugiere posibilidades de interpretación más allá de las condiciones de producción. Por un lado, una lectura que privilegia la mediación técnica, la que determina los regímenes de visualidad del formato y del género seleccionado (y a la vez construido) para la presentación audiovisual de la ciudad. Al escoger un género como el documental, más que la ficción y más que la propia presentación a modo de reportaje, los realizadores pueden haber orientado su participación hacia un “detrás de las cámaras”, más que un “delante de cámaras”.

Referente a los encuadres, es interesante observar la variedad de encuadres con que juega la pieza del COI respecto a la limitación presente en la pieza de Cinema Nosso. Al analizar las piezas, el limitado recurso de las “cabezas parlantes”, reducidas a primeros planos de personas hablando a entrevistados fuera de cuadro, contrasta con la diversidad de encuadres propuestos por los realizadores de la pieza del COI.

Este “contraste visual y conceptual”, entendido no como el contraste interno de cada pieza sino como el contraste de inversión, de exploración y de resultado de una pieza respecto a la otra, se hace evidente no sólo en los elementos del estilo televisivo mencionados hasta ahora (actores y localización) sino también en el resto de elementos. Frente a una variedad de localizaciones en la pieza del COI, tenemos una única localización poco explotada por la pieza de los niños; frente a una edición frenética de un lado, tenemos un montaje tranquilo y pausado del otro; frente a una variedad de recursos gráficos para representar la “ciudad inacabada” en la pieza del COI, tenemos una imagen de ciudad que juega poco con localizaciones y con recursos externos, una ciudad que se muestra a partir de las personas que hablan de ella y no de sus lugares ni de sus detalles.

Un análisis a priori descargaría la responsabilidad de este contraste en el también evidente contraste de inversión económica y de conocimiento técnico, mucho más rico en la pieza profesional que en la pieza ciudadana; sin embargo, un análisis más profundo, apoyado en el concepto de mediaciones y articulado con la observación etnográfica realizada durante las sesiones de preparación y de producción de este ejercicio, dejaría ver que, contrario a lo que se pensaría, existe un alto nivel de exploración visual por parte de los niños realizadores, pero existe también un importante filtro realizado por la institución formadora, encargada de la realización final del montaje audiovisual.

El apoyo en la observación etnográfica permite descubrir otros elementos que redirigen la lectura de las posibles explicaciones a las ausencias y las presencias de los actores/realizadores, las escenografías y, en general, los elementos del discurso estilístico en la representación visual de la ciudad desde la perspectiva de las mediaciones.

## Mediaciones

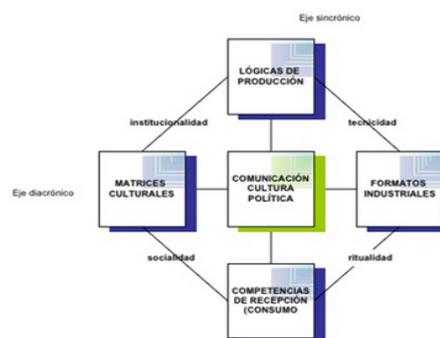
Retomo el concepto de mediaciones propuesto por Jesús Martín Barbero a partir del cual las prácticas culturales y sociales se entretajan y conectan con elementos fundacionales de los modos de vida. Es lo que conecta el saber popular con los elementos de la

modernidad que le dan sustento a las prácticas sociales. Las mediaciones, más que estar entre una cosa y otra, se presentan como elementos reveladores de los intereses populares, de su saber fundacional, de la construcción de su realidad que les permite operar y adentrarse en la modernidad.

La cultura, como modo de vida, es una mediación decisiva en los modos de recepción (y de producción) de los medios de comunicación. Las mediaciones que se ubican entre los elementos y las prácticas necesarias para la construcción de realidad en la relación con los medios, son los elementos realmente importantes, dicentes, fundamentales en las relaciones sociales y culturales. Esta visión desplaza el interés intelectual de “los medios a las mediaciones”, dando mayor protagonismo a lo que “las personas hacen con los medios” y menos a lo que “los medios hacen con las personas”.

Para comprender mejor el concepto de mediación y las interacciones entre medios y prácticas culturales, Martín Barbero propone el mapa de las mediaciones comunicativas de la cultura (figura 1), que ve la luz en la 5ta. Edición de su obra más representativa, “De los Medios a las Mediaciones” (1998)

Figura 1. Mapa de las Mediaciones Comunicativas de la Cultura.



Fuente: Jesús Martín Barbero

El análisis de los productos mediáticos seleccionados en el marco de esta investigación a partir del prisma de las mediaciones de la cultura propuesto por Jesús Martín Barbero requiere el compromiso de articular dicho análisis audiovisual con los resultados de las observaciones etnográficas realizadas durante la producción de los productos audiovisuales ciudadanos.

Para el desarrollo de este artículo, concentro mis esfuerzos en comprender las mediaciones que expliquen las relaciones entre un modo de representación de ciudad desde una óptica oficial (COI) y desde una óptica de los medios ciudadanos. De qué modo interactúan estas versiones de ciudad y

qué revelan los elementos que la componen. Para ello, se articula el análisis estilístico de las piezas con el mapa de las mediaciones culturales.

Martín Barbero propone un eje sincrónico de procesos que suceden al tiempo, siempre atravesados por la cultura, la política y la comunicación. Son las lógicas de producción, en un extremo, y las competencias de recepción, en el otro. Propone también un eje diacrónico, referente a los elementos que suceden históricamente, en una cronología; son las matrices culturales, en el extremo izquierdo, y los formatos industriales, en el extremo derecho. Además de la conexión axial entre elementos pertenecientes al mismo eje, existen mediaciones entre elementos de distintos ejes. Así, las lógicas de producción se conectarían con los formatos industriales a través de la tecnicidad, y con las matrices culturales a través de la institucionalidad. Mientras tanto, las competencias de visualidad se conectarían con las matrices culturales a través de una mediación social, mientras lo harían con los formatos industriales a través de la ritualidad.

Dicho de otro modo, existe una interrelación entre todos los elementos que se activan en el proceso de comunicación cultural, organizados a través de mediaciones sociales, técnicas, institucionales y rituales. Las operaciones culturales del consumo y la producción mediática activan y sustentan relaciones de poder, jerarquías, negociaciones entre fuerzas no estáticas que participan de este proceso. El descubrimiento del espectador/realizador en las operaciones de consumo legitima su intervención y devuelve el poder de su acción en las luchas de resistencia de los actores mal llamados pasivos en el modelo de comunicación positivista.

Tomemos el ejemplo de la interacción entre los formatos industriales (el extremo más institucional de las prácticas culturales que parten de las matrices culturales) y las competencias de recepción. Interactúa entre estos dos elementos una mediación de ritualidad; esto quiere decir que el consumo ritual, repetitivo, de productos culturales, en cierto modo forma nuestras competencias de recepción de formatos industriales como la telenovela, el noticiero, el documental o la ficción de terror o el drama. Al mismo tiempo, los formatos industriales tienden a modificarse y renovarse a partir de la necesidad de innovar en ese proceso de consumo ritualístico del espectador, para no caer en la tediosa práctica del ostracismo.

Aplicado a nuestro contexto, resulta fácil comprender la experimentación en la transformación de formatos industriales realizada por los realizadores del COI, frente a la representación más clásica de ciudad mediante entrevistas realizada por los realizadores de Cinema Nosso. El nivel de experimentación y la apuesta por la innovación

ejecutada por la pieza del COI responde a un nivel de experimentación mayor debido al profesionalismo y a la ritualidad no en el consumo, en este caso, sino en la producción de productos audiovisuales.

No obstante, lo interesante del análisis se centra en la resistencia ejercida por los pequeños productores frente a los grandes realizadores, al representar una imagen de ciudad bajo innovadoras lógicas de producción que escapan a las lógicas tradicionales de la industria audiovisual.

Entre las lógicas de producción y las matrices culturales media una institucionalidad, según la propuesta de Martín Barbero. La Institucionalidad oficial, representada por el Comité Olímpico Internacional, obligaría la representación de una ciudad preparada para recibir las justas. En el montaje de la propuesta podemos ver el frenetismo de las obras (time lapse de la demolición de obras y de la construcción de nuevos edificios arquitectónicos aún en construcción), la virtualidad de los escenarios acabados (escenarios en construcción que se muestran acabados sólo mediante gráficos o imágenes virtuales que los complementan), el entusiasmo de los niños con la llegada de “la modernidad” de la ciudad que traerá las olimpiadas. La presentación del montaje en su totalidad corresponde con la de una estrategia de marketing que impulsa no la representación de la ciudad, sino su venta.

No obstante, las lógicas de producción de los medios ciudadanos, las cuales permiten una mayor horizontalidad en la toma de decisiones sobre lo que debería ser considerado como una imagen válida de representación de la ciudad, muestran no solo la modernidad entrando a la ciudad, sino también las preocupaciones que llegan con dicha modernidad.

“Esperamos que la seguridad del lugar continúe una vez terminadas las olimpiadas”, es una voz con presencia en diferentes momentos de las entrevistas realizadas. La sensación de que se está cuidando la ciudad para los visitantes deja una sensación de abandono estatal para con los residentes locales. Los encuadres generados a través de cabezas parlantes centran el protagonismo en las ideas de los moradores y deslegitima (desaparece) cualquier otra referencia respecto a la ciudad que no sea la ciudad mencionada por las personas entrevistadas. La nueva ciudad, la que ha sido construida para las olimpiadas, la ciudad que deslumbra por su belleza arquitectónica, aún es una ciudad invisible en las propuestas audiovisuales de los chicos, es una ciudad aún inexistente, a pesar de estar delante de sus ojos. Una ciudad a la que no se sienten pertenecientes y en la que no se sienten incluidos, a no ser para actuar como testigos invisibles a modo de turistas en su propia ciudad.

Podríamos especular que los modos de pertenecer a la ciudad y los modos de habitarla constituyen una matriz cultural al enraizarse en las prácticas culturales de los individuos en sociedad. Esa matriz cultural media con las lógicas de producción audiovisual del video participativo a través de la institucionalidad de la escuela a la que pertenecen los chicos que participan del proyecto, de la ciudadanía a la que pertenecen, y no a través de una institucionalidad vertical como la del COI que exige modos de producción en los que las jerarquías sean respetadas con el fin de preservar la propuesta de ciudad que se promueve para las justas deportivas.

La institucionalidad del video participativo permite modos de producción horizontales y participativos, que a la vez promueven relatos de ciudad más incluyentes, que vinculen los intereses y las preocupaciones de los propios ciudadanos y no mediante las representaciones de ciudadanos modelo artificiales.

## **Propuesta de Innovación para la Actualización del Mapa de las Mediaciones Culturales de la Comunicación**

A modo de cierre, se propone una reformulación tentativa de los elementos de interacción en el mapa de las mediaciones culturales propuesto por Jesús Martín Barbero. La osadía de la propuesta no pretende rebatir el minucioso ejercicio de construcción intelectual del autor; pretende, más bien, complementar y contextualizar el ejercicio del descubrimiento del espectador en un nuevo escenario donde el espectador no solo es activo en los usos de la comunicación que consume, sino también en los procesos de comunicación donde actúa como generador de sus propias propuestas.

Desde esta perspectiva, hablar de competencias de recepción en un mapa de mediaciones comunicativas, implica un enraizamiento del receptor en su rol de, como su nombre lo indica, receptor. Clasificar como competencias de recepción al entramado de coordenadas que permiten la comprensión y la interpretación activa de los contenidos y las formas comunicativas, es realmente un acierto en un contexto en el que el espectador prácticamente desaparece de la relación comunicativa y se convierte en un recipiente donde se descargan contenidos. No obstante, a la luz del escenario actual en el que tal receptor ha saltado la barrera que lo encasillaba como tal y se ha volcado directamente a la creación de contenidos, las “competencias de recepción” se quedan cortas a la hora de nominar su actividad dinámica en los procesos comunicativos.

Propongo la nominación de “competencias de visualidad” en lugar de la acotada “competencias de recepción”. La actualización propuesta conlleva la posibilidad de una doble vía en el proceso de comunicación mediática. Por un lado, se refiere a las ya mencionadas competencias de recepción, esas que le permiten al espectador leer de manera activa los mensajes que recibe, al tiempo que los interpreta desde su histórico cultural, sus referentes políticos y su bagaje comunicativo; por el otro, comprende la posibilidad de apropiarse de los códigos comunicativos y producir sus propios mensajes mediáticos para otra audiencia que comparte con él los códigos de la comunicación mediática (referentes a los formatos audiovisuales) y las matrices culturales que lo comportan y le permiten sumergirse en experiencias culturales compartidas que le dan sentido a su realidad.

Del mismo modo, propongo la noción de Formatos de Experimentación (Audiovisual) en lugar de Formatos Industriales. La categoría de “industrial” continúa privilegiando la producción a gran escala por encima de la producción micro, mayoritariamente desarrollada en escenarios más íntimos o domésticos. La exploración y la experimentación de formatos son clave para el desarrollo de una actividad comunicativa que incluya la posibilidad de producción por parte de los hasta ahora llamados “receptores” o “consumidores”.

Los formatos industriales no son estáticos, requieren de la complicidad de los espectadores para generar un código de interpretación común que los encaje dentro de las posibilidades de interpretación. Falso sería afirmar que la experimentación es una constante en la experiencia comunicativa (esto cortaría de tajo la posibilidad de comunicación), pero la presencia del espectador-realizador potencia las posibilidades de experimentar en formas de comunicar, enriqueciendo la experiencia de creación y de recepción de contenidos comunicativos.

En el desarrollo de la observación de campo de la producción de piezas audiovisuales por parte de Cinema Nosso, por ejemplo, se observaron experimentaciones con la cámara que rompían con los códigos visuales tradicionales de la producción audiovisual: desenfoques, movimientos de cámara, acercamientos repentinos, angulaciones, incluso intenciones de experimentación con las velocidades de grabación y reproducción para generar un efecto de *slow motion*, muy de moda por entonces en redes sociales y dispositivos móviles. Así, desde mi perspectiva, la experimentación con formatos audiovisuales se ajustaría más a las prácticas comunicativas contemporáneas que la categoría de formatos audiovisuales.

Finalmente y dado que se propone la actualización de dos de los elementos comunicativos según el mapa de las mediaciones, uno en el eje sincrónico y el otro en el eje diacrónico, considero también pertinente la actualización de la mediación existente entre estos dos elementos. Si por un lado tenemos las competencias de ~~de~~ visualidad y por el otro los formatos de experimentación audiovisual, la mediación de la ritualidad entre estos dos elementos podría requerir no una modificación como tal, sino una complementariedad. Recordemos que la mediación propuesta debe funcionar tanto para un espectador que se enfrenta a un proceso de comunicación conservando el rol de espectador, como para un espectador que interactúa en el proceso comunicativo asumiendo el rol de realizador.

La ritualidad es clave y suficiente para mediar entre las competencias de visualidad y los formatos audiovisuales (experimentales o industriales), pero se hace insuficiente cuando lo que se busca es mediar entre las competencias de visualidad y los formatos audiovisuales desde la producción. La ritualidad del consumo permite la comprensión de y la aceptación de los formatos audiovisuales; mientras tanto, la necesidad de experimentación desde es fundamental a la hora de crear productos comunicativos que se acerquen y renueven las dinámicas de los formatos industriales.

## Conclusiones

Frente a la pregunta: ¿cuáles son las mediaciones existentes entre los modos de representar la ciudad olímpica de Río de Janeiro 2016 que operan entre los medios oficiales y los medios ciudadanos? Podríamos destacar algunas conclusiones provisionales.

La ciudad representada por la visión de los medios oficiales opera bajo una modalidad industrial propia del género propagandístico, con una ciudad casi vendida para el disfrute, para la experiencia de vivir la ciudad. Existe una matriz cultural que une esta visión de la ciudad para el disfrute con la visión de los medios ciudadanos. Ambos realizadores muestran una ciudad que puede ser vivida, que “se deja habitar”, pero en ambos de los casos se muestra como una ciudad vivida de manera temporaria. A partir de los elementos del estilo audiovisual de las piezas (sujetos/actores participantes y localizaciones, por ejemplo) se muestra una ciudad, por el lado oficial, que invita a un personaje (al espectador) ausente a vivir la ciudad; por el lado de los medios ciudadanos, se muestra una ciudad representada exclusivamente

por personas habitándola, que se preocupan por qué va a pasar con la ciudad cuando este turista invitado para las olimpiadas abandone la ciudad.

Ambas propuestas visuales comparten la matriz cultural de la ciudad para ser habitada, desde perspectivas diferentes, una temporaria y otra permanente; una desde la invitación al disfrute y otra desde la preocupación cuando “el invitado se marche y tengamos que organizar la casa”.

Media entre uno y otro modo de representación de la ciudad una visión política de posicionamiento de los sujetos participantes en la propuesta. Tanto los realizadores profesionales como los realizadores ciudadanos asumen una posición que los autoriza para hablar desde cierto lugar. La versión oficial se dirige a su público desde la posición de una empresa de marketing que embellece la ciudad con toda suerte de recursos gráficos, visuales, sonoros y, en definitiva, recursos estilísticos que pretenden vender la ciudad. Mientras tanto, la visión de los medios ciudadanos, con escasos recursos técnicos y financieros, empodera la voz de los habitantes de la ciudad para manifestar su preocupación.

Por otro lado, en el desarrollo de la investigación se encuentra que el mapa de las mediaciones propuesto por Jesús Martín Barbero, a pesar de ser el resultado de un análisis complejo y una herramienta de orientación fundamental para situarse en las interacciones comunicativas de la cultura, merece algunas revisiones complementares que lo sitúen en el escenario de una realidad audiovisual que ya no solo rescata la visión activa del espectador y lo que éste hace con los medios que consume, sino también con los medios que produce. En ese sentido, dicha actualización tentativa vincula al receptor como receptor/creador y trasciende las competencias de recepción hacia competencias de visualidad.

Del mismo modo, se propone una actualización de la mediación de “ritualidad” hacia una complementación que conserve el elemento del ritual en el consumo, pero que además adicione la experimentación en las propuestas de creación.

Para terminar, se concluye que las representaciones de ciudad desde los medios hegemónicos y desde los medios ciudadanos se articulan en el sentido de la ciudad como un lugar de hábitat, pero se distancian frente a la definición de hábitat, frente a los actores legitimados para “describir” esta ciudad y frente a las lógicas de producción audiovisual que tienen como resultado las piezas realizadas.

## Referencias

- Alencar de, A. (2014). *Educação e Emancipação: Uma Leitura Crítico-Reconstrutiva em Jurgen Habermas*. Brasil: Ed. Edufal.
- Barranquero, A. (2007). Conceptos, Instrumentos y Desafíos de la Educomunicación para el Cambio Social. *Revista Comunicar* 29. Huelva – España.
- Berger, J. (2017). *Modos de Ver*. Barcelona. Editorial Gustavo Gili.
- Butler, J. (2009). *Television Style*. New York, NY: Routledge.
- Freire, P. (1969). *La Educación como Práctica de la Libertad*. Salamanca: Siglo XXI de España Editores.
- (1970). *Pedagogía del Oprimido*. Madrid: Siglo XXI.
- Martín-Barbero, J. (1998). *De los Medios a las Mediaciones*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- (2017). *Jóvenes Entre el Palimpsesto y el Hipertexto*. Barcelona: Nuevos Ned Ediciones.
- Rama, A. (1984). *La Ciudad Letrada*. Ediciones del Norte.
- Rocha, S. M. (2016). *Estilo Televisivo e sua Pertinencia para a TV como prática Cultural*. Brasil: Ed. Insular.
- Rodríguez, C. (2010). Tecnologías Para Nombrar al mundo. *Procesos de Apropiación y Uso de las Tics*. Cátedra Unesco de Comunicación InCom-UAB.
- (2009). From Alternative Media to Citizens' Media: Theoretical Development of a New Term. *Revista folios* 21 y 22, Facultad de Comunicaciones, Universidad de Antioquia.
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- Silva, A. (1997). *Imaginario Urbanos*. Bogotá: Ediciones Tercer Mundo.